



การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทาง
วัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ
อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์พิสุทธิ และคณะ

สาขาวิชาสังคมศาสตร์ แขนงวิชาการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่ได้สนับสนุนทุนการวิจัยครั้งนี้ และคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อมูลในการดำเนินงาน รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของงานตลอดกระบวนการทำงานวิจัย

นอกจากนี้ การดำเนินการวิจัย มีอาจสำเร็จล่วงไปได้ หากปราศจากความร่วมมือของ คณะผู้วิจัย ผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และ กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบล หนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย องค์การบริหารส่วนตำบลหนองป่าก่อ กลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชน รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการใช้สถานที่ในการดำเนินการทำวิจัย เป็นผลให้ โครงการวิจัยนี้ สำเร็จล่วงด้วยดี

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ส่งเสริมให้กำลังใจ และสนับสนุน ช่วยเหลือเสมอมา รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง ที่ส่งเสริมให้ผู้วิจัยผลิตงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง และคณะทีมงานผู้วิจัยที่ร่วมกันสร้างสรรค์ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และสร้างประโยชน์ ทางวิชาการ ขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่านที่ผู้ศึกษาค้นคว้าได้นำมาอ้างอิงในการทำวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จล่วงไปด้วยดี

พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ์
มกราคม 2568

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

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	i
บทคัดย่อ	ii
Abstract	iii
สารบัญ	iv
สารบัญตาราง	vi
สารบัญภาพ	vii
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
โจทย์การวิจัย	3
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	6
การถ่ายภาพโฆษณาและประชาสัมพันธ์	8
แนวคิดในการนำภาพถ่ายไปใช้ในงานผลิตสื่อ	12
การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	13
ความสำคัญของทักษะดิจิทัล	15
เศรษฐกิจดิจิทัล	16
แนวคิดการมีส่วนร่วม	18
บริบทชุมชนตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
แหล่งข้อมูล	46
การเลือกพื้นที่ที่ศึกษา	46
ประชากรที่ศึกษา	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
วิธีการสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	48
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การตรวจสอบข้อมูล	49
4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองปาก่อ อำเภอ	
ดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	50
ตอนที่ 2 การส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมี	
ส่วนร่วมกับผู้ประกอบการตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	61
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผล	72
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยไปใช้	74
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย	79
ภาคผนวก ข เอกสารรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัย	82
ภาคผนวก ค รายชื่อสมาชิก	87
ภาคผนวก ง กระบวนการดำเนินการวิจัย	90
ประวัติผู้วิจัย	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	54
2 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	56
3 ศักยภาพของกลุ่มกระเป๋าสานผักตบชวา หมู่ 3 และกลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ 9 อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	60
4 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	64
5 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	67
6 แสดงคะแนนทดสอบก่อน-หลังเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (N=20)	69
7 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	70

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	41
2	สมาชิกกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา บ้านหนองปาก่อ หมู่ 3	52
3	สัมภาษณ์กลุ่มสมาชิก	53
4	ผลิตภัณฑ์สินค้าของตำบลหนองปาก่อ	57
5	กิจกรรมการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	59
6	กิจกรรมการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	59
7	กิจกรรมอบรมเพื่อการถ่ายภาพจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	63
8	การทำแบบประเมินความรู้ความเข้าใจ ทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์	64

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“การถ่ายภาพเป็นงานศิลปะ เป็นของที่มีประโยชน์
ขออย่าได้ถ่ายภาพกันเพื่อความสนุกสนาน หรือความงามเท่านั้น
จงใช้ภาพให้เกิดคุณค่าแก่สังคม ให้เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม
งานศิลปะจะช่วยพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า ได้อีกแรงหนึ่ง”

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร
พระราชทานแก่คณะกรรมการบริหารสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และเป็นสถาบันแห่งการบูรณาการองค์ความรู้ สร้างนวัตกรรม ถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น มหาวิทยาลัยฯ มีพันธกิจหลักในการดำเนินงานและกำหนดเป้าหมายในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2565 – 2569) ผ่านการดำเนินงานใน 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ โดยดำเนินงานภายใต้การเรียนรู้ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมสนับสนุน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาท้องถิ่น ภูมิภาค ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ และเป็นไปตามพระราชโองบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2564)

ปัจจุบันประเทศไทยได้นำแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในการนำ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” (Cultural Assets – based) ทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ผนวกเข้ากับ “นวัตกรรม” (Innovation) และ “ความคิดสร้างสรรค์” (Creativity) มาใช้ ประโยชน์ เชิงพาณิชย์ (Commercialization) สร้างเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ จนอาจกล่าวได้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการคิดต่อยอดจากสิ่งที่มีสิ่งที่เป็น ให้มีคุณค่ามากขึ้น (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2564) ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพตามทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 กำหนดแนวทางไว้ ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ คือ การส่งเสริมและพัฒนาคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพให้มีความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า ได้แก่ สนับสนุนการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ อาทิ การสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลังร่วมทางสังคมในการสนับสนุนการพัฒนา และพร้อมรับผลประโยชน์จากการพัฒนา ได้แก่ การส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุนศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนเพื่อยกระดับทักษะของคนในชุมชน และการส่งเสริมให้ชุมชนจัดสวัสดิการและบริการในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

จะเห็นได้ว่า มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในระบบออนไลน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับความนิยมคือ การใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต เพราะสื่อในอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่าย สะดวก การนำเสนอสินค้าบนโลกออนไลน์ เป็นตัวเลือกที่ทำให้มีช่องทางการขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น ความต้องการของเจ้าของธุรกิจที่มีความต้องการจะมีร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นการขยายช่องทางการตลาดของกิจการที่มีอยู่และการใช้ร้านค้าออนไลน์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในการขายสินค้าออนไลน์ไม่สามารถให้ลูกค้าจับต้องหรือเห็นสินค้าของจริงได้ รูปภาพจึงเป็นสิ่งที่จะสื่อแทนตัวสินค้า (ชนะ เทศทอง, 2555 : 20 – 23) ซึ่งบทบาทของภาพถ่ายในการสื่อสารเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คือ การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายให้อยากใช้สินค้าและบริการหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเพื่อเป็นที่จดจำของผู้บริโภค (ณัฐกร สงคราม, 2557) ดังนั้น ภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการขายสินค้าบนโลกออนไลน์ เพราะสิ่งที่สำคัญคือ การนำเสนอภาพแทนการจับต้องสินค้าเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ ทั้งด้านมุมมอง การนำเสนอ รายละเอียด การใช้แสง และการตกแต่งภาพจึงต้องอยู่บนความพอดี รูปภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญในการดึงดูดความสนใจให้ผู้ซื้อเข้ามาชมผลิตภัณฑ์และรายละเอียดของสินค้านั้น ซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่มีการซื้อขายสูงสุดในอินเทอร์เน็ต 5 อันดับ ได้แก่ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ อุปกรณ์เสริมความงาม ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและสุขภาพ งานแฮนด์เมดและงานประดิษฐ์ (ชนะ เทศทอง, 2555 : 20 – 23) ภาพโฆษณาสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่เป็นแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อ เพราะการนำเสนอสินค้าที่มีภาพประกอบ สามารถโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

กลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 และ กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นกลุ่มสมาชิกในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์จักสานที่มีคุณภาพ มีความสวยงาม และได้เข้าร่วมกิจกรรมของคณะสังคมศาสตร์จากการจัดกิจกรรมในพื้นที่ โดยได้รับการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เช่น การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG (โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืน) การพัฒนาศักยภาพเพื่อการรวมกลุ่มอาชีพ การสร้างช่องทางการตลาดโดยใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มอาชีพยังเสริมสร้างความมั่นใจให้สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างรายได้ในครัวเรือน เพราะงานจักสานนั้นถือเป็นผลิตภัณฑ์งานทำมือ งานประดิษฐ์ เป็นสินค้าที่มีคุณค่า เพราะต้องใช้ความละเอียดอ่อน ความชำนาญในสายงาน ความประณีตและความพิถีพิถัน ความเอาใจใส่ จึงจัดได้ว่าผลิตภัณฑ์ในหมวดนี้ เป็นงานศิลปะที่ใช้สอยได้ และมีคุณค่าในตัวเอง

เห็นได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตงานฝีมือมีทักษะและความสามารถในการจัดทำผลิตภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตามปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากลักษณะภาพที่นำเสนอขึ้น อาจไม่ดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้ซื้อสินค้าหรือไม่สามารถแสดงรายละเอียดของสินค้าได้อย่างครบถ้วน การส่งเสริมให้เกิดทักษะด้านการทำสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพให้สมาชิกในกลุ่มอาชีพสามารถสื่อสารความสวยงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมพอดีสามารถสร้างแรงจูงใจต่อการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานในด้านอื่นได้ ทั้งในรูปแบบ Online และ Offline

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะส่งเสริมทักษะและพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นการพัฒนาทักษะอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาตนเอง การสร้างสื่อโฆษณาทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมให้หลากหลายและมีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้กลุ่มอาชีพสามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเอง สร้างงาน สร้างอาชีพ สามารถสร้างรายได้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในการพัฒนาท้องถิ่น ที่มีเป้าหมายเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้ และใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมถึงส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการพึ่งตนเองให้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

โจทย์การวิจัย

การส่งเสริมทักษะและพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และ กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร

คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพของของผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร
2. การดำเนินการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย สามารถดำเนินการได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาด้านการส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

1. กลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 คน
2. กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 คน

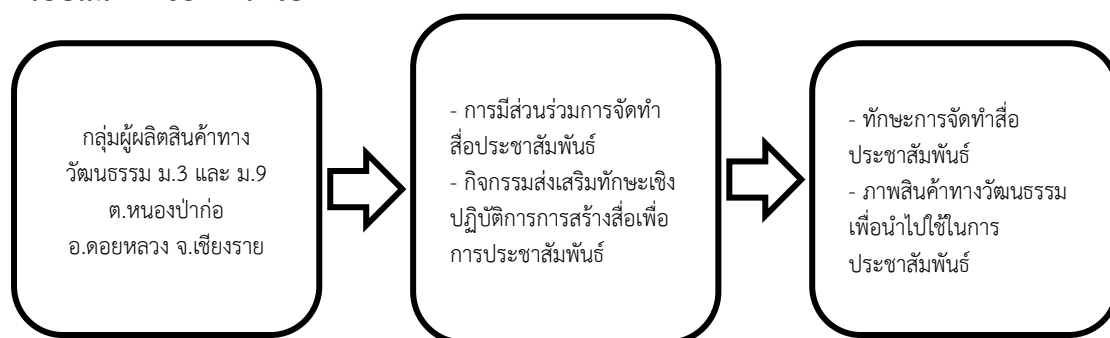
ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

1 ปี

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหลัก เพื่อให้กลุ่มอาชีพสามารถร่วมกันผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้ตรงกับความต้องการของพื้นที่โดยใช้กิจกรรมส่งเสริมทักษะเชิงปฏิบัติการการสร้างสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

สินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Products) หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของชุมชน ในที่นี้หมายถึงผลิตภัณฑ์จากกลุ่มกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การให้บุคคลได้มีส่วนในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมตัดสินใจในกิจกรรมที่ทำร่วมกันในที่นี้คือกิจกรรม การพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วม กับกลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในที่นี้หมายถึงการนำเสนอภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สินค้าที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของชุมชน ในที่นี้หมายถึงผลิตภัณฑ์จากกลุ่มกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิต โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยประกอบด้วย 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอาชีพฯ มีความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมไทยให้มากขึ้นเนื่องจากได้รับความสนใจและตลาดมีความต้องการมากขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากที่กรรมวิธีหรือกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ไร้สารเคมีทำให้ผู้ใช้มีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น และยังเป็นการสร้างฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วยความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ความรู้ในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพ (รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม, 2560)

"เศรษฐกิจสร้างสรรค์" คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง "มูลค่าทางเศรษฐกิจ" และ "คุณค่าทางสังคม" ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ หรือหมายถึง "การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด (มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

นันทกานต์ ทองวานิช (2560 : 21) จำแนกทางเลือกใหม่แห่งการสร้างสรรค์ มีนักสร้างสรรค์ไทยจำนวนไม่น้อยที่เห็นโอกาสจากความเป็นไปได้ ทั้งดีและร้ายของตลาดโลกในการสร้างงานภายในประเทศที่ปรับตัวให้กลมกลืนกับบริบทเหล่านั้นเป็น 5 แนวทาง ดังต่อไปนี้

1. การนำเสนอประสบการณ์ที่ดี ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อนจึงจะประสบความสำเร็จ แต่การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา เพื่อให้ผู้บริโภค เกิดความรู้สึกร่วม ตลอดจนการนำเสนอประสบการณ์ การใช้งานเป็นมิตร ซึ่งผู้บริโภคได้สัมผัสทุกครั้ง แนวทางการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่สามารถสร้างชิ้นงาน และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการได้

2. การหยิบจับผสมผสานเพื่อสิ่งใหม่ การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา มีส่วนอย่างมากในการกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมจำนวนมาก การเปิดรับเทคโนโลยีแล้วนำมาปรับใช้ อาจเป็นหนทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบรับกับผู้บริโภคในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นต่อยอดเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแบบไทย ๆ เช่น หลังคา กันแดด กันฝน ของรถกระบะแคเรียบอยที่เหมาะสมกับอากาศร้อนชื้นของไทย หรือการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินทรัพย์ดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์วิถีชีวิตผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 เช่น จีวรกันยูง ภายใต้แบรนด์เมตตากุณ หรือส้มตำอบกรอบสำเร็จรูป ตราแม่ตุ๊ก

3. การคำนึงถึงรอบด้าน ในวันที่ท้องตลาดมีตัวเลือกมากมายเพื่อตอบสนองปริมาณการบริโภคของคนรุ่นใหม่ การออกแบบ บริการควบคู่ไปกับสินค้าอย่างรอบด้าน ทั้งระหว่างและหลังใช้ผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจได้อีกมาก ในขณะเดียวกัน ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมก็มีส่วนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น ในหลากหลายมิติที่ถามมีความสำคัญ และกลายเป็นกระแสของการออกแบบยุคใหม่ที่น่าจับตา เช่น บริษัทแปลนทอยส์ มุ่งเน้นการผลิตของเล่นที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด และธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสังคม อย่างทราเวลล์ ไทยแลนด์ ซึ่งหัวใจสำคัญอยู่ที่การร่วมมือกับชาวบ้านเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

4. การร่วมคิด ร่วมผลิตจากผู้เชี่ยวชาญ หลากสาขาหรือผู้บริโภค การออกแบบ โดยอาศัยความร่วมมือ ของความรู้ ความเชี่ยวชาญจากคนในหลากหลายสาขา ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างโจทย์ การลงมือผลิต การทดสอบต้นแบบ เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ที่มีความสำคัญสำหรับนักสร้างสรรค์ในวันนี้ ทั้งเพื่อมองหาความเป็นไปได้ใหม่ใหม่ และเพื่อให้ได้งานที่ตรงใจผู้บริโภค รับผิดชอบ เอาความคาดหวังของสังคม ในทุกมิติ นอกจากนี้ ในปี 2006 นิตยสารไทมส์ (Times) ประกาศให้ คุณ (you) คือบุคคลแห่งปี เพื่อยกย่องคนหลายล้านคน ที่ร่วมผลิตข้อมูล ผ่านทางออนไลน์ แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น วิกีพีเดีย YouTube เฟสบุ๊ก นั้นหมายความว่า นอกจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 และมุมมองที่พวกเขามีเป็นทรัพยากรสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่

5. การพัฒนาเพื่อตอบสนองพลเมืองโลก ในอินเทอร์เน็ตแคมป์โลกให้ ไร้พรมแดน เทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกและลดต้นทุน ในการเดินทางข้ามทวีป การเข้าถึงวัฒนธรรม และรสนิยม การบริโภคจากทั่วโลกจนคุ้นเคย จึงเปิดโอกาสให้การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในยุคใหม่ เป็นไปได้ทั้งการนำเสนอ ความเป็นตัวตน และพื้นถิ่น ตลอดจนคุณค่าและการใช้งานที่เป็นสากล เพื่อตอบ

โทยตลาดโลกที่ใหญ่กว่า เช่น วงดนตรีพาราไดซ์ แบงค์คอก หมอลำ อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล แบรินด์ สามารถนำดนตรีพื้นเมืองอีสาน ที่ผสมผสานกับดนตรีจากทั่วโลก ไปเข้าร่วมเทศกาลดนตรี แกลสตัน เบอร์รี่ เฟสติวล 2016 ได้

การถ่ายภาพโฆษณาและประชาสัมพันธ์

การโฆษณา คือ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการเพื่อจูงใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ส่วนการประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา และความร่วมมือ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานของหน่วยงาน ซึ่งแม้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จะมีเป้าหมายที่ต่างกัน แต่ก็มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า บริการหรือหน่วยงาน ซึ่งภาพถ่ายก็เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว ภาพถ่ายโฆษณาส່ว่นใหญ่ จะเน้นความสวยงามของสินค้าหรือบริการ ซึ่งนอกจากจะดึงดูดใจผู้บริโภคแล้ว ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เทคนิคการถ่ายภาพบุคคลในสตูดิโอและการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์จึงเป็นทักษะที่จำเป็นระดับต้น ๆ ของการถ่ายภาพโฆษณา อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์การโฆษณาสินค้าก็มีมากมายหลายแนวทาง โฆษณาชิ้นแรกอาจใช้การแสดงผลสินค้าอย่างเดี่ยวเพื่อให้รู้จักและจดจำ โฆษณาอีกชิ้นอาจต้องการนำเสนอภาพสินค้าขณะถูกใช้งาน ในขณะที่โฆษณาชิ้นต่อมาต้องการใช้สัญลักษณ์หรืออุปมาอุปไมยโดยไม่มีสินค้าของจริงปรากฏอยู่ในภาพเลยก็เป็นได้

ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นมากกว่าผลกำไร อย่างงานโฆษณาและมุ่งหวังผลสำเร็จในระยะยาว ดังนั้น ขอบข่ายของการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีมากกว่า ตั้งแต่การแนะนำให้รู้จักบุคคล หน่วยงาน แนวคิดหรือแนวทางปฏิบัติ จนกระทั่งการสร้างภาพพจน์ที่ดี รวมไปถึงการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดี และครอบคลุมไปถึงการถ่ายภาพข่าวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายในของหน่วยงานหรือส่งไปลงพิมพ์ผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งต้องใช้ภาพถ่ายที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและเหมาะสมกับบริบทของสื่อ นั้น ๆ (ณัฐกร สงคราม, 2557 : 16 – 17)

หลักการเตรียมรูปภาพสำหรับร้านค้าออนไลน์

ชนะ เทศทอง (2555 : 115 – 139) อธิบายเกี่ยวกับความสำคัญของการเตรียมรูปภาพสินค้าและการตกแต่งรูปภาพเพื่อให้ดึงดูดความสนใจต่อการขายสินค้าออนไลน์ ดังนี้

การซื้อขายในอินเทอร์เน็ตผู้ซื้อจะไม่ได้สัมผัสกับตัวสินค้านำมาจากรูปภาพสินค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ขายต้องแสดงรูปสินค้าด้วยเสมอ สินค้าบางอย่างก็จำเป็นต้องถ่ายรูปตัวสินค้าจริง ๆ เช่น ของเก่า ของสะสม งานศิลปะ งานสินค้าบางชนิดซ้ำกันเป็นจำนวนมากก็ใช้รูปภาพเพียงรูปเดียว เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับและสินค้าแต่ละชิ้นก็มีมุมมองการนำเสนอที่แตกต่างกันไป รูปสินค้านั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งจึงต้องเตรียมให้พร้อม ดังนี้

กล้องถ่ายภาพดิจิทัล

อุปกรณ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้มีรูปสินค้ามาลงในร้านค้ากล้องดิจิทัลสามารถถ่ายลงคอมพิวเตอร์แล้วนำไปใช้งานได้ทันทีสำหรับกล้องที่นำมาใช้งานได้เช่นกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์มือถือ

กล้องถ่ายภาพ Compact กล้อง DSLR กล้อง Mirrorless สามารถนำมาใช้งานได้ทั้งหมด ซึ่งกล้องแต่ละแบบมีขีดความสามารถแตกต่างกันไปรวมถึงความเหมาะสมในการนำมาใช้งาน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

กล้องมือถือ เหมาะสำหรับถ่ายภาพสินค้าทั่วไปในที่ที่มีแสงสว่างเพียงพอ หากเป็นชิ้นที่มีขนาดเล็กหรือต้องการแสดงรายละเอียดของสินค้า จะต้องใช้กล้องมือถือที่มีระบบโฟกัสช่วย ไม่ควรถ่ายในที่มืด เพราะแสงแฟลชจะไม่พอ มือถือหลายรุ่นสามารถเลือกโหมดถ่ายภาพตามสภาวะแสงได้และให้รูปภาพที่สวยงามไม่แพ้กล้อง Compact เลยทีเดียว

กล้อง Compact เป็นกล้องอเนกประสงค์ หากต้องการจะขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตหรือเปิดร้านค้าออนไลน์ควรมีไว้ใช้งานเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีโหมดการถ่ายภาพที่ปรับเปลี่ยนไปตามประเภทสินค้า แม้คุณภาพของไฟล์รูปจะสู้กล้องระดับมืออาชีพอย่างกล้อง DSLR ไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อต้องย่อภาพให้มีขนาดเล็กเพื่ออัปโหลดขึ้นร้านค้าออนไลน์จึงไม่มีความแตกต่างจากกล้อง Compact มากนัก ดังนั้นการถ่ายรูปสินค้าเพื่อขายในอินเทอร์เน็ตกล้อง Compact จึงสะดวกต่อการใช้งานมากกว่ากล้องประเภทอื่น ๆ

กล้อง DSLR เป็นกล้องระดับกึ่งมืออาชีพซึ่งช่างภาพนิยมใช้กัน แต่ยังมีข้อจำกัดในการเลือกเลนส์ให้เหมาะสมกับประเภทของงาน เช่น การถ่ายภาพสินค้าปกติสามารถใช้เลนส์คิทที่มีช่วงความยาว 18 – 55 mm หรือหากต้องการเน้นรายละเอียดจำเป็นต้องใช้เลนส์มาโครเพื่อการถ่ายภาพระยะใกล้ซึ่งเลนส์มีราคาสูงจึงเป็นข้อจำกัดในการใช้เลนส์ที่ต้องเปลี่ยนให้เหมาะสมกับงาน

กล้อง Mirrorless หรือกล้อง Micro 4/3 เป็นกล้องที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกล้อง DSLR แต่มีขนาดเล็กและมีน้ำหนักที่เบากว่ากล้อง DSLR แต่ยังคงคุณสมบัติของกล้อง DSLR ไว้อย่างครบถ้วน

วิธีการถ่ายภาพ

การถ่ายภาพระยะใกล้ (โหมดมาโคร)

สินค้าที่ต้องการแสดงรายละเอียดหรือตำหนิ เช่น เหยี่ยวสะสม พระเครื่อง แหวน อัญมณี ซึ่งจำเป็นต้องใช้กล้องที่มีโหมดถ่ายภาพระยะใกล้ เช่น กล้องมือถือที่มีโหมดมาโคร กล้อง Compact สำหรับกล้อง DSLR และกล้อง Micro 4/3 ต้องเปลี่ยนใช้เลนส์มาโคร เพื่อการถ่ายภาพระยะใกล้

แสงกับการถ่ายภาพสินค้า

แสงมีผลต่อการขายสินค้า เพราะโดยปกติการถ่ายภาพสินค้าทั่วไป การตั้งไว้ที่โหมด Auto อาจมีปัญหาเรื่องการใช้แฟลช ซึ่งอาจทำให้สีของสินค้ามีความผิดเพี้ยนและสะดวกที่สุดและให้สินค้ามีความสมจริง ควรใช้โหมด P เพราะสามารถปรับค่าชดเชยแสงได้ และมีสีที่สมจริงมากกว่าการใช้แฟลช

องค์ประกอบและมุมมองในการนำเสนอรูปภาพ

วัตถุนั้นเป็นรูปทรง 3 มิติ แต่รูปนั้นต้องนำเสนอได้เพียง 2 มิติเท่านั้น สินค้าบางชิ้น มีราคาสูงรูปภาพจึงต้องมีหลายมุมมองเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เช่น สินค้าในกลุ่มนักสะสม งานศิลปะ

หรือสินค้าบางชิ้นนำเสนอในรูปภาพในด้านเดียวได้เลย เช่น เสื้อยืด หนังสือ ในบางครั้งพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าสามารถนำเสนอได้เพียงภาพเดียว ดังนั้น ภาพการนำเสนอสินค้าสามารถนำเสนอโดยใช้บุคคลในการช่วยนำเสนอสินค้าหรือการนำเสนอรายละเอียดสินค้าโดยการถ่ายภาพ Close up

องค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการถ่ายภาพ

เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง (2562) การจัดองค์ประกอบภาพเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ได้ภาพมีคุณค่ามากขึ้น โดยหลักเบื้องต้นในการจัดองค์ประกอบภาพมี 2 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ถ่ายจัดวางสิ่งของที่จะถ่ายตามความพอใจ ส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายสิ่งที่อยู่นิ่งและสิ่งที่ไร้ชีวิต เช่น ดอกไม้ เครื่องเรือน เครื่องเล่น เครื่องกีฬา และรวมทั้งการถ่ายภาพคนครึ่งตัว
2. ผู้ถ่ายหามุมถ่ายหรือเปลี่ยนเลนส์ใกล้-ไกล ตลอดจนการใช้วิธีการอื่น ๆ เพื่อให้ได้ภาพสวยงามตามต้องการ เนื่องจากไม่สามารถจะจับวางสิ่งที่จะถ่ายให้อยู่ในตำแหน่งที่ต้องการได้ เช่น ทิวทัศน์ตามธรรมชาติ หรือเหตุการณ์เคลื่อนไหวต่าง ๆ

การจัดองค์ประกอบในการถ่ายภาพได้ประยุกต์มาจากวิชาวาดเขียน คือ ถ่ายภาพให้คล้ายกับภาพวาด โดยใช้วิธีเดียวกันกับจิตรกรวาดภาพที่ต้องพยายามจัดวางองค์ประกอบภาพให้สมบูรณ์ที่สุดให้แสดงเรื่องราว อารมณ์ และบรรยากาศอย่างเด่นชัด

หลักสำคัญในการจัดองค์ประกอบภาพ

1. ตำแหน่งจุดเด่นหรือจุดสนใจ (Point of interest) หลักการประกอบภาพนั้น นิยามว่าจะเด่นหรือจุดสนใจไว้ตรงจุดตัด 9 ช่อง ไม่ว่าจะเป็นภาพแนวตั้ง แนวนอน หรือเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสก็ตาม จุดทุกจุดที่ตัดกันระหว่างเส้นนั้น ถือว่าเป็นตำแหน่งสำหรับวางจุดเด่นได้ การที่ไม่วางจุดเด่นไว้ตรงกลางภาพ เนื่องด้วยคนเราดูภาพมักจะมองดูตรงกลางก่อน ถ้าวางจุดเด่นอยู่ตรงกลางแล้วส่วนอื่น ๆ ของภาพย่อมขาดความสำคัญไป จึงควรใช้เนื้อที่ของภาพให้เป็นประโยชน์ทุกตารางนิ้ว

2. ความสมดุลของภาพ (Balance) ความสมดุลในการจัดองค์ประกอบภาพนั้นคือ การจัดวางสิ่งต่าง ๆ ในภาพให้มีความสมดุลกัน โดยมีให้ด้านใดด้านหนึ่งของภาพหนักกว่าอีกด้านหนึ่งไม่ว่าจะเป็นด้านซ้าย-ขวา หรือด้านบน-ล่าง หากวางส่วนสำคัญต่าง ๆ ให้เหมาะสม จะทำให้ความสมดุลในองค์ประกอบสวยงามดีขึ้น

3. ความสมดุลของสี (Tone Balance) ส่วนสัมพันธ์ต่าง ๆ ของสีในภาพก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึง การจัดสีเข้มไว้เบื้องล่างจะแลดูดีกว่าวางอยู่ข้างบน จะต้องมียี่สิบอยู่ส่วนบน ก็ควรแก้ไขด้วยการสอดแทรกสีอ่อนลงไปบ้าง ในทำนองเดียวกัน หากมีสีอ่อนมากไป ก็อาจเสริมสีเข้มเข้าไปบ้างก็ได้จะทำให้ความสมดุลของสีดีขึ้น

4. การเน้นสี (Emphasis on tone)

การเน้นสีเป็นการเน้นจุดเด่นให้เห็นเด่นชัดจริง ๆ เนื่องจากจุดเด่นนั้นมีความสำคัญในเรื่องน้ำหนักของสี เช่น จุดเด่นมีน้ำหนักสีเข้ม ก็ควรให้วางอยู่ในที่มีพื้นสีอ่อน ในทางกลับกันหากจุดเด่นมีสีอ่อน ก็ควรจัดให้อยู่ในพื้นที่ที่มีสีเข้มกว่าการถ่ายรูปคนที่แต่งชุดเขียวอยู่บนพื้นหญ้าสีเขียวจะทำได้ผลดีในการเน้นสี เพราะสีทั้งสองมีน้ำหนักสีใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะถ่ายเป็นภาพสีหรือภาพขาวดำก็ตาม การเน้นสีจะไม่เด่นพอ การเน้นสีในภาพสี เป็นที่ทราบกันบ้างแล้วว่า สีรุ้ง ประกอบด้วยสีแดง ส้ม เหลือง เขียว ฟ้า น้ำเงินม่วง จำนวนสีรุ้งทั้ง 7 สีนี้ สามารถแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มสีอุ่น ได้แก่ สีแดง สีส้ม สีเหลือง
- กลุ่มสีเย็น ได้แก่ สีฟ้า สีน้ำเงิน สีม่วง
- สีเขียวนั้น ถือกันว่าเป็นสีกลาง นับเข้ากับกลุ่มไหนก็ได้

สีจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันไป เช่น เมื่อเราเห็นไฟ เราก็คงรู้สึกว่าร้อน เมื่อเราเห็นดวงอาทิตย์จะรู้สึกอุ่น ดังนั้น เมื่อเราเห็นสีแดง ส้ม เหลือง ให้ความรู้สึกในด้านจิตใจจะเกิดความอบอุ่น ตื่นเต้น ทะเยอทะยาน หรือเห็นฟ้าสีคราม เห็นป่าสีเขียวเราจะรู้สึกเยือกเย็นสงบและเดี๋ยวเดียว การสัมผัสด้วยตา คือ อิทธิพลของสีที่ส่งผลกระทบต่อจิตประสาทคนเราได้

ในการถ่ายภาพจึงเป็นการสมควรที่เราจะต้องเลือกใช้สีให้ถูกต้อง ตามกาลเทศะตามเรื่องราว และตามอารมณ์ของภาพอย่างระมัดระวัง สมมติว่าเราจะถ่ายภาพคนที่แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าสีแดง การที่จะให้สีตัดกันอย่างได้ผล เราจะเลือกใช้สีฟ้าหรือสีน้ำเงินเป็นฉากหลัง ในทางตรงกันข้าม หากถ่ายภาพผู้สวมเสื้อผ้าสีน้ำเงิน เราก็คงเลือกใช้สีแดง สีส้ม หรือสีเหลืองมารองรับในฉากหลัง เพื่อให้ผลในการตัดกันของสีดูเด่นดี นอกเหนือไปจากการใช้สีอุ่น ตัดกับสีเย็นแล้ว เราอาจพลิกแพลงใช้สีที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมารวมอยู่ในภาพด้วยกันก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อการแสดงอารมณ์ตามเรื่องราวของภาพให้เด่นชัด เช่น เมื่อเราต้องการให้ภาพแสดงอารมณ์รุ่มร้อน ตื่นเต้น ทะเยอทะยานเราก็ใช้สีแดง ตัดกับสีแดงได้เพียงแต่ให้ความเข้มและความอ่อนแตกต่างกัน

5. การเน้นลักษณะของรูปทรง (Emphasis of forms) ลักษณะรูปทรงต่าง ๆ ในภาพถ่าย มีได้หลายแบบ เช่น

- รูปสามเหลี่ยม เป็นเครื่องหมายแห่งความมั่นคง หนักแน่น
- รูปตัว S แสดงถึง ความอ่อนช้อย อ่อนหวาน นุ่มนวล
- รูปตัว L แสดงถึง การเชื่อมโยง ความผูกพัน เกี่ยวพันถึงกัน

นอกจากนี้ ลักษณะของภาพที่วางเป็นเส้นทแยงมุม ย่อมแสดงถึงการเคลื่อนไหว ความรุนแรง และยังมีลักษณะรูปทรงอื่น ๆ อีกมากมาย

6. การแสดงซ้ำซากหรือล้อเลียน (Repetition Echo) องค์ประกอบในภาพถ่ายอาจจะมีการแสดงซ้ำซากหรือล้อเลียนเปรียบเช่นโคลงกลอนที่ ไพเราะจับใจ จะต้องมีส่วนสัมผัสที่ดีหรือดนตรีที่ไพเราะน่าฟัง ก็ต้องมีท่วงทำนองและลูกคู่ที่คล้องจองพร้อมเพรียงกัน

7. บรรยากาศและอารมณ์ (Atmosphere and Emotion) ภาพถ่ายก็คล้ายกับภาพเขียน ที่มีการแสดงออกถึงบรรยากาศทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ คล้อยตาม เช่น เกิดความหนาว เยือกเย็น เกิดความสงบหรือความรุ่มร้อน รุนแรง รวมทั้งอารมณ์ของภาพที่แสดงผลไปในทางแจ่มใส ร่าเริง สดชื่น หรือเศร้าโศก อับเฉา เป็นต้น

8. ลึกและทศมิติ (Third Dimension) ตามปกติแล้ว แผ่นภาพถ่ายจะมีเพียง 2 มิติ คือ ความกว้างและความยาวเท่านั้น ส่วนความลึกนั้นไม่มีการที่จะทำให้ภาพเกิดความลึกด้วยนั้น ทำได้หลายวิธี เช่น

- เน้นสิ่งที่อยู่ใกล้ให้มีสีเข้ม แล้วค่อย ๆ ให้สีจางลงไปตามระยะที่ห่างออกไป
- ประกอบโครงสร้างล้อมกรอบอยู่ในฉากหน้าของภาพ
- เน้นความชัดเฉพาะจุดเด่นที่อยู่ใกล้ปล่อยให้สิ่งที่อยู่ไกลลัดไปพร่ามัวตามลำดับ
- สรรหาสิ่งที่เป็นทิวแถว เน้นตอนหน้าให้มีลักษณะใหญ่แล้วค่อย ๆ ลดขนาดลงตามระยะ

- ใช้เส้นนำสายตาไปสู่จุดสนใจ จากใกล้ไปถึงไกล
- ให้แสงส่องมาจากด้านข้างหรือด้านหลัง พร้อมกับใช้ฉากหลังที่มีสีเข้มทำให้เกิดความลึก

แก่ภาพเช่นเดียวกัน

9. เนื้อที่ของภาพ (Picture Area) เนื้อที่ในแผ่นภาพทุกตารางนิ้ว มีไว้สำหรับจัดวางองค์ประกอบภาพถ่ายที่ให้ออกมา มีขนาดใหญ่เกินไป จะทำให้รู้สึกคับภาพ จุดเด่นเล็กเกินไปก็รู้สึกว่างเปล่าและไร้ความหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างช่องว่างกับจุดเด่นจึงมีความสำคัญเกี่ยวพันกันอยู่ จุดเด่นที่มีกิริยาเคลื่อนไหว ช่างใด หรือคนหันหน้าไปทางไหน ช่างนั้นควรให้มีช่องว่างมากกว่า มิฉะนั้นจะทำให้รู้สึกว่ามีที่ว่างจะก้าวหรือเคลื่อนไหวไปถ้าว่างจุดเด่นอยู่ชิดขอบภาพเกินไป ก็จะทำให้รู้สึกอึดอัดดูแล้วไม่สบายใจ

10. เอกภาพ (Unity) การจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในภาพให้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีเหตุผล ตามเรื่องราวที่ ภาพแสดงออกมาและเชื่อมโยงให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ได้ชื่อว่ามีเอกภาพในภาพ อย่างไรก็ตาม ไม่ควรจัดส่วนต่าง ๆ ในภาพให้เรียบร้อยเกินไปจนดูแล้วรู้ว่าเป็นการจงใจในเวลาเดียวกันก็ต้องจัดสิ่งต่าง ๆ ที่จะทำให้ภาพมีความยุ่งเหยิงออกไปให้หมดการแสดงเรื่องราวในภาพเดียวกันหลาย ๆ เรื่องก็ทำลายเอกภาพเช่นกัน

หลักการจัดองค์ประกอบภาพทั้งหมดที่กล่าวมานี้ มิได้หมายความว่าจะให้ยึดปฏิบัติอย่างเคร่งครัด หรือถือเป็นหลักการตายตัวเสมอไป แต่สำหรับผู้ที่ยังเริ่มถ่ายภาพใหม่ ๆ ควรที่จะนำไปปฏิบัติให้เข้าหลักเกณฑ์ก่อน ต่อเมื่อได้ศึกษาและฝึกฝนจนเกิดความชำนาญแล้วการที่จะพลิกแพลงหรือสร้างสรรค์ให้ได้ภาพที่ดีกว่า แปลกตากว่าก็สามารถทำได้ง่ายขึ้น

แนวคิดในการนำภาพถ่ายไปใช้ในงานผลิตสื่อ

ณัฐกร สงคราม (2557) กล่าวถึงแนวคิดการนำภาพถ่ายไปใช้ในงานผลิตสื่อ ดังนี้

การนำภาพถ่ายไปใช้ในงานผลิตสื่อนั้น นอกจากความสวยงามของภาพถ่ายแล้วสิ่งสำคัญกว่านั้นคือ ความสามารถในการสื่อสารความหมายและความรู้สึก และอารมณ์ไปสู่ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ซึ่งการพิจารณาเลือกใช้ภาพถ่ายให้เหมาะสมกับการนำเสนอในสื่อลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ในการนำภาพถ่ายไปใช้งาน ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการดูภาพก่อนว่าเป็นใครและรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง เช่น อายุ เพศ ศาสนา การศึกษา เศรษฐกิจ ภาษา ประเพณีและวัฒนธรรม การประกอบอาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย และสภาพแวดล้อม เพื่อให้สามารถเลือกใช้ภาพได้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

2. การเลือกว่าตำแหน่งของสิ่งสำคัญให้เหมาะสม เพราะต้องการให้ผู้ดูมองเห็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในภาพก่อนสิ่งอื่น ๆ ซึ่งจากตำแหน่งจุดสนใจตามหลักการของกฎ 3 ส่วน นั้น จุดที่คนส่วนใหญ่มองเห็นเป็นอันดับแรก คือ ด้านซ้ายบน ซึ่งเราสามารถเลือกว่าจุดที่สำคัญของเรื่องราวไว้ในตำแหน่งนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ก็สามารถวางไว้ในตำแหน่งอื่นได้ เพียงแต่จะต้องมีการใช้สีและการจัดองค์ประกอบให้เด่นสะดุดตาเพื่อดึงดูดสายตาของผู้ดูไปอยู่ที่ส่วนนั้นเป็นลำดับแรก

3. ภาพสามารถสื่อความหมาย ความรู้สึก และอารมณ์หรือการเล่าเรื่องราวได้ แต่อย่างไรก็ตามภาพ ๆ หนึ่ง ควรใช้เพื่อนำเสนอแนวคิดหลักเพียงแนวคิดเดียว หลีกเลี่ยงการใช้ภาพที่มีรายละเอียดมากเกินไป หรือภาพที่สามารถตีความหมายได้มากกว่า 1 ความหมาย ยกเว้นจะตั้งใจสร้างความสับสนให้กับคนดูเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งเท่านั้น

4. ในบางครั้งช่างภาพสามารถทำให้ภาพเกิดการเล่าเรื่องที่สมบูรณ์ด้วยตัวเองหรือสามารถนำเสนอเรื่องราวได้ภายในเฟรมเดียว เพื่อให้การสื่อสารสั้น กระชับ และรวดเร็ว เช่น การถ่ายภาพโดยใช้หลักการเล่าเรื่อง ตามแนวคิด Dynamic Triangle Theory ที่จัดจุดสำคัญของเรื่องราวไว้ในลักษณะรูปสามเหลี่ยมเพื่อให้เห็น Time Line ของแบบหรือวัตถุในภาพว่าทำอะไร และกำลังจะทำอะไรต่อไป

5. การนำภาพถ่ายไปใช้เพื่อเป็นตัวอย่างให้เป็นตัวอย่างให้ฝึกทักษะหรือปฏิบัติตามนั้น ควรคำนึงถึงมุมมองที่สามารถมองแล้วทำตามได้ง่าย โดยปกติในการถ่ายภาพทั่ว ๆ ไป มักจะเป็นมุมมองแบบ Objective ซึ่งเป็นการถ่ายภาพจากมุมมองของผู้ดูเพื่อแสดงให้เห็นว่ามีเหตุการณ์หรือการกระทำใดเกิดขึ้น แต่ในกรณีที่ต้องการสื่อให้ผู้ดูปฏิบัติตาม ควรเลือกใช้มุมมองแบบ Subjective ซึ่งเป็นภาพถ่ายจากมุมมองของตัวแบบหรือผู้ปฏิบัติ เพื่อให้ทราบว่าเขาทำอะไร โดยในการถ่ายภาพควรให้กล้องอยู่ในระดับสายตาของตัวแบบหรืออาจใช้มุมถ่ายข้ามไหล่ก็ได้

6. การนำภาพถ่ายไปใช้ประกอบข้อความโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อคอมพิวเตอร์ ภาพถ่ายและข้อความนั้นต้องร่วมกันสื่อความหมายให้ได้ชัดเจนที่สุด หากได้ภาพที่สามารถสื่อความหมายได้ด้วยตัวเองเป็นสิ่งที่ดีมาก แต่ก็มีภาพมากมายที่ไม่สามารถสื่อความหมายได้ด้วยตัวเอง ฉะนั้น การใช้ภาพกับข้อความจึงต้องพิจารณาให้มีความเหมาะสม และไม่ขัดแย้งกัน นอกจากนี้ ตำแหน่งของข้อความกับภาพก็เป็นสิ่งที่สำคัญ การจัดวางต้องสอดคล้องกับทิศทางการอ่านของคนเรา รวมทั้งการนำภาพถ่ายไปใช้ในสื่ออื่น ๆ เช่น เป็นสื่อภาพประกอบเสียง สื่อมัลติมีเดีย หรือสื่อวีดิทัศน์ก็ต้องพิจารณาให้มีความเหมาะสมตามหลักการเช่นเดียวกัน

โดยสรุป การถ่ายภาพเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสื่อสำหรับงานด้านการสื่อสารนั้น นอกจากการถ่ายภาพตามหลักการจัดองค์ประกอบภาพและเทคนิคการถ่ายภาพพื้นฐานแล้ว สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงที่สุด คือ ขั้นตอนก่อนการถ่ายภาพที่ควรวิเคราะห์ตั้งแต่วัตถุประสงค์ของการนำภาพถ่ายไปใช้ รวมทั้งบริบทที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงกำหนดไฟล์ภาพและขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และวางแผนการถ่ายภาพว่าจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์ประกอบและมุมมองภาพ ลักษณะเฉพาะเพื่อให้ภาพที่ถูกถ่ายออกมานั้นสามารถนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

Digital Economy คือการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างเสริมเศรษฐกิจหรือให้ง่ายกว่านั้นคือการใช้เทคโนโลยีทั้งหลายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ภาคผลิตจนถึงภาคการขาย ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีทั้งระบบ โดยเทคโนโลยีที่กล่าวมานั้น มีหลายรูปแบบตั้งแต่เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น ทั้งนี้ Digital economy หรือเศรษฐกิจดิจิทัลสามารถอธิบายได้หลายมุมมอง ดังต่อไปนี้ (อานันต์ เกียรติสารภพ, 2558 : 2)

- เศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานทางดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อการขับเคลื่อนทุกมิติของเป้าหมายของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงินการผลิตและการบริการ
- เศรษฐกิจภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ที่มีรากฐานและการขับเคลื่อน ผลักดันจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล
- เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการ รวมทั้งการเงินและกระบวนการบริหารการจัดการภายใต้มาตรฐาน และกระบวนการจัดการที่ดีเป็นสากล
- เศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการบริหารแบบบูรณาการในลักษณะ Integrated Single framework ที่เชื่อมโยงทุกเป้าประสงค์ของรัฐและเอกชนที่มีกระบวนการบริหารในรูปแบบบูรณาการ (Integrative Management)
- เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยผู้มีผลประโยชน์ร่วม ภายใต้สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ผลักดันให้ประเทศ รัฐบาลและเอกชนมีการกำกับดูแลที่ดี มีมาตรฐานจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายทุกมิติ

องค์การการค้าโลก (WTO) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์” และคณะกรรมการยุโรป (European Commission) ได้ให้คำนิยามว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หมายถึง การประกอบธุรกรรมเชิงพาณิชย์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัยการประมวลผล การส่งผ่านข้อมูลทั้งตัวอักษร เสียง ภาพเคลื่อนไหว ผ่านทางอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการประกอบกิจกรรมดังกล่าวหมายความรวมทั้ง การค้าขายสินค้าหรือบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การจัดส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การซื้อขายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ การบริการ หลังการขายผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น” โดยพื้นฐานนั้นสามารถสรุปได้ว่า อี-คอมเมิร์ซ

1. เป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
2. เป็นการติดต่อเชิงการค้า การพาณิชย์ การซื้อขายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ
3. เป็นการติดต่อผ่านระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทของอี-คอมเมิร์ซ

การจัดแบ่งประเภทของ อี-คอมเมิร์ซ สามารถพิจารณาจากเกณฑ์ความสัมพันธ์ในการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยแบ่งตามลักษณะของผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (สุรางคนา วายภาพ, 2561 : 15 – 20) ได้แก่

1. ผู้ประกอบธุรกิจกับผู้ประกอบธุรกิจ (Business to Business หรือ B2B)
2. ผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer หรือ B2C)
3. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer หรือ C2C)
4. ผู้ประกอบธุรกิจกับภาครัฐ (Business to Government หรือ B2G)
5. ภาครัฐกับประชาชน (Government to Citizen/Consumer หรือ G2C)

ความสำคัญของทักษะดิจิทัล

เกียรติศักดิ์ ลำพองชาติ (2563) กล่าวถึงปรากฏการณ์สำคัญที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะการดำเนินชีวิตในโลกศตวรรษที่ 21 ดังนี้

1. โลกเทคโนโลยี (Technologicalization) ในชีวิตความเป็นอยู่ประจำวันและชีวิตการทำงาน คนจะใช้และพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยเฉพาะเทคโนโลยีข่าวสารและการคมนาคม (Information and communication technology) ดังนั้นทักษะด้านเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากและหลีกเลี่ยงไม่ได้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งต้องพัฒนาทักษะสำหรับเทคโนโลยีกับคน 2 กลุ่ม คือ 1) ใช้เทคโนโลยีในการทำงานและดำเนินชีวิตประจำวันอย่างรู้เท่าทัน 2) ทำงานให้บริการและคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการใช้งานอย่างเหมาะสมต่อคุณภาพชีวิตในสภาพจริง ซึ่งในกลุ่มที่ 2 คนไทยยังต้องสร้างและพัฒนาทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมของคนไทยขึ้นใช้เอง และนำไปแลกเปลี่ยนการใช้งานในเวทีเศรษฐกิจโลก

2. โลกเศรษฐกิจและการค้า (Commercialization & Economy) เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเป็นโลกเทคโนโลยีที่มีการคิดพัฒนานวัตกรรมขึ้นใช้งานในการดำเนินชีวิตประจำวัน และชีวิตการทำงานของทุกอาชีพ มีการพัฒนาเทคนิคการเรียนรู้ทักษะการใช้งาน เกิดการสร้างกลยุทธ์การขายจนเกิด การแข่งขันในเวทีเศรษฐกิจโลก ในเมื่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีความเกี่ยวข้องและจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทุกคนจึงพยายามเรียนรู้ทักษะการใช้งานเพื่อแข่งขันในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เน้นการขายเป็นหลัก จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาทักษะทางการค้าที่มีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Spirit) ของการค้าในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เน้นเทคโนโลยีเน้นผลผลิตในเชิงนวัตกรรมที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญใหม่ ๆ มากขึ้น

3. โลกาภิวัตน์กับเครือข่าย (Globalization and Network) สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เน้นการขายเป็นหลัก การสื่อสาร สื่อความหมาย และการเลือกเครือข่าย วิธีการสื่อสารต้อง มีความถูกต้อง รวดเร็ว ไม่จำกัดสถานที่ ซึ่งความเป็นโลกาภิวัตน์จะถูกนำมาเป็นตัวช่วยได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลาดึงโลกกว้างให้แคบเล็กลงมา ถือเป็นอิทธิพลที่ทำให้คนในศตวรรษที่ 21 ต้องสร้างทักษะการเรียนรู้ได้มากมายหลายช่องทาง โดยเฉพาะเรื่องเครือข่ายที่จับมือในกลุ่มเดียวกันที่ต้องสร้างความร่วมมือกัน ทำงาน แลกเปลี่ยนความรู้ในเชิงพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกศตวรรษที่ 21 ก็คือ การพึ่งพากันในระดับโลกจะมีมากขึ้นในเรื่องการดำเนินชีวิตและแก้ไขปัญหาของโลก การเป็นพลเมืองของโลกดิจิทัล และการเป็นประชาธิปไตย ความต้องการผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานคิดงานใหม่ขึ้นมา และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแบบออนไลน์ซึ่งในโลกเทคโนโลยีเครือข่ายและธุรกิจต้องการผู้ประกอบการที่เป็นผู้สร้างสรรค์มากขึ้น

วิถีใหม่และความฉลาดทางดิจิทัลเกี่ยวกับความสำคัญของทักษะดิจิทัล ในยุคโควิด 19 ดังนี้

การรู้และใช้สื่อ (Media literacy) คือทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ สามารถสร้างสรรค์ สร้างสื่อใช้สื่อ เพื่อการสื่อสาร เพื่อการเรียนรู้ และสร้างคุณค่าให้กับตัวเอง สังคม แยกแยะสื่อที่เป็นความจริง (Fact) และความเห็น (Opinion) ออกจากกันได้ รู้ผลกระทบ และผลที่ติดตามมาจากการใช้สื่อ

ทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานร่วมกัน (Communications and collaboration) เป็นทักษะเพื่อกิจการสังคม สื่อสารสังคม ใช้งานระบบออนไลน์ เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และเท่าทันการรับรู้ข่าวสาร รู้ผลกระทบการให้ข่าวสารที่ผิด ทั้งเรื่องศีลธรรม จรรยาบรรณ

ทักษะความสามารถในการใช้ดิจิทัลเสริมกับอาชีพแห่งตน จัดการดูแลอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนในโลกไซเบอร์ (Career & Identity Management) สร้างสรรค์ประโยชน์จากการใช้งานข้อมูลดูแลและจัดการดูแลตนเองอย่างปลอดภัย รู้จักบริหารจัดการดูแลเอกลักษณ์แห่งตัวตน เช่น รหัสผ่าน ลายนิ้วมือ เลขบัตรประชาชน มีความรู้เรื่องพื้นฐานความมั่นคงปลอดภัย และป้องกันความเสี่ยง

ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) รู้จัก เข้าใจ เรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลพื้นฐาน ใช้อุปกรณ์ทางด้านดิจิทัลได้ ใช้บริการจากที่ให้บริการต่าง ๆ ใช้อย่างรู้คุณค่า มีคุณธรรม จริยธรรมกับการใช้งาน ใช้อย่างรับผิดชอบ

ทักษะการใช้ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ (Learning Skills) เรียนรู้ได้เร็ว มีการแสวงหาความรู้ แยกแยะข้อมูลข่าวสาร สร้างคุณค่า สร้างสรรค์งานจากการเรียนรู้ และสามารถนำความรู้มาช่วยการดำเนินงาน และสร้างประโยชน์

ทักษะการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์เชิงวิชาการ (Digital Scholarship) รู้จักแหล่งเรียนรู้ คลังความรู้ สื่อสาระ ฐานข้อมูลวิชาการ การอ้างอิง มีความเป็นผู้เรียนรู้ หาสิ่งใหม่ เสริมความเป็นผู้เชี่ยวชาญ เรียนรู้จากการให้บริการทางการศึกษาที่มีในระบบดิจิทัล สื่อสาระออนไลน์ การจัดการเรียนรู้จากสื่อสาระ การเรียนออนไลน์ การทำวิจัยสร้างสรรค์ผลงานจากดิจิทัล

ทักษะการใช้ข้อมูลข่าวสาร (Information Literacy) รู้เทคนิคการค้นหา แปลความ ประเมิน การจัดการ ข่าวสาร การแบ่งปัน การส่งกระจาย การมองเห็น การใช้ประโยชน์

การศึกษาของคนไทยต้องเตรียมรับในเรื่องทักษะเหล่านี้ที่จะสร้างคนไทยในชาติให้รองรับการก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัล และสร้างสรรค์กำลังพลของชาติ สิ่งที่สำคัญคือ ต้องให้คนไทยอยู่กับโลกยุคใหม่ที่ใช้ดิจิทัลได้อย่างมีความสุข (ยีน ญูวรรณ์, 2564, วิถีใหม่และความฉลาดทางดิจิทัล, shorturl.asia/dylEw)

เศรษฐกิจดิจิทัล

“เศรษฐกิจดิจิทัล” (Digital Economy) ไม่ใช่แนวคิดใหม่ แนวคิดดังกล่าวมีการกล่าวถึงครั้งแรกในกลางยุค 90 โดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกัน ชื่อ Mr. Don Tapscott เป็นผู้เขียนหนังสือเรื่อง “เศรษฐกิจดิจิทัล” ตีพิมพ์สู่สาธารณะชนเป็นครั้งแรก ซึ่งยุค 90 ถือเป็นยุครุ่งเรืองของ “เทคโนโลยีดิจิทัล” ได้มีแนวคิดทฤษฎีของนักวิจัยและนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านออกมามากมาย ส่งผลให้นักลงทุนหันมาตื่นตัวในการลงทุนด้านธุรกิจอินเทอร์เน็ต จนทำให้ตลาดหุ้น Nasdaq ในอเมริกาขณะนั้นพุ่งสูงขึ้นไปถึง 5000 กว่าจุด ขณะเดียวกันอเมริกาก็มีการประกาศนโยบายสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลแนวใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี ค.ศ. 1990 – ปี ค.ศ. 2000 อุตสาหกรรมสารสนเทศของอเมริกาเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 6.47 (อัตราการขยายตัวมากกว่า GDP ของประเทศถึง 2 เท่า) แต่ต่อมาในปี ค.ศ. 2001 เศรษฐกิจดิจิทัลเกิดปรากฏการณ์ฟองสบู่ กิจการหลายรายต้องปิด

ตัวลง นักวิจัยหลายท่านให้ความเห็นว่าปรากฏการณ์ฟองสบู่เป็นเพียงหนึ่งในกระบวนการการพัฒนาของเศรษฐกิจดิจิทัล กล่าวคือเป็นช่วงขาลง (Low Tide) เท่านั้น

หลังจากนั้น ในปี ค.ศ. 2004 บริษัท Facebook ได้ก่อตั้งขึ้น และใช้ระยะเวลาไม่กี่ปีก็สามารถทำรายได้แซงหน้าบริษัท Google ทำให้เกิดเป็นกระแสที่ทั่วโลกหันมาจับตามองอีกครั้ง ซึ่งในช่วงปี ค.ศ. 2004-2007 อุตสาหกรรมดิจิทัลได้กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง โดยอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลก เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

จนมาถึงในปี ค.ศ. 2008 ที่เป็ญยุควิกฤตการเงินโลก (International Financial Crisis) กิจกรรมยักษ์ใหญ่หลายรายต้องปิดตัวลง แต่บริษัทด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ Apple, Facebook, Google, Amazon, Microsoft กลับแทบไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด รวมถึงบริษัทดิจิทัลในจีนอย่าง Alibaba, Baidu, Weibo ต่างไม่ได้รับผลกระทบเช่นกัน

จากเหตุการณ์วิกฤตการเงินโลก ทำให้ทั่วโลกรวมถึงจีนตระหนักถึงการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ โดยเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (New Normal) ซึ่งปัจจุบันจีนกำลังเข้าสู่ยุคการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ New Normal โดยมีเทคโนโลยี Big Data แรงงานอัจฉริยะ เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (VR) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

“โครงการความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลในกลุ่ม 20 ประเทศสมาชิก” ได้นิยามความหมายของ “เศรษฐกิจดิจิทัล” ว่า “เครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ” ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลสารสนเทศ และอินเทอร์เน็ต แต่ผู้นำในกลุ่ม 20 ประเทศในการประชุม G20 หลีกเลี่ยงที่จะใช้คำว่า “เศรษฐกิจสารสนเทศ” มาใช้ว่า “เศรษฐกิจดิจิทัล” แทนนั้น เนื่องจากคำนึงถึงผลที่จะตามมา โดยได้กำหนดความหมายคร่าว ๆ ของ “เศรษฐกิจดิจิทัล” ว่า เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวผลักดันประสิทธิภาพของโครงสร้างเศรษฐกิจ และมีเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เป็นตัวขับเคลื่อน และมีข้อมูลสารสนเทศแบบดิจิทัลเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อ ธุรกิจไทยในจีน, 2556 : ออนไลน์)

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเอาไอที หรือ เทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งยุคปัจจุบันที่การใช้สมาร์ตโฟนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G, 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่า PC มาก และทำให้เกิดการใช้งานในวงกว้าง แม้กระทั่งบุคคลที่ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อน ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ มากมายในแทบทุกสาขาเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2555 : ออนไลน์)

เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy หรือ DE) หมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(หรือเรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้ทันสมัย เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิตการดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

แนวคิดการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน การพัฒนาทั้งในการแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหาโดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมวางแผน ตัดสินใจ และปฏิบัติตามแผน ร่วมตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ ร่วมติดตามประเมินผลและรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงประชาชน ชุมชน และเครือข่ายทุกรูปแบบในพื้นที่ (สถาบันพระปกเกล้า, 2559)

รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบคือ

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้ การได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

2. การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น

3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือกิจกรรมนั้น ได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้น ซึ่งมีหลายรูปแบบ ได้แก่

- 3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) โดยจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม

- 3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายและให้ความเห็นต่อโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

- 3.3 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผย ไม่มีการปิดบังทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการที่เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่ ลักษณะที่สำคัญของการมีส่วนร่วมว่าเป็นเรื่องของกระบวนการ ซึ่งได้สรุปถึงขั้นตอนของการมีส่วนร่วมได้ 4 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

- 4.1 มีส่วนร่วมในการคิด ศึกษา และค้นคว้า หาปัญหาและสาเหตุของปัญหาตลอดจนความต้องการของชุมชน

- 4.2 มีส่วนร่วมในการวางนโยบายหรือแผนงาน โครงการหรือกิจกรรม เพื่อลดและแก้ไขปัญหา

4.3 มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

4.4 มีส่วนร่วมในการควบคุมติดตามและประเมินผลการทำงาน

การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจำเป็นต้องใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการนำพาข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐบาลหรือเอกชนไปสู่ประชาชนผู้เป็นเป้าหมาย สิ่งสำคัญในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหรือชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการสื่อสารนั้น ต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะถือว่าเป็นส่วนช่วยให้กระบวนการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์ หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกในสังคมเป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น กล่าวคือ ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาชุมชน ให้มีความเข้มแข็งเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมและประเทศชาติได้ (กรมประมง, 2562)

บริบทชุมชนตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน ประกอบด้วย หมู่ 1 บ้านห้วยสัก หมู่ 2 บ้านป่าซางงาม หมู่ 3 บ้านหนองปากอ หมู่ 4 บ้านหนองกล้วย หมู่ 5 บ้านศรีบุญเรือง หมู่ 6 บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 7 บ้านศรีสุพรรณ หมู่ 8 บ้านวังเชียง หมู่ 9 บ้านทุ่งโป่ง และหมู่ 10 บ้านใหม่พัฒนาใต้ ซึ่งอำเภอดอยหลวงสามารถที่จะเดินทางผ่านไปยังอำเภอเชียงแสน เชียงของ และพรมแดนประเทศลาวและพม่า จัดเป็นอำเภอที่อยู่ราบลุ่มน้ำแม่กก พื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นภูเขาสูง โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม รายได้ส่วนใหญ่ถือว่าอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งในพื้นที่ไม่มีกิจการหรือหน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ ภายหลังได้มีการตัดถนนเลี่ยงจากเชียงรายมาเชียงแสน ทำให้ชุมชนขยายตัวและเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองได้ง่าย มีเพียงประชากรบางส่วนเท่านั้นที่เดินทางทำงานต่างภูมิลำเนา จากข้อมูลชุมชนของเว็บไซต์ องค์การบริหารหนองปากอ แสดงข้อมูลบริบทของชุมชนในหมู่บ้าน ดังต่อไปนี้

หมู่ที่ 1 บ้านห้วยสัก ตำบลหนองปากอ

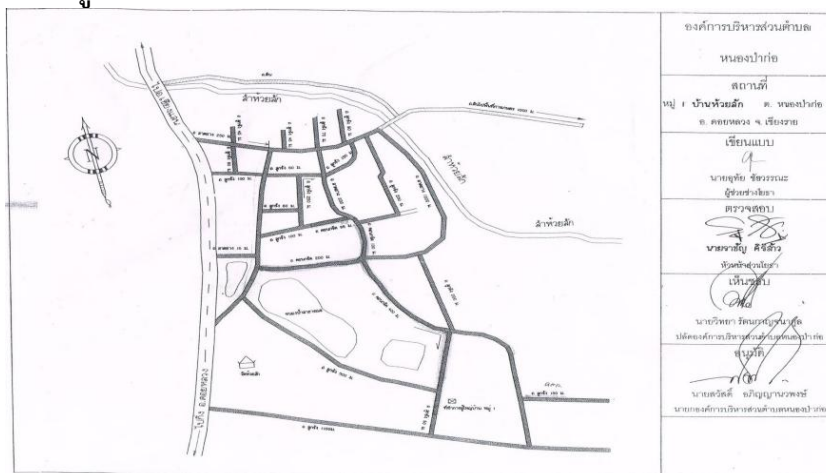
ประวัติหมู่บ้าน

เมื่อประมาณ 110 ปีมาแล้ว ประมาณปี พ.ศ. 2438 ได้มีนายดอกเดือน ก้างยาง เป็นหัวหน้าชักชวนราษฎร จำนวน 8 ครอบครัว เป็นชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง (กะเหรี่ยง หรือเผ่าปวากะญอ) อพยพมาจากอำเภอเถิน จังหวัดลำพูน มาตั้งรกรากที่บ้านห้วยสัก ต่อมาได้มีราษฎรอพยพเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2475 บ้านห้วยสัก ก็ได้ประกาศเป็นหมู่บ้านขึ้น โดยมีนายบุญแก้ว ก้างยาง เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรกจนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2486 จากนั้นมาปี พ.ศ. 2524 บ้านห้วยสักก็ได้จัดตั้งมาเป็นหมู่บ้านอาสาพัฒนาป้องกันตนเอง ตั้งแต่ได้รับประกาศจัดตั้งเป็นหมู่บ้านมา มีการเลือกผู้ใหญ่บ้านขึ้นปกครองดูแลบ้าน

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

1. นายบุญแก้ว ก้างยาง ระหว่างปี พ.ศ. 2475 - 2486
2. นายสุข สมเมือง ระหว่างปี พ.ศ. 2486 - 2509
3. นายอินทอง สมเมือง ระหว่างปี พ.ศ. 2509 - 2522
4. นายแก้ว สุวรรณ ระหว่างปี พ.ศ. 2522 - 2527
5. นายกุย แก้วดา ระหว่างปี พ.ศ. 2527 - 2530
6. นายมา ลาจันแก้ว ระหว่างปี พ.ศ. 2530 - 2531
7. นายแก้ว สุวรรณ ระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2534
8. นายอุ่นเรือน ไชยลังกา ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2547
9. นายอาจ ปวงมาลัย ระหว่างปี พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

บ้านห้วยสัก มีพื้นที่ 18 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านห้วยสัก เป็นที่ราบเนินเขา มีพื้นที่ราบเป็นบางส่วนที่ใช้ประกอบอาชีพการเกษตร การตั้งบ้านเรือนอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม

อาณาเขตติดต่อ

บ้านห้วยสัก อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 6 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านป่าซางงาน หมู่ที่ 2 ตำบลหนองปากอ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านดอย หมู่ 3 ตำบลโชคชัย
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ป่าชุมชนของหมู่บ้านพื้นที่เป็นดอยหลวง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ลำน้ำบาง

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	470	คน
แยกเป็น	ชาย	247 คน หญิง 233 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

1. อาชีพทำนา	จำนวน	90	ครัวเรือน
2. อาชีพทำไร่	จำนวน	90	ครัวเรือน
3. อาชีพทำสวน	จำนวน	40	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

1. อาชีพเลี้ยงสัตว์	จำนวน	6	คน
2. อาชีพประมง	จำนวน	2	คน
3. อาชีพค้าขาย	จำนวน	9	คน
4. อาชีพบริการ	จำนวน	2	คน
5. อาชีพรับจ้าง	จำนวน	112	คน
6. อาชีพรับราชการ	จำนวน	15	คน

จำนวนกลุ่มกิจกรรม และกลุ่มอาชีพ

ในบ้านหมู่ 1 บ้านห้วยสัก มีกลุ่มกิจกรรม หรือกลุ่มอาชีพได้แก่ กลุ่มทอผ้า, กลุ่มปุยหมักชีวภาพ, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มออมทรัพย์

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านห้วยสัก มีจำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กองทุนสงเคราะห์ศพ, กองทุนกลุ่มออมทรัพย์, กลุ่มปุยหมัก

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายแก้ว วังมา ภูมิปัญญาด้านการทำพิธีกรรมสะเดาะเคราะห์
2. นายสุข ปวงมาลัย ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า หมอดู
3. นายเป้ง ลาคี ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า หมอดู
4. นายผัด ลาคี ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า
5. นายคำ รุ่งดี ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า หมอดู
6. นายวงศ์ สุใจ ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า หมอดู
7. นายสุขแก้ว เสาร์แก้ว ภูมิปัญญาด้านการรักษาด้วยพิธีกรรม เช่น การใช้คาถาเป่า และภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน
8. นายสมบุญ สมเมือง ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมทางศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรม
9. นายสุข ปวงมาลัย ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมของชนเผ่า หัวหน้าเผ่า
10. นายบุญปิ่น ก้างยาง ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมของชนเผ่า หัวหน้าเผ่า
11. นายสีจันทร์ ลาแพแว ภูมิปัญญาด้านงานไม้ งานปูน งานไฟฟ้า
12. นายคำ คำปา ภูมิปัญญาด้านงานปูน
13. นายก้องหล้า วิษาเร็ว ภูมิปัญญาด้านงานไม้
14. นายลีชัย ใจดี ภูมิปัญญาด้านงานไม้ งานปูน
15. นางตุ่นแก้ว ไชยลังกา ภูมิปัญญาด้านงานหัตถกรรมชนเผ่า (ผ้าทอมือ)
16. นายศุก คำตะ ภูมิปัญญาด้านงานไม้ งานปูน

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านป่าซางงาม ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงเขา มีพื้นที่ราบเป็นบางส่วนที่ใช้ประกอบอาชีพการเกษตร การตั้งบ้านเรือนอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มในพื้นที่ราบ ล้อมรอบด้วยทุ่งนา และป่าชุมชน โดยบ้านป่าซางงามมีพื้นที่ทั้งหมด 12 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านป่าซางงามอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 8 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านศรีบุญเรือง หมู่ที่ 5 ตำบลหนองปากอ่
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านห้วยสัก หมู่ที่ 1 ตำบลหนองปากอ่
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ทิวเขาดอยหลวง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ลำน้ำบาง

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	486	คน				
แยกเป็น	ชาย	234	คน	หญิง	256	คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

1. อาชีพทำนา	จำนวน	100	ครัวเรือน
2. อาชีพทำไร่	จำนวน	35	ครัวเรือน
3. อาชีพทำสวน	จำนวน	11	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

1. อาชีพรับจ้าง	จำนวน	90	ครัวเรือน
2. อาชีพค้าขาย	จำนวน	8	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรม และกลุ่มอาชีพ

ในบ้านป่าซางงาม หมู่ 2 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง, กลุ่มจักสาน, กลุ่มแม่ลัดพันธุ์ข้าว, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มสภาเด็กและเยาวชน, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มออมทรัพย์

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านป่าซางงาม มีจำนวน 3 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กองทุนกลุ่มออมทรัพย์

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายขาว จันตา ภูมิปัญญาด้านยาสมุนไพร และภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม เช่น พิธีสะเดาะเคราะห์

- | | |
|----------------------|--|
| 2. นายแก้วมา รุ่งดี | ภูมิปัญญาด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่น หมอคาถาเสก เป่า รักษาโรค |
| 3. นายจำเริญ ก้างยาง | ภูมิปัญญาด้านการนวดจับเส้น นวดแบบชนเผ่าปกาเกอะญอ |
| 4. นายสุแก้ว ก้างยาง | ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมทางศาสนา และพิธีกรรมของชนเผ่าปกาเกอะญอ |
| 5. นายเต็ม อูมา | ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมทางศาสนา และพิธีกรรมของชนเผ่าปกาเกอะญอ การเลี้ยงผี การทรงเจ้าดูแลดอนปู่ตา |
| 6. นายจันทร์ ก้างยาง | ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมทางศาสนา และพิธีกรรมของชนเผ่าปกาเกอะญอ การเลี้ยงผี การทรงเจ้าดูแลดอนปู่ตา |
| 7. นางอุสนา ปวนทา | ภูมิปัญญาด้านการทอผ้าพื้นเมือง |
| 8. นายจินดา ก้างยาง | ภูมิปัญญาด้านการฟ้อนรำ การต่อสู้มือเปล่า (ฟ้อนเจิง) |

หมู่ที่ 3 บ้านหนองปากอ ตำบลหนองปากอ

ประวัติหมู่บ้าน

บ้านหนองปากอ เป็นหมู่บ้านดั้งเดิม ในราวปี พ.ศ. 2469 ได้มีผู้คนอพยพจากจังหวัดเชียงใหม่(คนพื้นเมือง) มาจากอำเภอฝาง จังหวัดลำพูน (กระเหรี่ยง หรือเผ่าปวากะญอ) ประมาณ 10 ครอบครัว และมาจากตำบลจันจว้า อำเภอแม่จัน จากนั้นในปี พ.ศ. 2507 ก่อนน้ำท่วมใหญ่บริเวณลุ่มน้ำโขง 2 ปี (น้ำท่วมปี 2509) ได้มีผู้คนอพยพมาจากภาคอีสาน จังหวัดหนองคาย จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา จนเป็นชุมชนใหญ่ มีหมู่บ้านสาขามากมาย เช่น บ้านใหม่พัฒนา บ้านห้วยน้ำตัน หรือบ้านศรีสุวรรณ บ้านทุ่งโป่ง บ้านศรีบุญเรือง บ้านสันทราย

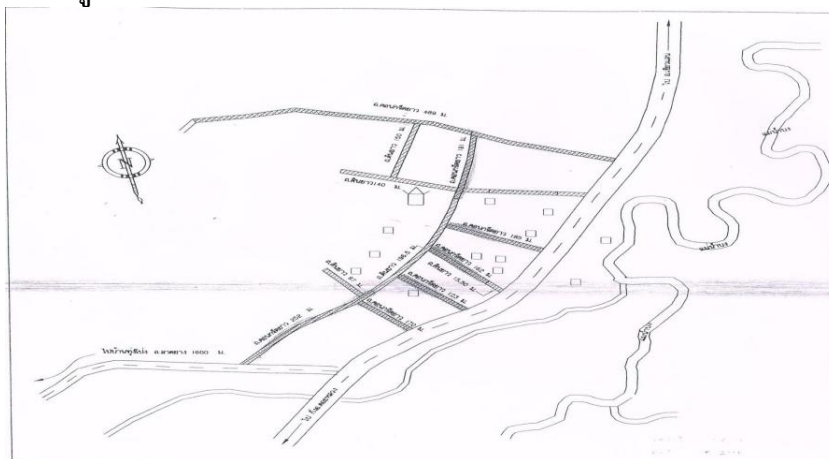
ชื่อ “หนองปากอ” เดิมชื่อ “หนองปลาก่อ” ซึ่งเป็นหนองดั้งเดิมของหมู่บ้านที่มีปลาก่อหรือปลาชนิดหนึ่งคล้ายปลาช่อนแต่ตัวเล็กกว่าเป็นจำนวนมาก จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่า หนองปลาก่อ ต่อมาจึงกลายเสียงเป็น “หนองปากอ”

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

1. นายปิง (ไม่ทราบนามสกุล) ระหว่างปี พ.ศ. 2469 – 2482 (ผู้ก่อตั้งหมู่บ้าน)
2. นายไชยวัฒน์ (ไม่ทราบนามสกุล) ระหว่างปี พ.ศ. 2482 - 2486
3. นายเหมย (ไม่ทราบนามสกุล) ระหว่างปี พ.ศ. 2486 - 2492
4. นายผาย แอฤทธิ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2492 - 2498
5. นายสุข วงศ์ทอง ระหว่างปี พ.ศ. 2498 - 2503
6. นายนวล พานิช ระหว่างปี พ.ศ. 2503 - 2507
7. นายทอง ไชยศรี ระหว่างปี พ.ศ. 2507 - 2510
8. นายอ้วน นันทะเสน ระหว่างปี พ.ศ. 2510 - 2513
9. นายอ้าย อินตา ระหว่างปี พ.ศ. 2513 - 2518
10. นายแก้ว มูลแจ่ม ระหว่างปี พ.ศ. 2518 - 2522
11. นายมา เครือมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2522 - 2523

12. นายสี สีทองแดง	ระหว่างปี พ.ศ. 2523 - 2524
13. นายสมบุรณ์ แก้วรากมูข	ระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2534
14. นายดี กัลยา	ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2545
15. นายนิค บุญยัง	ระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2546
16. นายบุญ วงศ์ทอง	ระหว่างปี พ.ศ. 2546 - 2553
17. นายสุชาติ ทวีรุ่งกิจ	ระหว่างปี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของชุมชนเป็นพื้นที่ราบ มีการตั้งบ้านเรือนรวมกันเป็นกลุ่ม ๆ โดยมีพื้นที่อยู่

10.02 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านหนองปาก่ออยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 6 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านทุ่งโป่ง หมู่ที่ 9 ตำบลหนองปาก่อ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านหนองด่าน ตำบลโชคชัย
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ลำน้ำบาง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	บ้านหนองกล้วย หมู่ที่ 4 และบ้านวังเขียว หมู่ที่ 8

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	614	คน
แยกเป็น	ชาย	303 คน
	หญิง	311 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

1. อาชีพทำนา	จำนวน	208	ครัวเรือน
2. อาชีพทำไร่	จำนวน	13	ครัวเรือน
3. อาชีพทำสวน	จำนวน	38	ครัวเรือน
4. อาชีพประมง	จำนวน	1	ครัวเรือน
5. อาชีพเจ้าหน้าที่ของรัฐ	จำนวน	1	ครัวเรือน
6. อาชีพพนักงานบริษัท	จำนวน	15	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

1. อาชีพรับจ้างทั่วไป	จำนวน	90	ครัวเรือน
2. อาชีพค้าขาย	จำนวน	39	ครัวเรือน
3. อาชีพธุรกิจส่วนตัว	จำนวน	8	ครัวเรือน
4. อาชีพอื่น ๆ	จำนวน	7	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านหมู่ 3 บ้านหนองปากอ มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขมูลฐาน, ชุติรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน (ชรบ.), กลุ่มคณะกรรมการหมู่บ้าน, กลุ่มสตรี

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านหนองปากอ มีจำนวน 5 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุนพัฒนาสตรี, กองทุน กขคจ., กองทุนสงเคราะห์ศพ, กองทุนกลุ่มออมทรัพย์

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายแก้ว มูลแจ่ม	ภูมิปัญญาด้านการปรุงยาสมุนไพร หมอเมือง
2. นายอู๊ด จินะสาม	ภูมิปัญญาด้านการทำบั้งไฟ
3. นายเย็น แอฤทธิ์	ภูมิปัญญาด้านการทำบั้งไฟ
4. นายตัน ทาเต็ม	ภูมิปัญญาด้านงานช่างไม้ และด้านการหมักปุ๋ยชีวภาพ
5. นางกุลลาบ กัลยา	ภูมิปัญญาด้านการทอผ้า
6. นายบัง สุทธิรักษทรัพย์	ภูมิปัญญาด้านการจักสาน
7. นายทองม้วน ดอนเทพพล	ภูมิปัญญาด้านการเกษตรหมอดิน
8. นายวัน แก้วดำ	ภูมิปัญญาด้านการขยายพันธุ์ข้าวโพด

หมู่ที่ 4 บ้านหนองกล้วย ตำบลหนองปากอ

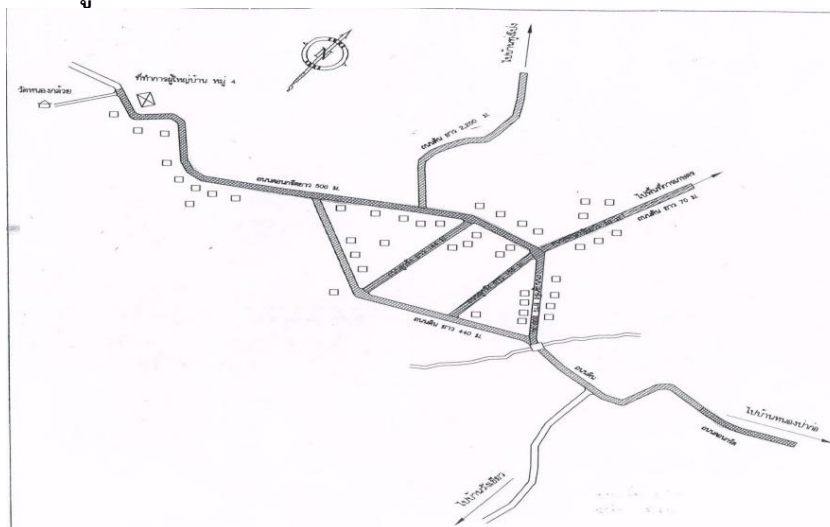
ประวัติหมู่บ้าน

บ้านหนองกล้วยเริ่มตั้งหลักปักฐานปี พ.ศ. 2504 โดยการนำของนายแป้น นางจันทร์ มีประเสริฐ ได้นำครัวเรือน จำนวน 5 ครัวเรือนอพยพ ต่อมาในปี พ.ศ. 2506 จากทางภาคอีสานมาจากจังหวัดนครราชสีมา อีก 10 ครัวเรือน การปกครองขึ้นอยู่กับบ้านหนองปากอ หมู่ที่ 3 ตำบลปงน้อย และในปี พ.ศ. 2509 มีผู้อพยพเพิ่มอีก 30 ครัวเรือน รวมเป็น 45 ครัวเรือน ได้รับประกาศจากกระทรวงมหาดไทยจัดตั้งให้เป็นหมู่บ้านหนองกล้วย หมู่ที่ 13 ตำบลปงน้อย อำเภอแม่จัน โดยมีนายสวัสดิ์ สมหวาน เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก ในปี พ.ศ. 2525 ได้แยกตำบลมาเป็นตำบลหนองปากอ ชื่อบ้านหนองกล้วย ตั้งชื่อตามหนองน้ำซึ่งเป็นที่ตั้งบริเวณหมู่บ้าน

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

- | | |
|----------------------|---|
| 1. นายสวัสดิ์ สมหวาน | ระหว่างปี พ.ศ. 2513 - 2518 (ตั้งหมู่บ้าน) |
| 2. นายบุญสงค์ เลขนอก | ระหว่างปี พ.ศ. 2518 - 2534 |
| 3. นายสมาน สมหวาน | ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2556 |
| 4. นายคมจิตร เตรอด | ระหว่างปี พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน |

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

บ้านหนองกล้วย ตั้งอยู่ที่ทิศเหนือของอำเภอดอยหลวง ตั้งอยู่บริเวณที่ราบเชิงเขาสูงสู่แม่น้ำกก ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง 15 กิโลเมตร พื้นที่ทั้งหมด 3,285 ไร่ แยกเป็นพื้นที่การเกษตร 1,385 ไร่ พื้นที่ป่าไม้ 1,660 ไร่ ที่อยู่อาศัย 135 ไร่ และเป็นพื้นที่ห้วย หนองคลอง บึง จำนวน 106 ไร่

อาณาเขตติดต่อ

อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง ระยะทาง 15 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	แม่น้ำกก / ตำบลโยนก อำเภอเชียงแสน
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านวังเขียว หมู่ที่ 8 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	บ้านหนองป่าก่อ หมู่ที่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ลำน้ำกก / ตำบลท่าข้าวเปลือก อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	256	คน				
แยกเป็น	ชาย	127	คน	หญิง	129	คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

1. อาชีพทำการเกษตร	จำนวน	43	ครัวเรือน
2. อาชีพค้าขาย	จำนวน	8	ครัวเรือน
3. อาชีพรับจ้าง	จำนวน	15	ครัวเรือน

อาชีพเสริมของครัวเรือน

1. อาชีพทำการเกษตร	จำนวน	1	ครัวเรือน
2. อาชีพค้าขาย	จำนวน	6	ครัวเรือน
3. อาชีพรับจ้าง	จำนวน	43	ครัวเรือน
4. อาชีพประมงน้ำจืด	จำนวน	14	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านหมู่ 4 บ้านหนองกล้วย มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเลี้ยงหมู, กลุ่มปลาร้าหมัก, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มธนาคารข้าว

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านหนองกล้วย มีจำนวน 5 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ. (กองทุนแก้ไขความยากจน) , กองทุนสงเคราะห์ศพ, กองทุนเงินอุดหนุนหมู่บ้าน อพป., กองทุนพัฒนาสตรี

หมู่ที่ 5 บ้านศรีบุญเรือง ตำบลหนองปากอ้อ

ประวัติหมู่บ้าน

เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2509 ได้มีงานบุญเย็น แข่งแรง นายปี สายมณี นายเสาร์ ลาพิง ได้ร่วมกันก่อตั้งหมู่บ้านกลุ่มแรก มีจำนวน 4 หลังคาเรือน จำนวนประชากรประมาณ 15 คน โดยแยกมาจากบ้านหนองปากอ้อ หมู่ 6 ตำบลปงน้อย อำเภอมะจัน จังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2524 ได้รับการแต่งตั้งจากกระทรวงมหาดไทย ให้เป็นบ้านศรีบุญเรือง หมู่ 19 ตำบลปงน้อย อำเภอมะจัน จังหวัดเชียงราย โดยมีนายสาร จันโณ เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

1. นายสาร จันโณ ระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2525

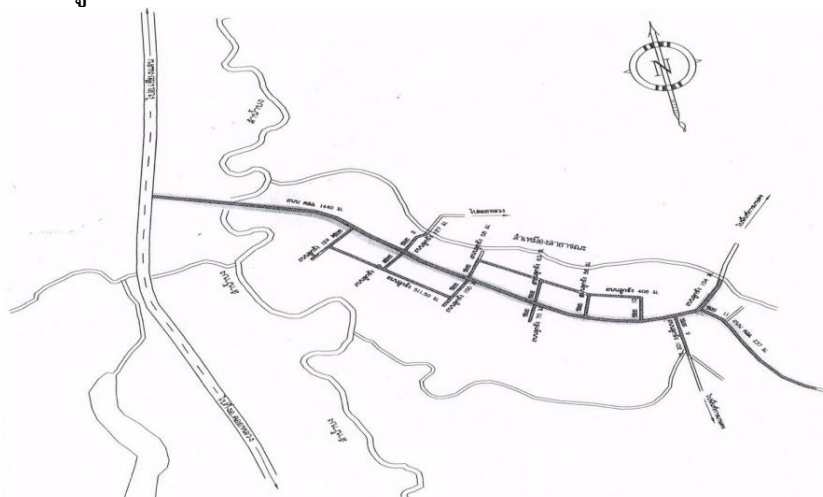
2. นายผล ไชยวุฒิ ระหว่างปี พ.ศ. 2525 - 2542

และได้รับการคัดเลือกให้ดำรงตำแหน่งกำนันตำบลหนองปากอ้อตั้งแต่ พ.ศ. 2542 - 2555

3. นางสาวนันทยา ปินตา ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2558

4. นายธีรโชติ เพ็ชสิงห์ ระหว่างปี พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านศรีบุญเรือง เป็นที่ราบเชิงเขา มีลำห้วย และหนองน้ำ ในฤดูฝน น้ำหลาก มีน้ำท่วมถึงในพื้นที่ทำการเกษตร มีน้ำบงไหลผ่านหมู่บ้าน การตั้งบ้านเรือนจะยาวไปตามถนน และซอยเข้าบ้าน โดยพื้นที่หมู่บ้านทั้งหมดมี 5.20 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านศรีบุญเรืองอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอตอขมูล เป็นระยะทาง 12 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 6 ตำบลหนองปากอ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านป่าซางงาม หมู่ 2 ตำบลหนองปากอ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	บ้านดอนงาม หมู่ 4 ตำบลหนองปากอ
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	บ้านหนองปากอ หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	350	คน
แยกเป็น	ชาย	169 คน หญิง 181 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

1. อาชีพทำนา	จำนวน	27	ครัวเรือน
2. อาชีพทำยางพารา	จำนวน	78	ครัวเรือน
3. อาชีพทำสวนข้าวโพด	จำนวน	2	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

1. อาชีพเลี้ยงสัตว์	จำนวน	50	ครัวเรือน
2. อาชีพค้าขาย	จำนวน	22	ครัวเรือน
3. อาชีพรับจ้าง	จำนวน	109	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านศรีบุญเรือง หมู่ 5 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มจักสาน, กลุ่มไม้กวาด, กลุ่มอาหารหมู, กลุ่ม อบรม, กลุ่ม ชรบ.

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านศรีบุญเรือง มีจำนวน 3 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กองทุนแม่ของแผ่นดิน

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายสาร จันโณ	ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน งานไม้แบบพื้นบ้านล้านนา
2. นายแสง ศรีดารา	ภูมิปัญญาด้านโหราศาสตร์ การทำนาย
3. นายส่อง จริอินทร์	ภูมิปัญญาด้านโหราศาสตร์ พิธีกรรมล้านนา
4. นายดี จินะ	ภูมิปัญญาด้านการจ้อย การขอ
5. นายบั้ง แข็งแรง	ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมของหมู่บ้าน หัวหน้าเผ่า
6. นายนิรุทธ์ กันศรีเวียง	ภูมิปัญญาด้านงานช่างไม้แบบพื้นบ้านล้านนา
7. นายอินปัน ใจวงศ์	ภูมิปัญญาด้านการเพาะพันธุ์ ขยายพันธุ์พืช

- | | |
|-----------------------|---|
| 8. นางกัญญา คำเสาร์ | ภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหาร ทำแหนม |
| 9. นางน้อย จอมนาริน | ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหาร กลั้วฉาบ กลั้วตาก |
| 10. นายผล ไชยวุฒิ | ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการงานของหมู่บ้าน |
| 11. นายศรีสุข ดวงสนิท | ภูมิปัญญาด้านงานก่อสร้าง |

หมู่ที่ 6 บ้านใหม่พัฒนา ตำบลหนองปาก่อ

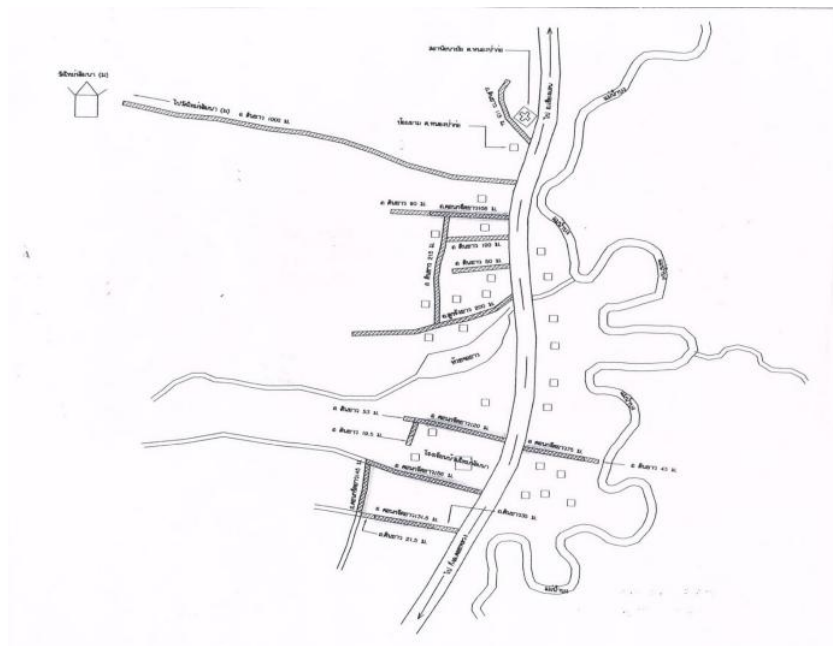
ประวัติหมู่บ้าน

ในราวปี พ.ศ. 2490 บริเวณบ้านใหม่พัฒนาปัจจุบัน เป็นพื้นที่ทำการเกษตร และต่อมามีผู้อพยพจากจังหวัดแพร่ ลำพูน ลำปาง และจากบ้านป่าซาง (อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ปัจจุบัน) ต่อมามีจำนวนครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น จึงได้รับการแต่งตั้งเป็นหมู่บ้านชั่วคราว การปกครองขึ้นอยู่กับบ้านหนองปาก่อ อำเภอแม่จัน มีนายสื้อ ไจวรรณะ เป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหรือทางเหนือล้านนาเรียกว่า “แก่ท๊อก” ในปี พ.ศ. 2502 และมีผู้อพยพมาเพิ่มมากขึ้น จากตำบลจันจว้า อำเภอแม่จัน จากอำเภอแม่สาย จึงได้รับการประกาศจัดตั้งเป็นหมู่บ้าน ในปี พ.ศ. 2509 ชื่อว่า บ้านใหม่พัฒนา หมู่ที่ 10 ตำบลปงน้อย อำเภอแม่จัน มีนายมูล อะทะถ้ำ เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2524 ตำบลหนองปาก่อ ได้แยกการปกครองออกจากตำบลปงน้อย บ้านใหม่พัฒนาจึงได้เปลี่ยนเป็น หมู่ที่ 6 บ้านใหม่พัฒนา ตำบลหนองปาก่อ จนถึงปัจจุบัน

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. นายสื้อ ไจวรรณะ | ระหว่างปี พ.ศ. 2502 - 2509 (ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหนองปาก่อ) |
| 2. นายปิ่น ปงทอง | ระหว่างปี พ.ศ. 2509 - 2511 (ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหนองปาก่อ) |
| 3. นายมูล อะทะถ้ำ | ระหว่างปี พ.ศ. 2511 - 2515 (ผู้ใหญ่บ้านแยกเป็นหมู่ที่ 11) |
| 4. นายจันท์ เด็ดขาด | ระหว่างปี พ.ศ. 2515 - 2522 (ผู้ใหญ่บ้าน) |
| 5. นายหวัน อภิวงษ์งาม | ระหว่างปี พ.ศ. 2522 - 2523 (ผู้ใหญ่บ้าน อพป.) |
| 6. นายจันท์ แข่งขัน | ระหว่างปี พ.ศ. 2523 - 2525 |
| 7. นายพร อภิธรรม | ระหว่างปี พ.ศ. 2525 - 2527 |
| 8. นายจันท์ แข่งขัน | ระหว่างปี พ.ศ. 2527 - 2535 (แยกเป็นกิ่งอำเภอดอยหลวง) |
| 9. นายสุรินทร์ อินตะมี | ระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2549 (แยกเป็นหมู่บ้านออกเป็นหมู่ 11) |
| 10. นายสนั่น ราชจันดี | ระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2555 |
| 11. นายก้านแก้ว อภิวงษ์งาม | ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน |

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านใหม่พัฒนา เป็นที่ภูเขา ป่าและเนินเขา มีพื้นที่ราบเป็นบางส่วน พื้นที่ป่าตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของหมู่บ้าน หมู่บ้านตั้งอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเรียงรายตามถนน แยกเป็นพื้นที่การเกษตร จำนวน 1,710 ไร่ พื้นที่อยู่อาศัย จำนวน 42 ไร่ พื้นที่แหล่งน้ำและอื่น ๆ จำนวน 248 ไร่ และพื้นที่ป่า จำนวน 1,000 ไร่ โดยบ้านใหม่พัฒนามีพื้นที่ทั้งหมด 4,800 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านใหม่พัฒนา อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอต๋อยหลวง เป็นระยะทาง 13 กิโลเมตร ห่างจากตัวเมืองเชียงราย 75 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านศรีสุพรรณ หมู่ 7 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านใหม่พัฒนาใต้ หมู่ 10 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	บ้านดอยงาม หมู่ที่ 4 ตำบลโชคชัย อำเภอต๋อยหลวง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	บ้านเชียงแสนน้อย ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	499	คน
แยกเป็น	ชาย	248 คน หญิง 251 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

(1) อาชีพทำการเกษตร	จำนวน	46	ครัวเรือน
(2) อาชีพค้าขาย	จำนวน	4	ครัวเรือน
(3) อาชีพรับจ้าง	จำนวน	55	ครัวเรือน
(4) อาชีพรับราชการ	จำนวน	15	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

(1) อาชีพทำการเกษตร	จำนวน	40	ครัวเรือน
(2) อาชีพค้าขาย	จำนวน	27	ครัวเรือน
(3) อาชีพรับจ้าง	จำนวน	53	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านหมู่ 6 บ้านใหม่พัฒนา มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มจักสาน, กลุ่มอาชีพทำไร่, กลุ่มเลี้ยงหมู, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มธนาคารข้าว, กลุ่มเลี้ยงวัว, กลุ่มยางพารา

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านใหม่พัฒนา มีจำนวน 6 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กองทุนพัฒนาสตรี, กองทุนสงเคราะห์ศพ, ออมทรัพย์เพื่อการผลิต, กองทุนธนาคารข้าว

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

- | | |
|-----------------------|---------------------------------|
| 1. นายจันดี ชัยยางบาง | ภูมิปัญญาด้านการใช้สมุนไพร |
| 2. นางศรีวรรณ ปงทอง | ภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหาร ทำขนม |

หมู่ที่ 7 บ้านศรีสุพรรณ ตำบลหนองปากอ

ประวัติหมู่บ้าน

ในอดีตช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500 พื้นที่ตั้งของหมู่บ้านเป็นพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด เช่น การทำไร่ข้าวโพด การทำป่าไม้ การทำนา การทำมันสำปะหลังเป็นต้น ในยุคนั้นไม่มีการตั้งถิ่นฐาน และปลูกสร้างที่อยู่อาศัย ต่อมาเมื่อผลผลิตทางการเกษตรเป็นที่น่าพอใจ ประกอบกับความต้องการของธรรมชาติ ทั้งแหล่งน้ำ ป่าไม้ ผู้คนจึงเริ่มอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน ในปี พ.ศ. 2503 มีผู้คนมาสร้างบ้านเรือนอยู่รวมกัน 3 หลังคา คือ ครอบครัวนายอิน ชัยชนะ ครอบครัวนายสี กิ่งคลธา และครอบครัวนายผัด เชียงจันทร์ ทั้งหมดย้ายมาจากบ้านฝั่งแดง (ปัจจุบันอยู่ในเขตตำบลโยนกอำเภอยางสีสุราช) ต่อมาก็มีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่ร่วมกันมากขึ้นแต่ไม่มีหลักฐานบอกได้ชัดเจนว่ามาจากไหน เนื่องจากบางคนมาอยู่ได้ไม่นานก็จากไปบางคนก็มาอาศัยอยู่เฉพาะในช่วงทำการเกษตร ซึ่งรวมแล้วมีประชากร

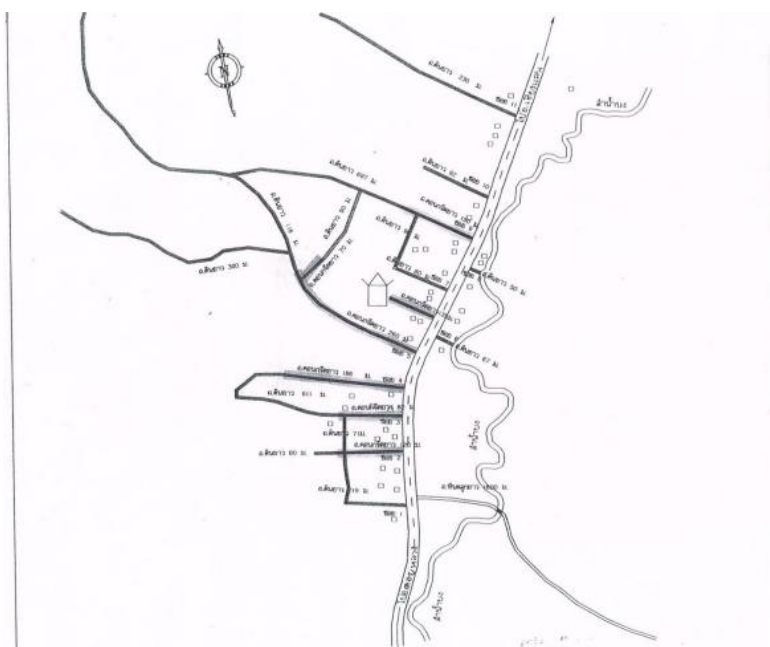
ประมาณ 10 หลังคา และได้จัดตั้งหมู่บ้านมีชื่อว่า บ้านใหม่กลาง (ตำบลปงน้อย อำเภอแม่จัน) ตามการแบ่งเขตการปกครองในสมัยนั้น

การตั้งหมู่บ้านจะเรียกตามที่ตั้งของชุมชนในระแวกเดียวกัน ซึ่งบ้านใหม่เหนือ (ปัจจุบันคือบ้านใหม่พัฒนาหมู่ที่ 6 ตำบลหนองป่าก่อ) และบ้านใหม่ใต้ (ปัจจุบันคือ บ้านสันทรายกองงาม ตำบลบ้านแซว อำเภอเชียงแสน) จนถึงปี พ.ศ. 2525 บ้านใหม่กลาง ได้แยกออกจากตำบลปงน้อยตั้งเป็นหมู่บ้านในตำบลหนองป่าก่อ ในปี พ.ศ. 2526 บ้านใหม่กลางก็ได้เปลี่ยนชื่อหมู่บ้านเป็น บ้านศรีสุวรรณ หมู่ที่ 8 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอแม่จัน ในปี พ.ศ. 2527 บ้านศรีสุวรรณได้เปลี่ยนหมู่อีกครั้งเป็น บ้านศรีสุวรรณ หมู่ที่ 7 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอแม่จัน และในปี พ.ศ. 2537 ได้มีการแบ่งเขตการปกครองของจังหวัดเชียงราย แยกจากอำเภอแม่จันออกมาเป็นกิ่งอำเภอดอยหลวง จากนั้นทางจังหวัดเชียงรายได้กำหนดให้กิ่งอำเภอดอยหลวง มีการปกครองเป็นอำเภออย่างเต็มรูปแบบ จากวันนั้นมาจึงเป็น บ้านศรีสุวรรณ หมู่ที่ 7 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จนถึงปัจจุบัน

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. นายพิน จินตะวรรณ | ระหว่างปี พ.ศ. 2525 – 2530 |
| 2. นายขจร ธรรมภาศ | ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2535 |
| 3. นายสง อินทะยะ | ระหว่างปี พ.ศ. 2535 – 2539 |
| 4. นายเสน่ห์ ชำนาญกิจ | ระหว่างปี พ.ศ. 2539 – 2543 |
| 5. นายเจริญ มาแก้ว | ระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2547 |
| 6. นายสมบุรณ์ จ้าอาทิตย์ | ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2552 |
| 7. นายอรุณทัย ปิมลือ | ระหว่างปี พ.ศ. 2552 - ปัจจุบัน |

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่เป็นที่ราบภูเขา มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับหารเพาะปลูก ลักษณะของป่าเป็นป่าเบญจพรรณและป่าไม้ใช้สอย มีแหล่งน้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำบาง เป็นแม่น้ำสายหลัก และมีหนองน้ำ คือ หนองน้ำห้วยทรายขาว หนองน้ำขุนทรายขาว หนองน้ำห้วยสัก และหนองน้ำแซะ ซึ่งประชากรในหมู่บ้านสามารถใช้น้ำจากแหล่งน้ำในการทำเกษตรได้ โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 4,385 ไร่

อาณาเขตติดต่อ

บ้านศรีสุวรรณอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 14 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลบ้านแซว อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านใหม่พัฒนา หมู่ 6 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลบ้านแซว อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	แม่น้ำกก

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	368	คน
แยกเป็น	ชาย	189 คน หญิง 149 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

(1) อาชีพทำนา	จำนวน	65	ครัวเรือน
(2) อาชีพทำไร่	จำนวน	21	ครัวเรือน
(3) อาชีพทำสวน	จำนวน	20	ครัวเรือน
(4) อาชีพรับจ้าง	จำนวน	25	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

(1) อาชีพรับจ้าง	จำนวน	25	ครัวเรือน
(2) อาชีพค้าขาย	จำนวน	3	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรม และกลุ่มอาชีพ

ในบ้านศรีสุวรรณ หมู่ 7 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพัฒนาสตรี , กลุ่มสภาเด็กและเยาวชน, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มออมทรัพย์, กลุ่มหมวย, กลุ่มไพคา

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านศรีสุวรรณ มีจำนวน 3 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กลุ่มออมทรัพย์

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

- | | |
|----------------------|---|
| 1. นายสวาท สุธะเช | ภูมิปัญญาด้านการเป่าแผล |
| 2. นางคำ นามแก้ว | ภูมิปัญญาด้านการทำยาสมุนไพรหลายโรค |
| 3. นายมานิตย์ ปิมลือ | ภูมิปัญญาด้านการเล่าดนตรีพื้นเมือง (ดีดซึง) |
| 4. นายวสันต์ ธรรมภาศ | ภูมิปัญญาด้านการป้องกันภัย |
| 5. นายบุญเป็ง ทาป้อม | ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมล้านนา |
| 6. นายมนัส ปิมลือ | ภูมิปัญญาในการทำไม้กวาดทางมะพร้าว |
| 7. นายแก้ว นาหลวง | ภูมิปัญญาในการทำไม้กวาดทางมะพร้าว |
| 8. นายวสันต์ ธรรมภาศ | ภูมิปัญญาด้านงานใบตอง |

หมู่ที่ 8 บ้านวังเขียว ตำบลหนองปากอ

ประวัติหมู่บ้าน

หมู่บ้านวังเขียว หมู่ที่ 8 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นหมู่บ้านติดลำน้ำกกโดยมีเนินเขาเล็กกว้างประมาณ 35 ไร่ สูง 50 เมตร เรียกว่า ดอยวอก เป็นหมู่บ้านที่กั้นน้ำกกไว้ และได้เนินเขาจะมีโขดหินติดลำน้ำ และบริเวณใต้โขดหินจะมีถ้ำอยู่ใต้ดิน อยู่ลึกประมาณ 6 เมตร และไม่เคยมีใครกล้าเข้าไป เพราะมีเสียงปลาและเสียงแปลก ๆ ดังตลอด และน้ำบริเวณนี้จะใสและลึกจนมองดูน้ำเป็นสีเขียว จึงเป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านว่า บ้านวังเขียว ประชากรของหมู่บ้านก่อนปี พ.ศ. 2509 จะเป็นคนลาวและอีสานอยู่รวมกันจำนวนมากและเป็นหมู่บ้านที่อยู่ร่วมกับบ้านหนองกล้วย แต่พอปี พ.ศ. 2509 เกิดน้ำท่วมหนักจนผู้คนอยู่ไม่ได้ และได้อพยพบ้านเรือนโยกย้ายที่อยู่อาศัยไปที่อำเภอปางกั้นทั้งหมู่บ้าน เหลืออยู่เพียง 4 ครัวเรือน คือ นายจันดี อินทะจักร นายเหมย เก็นมา นายทองเหลือง กมลเพชร และนายมั่ง ขาวจันทร์ ที่ได้อยู่อาศัยอยู่ที่นั่น จากนั้นพอถึงปี พ.ศ. 2510 ได้มีคนเมืองย้ายเข้ามาจากตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน ได้เข้ามาทำมาหากิน จำนวน 4 ครัวเรือน คือ นายขาว ปัญญารักษ์ นายเลิศ กมลเพชร นายบุญรัตน์ กันธิพันธ์ และต่อมาอีก 2 ปี ก็มีคนย้ายมาอยู่เพิ่มจำนวนมากขึ้น จากตำบลริมกก ตำบลป่าตึง จากตำบลห้วยพลู จากบ้านฟาร์มสัมพันธกิจ ทุกครอบครัวล้วนมาจากศาสนาคริสต์ทั้งสิ้น จึงได้มาตั้งคริสตจักร ชื่อว่า คริสตจักรรวมสามัคคี ดังนั้นสองในสามส่วนของจำนวนประชากรบ้านวังเขียวส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาคริสต์

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. นายจันทร สิบบุญเรือง | ระหว่างปี พ.ศ. 2509 – 2520 |
| 2. นายบรรเจ็ด กันธิพันธ์ | ระหว่างปี พ.ศ. 2520 – 2530 |
| 3. นายอุ่นเรือน กมลเพชร | ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2553 |
| 4. นายธีรภัทร ใจฟู | ระหว่างปี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน |

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านวังเขียว เป็นที่ราบลุ่ม จะมีน้ำขังในฤดูฝน เพราะว่าติดกับลำน้ำกก มีพื้นที่ราบเป็นบางส่วนที่มิใช่ประกอบอาชีพ การตั้งบ้านเรือนอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และมีบางส่วน รายเรียงไปตามถนนสายหลักในหมู่บ้าน โดยพื้นที่ของหมู่บ้านมีทั้งหมด 2,912 ไร่ หรือ 1,820,000 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านวังเขียวอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 6 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดต่อกับ บ้านหนองกล้วย หมู่ 4 ตำบลหนองป่าก่อ และพื้นที่ตำบล โยนก อำเภอเชียงแสน

ทิศใต้ ติดต่อกับ บ้านป่าแดงผ่านศึก ตำบลปงน้อย และบ้านหนองดำน ตำบลโชคชัย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ป่าชุมชนของหมู่บ้านพื้นที่เป็นดอยบ้านหนองป่าก่อ หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ แม่น้ำกก

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	276	คน			
แยกเป็น	ชาย	142	คน	หญิง	134 คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

(1) อาชีพทำนา	จำนวน	45	ครัวเรือน
(2) อาชีพทำไร่	จำนวน	85	ครัวเรือน
(3) อาชีพทำสวนข้าวโพด	จำนวน	15	ครัวเรือน
(4) อาชีพข้าราชการ	จำนวน	2	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

(1) อาชีพค้าขาย	จำนวน	6	ครัวเรือน
(2) อาชีพรับจ้าง	จำนวน	43	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านวังเขียว หมู่ 8 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตร, กลุ่มข้าวโพด, กลุ่มเลี้ยงหมู, กลุ่มธนาคารข้าว, กลุ่มปฎิหมักชีวภาพ, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มออมทรัพย์ และกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านวังเขียว มีจำนวน 5 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุน กขคจ., กองทุนสงเคราะห์ศพ, กองทุนกลุ่มออมทรัพย์, กองทุนพัฒนาสตรี

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายมงคล สุริคำ	ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน
2. นายปั่น หมดใส	ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน
3. นายประเสริฐ จอมบุญเรือง	ภูมิปัญญาด้านดนตรีพื้นเมือง และด้านการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์
4. นายมงคล สุริคำ	ภูมิปัญญาด้านดนตรีพื้นเมือง
5. นายพิพัฒน์ ปิ่นทอง	ภูมิปัญญาด้านการจักสาน
6. นายประสิทธิ์ ไชยอินธา	ภูมิปัญญาด้านช่างไม้แบบพื้นบ้านล้านนา ด้านการจัดการเกษตรพอเพียงตามแนวพระราชดำริ
7. นายอินปัน ใจวงศ์	ภูมิปัญญาด้านการเพาะพันธุ์ ขยายพันธุ์พืช
8. นายบุญทา กันจันะ	ภูมิปัญญาด้านการจักสาน
9. นายสมเกียรติ กันธิพันธ์	ภูมิปัญญาด้านการประดิษฐ์ นวัตกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเครื่องมือทางการเกษตร
10. นายสาคร เก็นมา	ภูมิปัญญาด้านช่างไฟฟ้า
11. นางประกายวรรณ ไชยอินธา	ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหาร
12. นางปราณี ใจฟู	ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหาร
13. นางปราณี กันธิพันธ์	ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหาร

14. นางพัชรา ชื่นสาส์
15. นางหนึ่งฤทัย ประจบ

ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหาร
ภูมิปัญญาด้านการผลิตน้ำยาล้างจาน

หมู่ที่ 9 บ้านทุ่งโป่ง ตำบลหนองปากอ่

ประวัติหมู่บ้าน

เดิมบ้านทุ่งโป่งเป็นหมู่บ้านที่การปกครองขึ้นอยู่กับหมู่บ้านดั้งเดิม คือ บ้านหนองปากอ่ ราวปี พ.ศ. 2505 ได้มีการอพยพคนย้ายถิ่นที่อยู่โดย นายยอด ผิวมณี และครอบครัวมาจากจังหวัดแพร่ พักอาศัยอยู่ที่ตำบลโยนก อำเภอเชียงแสน และเป็นบ้านฝักบ้านทุ่งโป่ง ซึ่งการปกครองขึ้นอยู่กับบ้านหนองปากอ่ และมีบ้านห้วยน้ำดั้น แดงตั้งให้นายสอ ใจวันนะ อยู่บ้านใหม่เป็น ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน บ้านทุ่งโป่ง

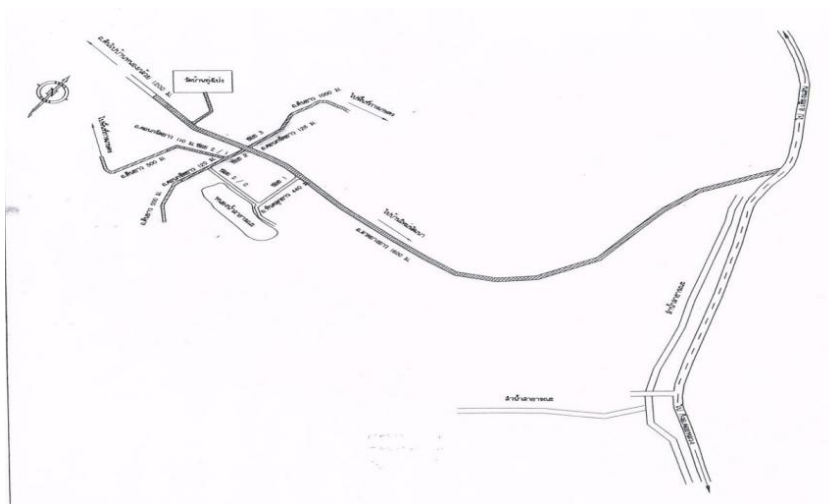
ต่อมา โดยการนำของนายเต๋อ ยายา ได้นำญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงมาตั้งหลักแหล่งเป็น พื้นฐานมั่นคง จากนั้นในปี พ.ศ. 2507 ได้การอพยพของคนจากภาคอีสาน จังหวัดหนองคาย จังหวัด อุบลราชธานี จังหวัดนครราชสีมา

ซึ่งบ้าน “ทุ่งโป่ง” ได้มาจากชื่อหนองน้ำในหมู่บ้านซึ่งมีดินโป่ง ที่สัตว์ชอบมากิน บ้านทุ่งโป่ง แยกการปกครองจากบ้านหนองปากอ่ หมู่ที่ 3 ตำบลหนองปากอ่ อำเภอดอยหลวง เมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยมีนายประเสริฐ เรือนมูล เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

1. นายประเสริฐ เรือนมูล ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2551
2. นายสุข จุมปู ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2554
3. นายวรพงศ์ แสนยอด ระหว่างปี พ.ศ. 2554 – ปัจจุบัน

แผนที่หมู่บ้าน



ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นพื้นที่ราบเนินเขา ล้อมรอบด้วยพื้นที่ทางการเกษตร พุงนา เป็นที่ราบระหว่างเขาลาดเอียงไปทางบ้านหนองกล้วย และลำน้ำกก มีหนองน้ำ 9 แห่งในพื้นที่ การคมนาคม มีถนนลาดยางเข้าสู่หมู่บ้าน พื้นที่โดยรวมของหมู่บ้านมีพื้นที่ทั้งหมด 2.5 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

บ้านทุ่งโป่ง อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอยหลวง เป็นระยะทาง 12 กิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	บ้านใหม่พัฒนาใต้ หมู่ 10 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	บ้านหนองป่าก่อ หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	บ้านศรีบุญเรือง หมู่ 5 ตำบลหนองป่าก่อ
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	บ้านหนองกล้วย หมู่ 4 ตำบลหนองป่าก่อ

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	193	คน				
แยกเป็น	ชาย	94	คน	หญิง	99	คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

(1) อาชีพทำนา	จำนวน	77	ครัวเรือน
(2) อาชีพทำไร่	จำนวน	2	ครัวเรือน
(3) อาชีพทำสวน	จำนวน	5	ครัวเรือน
(4) อาชีพค้าขาย	จำนวน	6	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

(1) อาชีพรับจ้างทั่วไป	จำนวน	66	ครัวเรือน
(2) อาชีพรับราชการ	จำนวน	3	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร, กลุ่มพัฒนาสตรี, กลุ่มสภาเด็กและเยาวชน, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มออมทรัพย์, กลุ่มทอเสื่อ, กลุ่มผู้ปลูกยางพารา

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านทุ่งโป่ง มีจำนวน 2 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุนกลุ่มออมทรัพย์

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. นายศรีจันทร์ ศรีวิจิ ภูมิปัญญาด้านสมุนไพร และคาถาเป่าเสกน้ำมันตรักษาผู้ป่วย
2. นายโสภณ ตระกูลไชย ภูมิปัญญาด้านสมุนไพร
3. นายประถม โทธัญญ ภูมิปัญญาด้านช่างไม้ ช่างปูน
4. นายสิทธิศักดิ์ แสนยอด ภูมิปัญญาด้านช่างไม้ ช่างปูน
5. นายรุ่งนรินทร์ คนเพียร ภูมิปัญญาด้านช่างไม้ ช่างปูน
6. นางแจ้ง ขวัญกลาง ภูมิปัญญาด้านการทอเสื่อ
7. นางอำไพ แสนยอด ภูมิปัญญาด้านการทอเสื่อ
8. นางสาวดอกไม้ ปะเมโท ภูมิปัญญาด้านการทอเสื่อ
9. นายจุมปา ศรีวิจิ ภูมิปัญญาด้านการขับเพลงพื้นเมือง จ้อย ซอ
10. นายหัด ศรีลาภกุล ภูมิปัญญาด้านพิธีกรรมของหัวหน้าเผ่า
11. นางพรมมา ตระกูลไชย ภูมิปัญญาด้านการทำนาย ดูดวง ดูลายมือ

หมู่ที่ 10 บ้านใหม่พัฒนาใต้ ตำบลหนองปากอ

ประวัติหมู่บ้าน

เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2490 บริเวณบ้านใหม่พัฒนา เป็นบริเวณพื้นที่ทำการเกษตรซึ่ง มีผู้คนอพยพมาจากถิ่นต่าง ๆ อาทิจาก จังหวัดแพร่ ลำพูน ลำปาง จากบ้านป่าซาง (อำเภอเชียงรุ่ง) การปกครองขึ้นอยู่กับ บ้านหนองปากอ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยมีนายสื้อ ใจวรรณ เป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 สร้างบ้านแปงเมืองโดยมี ผู้นำร่วมมือกันหลายคน อาทิ นายยอด ผิwmณี นายพัน ผิwmณี นายตีบ ศรีพรหม เป็นต้น และต่อมามีผู้อพยพจาก ตำบลจันจว้า อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สายมาเพิ่มเติม ทางราชการจึงประกาศจัดตั้งเป็นหมู่บ้าน ในปี พ.ศ. 2509 ได้ชื่อว่า “บ้านใหม่พัฒนา” หมู่ที่ 11 ตำบลปงน้อย อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย มีผู้ใหญ่บ้านคนแรก คือ นายมูล อะทะถ้ำ ในปี พ.ศ. 2523 ตำบลหนองปากอ ได้แยกการปกครองจากตำบลปงน้อย จึงได้เป็น หมู่ที่ 6 บ้านใหม่พัฒนา ตำบลหนองปากอ มาในปี พ.ศ. 2546 ได้รับการแยกหมู่บ้านเป็น หมู่ที่ 10 ตำบลหนองปากอ โดยมีนายไชยอนันต์ รัชตสุวรรณกุล เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก

ผู้นำหรือผู้ใหญ่บ้าน

1. นายสื้อ ใจวรรณ ระหว่างปี พ.ศ. 2502 - 2509 (เป็นผู้ช่วยบ้านหนองปากอ)
2. นายปิ่น ปงทอง ระหว่างปี พ.ศ. 2509 - 2511 (เป็นผู้ช่วยบ้านหนองปากอ)
3. นายมูล อะทะถ้ำ ระหว่างปี พ.ศ. 2511 - 2515 (แยกบ้านเป็นหมู่ที่ 11 ตำบลปงน้อย)
4. นายจันทรี เต็ดขาด ระหว่างปี พ.ศ. 2515 - 2522
5. นายหวัน อภิวงษ์งาม ระหว่างปี พ.ศ. 2522 - 2523
6. นายจันทร์ แข่งขัน ระหว่างปี พ.ศ. 2523 - 2525
7. นายพร อภิธรรม ระหว่างปี พ.ศ. 2525 - 2527

- | | |
|--------------------------------|---|
| 8. นายจันทร์ แข่งขัน | ระหว่างปี พ.ศ. 2527 – 2535 (เป็นกิ่งอำเภอดอยหลวง) |
| 9. นายสุรินทร์ อินตะมี | ระหว่างปี พ.ศ. 2535 – 2546 (แยกเป็นหมู่บ้านใหม่ พัฒนาได้ หมู่ 10) |
| 10. นายไชยอนันต์ รัชตสุวรรณกุล | ระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2548 |
| 11. นายสุเมธ ธนะวัง | ระหว่างปี พ.ศ. 2548 – 2553 |
| 12. นายไชยอนันต์ รัชตสุวรรณกุล | ระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (กำนันตำบลหนองปาก่อ) |
| 13. นายวิชัย สีนวลใหญ่ | ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - ปัจจุบัน |

ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นที่ราบระหว่างภูเขา มีถนนลาดยาง เส้นทางหลักเชื่อมต่อระหว่าง อำเภอดอยหลวง กับ อำเภอเชียงแสน ผ่านกลางหมู่บ้าน โดยบ้านใหม่พัฒนาได้ มีพื้นที่ 1,161 ไร่ หรือ 1.7576 ตารางกิโลเมตร แยกเป็นพื้นที่ทำการเกษตร 926 ไร่ พื้นที่อยู่อาศัย 73 ไร่ และพื้นที่ที่เหลือเป็นพื้นที่อื่น ๆ เช่น ห้วย คลอง บึง 36 ไร่

อาณาเขตติดต่อ

เป็นที่ราบระหว่างภูเขา มีถนนลาดยาง เส้นทางหลักเชื่อมต่อระหว่าง อำเภอดอยหลวง กับ อำเภอเชียงแสน ผ่านกลางหมู่บ้าน

จำนวนประชากร

รวมทั้งสิ้น	425	คน				
แยกเป็น	ชาย	202	คน	หญิง	223	คน

การประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของครัวเรือน

(1) อาชีพทำนา	จำนวน	71	ครัวเรือน
(2) อาชีพทำไร่	จำนวน	14	ครัวเรือน
(3) อาชีพททสวน	จำนวน	27	ครัวเรือน
(4) อาชีพเจ้าหน้าที่ของรัฐ	จำนวน	9	ครัวเรือน

อาชีพเสริมหรืออาชีพรอง

(1) อาชีพรับจ้างทั่วไป	จำนวน	156	ครัวเรือน
(2) อาชีพค้าขาย	จำนวน	23	ครัวเรือน
(3) อาชีพธุรกิจส่วนตัว	จำนวน	2	ครัวเรือน

จำนวนกลุ่มกิจกรรมและกลุ่มอาชีพ

ในบ้านใหม่พัฒนาใต้ หมู่ 10 มีกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชน (อสม.), กลุ่ม ชรบ./อปพร., กลุ่มฌาปนกิจสงเคราะห์, กลุ่มเยาวชน, กลุ่มสตรี

กองทุนในหมู่บ้าน

กลุ่มกองทุนในบ้านใหม่พัฒนาใต้ มีจำนวน 4 กองทุน ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน, กองทุนธนาคารข้าว, กองทุนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต, กองทุนกลุ่มพัฒนาสตรี

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

- | | |
|--------------------|--|
| 1. นางผัด อุปป้อ | ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน |
| 2. นางปวีณา สมเล็ก | ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรพื้นบ้าน |
| 3. นายเรียบ อุดคำ | ภูมิปัญญาด้านการใช้คาถาเป่า เสก รักษาแผล |
| 4. นายทองคำ องปาลี | ภูมิปัญญาด้านดนตรีพื้นเมือง |

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พลอยกนก ผาสุกตระกูล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกใช้บริการสินค้ากลุ่มธุรกิจความสวยงาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการโฆษณาสินค้าและบริการสุขภาพความงามบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีประสบการณ์ในด้านการทำการตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กประมาณ 6 – 8 ปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมองว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งในด้านการใช้งานทั้งของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ นอกจากนั้น ยังมีรูปแบบการโฆษณาที่น่าสนใจหลายรูปแบบ โดยรูปแบบการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมในกลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการความสวยงามคือ วิดีโอ รูปภาพ และลิงค์ แต่ทั้งนี้การเลือกใช้รูปแบบการโฆษณาบนเฟซบุ๊กให้ตรงตามวัตถุประสงค์นั้นเป็นแค่เพียงส่วนหนึ่งที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและตัดสินใจซื้อ และสิ่งที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือรูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ซึ่งเมื่อคอนเทสต์ดี เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน น่าติดตาม เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารและสินค้าได้ง่ายในอนาคต

จกฤกษ์ กิตติทรัพย์เจริญ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะของภาพโฆษณาที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพถ่ายโฆษณาขายสินค้าบนอินสตาแกรม กรณีศึกษา : กระเป๋าแฟชั่นที่ไม่ใช่สินค้าแบรนด์เนม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของภาพถ่ายโฆษณาสินค้าแฟชั่นบนอินสตาแกรมในลักษณะใดที่สามารถทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อภาพนั้น โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของภาพ เช่น มุมมองภาพ ความลึกของภาพ สีของภาพพื้นหลัง และแสง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลักษณะภาพถ่ายโฆษณาที่ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อภาพนั้น ๆ

ได้แก่ ภาพที่แสดงการสาธิตการทำงานของภาพสินค้าหรือการใช้งานสินค้า เป็นภาพลักษณะถูกใช้งาน โดยนางแบบหรือนายแบบในภาพ หรือ ภาพกระเป๋าทับบรรจุสิ่งของภายใน โดยมีลักษณะภาพเป็นมุมระดับสายตา ความลึกของภาพเป็นภาพชัดลึก สีของภาพพื้นหลังเป็นสีกลางและสีอ่อน ลักษณะของแสงในภาพเป็นไฮคีย์ หรือค่อนข้างไปทางไฮคีย์ โดยเมื่อจำแนกอายุและรายได้ พบว่า ลักษณะของภาพถ่ายโฆษณาที่ส่งผลทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี มีลักษณะแตกต่างกันเล็กน้อยในช่วงอายุและรายได้ นอกจากประโยชน์ทางทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการถ่ายภาพโฆษณานบนอินสตาแกรม สนับสนุนแนวคิด(รูป)แบบภาพถ่ายโฆษณานบนนิตยสารและปัจจัยองค์ประกอบของภาพแล้ว ยังเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติกับผู้ที่ต้องการขายสินค้าแฟชั่นบนอินสตาแกรม โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการถ่ายภาพโฆษณาสำหรับการขายสินค้าบนอินสตาแกรม ให้ตรงตามช่วงอายุและระดับรายได้ของกลุ่มเป้าหมายได้

พนัส โพธิ์ปิติ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อและพัฒนาและผลิตสื่อทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน และพื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ บ้านหม้อ ตำบลเขวาสินรินทร์ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ 1) ปัจจุบันชุมชนบ้านหม้อนั้น มีการผลิตสินค้ามากขึ้น เนื่องจากมีคำสั่งซื้อจากพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งในการผลิตเป็นไปตามรายการของการสั่งซื้อ แต่ปัจจุบัน ธุรกิจชุมชนยังไม่สามารถที่จะแข่งขันกับธุรกิจที่เกิดขึ้นมาใหม่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพจึงมีความจำเป็นจะต้องแก้ปัญหาในการสร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน โดยให้ชุมชนได้ร่วมเรียนรู้ กระบวนการจัดการทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อาชีพของตนเอง 2) การเก็บข้อมูลในบริบทต่าง ๆ ของชุมชนบ้านหม้อ ในด้านการผลิตสื่อต่าง ๆ ให้กับชุมชนตามความต้องการ ได้แก่ สื่อวิดีโอ ภาพถ่ายเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ลงใน Facebook การขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ต่อมาได้พัฒนาและผลิตสื่อทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนได้จัดทำสื่อทั้งหมดนี้ให้มีในชุมชน และ 3) พัฒนาสื่อทางวัฒนธรรมให้ชุมชน โดยการให้ชุมชนร่วมเรียนรู้และได้ทดลองลงมือจัดทำสื่อด้วยตนเอง โดยการให้องค์ความรู้ในด้านการจัดทำสื่อสมัยใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำความรู้และสื่อทางวัฒนธรรมของชุมชนนี้ไปเผยแพร่และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

หนึ่งทัย ขอมกลาง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนไทยต่อการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผลการศึกษาจากเอกสารและวิเคราะห์จากสื่อมวลชน 2 ประเภท คือ 1) สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และผู้จัดการ และนิตยสาร ได้แก่ เนชั่นสุดสัปดาห์ ขวัญเรือน แพรว และ 2) สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งในประเทศไทย ผลการวิจัยสรุปว่า วัฒนธรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ มี 5 ประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมการดำรงชีวิต วัฒนธรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ วัฒนธรรมทางศาสนาและจริยธรรม วัฒนธรรมทางสุนทรียศาสตร์ และวัฒนธรรมทางภาษาและวรรณกรรม โดยแบบของวัฒนธรรมที่ปรากฏเป็นวัฒนธรรมหลักคือ วัฒนธรรมเก่าแก่ดั้งเดิมนำเสนอในลักษณะการรำลึกถึงอดีตและการให้ความรู้ และวัฒนธรรมใหม่นำเสนอในลักษณะของการเชื่อมโยงเข้ากับวิถีชีวิตปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบการแสดงบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทเด่นในการให้ข้อมูลข่าวสารทางวัฒนธรรม การตีความวัฒนธรรม ส่วนสื่อโทรทัศน์มีบทบาทเด่นในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการสร้างโลกแห่งความเป็นจริง โดยปัจจัยที่มีผลต่อสื่อมวลชนทั้งสองประเภท คือ เทคโนโลยี สภาพสังคม กลไกตลาด นโยบายของ สื่อมวลชน และคุณลักษณะของสื่อ จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนไทยมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรม มากกว่าการสร้างวัฒนธรรมใหม่ โดยวัฒนธรรมที่ถูกนำมาถ่ายทอดมีทั้งวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรม ใหม่ รูปแบบวัฒนธรรมและคุณภาพลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละประเภทและความเข้มแข็งของ วัฒนธรรมประเภทนั้น ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) การวิจัยเอกสารอ่านและค้นคว้าข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลต่าง ๆ จากหนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ เอกสารและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ดิจิทัลเทคโนโลยี เศรษฐกิจดิจิทัล สินค้าออนไลน์
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูล พื้นที่เป้าหมาย สัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยคือการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อประเมินกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการจัดการสินค้า และการประชาสัมพันธ์

การเลือกพื้นที่ที่ศึกษา

คณะสังคมศาสตร์ ได้ดำเนินโครงการในพื้นที่หมู่บ้านหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย โดยนำทุนทางสังคมของชุมชนบ้านหนองป่าก่อ โดยนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับ ดั้งนั้นกระบวนการเชิงพื้นที่เพื่อการพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มอาชีพในชุมชนอย่างต่อเนื่อง จึงมีความเหมาะสมต่อการส่งเสริมทักษะและการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทาง วัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมให้กับผู้ประกอบการในชุมชน

ประชากรที่ศึกษา

กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย หมู่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 บ้านหนองป่าก่อ ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จำนวน 20 คน ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพประเภทเดียวกันในชุมชนและมีความต้องการเข้าร่วมโดยสมัครใจการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยจัดทำเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลในกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 บ้านหนองปากอ ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การสนทนากลุ่มย่อย

1.1 โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ คือ โดยเน้นกระบวนการการมีส่วนร่วมเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า และแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อที่เหมาะสมกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ร่วมกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ การจัดทำสนทนากลุ่มจะได้ข้อดี ข้อด้อย และความต้องการของกลุ่มในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มอาชีพ

1.2 พิจารณาตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมได้ และสัมภาษณ์ในส่วนที่ยังคลุมเครือ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในงานวิจัยมากขึ้น

1.3 รวบรวมข้อเสนอแนะแนวทางรวมถึงแนวทางการด้านการผลิตสื่อที่เหมาะสมกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน

2. แบบสอบถาม

จัดทำแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเรื่อง การจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะ Rating Scale เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินผลการส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อ ทั้งก่อนและหลังการดำเนินงานวิจัย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ลักษณะของข้อความถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 อันดับ โดยคำถามแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือกตอบทั้งหมด 5 ระดับ ซึ่งในแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คำตอบ พึงพอใจน้อยที่สุด	1 คะแนน
คำตอบ พึงพอใจน้อย	2 คะแนน
คำตอบ พึงพอใจปานกลาง	3 คะแนน
คำตอบ พึงพอใจมาก	4 คะแนน
คำตอบ พึงพอใจมากที่สุด	5 คะแนน

การแปลผลคะแนนความพึงพอใจคำนวณจากค่าพิสัย (Range) ดังนี้

พิสัย = (คะแนนรายข้อสูงสุด - คะแนนรายข้อต่ำสุด) / จำนวนระดับ = $(5-1)/5 = 0.8$

ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับสูงมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับสูง
2.61 - 3.40	หมายถึง มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับต่ำ
1.00 - 1.80	หมายถึง มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับต่ำมาก

วิธีการสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. สันทนากลุ่ม

จัดทำแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ และความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย

2. แบบสอบถาม

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อเพื่อการนำเสนอสินค้า โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบวัด 3 ส่วน คือ 1) แบบวัดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม 2) ด้านความรู้ความเข้าใจด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ก่อนการส่งเสริมความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และ 3) แบบวัดความพึงพอใจจากการจัดกิจกรรม

ซึ่งการสร้างและพัฒนาแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการสนับสนุนทางสังคมและความพึงพอใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการใช้ การสร้าง แก้ไข หรือปรับปรุงเนื้อหาของเครื่องมือ ให้มีความเหมาะสมกับประชากรอย่างมากขึ้น

2. ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบวัดที่สร้างขึ้น และแบบวัดที่จะใช้ เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน เพื่อทำการตรวจสอบเนื้อหา การใช้ภาษา ตลอดจนความถูกต้อง เหมาะสม เพื่อให้แบบวัดที่สร้างขึ้นสามารถวัดได้ตรงตามเนื้อหาที่ต้องการจะวัด คือให้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่า IOC เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้

3. นำแบบวัดที่สร้างขึ้นไปปรับแก้ไข ก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อความสมบูรณ์ถูกต้องของเครื่องมือ ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ใช้ในการวิจัย

4. การตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดในครั้งนี้ โดยการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัด ซึ่งผู้วิจัยนำแบบวัดที่ทำการสร้างและที่จะใช้ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะ คล้ายคลึงกับประชากร จำนวน 30 คน เมื่อนำมาตรวจให้คะแนนตามวิธีการและหลักเกณฑ์การให้คะแนน และนำผลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try Out) มาทำการวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของข้อคำถาม โดยการหาค่า Item-total Correlation จากสูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำข้อคำถามทั้งหมดมาหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมิน มีค่าระหว่าง 0.00-1.00 ค่าความเชื่อมั่นที่ใช้ได้น้อยไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (บุญใจ ศรีสถิตย่นรากร, 2555) สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่น ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบวัดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิสำเนา

ส่วนที่ 2 แบบวัดความรู้ความเข้าใจก่อนและหลังเรื่องการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 แบบวัดความพึงพอใจจากการจัดกิจกรรม

5. จัดพิมพ์แบบวัดที่จะใช้เก็บข้อมูลในการวิจัยเป็นฉบับจริง เพื่อนำไปเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื้อกท หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. จัดกิจกรรมประชุมเปิดพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ให้กับกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย
2. จัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม เพื่อสนทนากับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัญหาและความต้องการ รวมถึงแนวทางเพื่อการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม
3. ผู้วิจัยดำเนินการจำแนกข้อมูล การสนทนากลุ่มโดยแยกเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา
4. ดำเนินการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมและประเมินด้านความรู้ความเข้าใจและความพึงพอใจในการทำกิจกรรม การจัดกิจกรรมการอบรม มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า การแต่งภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์
5. จัดกิจกรรมเพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชน รวมถึงการสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยข้อดีและปัญหาอุปสรรคในระหว่างกระบวนการวิจัยและแนวทางในการปรับปรุง หรือข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไป
6. จัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มย่อยในลักษณะสามเส้า เพื่อพิจารณาตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมได้ และสัมภาษณ์ในส่วนที่ยังคลุมเครือ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในงานวิจัยมากขึ้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จากการวิจัยมีผลการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อได้แก่

ตอนที่ 1 ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 2 การส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 1 ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ และทำสวน เป็นอาชีพหลักของครัวเรือนและมีอาชีพเสริม เช่น การค้าขาย รับจ้าง และรวมกลุ่มทำผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มไม้กวาด กลุ่มจักสาน กลุ่มทอเสื่อ กลุ่มอาหารแปรรูป เป็นต้น ในการดำเนินงานเพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 และผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา บ้านหนองป่าก่อ หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ความเป็นมาของกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ในช่วงปี พ.ศ. 2562 กลุ่มสตรีในตำบลหนองป่าก่อ ได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากผักตบชวา ซึ่งคุณหนูรักษ์ ดวงลูกแก้ว มีความคิดที่จะประยุกต์จากการใช้ผักตบชวามาเป็นการใช้ต้นกก เนื่องจากในพื้นที่ตำบลหนองป่าก่อ มีต้นกกธรรมชาติ และมีกลุ่มสตรีที่มีพื้นฐานในการจักสานในหมู่บ้าน และกลับมาทดลองอยู่หลายครั้งแต่ก็ยังไม่สำเร็จ จนกระทั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหนองป่าก่อ (อบต.หนองป่าก่อ) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ได้จัดอบรมการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ด้วยผักตบชวา และได้รับคำปรึกษาจากวิทยากรจาก กศน. จึงสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากต้นกกได้ เช่น กระเป๋า หมวก ตะกร้า เป็นต้น



ภาพที่ 2 สมาชิกกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา บ้านหนองปากอ หมู่ 3
(ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สิทธิ์, 2567)

ในช่วงปี พ.ศ. 2563 จึงได้เริ่มรวมกลุ่มจักสานในบ้านหนองปากอ หมู่ 3 ในกลุ่มสตรีที่มีความสามารถด้านการจักสาน และเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเป็นรายได้เสริม โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นไปตามกำลังการผลิต และความสามารถของชุมชน เนื่องจากเป็นงานฝีมือ (Hand Made) จึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการผลิตชิ้นงาน ขายในชุมชนเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันเท่านั้น และยังไม่มีการยกระดับตามมาตรฐานของสินค้า

เมื่อเกิดการรวมกลุ่มสตรีในบ้านหนองปากอ หมู่ 3 ที่เป็นกลุ่มสัมมาชีพชุมชน จึงได้รับการสนับสนุน ทั้งในด้านงบประมาณ ด้านการส่งเสริมทักษะเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น อบต.หนองปากอ กศน.หนองปากอ พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดเชียงราย เป็นต้น

จากนั้น ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จึงได้แนะนำให้กลุ่มฯ จัดทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2564 จัดทะเบียนโดยใช้ชื่อ “กระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย” ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายถึงปัจจุบัน

เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา บ้านหนองปากอ หมู่ 3

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกระเป๋าสาน จะใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีภายในชุมชน คือ ต้นกก และนำมาจักสานให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ หมวก ตะกร้า กระเป๋า กระติบ หวดนึ่งข้าว ไม้กวาดทางมะพร้าว ไม้กวาดดอกหญ้า ข้องใส่ปลา กระดัง ไซดักปลา ชะลอม แจกัน สุ่มไก่ ขายภายในชุมชน และเน้นหน้าที่การใช้งานเป็นหลัก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ดี คือ หมวกสานบังแดด และกระเป๋า



ภาพที่ 3 สัมภาษณ์กลุ่มสมาชิก
(ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ, 2567)

ในช่วงแรกของการจัดตั้งยังไม่มีการบริหารจัดการที่ชัดเจน ทำให้สมาชิกในกลุ่มแยกกันขายสินค้าของตนเอง ภายหลังได้จัดพื้นที่โดยใช้ศาลากลางของหมู่บ้านเป็นพื้นที่รวมกลุ่มทำกิจกรรม และเริ่มรับผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อ (Order) ซึ่งสินค้าที่ได้รับความนิยม คือ หมวกสานบังแดด และ กระเป๋าลือ

ปัญหาอุปสรรคต่อการผลิต คือ ปัญหาด้านเชื้อรา จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานนั้นผลิตจากต้นกก ซึ่งก่อนจะนำมาสานจะต้องนำไปตากให้แห้งสนิทเสียก่อน เป็นระยะเวลา 5-7 วัน หากเป็นช่วงในฤดูฝน ก็จะทำให้ผลิตได้จำนวนน้อย เพราะต้นกกยังคงมีความชื้นไม่แห้งสนิท และอาจมีปัญหาเกี่ยวกับเชื้อราด้วย และกลุ่มฯ ไม่มีเครื่องอบไล่ความชื้นจึงยังไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้ ทางกลุ่มมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมากยิ่งขึ้น มีสถานที่และช่องทางการขายสินค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจและความมั่นคงให้กลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปากอ้อ
อำเภอต๋อยหลวง จังหวัดเชียงราย

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1	นางหนูรักษ์ ดวงลูกแก้ว	ประธาน
2	นางน้ำฝน ปงอ้อคำ	รองประธาน
3	นางแดง ชัยศิลป์	เลขา
4	นางพรณี ชุมแวงวาปี	เหรัญญิก
5	นางแดง พานิษฐ์	กรรมการ
6	นางสุนีย์ สีทองแดง	กรรมการ
7	นางอรอนงค์ ปงอ้อคำ	สมาชิก
8	นางเพชร พาเต็ม	สมาชิก
9	นายตัน พาเต็ม	สมาชิก
10	นายบุญมี ดวงลูกแก้ว	สมาชิก

2. กลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 ตำบลหนองปากอ้อ อำเภอต๋อยหลวง จังหวัดเชียงราย

ความเป็นมากลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9

การก่อตั้งกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก เริ่มจากในช่วงปี พ.ศ. 2557 กรมการพัฒนาชุมชน ได้เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมให้ชาวบ้านนำองค์ความรู้ของตนเองมาพัฒนาให้เกิดอาชีพ กลุ่มทอผ้า และทอเสื่อกก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 เป็นชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นชาวอีสานย้ายรกรากมาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยปู่ย่า ทำให้มีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชาวอีสานผสมผสานอยู่ในวิถีชีวิต จะเห็นได้ว่าในหมู่บ้านยังคงมีทอผ้า ทอเสื่อใช้ และสามารถในการจักสานเครื่องใช้ไม้สอย เช่น ตะกร้า และเสื่อ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชน ได้ส่งเสริมทักษะและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มอาชีพในหมู่บ้าน เพื่อให้มีความเข้มแข็งและสามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว

ในระยะแรก เป็นช่วงการรวบรวมสมาชิกและเริ่มทอผ้าขาวม้าและเสื่อพับต้นกก ในขณะเดียวกันองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปากอ้อ (อบต.หนองปากอ้อ) ได้เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน แนะนำ และช่วยพัฒนาให้มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สามารถเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้ หลังจากได้รับความช่วยเหลือจาก อบต.หนองปากอ้อ ผลิตภัณฑ์ชิ้นแรกของกลุ่ม คือ ชุดอุปกรณ์ (Set) จากเสื่อกกบนโต๊ะอาหาร เช่น กล่องทอผ้า ที่รองจาน ที่รองแก้ว จากการสัมภาษณ์กลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก เห็นได้ว่า กลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การเข้าร่วมการอบรมที่จัดขึ้น โดย อบต.หนองปากอ้อ วิทยาลัยชุมชนกรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานการส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นต้น กลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 จัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนในช่วงปี พ.ศ. 2558 และได้ลงทะเบียนผู้ผลิตและผู้ประกอบการ OTOP กับกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2565 โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียน จำนวน 2 ชิ้น และในปี พ.ศ. 2566

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย ได้อนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้กับผ้าปูโต๊ะและที่ใช้บนโต๊ะอาหาร ปัจจุบันได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถนำไปเป็นของขวัญ ของฝาก และของที่ระลึกได้

เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าและทอเสื่อ ก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9

ปัจจุบัน กลุ่มผ้าและทอเสื่อ ก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 มีสินค้าที่ผลิตเพื่อจัดจำหน่าย ได้แก่ ผ้าขาวม้า เสื่อกก กระเป๋ากจากผ้าขาวม้า กระเป๋ากจากเสื่อกก กระเป๋าถัก ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ กล่องกระดาศทึบซู่ ชุดรองแก้วและชุดรองจาน พวงมาลัยจากผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ กระบอกรถจักรยาน ผ้าเช็ดเท้า สไบซิด มีราคาตั้งแต่ หลัก 10 บาท ถึง 1,000 บาท เอกลักษณ์ที่สำคัญของกลุ่ม คือ การสร้างลวดลายใหม่ และการใช้สีจากธรรมชาติ และทดลองทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการจัดจำหน่าย สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1) จำหน่ายในลักษณะของงานแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานพ้อขุนเม็งราย มหาราชหรืองานกาชาดประจำปี และโอกาสในการนำเสนอสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต.หนองป่าก่อ กรมพัฒนาชุมชน และงานวิสาหกิจชุมชน จัดเป็นซุ้มจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2) จำหน่ายในลักษณะ Online ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายใน เฟซบุ๊กส่วนตัว และแอปพลิเคชัน Shopee ซึ่งไม่ตอบสนองต่อการขายมาก เนื่องจากไม่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ทำให้มีอุปสรรคในการตอบคำถามและการส่งสินค้า รวมถึงไม่มีความต่อเนื่องในการขาย Online เพราะไม่มีผู้ดูแลระบบ (Admin) และจัดการสินค้าได้รวดเร็วตามความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากกลุ่มทอผ้าฯ หมู่ 9 มีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม ทำสวน ทำไร่ รับจ้าง ทำให้ต้องอาศัยช่วงเวลาว่างจากการทำอาชีพหลักเข้ามาทำการตรวจเช็คข้อมูล

3) จำหน่ายตาม Order (ตามจำนวนการสั่งซื้อสินค้า)

จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่า ในการจัดจำหน่ายกลุ่มฯ จะมีพอใจและมีความสามารถในการจำหน่ายในลักษณะพบปะลูกค้าโดยตรง เนื่องจากสามารถพูดคุย อธิบายความเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความเข้าใจ ผู้ซื้อเห็นและจับต้องสินค้าผลิตภัณฑ์ และการจำหน่ายตามจำนวนสินค้า เนื่องจากเป็นรายได้ที่มีความชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความต้องการที่จะปรับปรุงและพัฒนาตนเอง เพื่อให้สามารถขายในระบบออนไลน์ได้อีกทางหนึ่ง

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตสินค้าพบว่า วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัสดุจากธรรมชาติที่ทำมาจากต้นกกและเป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือ ดังนั้นในช่วงฤดูฝนจึงเป็นช่วงที่ยากต่อการผลิตสินค้า เนื่องจากมีความชื้นในอากาศ ต้นกกที่นำมาตากนั้นไม่แห้งสนิทจนทำให้เกิดการขึ้นราและผลิตภัณฑ์เสียหาย นอกจากนี้แล้วจะเห็นได้ว่าในการจำหน่ายตามการสั่งซื้อสินค้าบุคลากรในการผลิตไม่เพียงพอต่อการทำตามคำสั่งซื้อสินค้าในจำนวนมาก

ในอนาคต กลุ่มทอเสื่อกกฯ บ้านหมู่ 9 มีความคาดหวังที่จะได้รับการยอมรับในมาตรฐานอุตสาหกรรม และสินค้าได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น รวมถึงการจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศและมีผู้รับซื้อเพื่อเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายต่อไปได้

ตารางที่ 2 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกก บ้านทุ่งโป่ง หมู่ 9 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล		ตำแหน่ง
1	นางสาวดอกไม้	ปะเมโท	ประธาน
2	นางสมบัติ	จงเรียน	รองประธาน
3	นายนราธิป	ทองสุข	เลขา
4	นางสาวสุภารัตน์	แอกฤทธิ์	เลขา
5	นางสาคร	แสงตั้ง	เหรัญญิก
6	นายประยูร	คาตะนา	เหรัญญิก
7	นางสาวสุนทรีย์	บุญกาน	เหรัญญิก
8	นางบุญนำ	วงศ์ศรี	คณะกรรมการ
9	นางทำเนียม	ทันทาไทย	คณะกรรมการ
10	นางยม	ทองสุข	คณะกรรมการ
11	นางรัตนา	โหงยฮื่อ	สมาชิก
12	นายจกฤช	สีทองแดง	สมาชิก
13	นางบัวรี	ปัดไทย	สมาชิก
14	นายสมพงษ์	ศรีบุญเรือง	สมาชิก
15	นางมินตรา	ขนุนตะกุลทรัพย์	สมาชิก

1.3 ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

จากสนทนากลุ่มย่อยในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จะเห็นได้ว่า มีจุดเด่นในเรื่องผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ แต่ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินงาน ที่คล้ายกันอาจเป็นเพราะอยู่ในชุมชนใกล้เคียงกันและมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน ดังนั้นจึงสามารถอธิบายความโดดเด่น และมีปัญหาอุปสรรค รวมถึงโอกาส ดังต่อไปนี้

ข้อเด่น

1. กลุ่มฯ มีความสามัคคี เป็นลักษณะเครือญาติพี่น้อง และอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน ดังนั้นในการรวมกลุ่มประชุมและร่วมทำกิจกรรมจึงสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก

2. ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปากอ (อบต. หนองปากอ) อย่างต่อเนื่อง เพราะทั้ง 2 กลุ่มเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและให้ความร่วมมือกับหน่วยงาน จึงทำให้ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

3. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม และเป็นเอกลักษณ์

4. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้มาตรฐานสินค้า OTOP เช่น ชุดอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

5. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ สามารถขายได้ในชุมชนได้ เช่น หมวกสานบังแดด ตะกร้า กระเป๋า หวดนึ่งข้าว ไม้กวาดทางมะพร้าว ไม้กวาดดอกหญ้า ข้องใส่ปลา กระดังง์ ไซดักปลา ชะลอม สุ่มไก่ เป็นต้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันและประกอบอาชีพทางการเกษตร แต่อย่างไรก็ตาม ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแต่จำหน่ายในราคาที่ไม่แพง เพราะผู้ซื้อก็เป็นคนในชุมชนเดียวกัน



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์สินค้าของตำบลหนองปากอ

(ที่มา : พิมพ์พิชัย พิมพ์สิทธิ์, 2567)

6. ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานการศึกษา และหน่วยงานพัฒนาอาชีพ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปากอ (อบต.) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ดอยหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นต้น ทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และการสนับสนุน การพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

ข้อจำกัด (ปัญหาและอุปสรรค)

ปัจจัยภายใน (กลุ่ม)

1. สินค้าส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ คือ ทำจากต้นกก หากเป็นในช่วงฤดูฝนจะทำให้สินค้าเสียหาย เพราะเป็นเชื้อรา ทำให้ไม่สามารถผลิตได้ในจำนวนมาก
2. เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นงานฝีมือ การผลิตจึงเป็นไปอย่างล่าช้าเพราะอาศัยเวลาวางจากงานหลัก หรืองานประจำ
3. กลุ่มฯ อาจจะยังไม่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางระบบออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง ในการจำหน่ายสินค้าในระบบออนไลน์แต่ละครั้งต้องขอความร่วมมือจากบุคลากรใน อบต. หนองปากอ ให้คำปรึกษาและในความช่วยเหลือในการจำหน่ายสินค้า
4. ไม่มีกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่คอยสนับสนุนในด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือการขายสินค้าออนไลน์
5. คุณภาพของสินค้า เนื่องจากเป็นงานฝีมือที่มีความสวยงาม แต่กลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มมีผู้ผลิตขึ้นงานหลายคน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย และความประณีตที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างมาตรฐานของคุณภาพสินค้า เช่น ด้านการถักทอ และการตัดเย็บ เป็นต้น
6. ภาพลักษณ์สินค้า ยังไม่เป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมชิ้นงานต่าง ๆ มีความคล้ายกับร้านค้าอื่น ๆ ที่จำหน่ายในลักษณะผลิตภัณฑ์เดียวกัน
7. ด้านการประชาสัมพันธ์ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาจจะยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์จากงานจัดแสดงสินค้า หรือการประชาสัมพันธ์ผ่าน Page Facebook ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองปากอ เท่านั้น
8. ด้านการบริหารจัดการ ถึงแม้ว่าจะมีโครงสร้างที่ชัดเจน แต่ในการดำเนินการยังเป็นลักษณะของความสัมพันธ์ชุมชน ที่ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ทำให้การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน



ภาพที่ 5 กิจกรรมการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย (ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ, 2567)

ปัจจัยภายนอก

1. ตลาดในการรองรับสินค้าที่ไม่แน่นอน ทำให้กลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่ม จึงไม่ผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อเก็บไว้จำหน่าย เนื่องจากไม่มีสถานที่รวบรวมสินค้าและเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ อาจเกิดความเสียหายจาก มด มอดและเชื้อรา
2. การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อไม่แน่นอน โดยผู้สั่งผลิตจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่จะสั่งผลิตเพื่อจำหน่ายในวันสำคัญต่าง ๆ หรือจำหน่ายในงานจัดแสดงสินค้าชุมชน
3. จากผลกระทบทางเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูงขึ้น
4. วัตถุดิบในการผลิต คือ ต้นกก ในหมู่บ้าน ถึงแม้จะเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน แต่ในการจัดเก็บแต่ละครั้งจำเป็นต้องรอเวลาที่เหมาะสม หมายถึง กระบวนการเตรียมเส้นกกให้แห้งสนิท เพื่อให้มีคุณภาพ



ภาพที่ 6 กิจกรรมการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย (ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ, 2567)

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนและการดูแลของหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานการศึกษา เช่น งบประมาณ การเสริมทักษะอาชีพ วัสดุอุปกรณ์ ตามงบประมาณที่กำหนด
 2. ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านบริหารจัดการ การทำงานของกลุ่ม การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มในการสร้างมาตรฐานสินค้าชนิดต่าง ๆ ให้เป็นที่ยอมรับ
 3. ได้รับการพัฒนาทักษะต่อยอดความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับและสามารถขายสินค้าได้
 4. ได้รับการพัฒนาและสนับสนุน ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งในระบบออนไลน์และจำหน่ายแบบหน้าร้าน ให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า
- ศักยภาพของกลุ่มกระเป๋าสานผักตบชวา หมู่ 3 และ กลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ 9 อำเภอ ดอยหลวง จังหวัดเชียงราย สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ศักยภาพของกลุ่มกระเป๋าสานผักตบชวา หมู่ 3 และกลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ 9 อำเภอ ดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ข้อเด่น	ปัญหาอุปสรรค	โอกาส	ความต้องการของกลุ่มฯ
- กลุ่มฯ มีความสามัคคี การทำงานกิจกรรมจึง สามารถดำเนินการได้ อย่างสะดวก	ปัจจัยภายใน (กลุ่ม) - สินค้าส่วนใหญ่มา จากธรรมชาติ ในช่วง ฤดูฝนจะทำให้สินค้า เสียหาย	- ได้รับการ สนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน	- มีแหล่งจำหน่ายที่ แน่นอน - ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน และได้รับการยอมรับใน ระดับสากล
- กลุ่มฯ เป็นกลุ่มที่มี ศักยภาพและให้ความ ร่วมมือกับหน่วยงาน จึงทำให้ได้รับการ สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	- ผลิตภัณฑ์เป็นงาน ฝีมือ ต้องใช้เวลาใน การผลิต	- ได้รับการ สนับสนุนส่งเสริม ทักษะและความรู้ ด้านบริหารจัดการ การทำงานของ กลุ่ม	- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ - มีแนวทางในการแก้ไข ปัญหาเรื่อง การเกิดเชื้อ ราในผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม และเป็น เอกลักษณ์	- ไม่สามารถจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ทางระบบ ออนไลน์ได้อย่าง ต่อเนื่อง	- ได้รับการพัฒนา ทักษะต่อยอด ความรู้ อย่างต่อเนื่อง เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มให้มี คุณภาพ ให้เป็นที่ ยอมรับและ สามารถขายสินค้า ได้	
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ มาตรฐานสินค้า OTOP	- ไม่มีกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่คอยสนับสนุนในด้าน ระบบเทคโนโลยี		
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ สามารถขายได้ใน ชุมชนเพราะเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใน ชีวิตประจำวันและ	สารสนเทศ หรือการ ขายสินค้าออนไลน์ - คุณภาพของสินค้า เป็นงานฝีมือที่มีความ สวยงาม มีประณีตที่		

ตารางที่ 3 ศักยภาพของกลุ่มกระเป๋าสานผักตบชวา หมู่ 3 และกลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ 9 อำเภอ
ดอยหลวง จังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ข้อเด่น	ปัญหาอุปสรรค	โอกาส	ความต้องการของกลุ่มฯ
ประกอบอาชีพทางการ เกษตร - ได้รับการสนับสนุน การพัฒนาทักษะใน ด้านต่าง ๆ เพื่อต่อยอด พัฒนาผลิตภัณฑ์ของ ตนเอง	แตกต่างกัน ซึ่งอาจ เป็นอุปสรรคต่อการ สร้างมาตรฐานของ คุณภาพสินค้า - ภาพลักษณ์สินค้า ยัง ไม่เป็นที่น่าสนใจ เพราะ มีความคล้าย กับร้านค้าอื่น ๆ ที่ จำหน่ายในลักษณะ ผลิตภัณฑ์เดียวกัน - ด้านการ ประชาสัมพันธ์ของ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาจจะยังไม่ทั่วถึง - ด้านการบริหาร จัดการ ยังไม่เป็น ระบบที่ชัดเจน ปัจจัยภายนอก - ตลาดในการรองรับ สินค้าที่ไม่แน่นอน - ผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่ม จึง ไม่ผลิตสินค้าจำนวน มากเพื่อเก็บไว้ จำหน่าย - การผลิตสินค้าตาม คำสั่งซื้อไม่แน่นอน - วัตถุดิบที่ใช้ในการ ผลิตมีราคาสูงขึ้น - การเตรียม ต้นกก ให้มีคุณภาพต้องอาศัย	- ได้รับการพัฒนา และสนับสนุน ให้มี ช่องทางการจัด จำหน่ายที่ หลากหลาย ทั้งใน ระบบออนไลน์	

ตอนที่ 2 การส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

การส่งเสริมทักษะและพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นการพัฒนาทักษะอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาตนเอง การสร้างสื่อโฆษณาทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมให้หลากหลายและมีความน่าสนใจมากขึ้น จัดทำแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินผลการส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อ ทั้งก่อนและหลังการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม

การดำเนินการจัดการกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมการอบรม มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ทักษะการถ่ายภาพและการตกแต่งภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ดังนี้

จากกระบวนการอบรมและส่งเสริมทักษะด้านการถ่ายภาพเพื่อการผลิตสื่อ พบว่า การสร้างความเข้าใจและสร้างทักษะจำเป็นต้องลงมือปฏิบัติไปพร้อม ๆ กับการอธิบาย เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยได้นำแนวคิดแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแนวคิด BCG รวมถึงความรู้ด้านการถ่ายภาพเพื่อไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์พื้นฐานการถ่ายภาพเบื้องต้น โดยอธิบายถึง 1) ความสำคัญของภาพถ่ายที่สามารถสื่อความหมายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ซึ่งในการถ่ายภาพซึ่งก่อนการถ่ายภาพเพื่อการผลิตสื่อนั้น จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างให้ภาพสามารถดึงดูดความสนใจได้ 2) การจัดองค์ประกอบและการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งการฝึกอบรมเป็น 2 แบบคือ การถ่ายโดยใช้ Studio Box ซึ่งปัจจุบันนิยมใช้เพื่อถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าและสามารถนำไปตกแต่ง ปรับปรุงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ง่าย และการถ่ายโดยใช้แสงจากธรรมชาติ และการจัดวางตำแหน่งวัตถุในกรอบภาพให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความสมดุลตา โดยใช้หลักการพื้นฐานของการถ่ายภาพ รวมถึงการนำภาพถ่ายไปใช้ประกอบข้อความโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สื่อความหมายของภาพตามความเหมาะสม

เนื่องจากลักษณะภาพที่น่าสนใจนั้น เป็นการการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์สื่อสารความสวยงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ให้สามารถสร้างแรงจูงใจต่อการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานในด้านอื่นได้ ทั้งในรูปแบบ Online และ Offline ในลักษณะโพสต์หรือแสดงภาพสินค้า



ภาพที่ 7 กิจกรรมอบรมเพื่อการถ่ายภาพจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
(ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สิทธิ์, 2567)

2. การประเมินความรู้ความเข้าใจทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตสื่อเพื่อการนำเสนอสินค้า โดยแบบวัดด้านความรู้ความเข้าใจด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ก่อนการส่งเสริมความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ทักษะ ได้แก่ ทักษะด้านความจำ ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน โดยผู้เข้าร่วมอบรมในกิจกรรม จำนวน 20 คน ได้รับแบบประเมินเพื่อทำการทดสอบ ทั้งก่อนและหลังจากการอบรม เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจ ทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประเมินความรู้ก่อนการอบรมแสดงผล ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 8 การทำแบบประเมินความรู้ความเข้าใจ ทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อ
การประชาสัมพันธ์
(ที่มา : พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สิทธิ์, 2567)

ตารางที่ 4 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทาง
วัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 1 ทักษะด้านความจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์เชิงพาณิชย์	8	40
2. BCG Economy หมายถึงการจัดทำเศรษฐกิจในรูปแบบ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว	6	30
3. เศรษฐกิจดิจิทัลคือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภูมิปัญญาและชุมชน	8	40
4. กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การร่วมมือ บทบาทในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางขององค์กร	16	90
5. การขายสินค้าออนไลน์ในระดับพื้นฐาน (ระดับเริ่มต้น) จำเป็นต้องมีสื่อโฆษณาคือจำนวนผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า	7	35
ตอนที่ 2 ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. สื่อโซเชียลไม่ใช่เครื่องมือที่สนับสนุนในการทำการขายสินค้าบนโลกอินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	14	70
7. ภาพถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานขายสินค้าบนสื่อโซเชียลควรเป็นลักษณะมีความคมชัด ระบุรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจนและมีความสวยงาม	14	70

ตารางที่ 4 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

ตอนที่ 2 ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
8	จุดเด่นของการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อโฆษณาในการขายสินค้าออนไลน์ คือ สามารถผลิตผลงานได้ง่าย และนำภาพถ่ายของผู้อื่นมาใช้เป็นภาพโฆษณาของตนเองได้	9	45
9.	สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าสุรา สินค้าอาวุธและสิ่งเทียมอาวุธ เป็นสินค้าที่ไม่ควร นำมาทำการโฆษณา	15	75
10.	ภาพถ่ายที่ไม่ได้นำไปใช้ในระบบออนไลน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานโปสเตอร์ แผ่นพับ แคตตาล็อก แมกกาซีน	15	75
ตอนที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
11.	ปัจจุบันช่องทางสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากที่สุด	10	50
12.	หากเริ่มต้นในการถ่ายภาพสินค้า ภาพสินค้านั้นควรเป็นสินค้าประเภทที่ได้รับความนิยมของร้านค้า	8	40
13.	โฆษณาอวดสรรพคุณที่เกินจริง ไม่ควร นำมาใช้ในการเขียนโฆษณาสินค้า	8	40
14.	เฟซบุ๊ก ไลน์ แอปพลิเคชัน ดิจิทัลคอนเทนต์เหมาะกับการโฆษณาขายของในระบบออนไลน์	15	75
15.	ภาพที่ถูกนำเสนอไปได้รับความสนใจจากลูกค้า ผู้ขายทราบได้จากภาพที่มีสีสดใสสวยงาม	7	35
ตอนที่ 4 ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน		จำนวน (คน)	ร้อยละ
16.	สินค้าประเภทอาหาร ไม่ควร ถ่ายภาพในลักษณะภาพสีจืดจาง	10	50
17.	สินค้าประเภทเครื่องนุ่มห่มหรือเสื้อผ้า ควรถ่ายภาพในลักษณะมีผู้สวมใส่ และเลือกผู้สวมใส่ที่เหมาะสมกับสไตล์	12	60
ตอนที่ 4 ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน (ต่อ)		จำนวน (คน)	ร้อยละ
18.	สิ่งที่จำเป็นที่สุดที่ต้องมีประกอบอยู่ในภาพถ่ายโฆษณาสินค้า คือ ความเรียบเนียนของหน้าผู้ขายสินค้า	12	60
19.	หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโซเชียลที่เป็นช่องทางในการโปรโมทภาพถ่ายสินค้าได้	14	70
20.	ปัจจุบันโทรศัพท์สมาร์ตโฟน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าได้	16	90

จากตารางที่ 4 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแสดงผลดังต่อไปนี้

1. **ทักษะด้านความจำ** พบว่า ข้อ 4 กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การร่วมมีบทบาทในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางขององค์กร มีผู้ตอบถูกมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์เชิงพาณิชย์ และ ข้อ 3 เศรษฐกิจดิจิทัลคือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภูมิปัญญาและชุมชน มีผู้ตอบถูก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และ ข้อ 5 การขายสินค้าออนไลน์ในระดับพื้นฐาน (ระดับเริ่มต้น) จำเป็นต้องมีสื่อโฆษณาคือจำนวนผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า มีผู้ตอบถูก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และลำดับสุดท้าย คือ ข้อ 2 BCG Economy หมายถึงการจัดทำเศรษฐกิจในรูปแบบเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ เศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมีผู้ตอบถูก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

2. **ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ** พบว่า ข้อ 9 สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าสุรา สินค้าอาวุธ และสิ่งเทียมอาวุธ เป็นสินค้าที่ไม่ควร นำมาทำการโฆษณา และ ข้อ 10 ภาพถ่ายที่ไม่ได้นำไปใช้ในระบบออนไลน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานโปสเตอร์ แผ่นพับ แคตตาล็อก แมกกาซีน มีผู้ตอบถูกมากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ลำดับต่อมาคือ ข้อ 6 สื่อโซเชียลไม่ใช่เครื่องมือที่สนับสนุนในการทำการขายสินค้าบนโลกอินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และ ข้อ 7 ภาพถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานขายสินค้าบนสื่อโซเชียลควรเป็นลักษณะมีความคมชัด ระบายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจนและมีความสวยงาม มีผู้ตอบถูก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และข้อ 8 จุดเด่นของการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อโฆษณาในการขายสินค้าออนไลน์ คือ สามารถผลิตผลงานได้ง่าย และนำภาพถ่ายของผู้อื่นมาใช้เป็นภาพโฆษณาของตนเองได้ มีผู้ตอบถูก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ตามลำดับ

3. **ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์** พบว่า มีผู้ตอบข้อมูลเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก โลกแอปพลิเคชัน ติดต่องาน เหมาะสมกับการโฆษณาขายของในระบบออนไลน์ จำนวนมากที่สุด 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ ข้อ 11 ปัจจุบันช่องทางสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ต่อมาคือข้อ 12 หากเริ่มต้นในการถ่ายภาพสินค้า ภาพสินค้านั้น ควรเป็นสินค้าประเภทที่ได้รับความนิยมของร้านค้า และ ข้อ 13 โฆษณาอวดสรรพคุณที่เกินจริง **ไม่ควร** นำมาใช้ในการเขียนโฆษณาสินค้า มีผู้ตอบถูกจำนวนเท่ากัน คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และลำดับสุดท้ายคือ ข้อ 15 ภาพที่ถูกนำเสนอไปได้รับความสนใจจากลูกค้า ผู้ขายทราบได้จากภาพที่มีสีสวยงดงาม มีผู้ตอบถูก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35

4. **ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน** พบว่า มีผู้ตอบแบบคำถาม ข้อ 20 ปัจจุบัน โทรศัพท์สมาร์ตโฟน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าได้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ ข้อ 19 หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโซเชียล ที่เป็นช่องทางในการโปรโมท ภาพถ่ายสินค้าได้ มีผู้ตอบถูก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ลำดับต่อมามีผู้ตอบถูกในข้อ 17 สินค้าประเภทเครื่องนุ่มห่มหรือเสื้อผ้า ควรถ่ายภาพในลักษณะมีผู้สวมใส่ และเลือกผู้สวมใส่ที่เหมาะสมกับสไตล์ และข้อ 18 สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ต้องมีประกอบอยู่ในภาพถ่ายโฆษณาสินค้า คือ ความเรียบเนียนของหน้าผู้ขายสินค้า เท่ากัน คือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60

ตารางที่ 5 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทาง
วัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 1 ทักษะด้านความจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์เชิงพาณิชย์	20	100
2. BCG Economy หมายถึงการจัดทำเศรษฐกิจในรูปแบบ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว	18	90
3. เศรษฐกิจดิจิทัลคือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภูมิปัญญาและชุมชน	18	90
4. กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การร่วมมือ บทบาทในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางขององค์กร	20	100
5. การขายสินค้าออนไลน์ในระดับพื้นฐาน (ระดับเริ่มต้น) จำเป็นต้องมีสื่อโฆษณาคือจำนวนผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า	17	85
ตอนที่ 2 ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. สื่อโซเชียลไม่ใช่เครื่องมือที่สนับสนุนในการทำการขายสินค้า บนโลกอินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	20	100
7. ภาพถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานขายสินค้าบนสื่อโซเชียลควรเป็นลักษณะมีความคมชัด ระบุรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจนและมีความสวยงาม	20	100
8. จุดเด่นของการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อโฆษณาในการขายสินค้าออนไลน์ คือ สามารถผลิตผลงานได้ง่าย และนำภาพถ่ายของผู้อื่นมาใช้เป็นภาพโฆษณาของตนเองได้	20	100
9. สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าสุรา สินค้าอาวุธและสิ่งเทียมอาวุธ เป็นสินค้าที่ไม่ควร นำมาทำการโฆษณา	20	100
10. ภาพถ่ายที่ไม่ได้นำไปใช้ในระบบออนไลน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานโปสเตอร์ แผ่นพับ แคตตาล็อก แมกกาซีน	20	100
ตอนที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11. ปัจจุบันช่องทางสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากที่สุด	20	100
12. หากเริ่มต้นในการถ่ายภาพสินค้า ภาพสินค้านั้นควรเป็นสินค้าประเภทที่ได้รับความนิยมของร้านค้า	20	100
13. โฆษณาอวดสรรพคุณที่เกินจริงไม่ควร นำมาใช้ในการเขียนโฆษณาสินค้า	20	100

ตารางที่ 5 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

ตอนที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
14. เฟซบุ๊ก ไลน์ แอปพลิเคชัน ติดต่องานเหมาะกับการโฆษณาขายของในระบบออนไลน์	20	100
15. ภาพที่ถูกลำเลียงไปได้รับความสนใจจากลูกค้าผู้ขายทราบได้จากภาพที่มีสีสันสวยงาม	20	100
ตอนที่ 4 ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
16. สินค้าประเภทอาหาร ไม่ควร ถ่ายภาพในลักษณะภาพสีจืดจาง	20	100
17. สินค้าประเภทเครื่องนุ่มห่ม หรือ เสื้อผ้า ควรถ่ายภาพในลักษณะมีผู้สวมใส่ และเลือกผู้สวมใส่ที่เหมาะสมกับสไตล์	20	100
18. สิ่งที่สำคัญที่สุด ที่ต้องมีประกอบอยู่ในภาพถ่ายโฆษณาสินค้า คือ ความเรียบเนียนของหน้าผู้ขายสินค้า	20	100
19. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโซเชียลที่เป็นช่องทางในการโปรโมทภาพถ่ายสินค้าได้	20	100
20. ปัจจุบัน โทรศัพท์สมาร์ตโฟน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าได้	20	100

จากตารางที่ 5 แสดงการประเมินความรู้ความเข้าใจก่อนการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแสดงผลดังต่อไปนี้

1. **ทักษะด้านความจำ** พบว่า หลังจากฝึกปฏิบัติและเรียนรู้ ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้เพิ่มมากขึ้นโดยผลจากคะแนนประเมินด้านทักษะความจำ มีดังต่อไปนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถตอบแบบสอบถามถูกทุกคน คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์เชิงพาณิชย์ และข้อ 3 กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การร่วมมือบทบาทในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ข้อ 2 BCG Economy หมายถึงการจัดทำเศรษฐกิจในรูปแบบเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว และ ข้อ 3 เศรษฐกิจดิจิทัลคือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภูมิปัญญาและชุมชน มีผู้ตอบถูก 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และ ข้อ 5 การขายสินค้าออนไลน์ในระดับพื้นฐาน (ระดับเริ่มต้น) จำเป็นต้องมีสื่อโฆษณาคือจำนวนผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า มีผู้ตอบถูก 17 คน ร้อยละ 85 ตามลำดับ

2. **ด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจ** พบว่า ทุกคนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100

3. **ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์** พบว่า ทุกคนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100

4. ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน พบว่า ทุกคนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100

จะเห็นได้ว่า ทักษะความรู้ ความเข้าใจ ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ และทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาได้อย่างชัดเจน จากคะแนน แบบประเมินความรู้ความเข้าใจการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้พบว่า ทักษะด้านความจำยังมีส่วนที่มีประเด็นที่เกี่ยวกับ BCG และ เศรษฐกิจ Digital ยังมีผู้เข้าร่วมอบรมที่ยังไม่เข้าใจ ร้อยละ 10 และความรู้ด้านการขายสินค้าออนไลน์ ในระดับพื้นฐาน อีกร้อยละ 15

ตารางที่ 6 แสดงคะแนนทดสอบก่อน-หลังเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (N=20)

คะแนน	Mean	SD	ความหมาย
ก่อนการอบรมฯ	11.25	1.92	ระดับมาก
ด้านที่ 1 ความจำ	2.25	0.97	ระดับน้อย
ด้านที่ 2 ทักษะความรู้ ความเข้าใจ	3.35	0.81	ระดับมาก
ด้านที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์	2.40	0.99	ระดับน้อย
ด้านที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้งาน	3.25	1.12	ระดับมาก
หลังการอบรมฯ	19.65	1.12	ระดับสูงมาก
ด้านที่ 1 ความจำ	4.65	0.59	ระดับสูงมาก
ด้านที่ 2 ทักษะความรู้ ความเข้าใจ	5.00	0.00	ระดับสูงมาก
ด้านที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์	5.00	0.00	ระดับสูงมาก
ด้านที่ 4 ด้านการประยุกต์ใช้งาน	5.00	0.00	ระดับสูงมาก

จากตารางที่ 6 แสดงคะแนนทดสอบก่อน-หลังเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แสดงค่าเฉลี่ยรวมก่อนการอบรม 11.25 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.92 ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมหลังการอบรม 19.65 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 อยู่ในระดับมาก ด้านทักษะความจำ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 อยู่ในระดับน้อย และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 4.65 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 3.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมาก ด้านทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมาก และด้านการประยุกต์ใช้งาน ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมาก

จะเห็นได้ว่า ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ เป็นทักษะที่มีการพัฒนาจากการอบรมเชิงปฏิบัติการมากที่สุด เนื่องจากมีค่าคะแนน ก่อนอบรมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.40 และหลังอบรมมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

คะแนนเฉลี่ย	Mean	Std.D.	t-test	p-value
ก่อนเรียน	11.25	1.92	73.73*	0.000
หลังเรียน	19.65	1.12		

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนเรียน 11.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.92 ค่าเฉลี่ย หลังเรียน 19.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 พบว่า คะแนนทดสอบหลังเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มสูงขึ้นจากคะแนนทดสอบก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลจากการวิจัย โดยแบ่งหัวข้อตามวัตถุประสงค์ คือ 1) ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย และ 2) การส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 และกลุ่มกระเป๋าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย จะเห็นได้ว่า มีจุดเด่นในเรื่องผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ แต่ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินงาน ที่คล้ายกันอาจเป็นเพราะอยู่ในชุมชนใกล้เคียงกันและมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน ดังนั้นจึงสามารถอธิบายความโดดเด่นและมีปัญหาอุปสรรค รวมถึงโอกาส ดังต่อไปนี้

ข้อเด่น

1. ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปาก่อ (อบต. หนองปาก่อ) อย่างต่อเนื่อง เพราะทั้ง 2 กลุ่มเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและให้ความร่วมมือกับหน่วยงาน จึงทำให้ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้มาตรฐานสินค้า OTOP

3. กลุ่มฯ มีความสามัคคี เป็นลักษณะเครือข่ายญาติพี่น้อง และอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน ดังนั้นในการรวมกลุ่มประชุมและร่วมทำกิจกรรมจึงสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก และผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ในชุมชนได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันและประกอบอาชีพทางการเกษตร แต่อย่างไรก็ตาม ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพจำหน่ายในราคาที่ไม่แพง

4. ได้รับการสนับสนุนจากองค์การภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานการศึกษา และหน่วยงานพัฒนาอาชีพ ในด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และการสนับสนุนการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์

ข้อจำกัด

ในการศึกษาได้แบ่งข้อจำกัดของการดำเนินการของทั้ง 2 กลุ่ม เป็นปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยภายในกลุ่มฯ และปัจจัยภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ผลผลิตเป็นงานฝีมือ การผลิตจึงเป็นไปอย่างล่าช้าเพราะอาศัยเวลาร่างจากงานหลักหรืองานประจำ
2. กลุ่มฯ ไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตทางระบบออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่องในการจำหน่ายสินค้าในระบบออนไลน์แต่ละครั้งต้องขอความร่วมมือจากบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองป่าก่อ ให้คำปรึกษาและในความช่วยเหลือในการจำหน่ายสินค้า
3. ไม่มีคนรุ่นใหม่ ที่คอยสนับสนุนในด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือการขายสินค้าออนไลน์
4. คุณภาพของสินค้า เนื่องจากเป็นงานฝีมือที่มีความสวยงาม แต่กลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มมีผู้ผลิตขึ้นงานหลายคน ทำให้ผลผลิตมีความหลากหลายและความประณีตที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างมาตรฐานของคุณภาพสินค้า
5. ภาพลักษณ์สินค้า ยังไม่เป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมชิ้นงานต่าง ๆ มีความคล้ายกับร้านค้าอื่น ๆ ที่จำหน่ายในลักษณะผลิตภัณฑ์เดียวกัน
6. ด้านการประชาสัมพันธ์ของการจำหน่ายผลผลิตอาจจะยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์จากงานจัดแสดงสินค้า หรือการประชาสัมพันธ์ผ่าน Page Facebook ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองป่าก่อเท่านั้น
7. ด้านการบริหารจัดการ ถึงแม้ว่าจะมีโครงสร้างที่ชัดเจน แต่ในการดำเนินการยังเป็นลักษณะของความสัมพันธ์ชุมชนที่ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ทำให้การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน

ปัจจัยภายนอก

1. ตลาดในการรองรับสินค้าที่ไม่แน่นอน ทำให้กลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่ม จึงไม่ผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อเก็บไว้จำหน่าย เนื่องจากไม่มีสถานที่รวบรวมสินค้า และเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ อาจเกิดความเสียหายจากมด มอด และเชื้อรา
2. การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อไม่แน่นอน โดยผู้สั่งผลิตจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่จะสั่งผลิตเพื่อจำหน่ายในวันสำคัญต่าง ๆ หรือจำหน่ายในงานจัดแสดงสินค้าชุมชน
3. ปัจจุบันวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตชิ้นงานมีราคาสูงขึ้น

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนและการดูแลของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานการศึกษา เช่น งบประมาณ การเสริมทักษะอาชีพ วัสดุอุปกรณ์ ตามงบประมาณที่กำหนด
2. ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านการบริหารจัดการ การทำงานของกลุ่ม การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มในการสร้างมาตรฐานสินค้าชนิดต่าง ๆ ให้เป็นที่ยอมรับ
3. ได้รับการพัฒนาทักษะต่อยอดความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับและสามารถขายสินค้าได้

4. ได้รับการพัฒนาและสนับสนุนให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งในระบบออนไลน์และจำหน่ายแบบหน้าร้าน ให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า

2. การส่งเสริมทักษะด้านจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

การดำเนินการจัดการกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมการอบรม มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ทักษะการถ่ายภาพและการตกแต่งภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยการประเมินความรู้ความเข้าใจทักษะด้านการจัดทำสื่อทางวัฒนธรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งก่อนและหลังการจัดอบรม โดยแบบวัดด้านความรู้ แบ่งเป็น 4 ทักษะ คือ ทักษะด้านความจำ ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน โดยผู้เข้าร่วมอบรมในกิจกรรม จำนวน 20 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมก่อนการอบรม เท่ากับ 11.25 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.92 ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมหลังการทำทดสอบ 19.65 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 อยู่ในระดับมาก ด้านทักษะความจำ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 อยู่ในระดับน้อย และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 4.65 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ด้านทักษะความรู้ ความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 3.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมาก ด้านทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมาก และด้านการประยุกต์ใช้งาน ค่าเฉลี่ยก่อนการอบรม 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยหลังการอบรม 5.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 อยู่ในระดับสูงมากจะเห็นได้ว่า ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์ เป็นทักษะ ที่มีการพัฒนาจากการอบรมเชิงปฏิบัติการมากที่สุด เนื่องจากมีค่าคะแนน ก่อนอบรมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.40 และหลังอบรมมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนเรียน 11.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.92 ค่าเฉลี่ย หลังเรียน 19.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 พบว่า คะแนนทดสอบหลังเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มสูงขึ้นจากคะแนนทดสอบก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42

อภิปรายผล

การวิจัยการส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย งานวิจัยเพื่อการส่งเสริมทักษะด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในตำบลหนองป่าก่อและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ นั้นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและความสนใจเพื่อการพัฒนาและการเรียนรู้ของ

กลุ่มผู้ประกอบการที่สามารถวิเคราะห์ศักยภาพ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาตนเองอย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ ที่คล้ายกับงานวิจัยของพนัส โพธิ์ปัติ (2564) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อและพัฒนาและผลิตสื่อทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันชุมชนบ้านหม้อมีการผลิตสินค้ามากขึ้น เนื่องจากมีคำสั่งซื้อจากพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งในการผลิตเป็นไปตามรายการของการสั่งซื้อ แต่ปัจจุบันธุรกิจชุมชนยังไม่สามารถที่จะแข่งขันกับธุรกิจที่เกิดขึ้นมาใหม่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพจึงมีความจำเป็นจะต้องแก้ปัญหาในการสร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนโดยให้ชุมชนได้ร่วมเรียนรู้ กระบวนการจัดการทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อาชีพของตนเอง และในด้านการผลิตสื่อต่าง ๆ ให้กับชุมชนตามความต้องการ ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ ภาพถ่ายเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ลงใน Facebook การขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ต่อมาได้พัฒนาและผลิตสื่อทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนได้จัดทำสื่อทั้งหมดนี้ให้มีในชุมชน และการพัฒนาสื่อทางวัฒนธรรมให้ชุมชน โดยการให้ชุมชนร่วมเรียนรู้และได้ทดลองลงมือจัดทำสื่อด้วยตนเอง โดยการให้องค์ความรู้ในด้านการจัดทำสื่อสมัยใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำความรู้และสื่อทางวัฒนธรรมของชุมชนนี้ไปเผยแพร่และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เห็นได้ว่าการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมมีความสำคัญเพราะชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการในการทำงาน ทำให้ผู้ศึกษาได้รับข้อเสนอแนะและข้อแนะนำ รวมถึงการรับรู้ศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ทั้งข้อเด่นและข้อด้อย เพื่อนำมาปรับให้การทำงานเป็นไปตามความต้องการของชุมชนที่ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะดำเนินการส่งเสริมทักษะด้านการผลิตสื่อโดยการใช้ภาพถ่าย แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำทักษะความรู้ ทั้งในด้านการจัดองค์ประกอบการสื่อความหมาย และการถ่ายภาพอย่างง่าย ทำให้สามารถนำภาพไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยกนก ผาสุกตระกูล (2560) ที่ศึกษาด้านการใช้ภาพเพื่อการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยศึกษาในกลุ่มธุรกิจด้านความงาม ในชื่อวิจัยคือการศึกษาการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกใช้บริการสินค้ากลุ่มธุรกิจความสวยงาม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งในด้านของการใช้งานทั้งของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ นอกจากนั้น ยังมีรูปแบบการโฆษณาที่น่าสนใจหลายรูปแบบ โดยรูปแบบการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมในกลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการความสวยงาม คือ วิดีโอ รูปภาพ และลิงค์ แต่ทั้งนี้การเลือกใช้รูปแบบการโฆษณาบนเฟซบุ๊กให้ตรงตามวัตถุประสงค์นั้นเป็นแค่เพียงส่วนหนึ่งที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและตัดสินใจซื้อ และสิ่งที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือรูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ซึ่งเมื่อคอนเทสต์ดี เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน น่าติดตาม เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารและสินค้าได้ง่ายในอนาคต จะเห็นได้ว่าในงานวิจัยลักษณะของการใช้ภาพให้ตรงตามวัตถุประสงค์ จะทำให้เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน ซึ่งในกระบวนการวิจัยของผู้วิจัยที่ทำในกลุ่มผู้ประกอบการในบ้านหนองปาก่อนนั้น จะใช้แนวทางในลักษณะเดียวกันเพื่อให้กลุ่มผู้เข้าร่วมอบรมเกิดทักษะและความเข้าใจจนสามารถนำความรู้ที่ได้อบรมไปต่อยอดประยุกต์ใช้ในงานอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยของจกฤกษ์ กิตติทรัพย์เจริญ (2561)

ที่ศึกษาลักษณะของภาพโฆษณาที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อภาพถ่ายโฆษณาขายสินค้าบนอินสตาแกรม กรณีศึกษา : กระเป๋าสตางค์แฟชั่นที่ไม่ใช่สินค้าแบรนด์เนม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของภาพถ่ายโฆษณาสินค้าแฟชั่นบนอินสตาแกรมในลักษณะใดที่สามารถทำให้ลูกค้ำหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อภาพนั้น โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของภาพ เช่น มุมมองภาพ ความลึกของภาพ สีของภาพพื้นหลังและแสง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลักษณะภาพถ่ายโฆษณาที่ทำให้ลูกค้ำหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อภาพนั้น ๆ ซึ่งผลการศึกษาส่วนหนึ่งพบว่า ลักษณะภาพถ่ายโฆษณาที่ทำให้ลูกค้ำหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อภาพนั้น ๆ ได้แก่ ภาพที่แสดงการสาธิตการทำงานของภาพสินค้าหรือการใช้งานสินค้า เป็นภาพลักษณะถูกใช้งานโดยนางแบบหรือนายแบบในภาพหรือภาพกระเป๋าที่บรรจุสิ่งของภายใน โดยมีลักษณะภาพเป็นมุมระดับสายตา ความลึกของภาพเป็นภาพชัดลึก สีของภาพพื้นหลังเป็นสีกลางและสีอ่อน ลักษณะของแสงในภาพเป็นไฮคีย์หรือค่อนข้างไปทางไฮคีย์ โดยเมื่อจำแนกอายุและรายได้ พบว่า ลักษณะของภาพถ่ายโฆษณาที่ส่งผลทำให้ลูกค้ำหรือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี มีลักษณะแตกต่างกันเล็กน้อยในช่วงอายุและรายได้ เห็นได้ว่างานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อการทำงานของนักศึกษา เนื่องจากได้แสดงถึงมุมมองต่อการใช้แสงในภาพทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งเป็นข้อมูลที่เหมาะสมและนักศึกษาสามารถนำแนวคิดและความรู้ไปเพิ่มเติมกับกลุ่มเป้าหมายได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ เห็นได้ว่า การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการดำเนินงานและการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงในการปฏิบัติการต้องอาศัยการยอมรับเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทั้งผู้วิจัยและกลุ่มเป้าหมายกระบวนการเรียนรู้จึงมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้แล้วจะเห็นได้ว่า ในการส่งเสริมทักษะนั้น ควรที่จะเรียนรู้ด้านทฤษฎีไปพร้อมกับ การปฏิบัติ เนื่องจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ ถึงแม้ว่ากลุ่มเป้าหมายจะไม่เข้าใจทฤษฎีอย่างถ่องแท้ แต่ก็สามารถที่จะนำการเรียนรู้ที่ผ่านประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่มีศักยภาพ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการตลาดและแหล่งผลิตสินค้า เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

บรรณานุกรม

- กรมประมง. (2562). *การมีส่วนร่วม*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก https://www4.fisheries.go.th/local/pic_activities/201907021257071_pic.docx.
- กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2565 – 2569)*. (2564). สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก https://planning.crru.ac.th/file_manu/planCRRU_6569.pdf.
- เกียรติศักดิ์ ลำพองชาติ. (2563). ทักษะการทำงานในโลกยุคดิจิทัล. *เอกสารวิชาการ สำนักวิชาการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา*, 10(4), 1 - 17. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.senate.go.th/view/1/article_detail/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/6909/TH-TH.
- คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก. (2559). *คู่มือการส่งเสริมการพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก”*. กรุงเทพมหานคร : สำนักสนับสนุนขบวนองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2564). *ความสำคัญของทักษะดิจิทัล : วิถีใหม่และความฉลาดทางดิจิทัล*. กรุงเทพมหานคร : กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก <https://learningdq-dc.ku.ac.th/>.
- จักกฤษณ์ กิตติทรัพย์เจริญ. (2560). *ลักษณะของการถ่ายภาพโฆษณาที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพถ่ายโฆษณาขายสินค้าบนอินสตาแกรม กรณีศึกษา : กระเป๋าสตางค์ที่ไม่ใช่สินค้าแบรนด์เนม*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902037257_7278_7188.pdf.
- ชนะ เทศทอง. (2555). *เปิดร้านออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.
- ณัฐกร สงคราม. (2557). *การถ่ายภาพ เทคนิคและการนำไปใช้เพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทกานต์ ทองวานิช. (2560). *สร้างสรรค์อย่างไรเพื่อวันนี้ในอนาคต. นิตยสารคิดสร้างเศรษฐกิจไทย ด้วยความคิดสร้างสรรค์*, 8(8), 20-21.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2555). *การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย : คุณสมบัติการวัดเชิงจิตวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พนัส โพธิ์ปัติ. (2564). กระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(3), 239-250.
- พลอยกนก ผาสุกตระกูล. (2560). รูปแบบการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และเลือกใช้บริการสินค้ากลุ่มธุรกิจความงาม. *สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2564). เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-604476>.
- เพจ 365. (มปป.). ส่งธุรกิจออนไลน์มาแรงแห่งยุค New Normal พร้อมวิธีปรับตัวสำหรับร้านค้าออนไลน์ให้ไปได้สวย. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.page365.net/all-articles/online-business-in-the-new-normal>.
- เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2562). องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการถ่ายภาพ. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.chonburi.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4001.pdf>
- รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 994-1013.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2559). *การมีส่วนร่วม*. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A1>.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2564). *ABOUT CEA*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.cea.or.th/th/about>.
- สุชาดา พุทธรักษา .(2561). ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในโครงการดิจิทัลชุมชนด้าน e-Commerce. *ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ*. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรรุ่นที่ 60. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2564, จาก http://www.dsdcw2016.dsdcw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8567e/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1.pdf.
- สุรางคณา วายุภาพ. (2560). *Checklist รู้ทันซื้อขายออนไลน์*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง. (2545). *บทบาทของสื่อมวลชนไทยต่อการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ*. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

อนันต์ เกียรติสารภพ. (2558). เศรษฐกิจดิจิทัล (*Digital Economy*) นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่. สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2564, จาก http://library2.parliament.go.th/ejournal /content_af/2558/mar2558-2.pdf.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

ข้าพเจ้า นางสาวดอกไม้ ปะเมโท ตำแหน่ง ประธานกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง ขอยืนยันว่า ข้าพเจ้ายินดีนำผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมของสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

โครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองป่าก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย

โดยยินดีนำผลงานวิจัยข้างต้น ไปใช้ประโยชน์ ในกิจกรรมการพัฒนาพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทางเศรษฐกิจและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ การใช้งานวิจัยให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่องคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชนให้ดีขึ้น
2. การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชนในเชิงสาธารณะและเชิงการพัฒนาสังคม ในมิติเศรษฐกิจชุมชน และขยายผลสู่การต่อยอดด้านการพัฒนาสู่กลุ่มอาชีพที่ยั่งยืนโดยภาคีเครือข่ายความร่วมมือ

(ลงชื่อ) น.ส. ดอกไม้ ปะเมโท

(นางสาวดอกไม้ ปะเมโท)

ตำแหน่งประธานกลุ่มทอผ้าและทอเสื่อกกบ้านทุ่งโป่ง
อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

ข้าพเจ้า นางนุรัตน์ ดวงลูกแก้ว ตำแหน่ง ตำแหน่งประธานกลุ่มจักสานจากต้นกก บ้านหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย ขอยืนยันว่า ข้าพเจ้ายินดีนำผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมของสำนักวิชา สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

โครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สินค้าเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัด เชียงราย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ทรัพย์ พิมพ์สุทธิ เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย

โดยยินดีนำผลงานวิจัยข้างต้น ไปใช้ประโยชน์ ในกิจกรรมการพัฒนาพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทาง เศรษฐกิจและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ การใช้งานวิจัยให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่อง คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชนให้ดีขึ้น
2. การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชนในเชิงสาธารณะและเชิงการพัฒนาสังคม ในมิติเศรษฐกิจ ชุมชน และขยายผลสู่การต่อยอดด้านการพัฒนาสู่กลุ่มอาชีพที่ยั่งยืนโดยภาคีเครือข่ายความร่วมมือ

(ลงชื่อ).....นางนุรัตน์ ดวงลูกแก้ว.....

(นางนุรัตน์ ดวงลูกแก้ว)

ตำแหน่งประธานกลุ่มจักสานจากต้นกก
บ้านหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ภาคผนวก ข
เอกสารรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัย



สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
80 หมู่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ตำบลบ้านคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
เบอร์โทรศัพท์ 053-776000 ต่อ 1906

เอกสารรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ดำเนินการให้การรับรอง
พิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่
Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline International Conference on
Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

หมายเลขใบรับรอง : COE.009/2567
เลขที่โครงการวิจัย : 009-2567-Exe
ชื่อโครงการ : การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์
สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสานในตำบลหนองปากอ
อำเภอต๋อยหลวง จังหวัดเชียงราย
ผู้วิจัยหลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์พร พิมพ์สุทธิ์
สังกัดหน่วยงาน : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
วิธีทบทวน : แบบยกเว้น (Exemption Protocol)
รายงานความก้าวหน้า : ไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้า
เอกสารรับรอง : เอกสารการยื่นขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ฉบับวันที่ 10 มิถุนายน 2567

ลงนาม :


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ สัตระกุล)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วันที่ให้การรับรอง : วันที่ 12 มิถุนายน 2567

หมายเหตุ

1. ไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้า และส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
2. การปรับเปลี่ยนใด ๆ ที่นอกเหนือที่ได้รับอนุมัติ จำเป็นต้องมีการแก้ไขหรือส่งพิจารณาใหม่

โครงการวิจัย
กิจกรรม การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์
เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสาน
ในตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

2. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

ลักษณะคำถามเป็นการร่วมกันวิเคราะห์และเสนอความคิดเห็น และร่วมวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม โดยมีข้อคำถาม ดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มของท่านมีการรวมกลุ่มกันได้อย่างไร (ประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกลุ่ม)
- 2) กลุ่มของท่านมีระบบหรือวิธีการดำเนินงานอย่างไร (ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า)
- 3) กลุ่มของท่านมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องใด (ข้อดี)
- 4) กลุ่มของท่านมีอุปสรรคหรือปัญหาในการดำเนินงานหรือไม่ และมีการแก้ไขปัญหายังไง
- 5) ท่านคิดว่ากลุ่มของท่าน
 มีปัจจัยใดหรือโอกาสใดที่ทำให้กลุ่มได้รับโอกาสและพัฒนาศักยภาพในรูปแบบต่าง ๆ (เช่น การมีองค์กรสนับสนุน ในด้านงบประมาณ ความรู้ การนำเสนอข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น)
- 6) ท่านคิดว่ากลุ่มของท่านควรได้รับการสนับสนุนในด้านใดและมีความต้องการพัฒนากลุ่มในเรื่องใด เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง
- 7) เป้าหมายหรือความคาดหวังที่ท่านต้องการให้เกิดขึ้นกับกลุ่มของท่านคืออะไร เพราะอะไร

Version 2 วันที่ 10 มิถุนายน 2567



CRRU-IRB

คณะกรรมการวิจัยจริยธรรมการ
 จริยธรรมการวิจัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 หน่วยงาน : คณะการวิจัยและสร้างสรรค์นวัตกรรมวิจัยอย่างสร้างสรรค์

Questionnaire

แบบทดสอบทักษะความรู้ความเข้าใจ
กิจกรรม การส่งเสริมทักษะการพัฒนาสื่อเชิงสร้างสรรค์
เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมในกลุ่มจักสาน
ในตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง 1. ข้อคำถามมีจำนวน 20 ข้อ

2. ให้ผู้ทำแบบทดสอบคำเครื่องหมาย ✓ หรือ X ในช่องคำตอบ

ตอนที่ 1 ทักษะด้านความจำ

- 1. ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์เชิงพาณิชย์
- 2. BCG Economy หมายถึงการจัดทำเศรษฐกิจในรูปแบบเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว
- 3. เศรษฐกิจดิจิทัลคือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภูมิปัญญาและชุมชน
- 4. กระบวนการของการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ การร่วมมือบทบาทในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทางขององค์กร
- 5. การขายสินค้าออนไลน์ในระดับพื้นฐาน (ระดับเริ่มต้น) จำเป็นต้องมีสื่อโฆษณาคือจำนวนผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า

ตอนที่ 2 ทักษะความรู้ด้านความเข้าใจ

- 6. สื่อโซเชียลไม่ใช่เครื่องมือที่สนับสนุนในการทำการขายสินค้าบนโลกอินเทอร์เน็ต และประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
- 7. ภาพถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานขายสินค้าบนสื่อโซเชียลควรเป็นลักษณะมีความคมชัด ระบุรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจนและมีความสวยงาม
- 8. จุดเด่นของการใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อโฆษณาในการขายสินค้าออนไลน์ คือ สามารถผลิตผลงานได้ง่าย และนำภาพถ่ายของผู้อื่นมาใช้เป็นภาพโฆษณาของตนเองได้
- 9. สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าสุรา สินค้าอาวุธและสิ่งเทียมอาวุธ เป็นสินค้าที่ไม่ควรนำมาทำโฆษณา
- 10. ภาพถ่ายที่ไม่ได้นำไปใช้ในระบบออนไลน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานโปสเตอร์ แผ่นพับ แคตตาล็อก แมกกาซีน

Version 2 วันที่ 10 มิถุนายน 2567



CRRU-IRB

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 หมายเลข : คำให้การไว้ ณ วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗

Questionnaire

ตอนที่ 3 ทักษะความรู้ด้านการวิเคราะห์

- 11. ปัจจุบันช่องทางสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากที่สุด
- 12. หากเริ่มต้นในการถ่ายภาพสินค้า ภาพสินค้านั้นควรเป็นสินค้าประเภทที่ได้รับ
ความนิยมของร้านค้า
- 13. โฆษณาวดสรรพคุณที่เกินจริงไม่ควร นำมาใช้ในการเขียนโฆษณาสินค้า
- 14. เฟสบุค ไลน์ แอปพลิเคชั่น ดิจิตอลเหมาะสมกับการโฆษณาขายของในระบบออนไลน์
- 15. ภาพที่ถูกนำเสนอไปได้รับความสนใจจากลูกค้าผู้ขายทราบได้จากภาพที่มีสีสดใสสวยงาม

ตอนที่ 4 ทักษะความรู้ด้านการประยุกต์ใช้งาน

- 16. สินค้าประเภทอาหาร ไม่ควร ถ่ายภาพในลักษณะภาพสีจืดจาง
- 17. สินค้าประเภทเครื่องนุ่มห่ม หรือ เสื้อผ้า ควรถ่ายภาพในลักษณะมีผู้สวมใส่
และเลือกผู้สวมใส่ที่เหมาะสมกับสไตล์
- 18. สิ่งที่สำคัญที่สุด ที่ต้องมีประกอบอยู่ในภาพถ่ายโฆษณาสินค้า คือ
ความเรียบเนียนของหน้าผู้ขายสินค้า
- 19. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโซเชียลที่เป็นช่องทางในการโปรโมทภาพถ่ายสินค้าได้
- 20. ปัจจุบัน โทรศัพท์สมาร์โฟน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าได้

** ผู้ทำแบบทดสอบควรตรวจสอบจำนวนข้อที่ได้ทำและทบทวนความสมบูรณ์ของการตอบคำถามก่อนส่ง **

Version 2 วันที่ 10 มิถุนายน 2567



CRRU-IRB
 คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 หน่วยงาน : สำนักงานวิจัยและพัฒนาการวิจัย
 หมายเลข : คำวินิจฉัยเลขที่ 10/2567 เรื่อง การวิจัยในคน

ภาคผนวก ค
รายชื่อสมาชิก

รายชื่อสมาชิก

กลุ่มกระเป่าสานจากผักตบชวา หมู่ 3 ตำบลหนองปาก่อ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่
1	นางหนูรักษ์ ดวงลูกแก้ว	ประธาน	299 บ้านหนองปาก่อ ต.หนองปาก่อ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย
2	นางน้ำฝน ปงอ้อคำ	รองประธาน	16 ม.3 บ้านหนองปาก่อ ต.หนองปาก่อ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย
3	นางแดง ชัยศีล	เลขา	44 ม.3 บ้านหนองปาก่อ ต.หนองปาก่อ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย
4	นางพรรณี ชุมแวงวาปี	เหรัญญิก	210 ม.3 บ้านหนองปาก่อ ต.หนองปาก่อ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย
5	นางอรอนงค์ ปงอ้อคำ	สมาชิกกลุ่ม	-
6	นางสุนีย์ สีทองแดง	กรรมการ	-
7	นางแดง พานิษฐ์	กรรมการ	-
8	นางเพชร พาเต็ม	สมาชิกกลุ่ม	-
9	นายตัน พาเต็ม	สมาชิกกลุ่ม	-
10	นายบุญมี ดวงลูกแก้ว	สมาชิกกลุ่ม	-

รายชื่อสมาชิก
กลุ่มทอผ้าและเสื่อกก หมู่ที่ 9 ตำบลหนองปากอ อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่
1	นางสาวดอกไม้ ปะเมโท	ประธาน	27 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110
2	นางสมบัติ จงเรียน	รองประธาน	101 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110
3	นายนราธิป ทองสุข	เลขา	-
4	นางสาวสุดารัตน์ แอฤทธิ	เลขา	12 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110
5	นางสาคร แสงตึง	เหรัญญิก	19 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110
5	นายประยูร คาคะนา	เหรัญญิก	-
6	นางสาวสุนทรีย์ บุนกาน	เหรัญญิก	-
7	นางบุญนำ วงศ์ศรี	คณะกรรมการ	-
8	นางทำเนียม ทันทาไทย	คณะกรรมการ	-
9	นางยม ทองสุข	คณะกรรมการ	22 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110
10	นางรัตนา โหงยย่อ	สมาชิก	-
11	นายจกฤช สีทองแดง	สมาชิก	-
12	นางบัวรี ปัดไธย	สมาชิก	-
13	นายสมพงษ์ ศรีบุญเรือง	สมาชิก	-
14	นางมินตรา ขนุนตะกุลทรัพย์	สมาชิก	59 ม.9 บ.ทุ่งโป่ง ต.หนองปากอ อ.ดอยหลวง จ.เชียงราย 57110

ภาคผนวก ง
กระบวนการดำเนินการวิจัย

กระบวนการดำเนินการวิจัย
การวางแผนการทำงานในพื้นที่ตำบลหนองปากอ๋อ ตำบลดอยหลวง เชียงราย



กระบวนการดำเนินการวิจัย
ประธานกลุ่มแสดงผลภัณฑ์ชุมชน



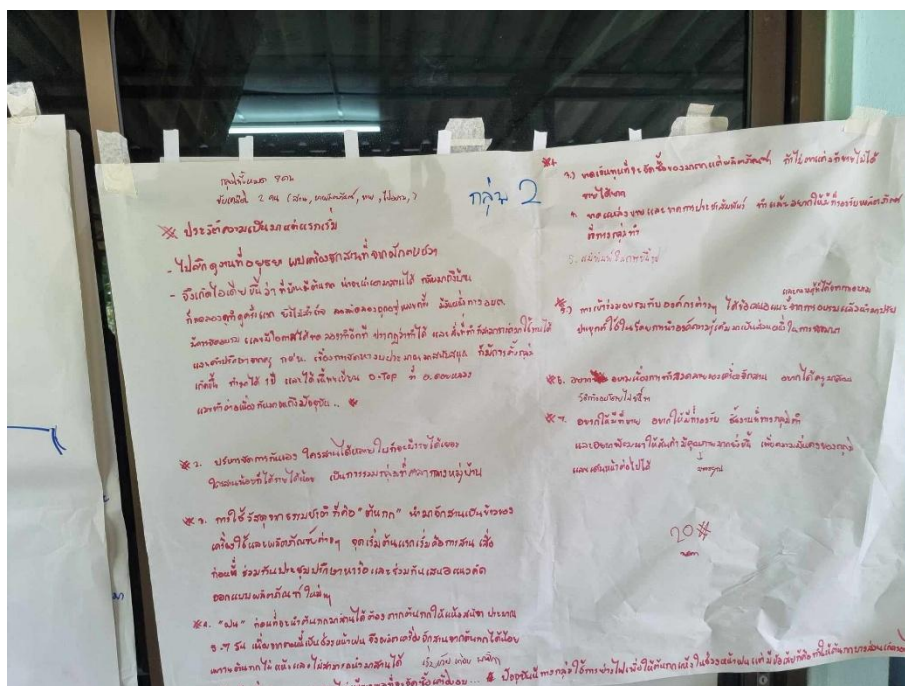
กระบวนการดำเนินการวิจัย
กิจกรรมการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์



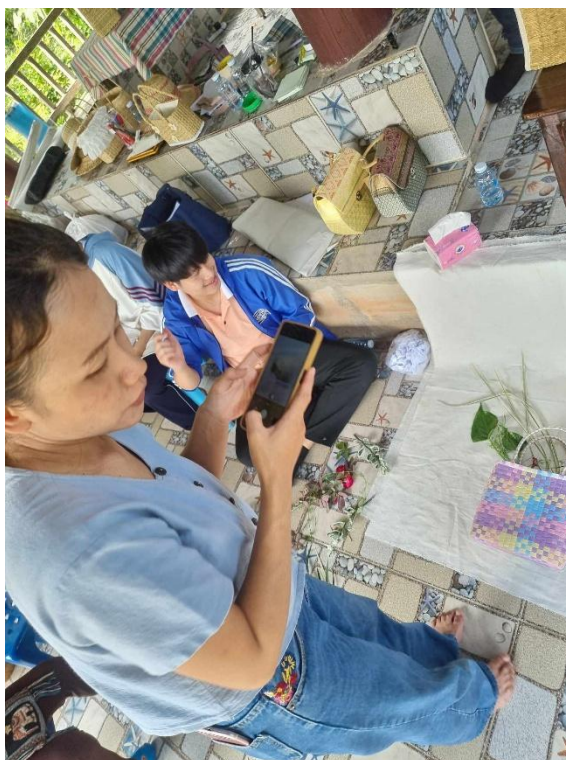
กระบวนการดำเนินการวิจัย
กิจกรรมการสนทนากลุ่มเพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ



กระบวนการดำเนินการวิจัย กิจกรรมการสนทนากลุ่มเพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มฯ



กระบวนการดำเนินการวิจัย
กิจกรรมการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์



กระบวนการดำเนินการวิจัย
กิจกรรมการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์



กระบวนการดำเนินการวิจัย
กิจกรรมการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์



กระบวนการดำเนินการวิจัย
ผลงานของผู้เข้าร่วมอบรม



กระบวนการดำเนินการวิจัย
ผลงานของผู้เข้าร่วมอบรม



ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวพิมพ์พัทธ์ พิมพ์สุทธิ	
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	
สังกัด	สาขาวิชาสังคมศาสตร์ แขนงวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	
เบอร์มือถือ	083-0828296	
E-mail :	pimsub99@hotmail.com	
ประวัติการศึกษา		
ระดับการศึกษา	สาขา/หลักสูตร	สถาบัน
ปริญญาโท	พัฒนธรรมศึกษา /ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ปริญญาตรี	การถ่ายภาพและภาพยนตร์/ วิทยาศาสตร์บัณฑิต	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพ

ประสบการณ์การวิจัย

ปี พ.ศ.	ชื่อผลงานวิจัย
2560	องค์ความรู้ของหมอเมืองในการดูแลสุขภาพชุมชนในตำบลมะตะ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย
2560	แหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านเส้นทางการค้าสายเชียงราย-เชียงใหม่
2559	การใช้เทคนิคกระบวนการระดมสมองในการสอนรายวิชาการประชาสัมพันธ์ทาง ภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรม สำหรับนักศึกษาสาขาการจัดการภูมิปัญญา และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ชั้นปีที่ 3

บทความวิชาการ

2559	บทความ “การจัดการเรียนรู้การประชาสัมพันธ์ทางภูมิปัญญาและทรัพยากรทาง วัฒนธรรมโดยใช้เทคนิคกระบวนการระดมสมองสำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ ภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”
2560	บทความ “ขนมจีนน้ำแฉะ : วัฒนธรรมไร่พรมแดน” การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 13 การพัฒนาในศตวรรษที่ 21 วันศุกร์ที่ 20 มกราคม 2560
2560	บทความ “ของดีที่บ้านหมอเมือง ภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพท้องถิ่น ตำบลดงมะตะ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย” การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัย” ครั้งที่ 13 วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ระหว่างวันที่ 20 – 21 กรกฎาคม 2560

ผู้ร่วมงานวิจัย คนที่ 1

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวภัทรีพันธุ์ พันธุ์
ตำแหน่งปัจจุบัน	คณบดีคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100
เบอร์โทรศัพท์	0-5370-2870
โทรสาร	0-5370-2870

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ.	ระดับการศึกษา	สาขา/หลักสูตร	สถาบัน
2551	ปริญญาโท	ประวัติศาสตร์ศิลปะ/ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2544	ปริญญาตรี	ประวัติศาสตร์ศิลปะ/ศิลปศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยศิลปากร

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

1. พิพิธภัณฑวิทยา
2. ประวัติศาสตร์ศิลปะ
3. ประวัติศาสตร์และโบราณคดี

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

1. เจดีย์เชียงแสน : กรณีศึกษาเจดีย์วัดมุงเมือง (2544)
2. สัตถภัณฑ์ล้านนา : กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มไทลื้อ จังหวัดน่าน (2551)
3. การพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาท้องถิ่นไทยและประชาคมโลกโดยการจัดการความรู้ (2552)
4. การใช้กระบวนการแบบกัลยาณมิตรในการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาโปรแกรมวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาในรายวิชาโบราณคดีเบื้องต้น (2554)
5. การกระจายตัวของแหล่งโบราณคดีในเขตตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย (2553)
6. การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมในเขตตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย (2555)
7. การพัฒนาศักยภาพทางการเรียนผ่านวิธีการสอนแบบอภิปรายโดยใช้เทคนิคการอภิปรายแบบอ่างปลาของนักศึกษาวิชาสังคมชาวไร่นา (2556)
8. ทนทางมรดกทางวัฒนธรรมกับการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตของจังหวัดน่าน (2557)

9. การสร้างคุณค่าและความภาคภูมิใจของผู้สูงอายุผ่านภูมิปัญญาและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
ของชุมชนเทศบาลตำบลบ้านดู่ (2558)

ผู้ร่วมงานวิจัย คนที่ 2

ชื่อ - นามสกุล	นายเศรษฐชัย ใจฮึก
หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ	คณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ถนนพหลโยธิน เลขที่ 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
หมายเลขโทรศัพท์	0-5377-6395
Email :	Seatachai@gmail.com

ความเชี่ยวชาญทางวิชาการ

1. Data Mining and Analysis.
2. Web Application and Design

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	สาขาวิชา/คณะ	สถาบัน
ปริญญาโท	สาขาวิชาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตพะเยา
ปริญญาตรี	สาขาการศึกษา โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ ศึกษา	สถาบันราชภัฏลำปาง

สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม งานวิจัยฯ และเผยแพร่ผลงาน

ปี พ.ศ.	สถานะ	รายการ
2558	หัวหน้าโครงการ ทุนวิจัยสถาบัน	การนำระบบ SMS เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้าน การศึกษา กรณีศึกษา สำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ มราชภัฏเชียงราย
2558	หัวหน้าโครงการ ทุนวิจัยหน่วยงาน	การพัฒนาระบบเหมืองข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาสำนักวิชาคอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ
2558	หัวหน้าโครงการ ทุนวิจัยสถาบัน	การพัฒนาระบบสืบค้นข้อมูลการประกันคุณภาพทางการศึกษาด้วย เทคนิคออนไลน์ กรณีศึกษา สำนักวิชาคอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- 2558 ผู้นำเสนอ การพัฒนาระบบสืบค้นข้อมูลการประกันคุณภาพทางการศึกษาด้วยเทคโนโลยี การประชุมวิชาการระดับชาติ “เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชาติ” 2015 ณ มหาวิทยาลัยสยาม
- 2558 หัวหน้าโครงการ การพัฒนาต้นแบบฐานข้อมูลโดยผู้ดูแลระบบหน่วยย่อยสามารถออกแบบร่วมกันอย่างอิสระ กรณีศึกษาการจัดเก็บข้อมูลทางการแพทย์ในพื้นที่ชนบท