

การพัฒนาวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่เชิงสร้างสรรค์ผ่านเฟสบุ๊ค (Facebook) The Developing Creative Methods of Presenting Bamboo Wicker Products through Facebook

ชญชนก ไหมรัตน์ไชยชาญ¹

หทัยรัตน์ บุญโยปรัชญัมภ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง รวมถึงเพื่อพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่าผ่านเฟสบุ๊ค (Facebook) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 10 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม จำนวน 1 คน สมาชิกของกลุ่ม จำนวน 3 คน ผู้ที่มีความรู้เรื่องงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ จำนวน 1 คน ผู้เลือกซื้อสินค้าในชุมชน 5 คน ผลการวิจัยพบว่า การจักสานไม้ไผ่เป็นหัตถกรรมที่มีคุณค่าทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ผลิตสามารถสร้างความน่าสนใจและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้มากขึ้นมีการพัฒนาวิธีการนำเสนอสินค้าผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ให้ทันสมัยโดยใช้ภาพกราฟิกเพื่อดึงดูดลูกค้าอีกทั้งกลยุทธ์การบริหารจัดการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและมีการต่อยอดพัฒนาไปขายในช่องทางอื่นเพื่อให้เกิดความหลากหลายในตลาดและให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่, เฟสบุ๊ค, กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

Abstract

This research was aimed to study the history and the steps Bangchacha bamboo wicker products. Bang Chao Cha, Pho Thong, Angthong. Manufacturing processes of wicker handicrafts. Bang Chao Cha bamboo and develop the presentation of Bang Chao Cha bamboo weaving handicrafts via Facebook. This study used qualitative research comprising of Participant Observation Non-Participant Observation and in-depth interview. The sample group selected a specific type of 10 people. It consists of one group chairman, three members of the group, one person with knowledge of bamboo weaving handicrafts and 5 people who shop for products in the community. The research found that Bamboo weaving is a handicraft that has value of local wisdom. Producers are able to create more attractive and motivating consumers in choosing and purchasing products. Developing a method for presenting products via (Facebook Fanpage) to be up to date by using graphics to attract customers. Developing a method for presenting products via (Facebook Fanpage) to be up to date by using graphics to attract customers. Strategies for managing and taking care of customers and the development has been developed to sell in other channels and diversify the market and give customers more options.

Keywords: bamboo wicker products, Facebook, Marketing Communication Strategy

¹ นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่คนในชุมชนสร้างสรรค์ขึ้นจนเป็นเอกลักษณ์ องค์ความรู้ ความสามารถประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาในแต่ละสภาพแวดล้อมที่ความแตกต่างกัน ผลผลิตที่หัตถกรรมจักสานเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวัน และด้านคุณค่าทางจิตใจจากความงาม สามารถสร้างเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ . 2532 : 129) มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว มีวิธีการผลิตที่แตกต่างกันไปเช่น วิธีจัก วิธีสาน วิธีถัก วิธีทอ ใช้วัสดุที่หาได้ง่าย และมีอยู่ตามท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่หวายใบลาน กก ฟางใบและก้านมะพร้าว เป็นต้น งานหัตถกรรมจักสานในภาคกลางมีพื้นที่กว้างขวางและอุดมสมบูรณ์มากกว่าภาคอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับสภาพภูมิศาสตร์ท้องถิ่นและชนบประเพณีของได้เป็นอย่างดี สร้างสรรค์อย่างตรงไปตรงมาด้วยกระบวนการและกรรมวิธีที่เรียบง่ายสืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น

หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดอ่างทองได้มีวิวัฒนาการไปตามกาลเวลาจากการผลิตเพื่อใช้ภายในครอบครัวมาเป็นการผลิตเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายซึ่งนับว่ากลุ่มสินค้าหัตถกรรมไทยที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของประชาชนคนไทยเพราะเป็นแหล่งเพิ่มรายได้เพิ่มการจ้างงานและลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ตัวเมือง นอกจากนี้สินค้าที่ผลิตยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศหรือจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย จึงมีการส่งเสริมพัฒนางานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ให้กว้างขวางมากขึ้น ดังนั้นการหาแนวทางพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เชิงสร้างสรรค์จึงเป็นทางออกทางหนึ่งที่จะสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนแตกต่างจากที่อื่น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพทั้งด้านกายภาพและความงามสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อสำหรับการตลาดสร้างภาพลักษณ์ กระตุ้นให้การขายสินค้าและบริการอย่างก้าวกระโดด สามารถสร้างแรงดึงดูดและสร้างความเชื่อมั่นด้วยการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการนั้นรู้สึกได้ถึงความน่าเชื่อถือเหนือคู่แข่ง ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการจำนวนมาก จนไม่สามารถขายสินค้าภายในชุมชนได้ตามปกติและจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงคิดวิธีการนำเสนอและการขายสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์เพื่อความสะดวกและลดปัญหาการติดเชื้อ COVID-19

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนแล้วยังสามารถสร้างความเข้มแข็งทางการตลาดรวมทั้งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม โดยการนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสื่อสารยุคปัจจุบันอย่างกว้างขวางด้วยคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลกซึ่งทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารถึงกันได้สะดวกมีการส่งเสริมการขายที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน รวมไปถึงต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ๆให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและยังสามารถบูรณาการองค์ความรู้ให้เข้ากับการดำเนินชีวิตของคนทุกคนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อยอดให้เกิดความมั่นคงยิ่งขึ้นสร้างผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์แก่ตัวบุคคลและชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนและกรรมวิธีการการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง
3. เพื่อพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

- การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาประวัติและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ที่ชุมชนจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโศก จังหวัดอ่างทอง
- ความสำเร็จของผู้ประกอบการ
- แนวทางการต่อยอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มคุณค่าทางภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.ขอบเขตด้านพื้นที่

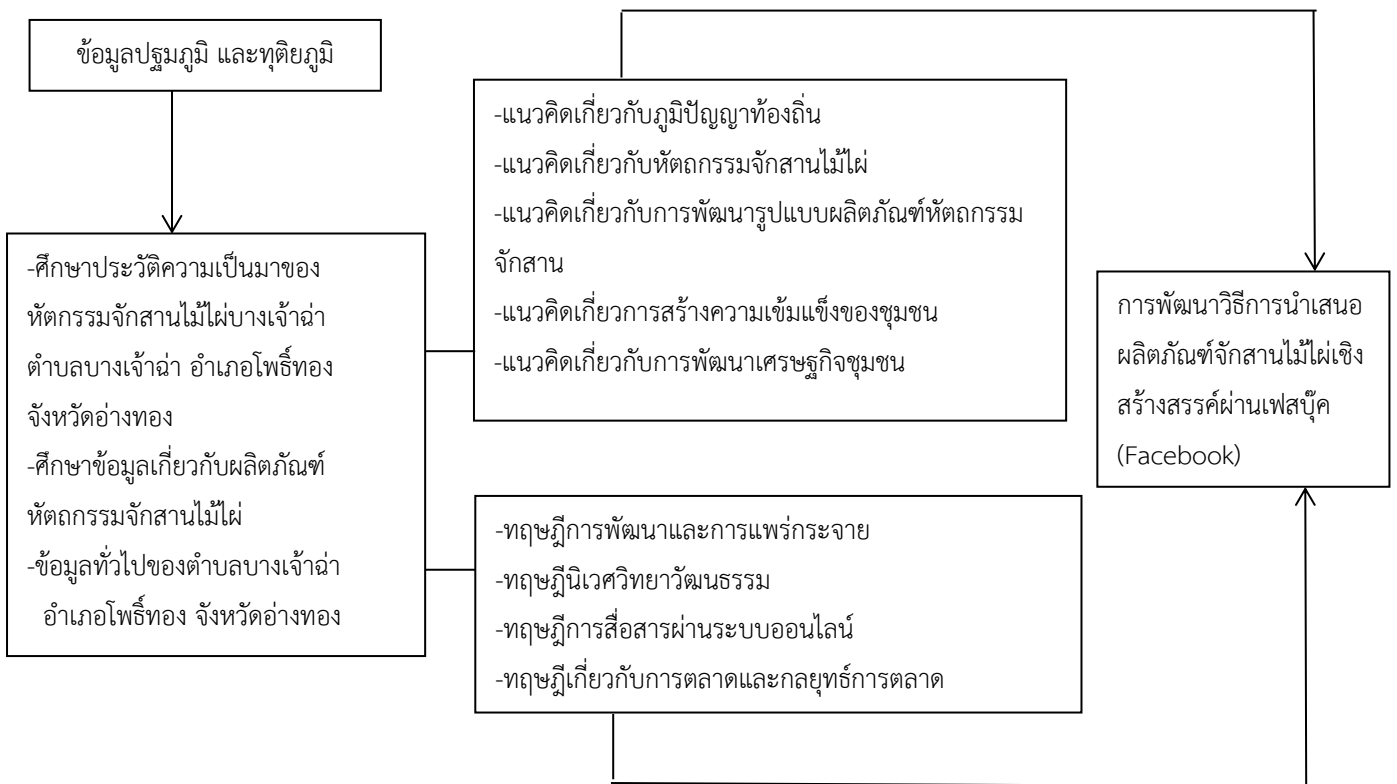
ชุมชนจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโศก จังหวัดอ่างทอง

3.ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน ธันวาคม 2563 – กุมภาพันธ์ 2564

กรอบความคิดที่ใช้วิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัยเสนอกรอบการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1 แผนผังกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ บางเจ้าฉ่า ตำบลบาง

เจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มแบบเจาะจง ดังนี้ ประธานกลุ่ม จำนวน 1 คน และสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 3 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 4 คน ผู้ที่มีความรู้เรื่องงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยเลือกหน่วยงานราชการที่ดูแลการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรม คือ องค์การบริหารส่วนตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง 1 คน ผู้เลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่าในชุมชน 5 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยออกแบบวิจัยโดยจัดทำเครื่องมือ ดังนี้

2.1. วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้เดินทางเข้าไปสังเกตขั้นตอนการผลิตงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการผลิต รวมไปถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ภายในชุมชน

2.2. วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยได้เดินทางเข้าไปสังเกตสภาพแวดล้อมทั่วไปของชุมชน บริบททางด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ภายในชุมชน

2.3. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่และผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานราชการที่มีความรู้เรื่องงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ภายในชุมชนบางเจ้าฉ่า

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.1. ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ผู้ที่มีความรู้เรื่องงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่โดยเลือกหน่วยงานราชการและกลุ่มผู้เลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ในชุมชนเพื่อทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

3.2. การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ 5 ชุด ใช้ระยะเวลาการสัมภาษณ์ ประมาณคนละ 15-30 นาที แต่ถ้าเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information Interview) ใช้เวลาประมาณคนละ 1 ชั่วโมง รวมทั้งหมดจำนวน 10 คน ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 2 ชุด ประธานกลุ่ม 1 คน สมาชิกของกลุ่มส่งเสริมอาชีพ 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 คน ผู้ที่มีความรู้เรื่องงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่โดยเลือกหน่วยงานราชการ จำนวน 1 คน กลุ่มคนที่เลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่าในชุมชน 5 คน

3.3. ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ช่วงเดือน ธันวาคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564

4. การตรวจสอบผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการค้นคว้าทางเอกสารต่างๆ มาศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วน ทั้งข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนามทั้งแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นการแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน

4.2. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร ข้อมูลภาคสนาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาใช้วิธี (Content Analysis)

4.3. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ข้อมูลที่ศึกษานั้นเป็นความจริง มีความชัดเจนต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันพร้อมแสดงตารางและภาพถ่ายประกอบคำบรรยาย

ผลการวิจัย

1. ประวัติและความเป็นมา

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง ผู้วิจัยได้พบว่าการจักสานไม้ไผ่เป็นหัตถกรรมที่มีคุณค่าถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความงามตามธรรมชาติโดยที่มนุษย์คิดทำเครื่องจักสานมาตั้งแต่เมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน การจักสานจึงมีคุณค่าเฉพาะตัวในแต่ละชิ้น ลวดลายจากการสาน สอด ทอ ถัก และ

รูปแบบเครื่องจักสานแสดงถึงลักษณะพื้นเมืองพื้นบ้านที่แตกต่างกัน เครื่องใช้ที่สร้างขึ้นจากวิธีการ จัก สาน ถัก ทอจากวัสดุที่มีอยู่ตามท้องถิ่นทั่วไป เช่น หวาย ไม้ไผ่ ไบสาน กก ฟาง ก้าน และใบมะพร้าว เป็นต้น ชุมชนบางเจ้าฉ่าเป็นชุมชนที่มีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นแหล่งหัตถกรรมเครื่องจักสานสำคัญที่ขึ้นชื่อของจังหวัดอ่างทองตั้งอยู่หมู่ 8 บ้านยางทอง ตำบลบางเจ้าฉ่า เป็นชุมชนที่มีมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเรียกว่า "บ้านสร้างสามเรือน" ปัจจุบันมีชื่อว่า "บางเจ้าฉ่า" เพราะนำชื่อของนายฉ่ามาตั้งชื่อซึ่งนายฉ่านั้นเป็นทั้งผู้นำและเป็นผู้ก่อตั้ง

1.1.บริบทวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน บ้านบางเจ้าฉ่าจะมีกอไผ่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะไม้ไผ่สีสุกที่ขึ้นบริเวณทั่วทั้งหมู่บ้านและชาวบ้านเกือบทุกครัวเรือนนิยมปลูกไว้แล้วก็เลยนำมาทำเป็นงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยจะจักสานพวกข้าวของเครื่องใช้ภายในครัวเรือนและเครื่องตกแต่งสัตว์น้ำ ในสมัยก่อนชาวบ้านจะทำงานจักสานก็ต่อเมื่อว่างเว้นจากการทำงานประจำเท่านั้น แต่ในปัจจุบันปรับเปลี่ยนมาเป็นอาชีพหลักทานชีวิตประจำวันก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเรื่อยๆ ไม่หยุดนิ่งจากรุ่นสู่รุ่น

1.2.บริบททางด้านสังคม ผู้นำของชุมชนบางเจ้าฉ่าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้นำที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำตามธรรมชาติ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน เมื่อเกิดปัญหาผู้นำชุมชนและชาวบ้านก็ร่วมกันแก้ไขปัญหาความขัดแย้งต่างๆที่เกิดขึ้นมีการนำคุณธรรมมาคุยกันเพื่อไกล่เกลี่ยประณีตประนีประนอม เพื่อปรับความเข้าใจซึ่งกันและกัน

1.3.บริบทด้านประเพณี ชุมชนบ้านบางเจ้าฉ่าแห่งนี้มีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน นั่นก็คือ "ตำบลมนเงินน้ำยา" สถานที่จัดงานอยู่ที่วัดยางทองประเพณีนี้จะจัดขึ้นทุกปีก่อนวันลอยกระทง 1 วัน รวมไปถึงประเพณีการแสดงพื้นบ้าน "ระบำจักสานไม้ไผ่" ซึ่งนักเรียนที่โรงเรียนวัดยางทองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงพื้นบ้านครั้งนี้ ภายในชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบางเจ้า ฉ่า เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานจักสานด้วย ไม้ไผ่ ซึ่งมีปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเดินทางเข้ามาส่งเสริม เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน เรียกว่า "เวทีชวนคิด ชวนพูด ชวนทำ" คนในชุมชนบางเจ้าฉ่าได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจะได้สะดุดตาไปกับสินค้าที่ตั้งโชว์อยู่ และร่วมกันคิดค้นแนวทางการพัฒนาชุมชนบางเจ้าฉ่าให้กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยว รวมไปถึงกลุ่มคนหัวไวใจสู้ เป็นกลุ่มชาวบ้านทุกเพศทุกวัยที่อาศัยอยู่ในชุมชนบางเจ้าฉ่า ความพร้อมที่จะปรับตัวและพัฒนาความสามารถของตนเองให้พร้อมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.4.การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง กลุ่มงานจักสานบางเจ้าฉ่า (กลุ่มคุณโสภี บำรุงศิลป์) โดยเริ่มมาจากที่พี่ชายเป็นคนก่อตั้งกลุ่มอาชีพมาก่อนแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ในช่วงแรกผลิตตระกร้า กระบุง กระจาด สุ่มไก่ สุ่มจับปลา ฝาชี แคร่ไม้ไผ่ สานเข่ง ลอบดักปลา เชลอม เข่ง ฯลฯ แต่ในปัจจุบันจะเน้นไปทำกระเป๋าจักสานไม้ไผ่เป็นส่วนใหญ่เพื่อขายปลีก-ขายส่งออกไปทั่วประเทศไทย โครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจนมีตำแหน่งการบริหารที่สำคัญ 9 ตำแหน่งคือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม แผนกการผลิตสินค้าและการส่งออก เทรนด์ยุคใหม่ แผนกการตลาดทั่วไป แผนกการตลาดออนไลน์ แผนกตรวจสอบสินค้าและที่ปรึกษากลุ่ม

1.4.1.การบริหารการผลิต ด้านการบริหารจัดการเงินของกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง จะมีข้อตกลงร่วมกันในลักษณะของการซื้อหุ้น มีการบริหารทุนเป็นการให้สมาชิกกู้ยืมเงินจากกองทุน การจัดสรรเงินส่วนบุคคล การปันผลกำไรคืนให้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและเท่าเทียมกันทั้งหมด

1.4.2.ด้านการตลาด มีบุคคลภายนอกพื้นที่เดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า แต่ในปัจจุบัน มีการเพิ่มช่องทางการตลาดมากขึ้นโดย ช่องทางที่เพิ่มเข้ามาคือช่องทางออนไลน์ Facebook Fanpage เป็นการโปรโมทสินค้าให้มีคนเข้ามารู้จักมากขึ้นซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกวิธีหนึ่งที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย

2.ศึกษาขั้นตอนและกรรมวิธีการการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ไม้ไผ่บางเจ้า

ผู้วิจัยได้พบว่า การผลิตงานหัตถกรรมจักสานด้วยไม้ไผ่ของกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่ มีการพัฒนารูปแบบของประโยชน์ใช้สอย วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิตและจำหน่ายตามแบบสมัยใหม่ ลายที่นิยมผลิต คือ ลายดอกพิกุล ลายแม่บท ลายดั้งเดิม งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่แต่ละชิ้นมีระยะเวลาในการผลิตไม่เท่ากัน เพราะขึ้นอยู่กับขนาด รูปร่าง รูปทรงจะต้องใช้ระยะเวลาในสานไม่ต่ำกว่า 3 วัน มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนว่าใครทำอะไร เช่น ฝ่ายจักตอก ฝ่ายสาน ฝ่ายย้อมสีไม้ไผ่ ฝ่ายลมนควัน ฝ่ายเคลือบเงา ฝ่ายจัดส่ง มีการจัดกาบริหารงานและแบ่งหน้าที่อย่างเป็นระบบ โดยให้คนในครอบครัวช่วยกันผลิตเพราะเป็นรายได้เพิ่มอีกทางหนึ่ง เนื่องจากมีพื้นฐานงานหัตถกรรมเครื่องจักสานอยู่แล้วจึงเรียนรู้ไม่นาน ทั้งนี้ทางกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าอำเภอโพธิ์ จังหวัดอ่างทอง มีการปรึกษาร่วมกันทำการร่างแบบออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีการทดลองปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มมีการฝึกสอนและฝึกอบรมกันเองภายในกลุ่มและบางครั้งก็ออกไปขายสินค้าในที่ต่างๆเช่นมทรรณสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และงานจัดแสดงสินค้าประจำปีเพื่อมาปรับปรุงและแก้ไขผลงานต่อไปในอนาคต มีการวางแผนการจดบันทึกและทำตารางที่ลูกค้าได้สั่งสินค้าเข้ามา โดยกระจายงานตามสมาชิกมีความถนัดในการผลิตและบางงานที่เป็นสินค้าใหม่

3.การพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)

ผู้วิจัยได้พบว่า การพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น ดังนี้

3.1.การจัดตารางสินค้า คือการแบ่งตารางการจัดจำหน่ายสินค้าออกเป็นช่องๆต่างๆตามหมวดหมู่มีสินค้าที่จะจำหน่ายแตกต่างกันออกไปในแต่ละวัน โพรโมชันประจำวัน ประจำเดือน ประจำปี ทำให้ผู้ผลิตสามารถวิเคราะห์แผนการตลาดได้อย่างรัดกุมไม่หลุดไปจากแผนที่วางเอาไว้

3.2.การเลือกใช้เนื้อหาคำอธิบายสำหรับการนำเสนอบน Facebook fanPag เป็นกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่เป็นการสร้างเนื้อหาให้ดึงดูดและเกิดความประทับใจบน Facebook Fanpage ได้แก่ เนื้อหาคำอธิบายและเนื้อหารูปภาพ การเลือกใช้เนื้อหาคำอธิบายสำหรับการนำเสนอ ด้วยหลักการเขียนบรรยายทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้ทุกคน

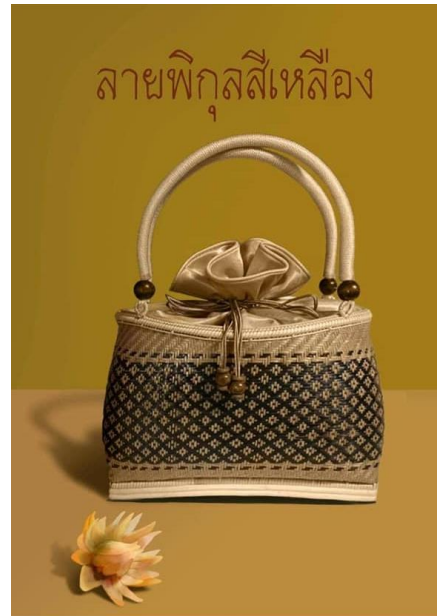
3.3.การนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่าย รูปภาพจะทำให้ผู้ซื้อสินค้าได้เห็นรายละเอียดของสินค้าได้อย่างชัดเจนบน Facebook Page โดยให้คำนิ้งถึงว่าหากเป็นการซื้อขายผ่านหน้าร้านจริงสินค้าชิ้นนั้นๆ ลูกค้าต้องการมองเห็นในมุมใดบ้าง

3.4.การนำเสนอสินค้าผ่านภาพกราฟิก ได้แก่ ภาพกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์และภาพกราฟิกสำหรับโปรโมชันรวมถึงภาพกราฟิกสำหรับกิจกรรม มีการตกแต่งให้ลูกค้าเข้าใจง่ายไม่ซ้ำซ้อน รูปภาพทุกๆรูปสามารถสื่อสารออกมาได้อย่างชัดเจน ขนาดข้อความหรือตัวอักษรเหมาะสมโดดเด่นอ่านง่าย



ภาพที่ 2 : กระเป๋าถือลายพิกุลแดง

ที่มา : Facebook กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จ.อ่างทอง



ภาพที่ 3 : กระเป๋าถือลายพิกุลเหลือง

ที่มา : Facebook กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จ.อ่างทอง

ภาพกราฟิกสำหรับโปรโมชัน เป็นเนื้อหาที่เน้นการลดราคาสินค้า ในช่วงวันเวลาที่จัดรายการโปรโมชันจะมีการแบ่งช่วงราคาทั้งปกติและพิเศษเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายและประเมินความคุ้มค่าด้านราคาส่วนภาพกราฟิกเป็นการประกอบรวมภาพของสินค้าแต่ละรุ่นด้านบนและด้านล่างมีชื่อรุ่นของแต่ละสินค้า



ภาพที่ 4 : ภาพโปรโมชันสินค้ากระเป๋าจักสานไม้ไผ่

ที่มา : Facebook กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จ.อ่างทอง

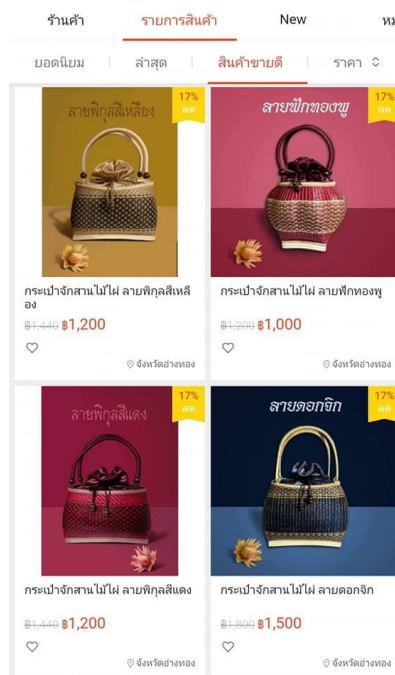
การเปรียบเทียบก่อน-หลัง การพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สามารถพบเห็นอันดับแรก ถ้าภาพถ่ายสินค้าสวยลูกค้าก็จะซื้อสินค้า แต่กลุ่มผู้ผลิตมีการพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ให้มีความทันสมัยมากขึ้น โดยใช้เทคนิคการแต่งภาพกราฟิก เพิ่มสีสันสดใส สามารถดึงดูดลูกค้าให้หันมาซื้อสินค้าของกลุ่มตนเองได้มากขึ้น



ภาพที่ 4 : ภาพกระเป๋าก่อนการพัฒนาวิธีนำเสนอการขาย
ที่มา : Facebook กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จ.อ่างทอง

ภาพที่ 5: ภาพกระเป๋าลงการพัฒนาวิธีนำเสนอการขาย
ที่มา : Facebook กลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า จ.อ่างทอง

สมาชิกกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่ามีการพัฒนาต่อยอดการนำเสนอขายสินค้าหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ผ่านทาง Facebook Page ต่อยอดพัฒนาไปขายใน Shopee ก็เป็นทางเลือกที่ติดากช่องทางหนึ่ง รวมไปถึงเป็นการขายสินค้าทางภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คนรุ่นใหม่รู้จักเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย



ภาพที่ 6 : ภาพการนำเสนอการขายกระเป๋าใน Shopee
ที่มา : <https://shopee.co.th/peung2486?smtt=0.0.9>

3.4.กลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับจำหน่ายทาง Facebook Fanpage ต้องคำนึงถึงคือการตั้งราคาตั้งแต่ 1,400 1,200 800 400 บาทเนื่องจากราคาเป็นราคาเลขคู่ไม่มีเศษเหลือไม่ต้องทอนเงินซึ่งจะเป็นแรงจูงใจทำให้คนสนใจในสินค้า

3.5.กลยุทธ์การบริการให้เกิดความประทับใจบน Facebook Page เป็นการบริการให้เกิดความประทับใจบน Facebook fanPage จะนำเสนอการสร้างเนื้อหาอันหลากหลาย ได้แก่ การตอบข้อความลูกค้าแบบตอบกลับอัตโนมัติ (Automated Responses) การจัดการแก้ไขปัญหาบน Facebook Fanpage การบริหารจัดการบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การบริการและดูแลใส่ใจลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของการที่มีความน่าประทับใจเป็นอย่างมาก ควรใส่ใจทุกๆคำตอบแล้วพยายามช่วยเหลือแก้ไขทุกๆข้อสงสัยทุกๆปัญหาของลูกค้าให้สำเร็จลุล่วง

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ที่ มุ่งเน้นถึงเรื่องการออกแบบพัฒนาหลายสาขาที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ทำให้ขายสินค้าได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่องทางการขายที่เพิ่มเข้ามาคือช่องทางออนไลน์ Facebook fanpage เป็นการโปรโมทสินค้า การเลือกใช้เนื้อหารูปภาพสำหรับการนำเสนอผ่านภาพกราฟิกและต่อยอดพัฒนาไปขายใน Shopee เป็นทั้งแหล่งซื้อปิ้งออนไลน์และยังเป็นแหล่งการตลาดออนไลน์ขนาดใหญ่ออกเพื่อจัดจำหน่ายเป็นการตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างตรงจุด ซึ่งสรุปผลการวิจัยตามจุดประสงค์พบว่า

1.การศึกษาประวัติและความเป็นมาของชุมชนบางเจ้าฉ่าและกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ตำบล บางเจ้าฉ่า อำเภอบึงสามพัน เป็นชุมชนที่มีมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นแหล่งผลิตเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ในภาคกลาง งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของบ้านบางเจ้าฉ่านี้มีความละเอียดประณีตสวยงามสามารถพัฒนางานฝีมือตามความต้องการของตลาด ไม่ยึดติดกับรูปแบบเก่าจนสามารถส่งออกขายต่างประเทศ งานหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานานโดยการนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อผลิตเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ด้วยเทคนิควิธีแบบเรียบง่าย ผสมผสานศิลปะ ขนบประเพณี วัฒนธรรม สะสมเป็นภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานและมีวางแผนอนาคตร่วมกันและริเริ่มพัฒนาโครงการต่างๆ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

ด้านส่งเสริมหน่วยงานต่างๆ เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อสร้างงานสร้างรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการยกระดับมาตรฐานสินค้าของชุมชนมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้เกิดขึ้นโดยยึดหลักตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ทางด้านการบริหารจัดการเงินของกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ทำข้อตกลงร่วมกันในลักษณะของการซื้อหุ้นและการปันผลกำไรคืนให้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและเท่าเทียมกันทั้งหมด

ทางด้านการบริหารในส่วนการตลาด ในปัจจุบันมีการเพิ่มช่องทางการตลาดมากขึ้นโดย ช่องทางที่เพิ่มเข้ามาคือช่องทางออนไลน์ Facebook fanpage เป็นการโปรโมทสินค้าให้มีคนเข้ามารู้จักมากขึ้น Facebook Page จำเป็นต้องมีการวางแผนการขายสินค้าที่ชัดเจน ใช้สินค้าที่นำมาต้องผ่านการเลือกสรรและกำหนดอย่างเหมาะสม มีการทำการตลาดในช่วงเทศกาลและวันสำคัญต่างๆ เช่น วันสงกรานต์ ตรุษจีน เข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น การจัดงานแสดงสินค้า OTOP สมาชิกกลุ่มอาชีพต้องมีการอบรมพัฒนากลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ผู้ผลิตควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีรูปแบบที่หลากหลายเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค มีการระดมความคิดเห็น การทดลองผลิตภัณฑ์ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่อไปในอนาคต

2.ขั้นตอนและกรรมวิธีการการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า พบว่า สำหรับขั้นตอนและกรรมวิธีการการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมไม้ไผ่เพื่อทำดอก ขั้นตอนการเตรียมดอกไม้ไผ่สำหรับสาน ขั้นตอนการขึ้นลาย ขั้นตอนการสานเก็บงาน ผู้ผลิตและสมาชิกกลุ่มทำการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ โดยคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้เป็น

แนวคิดในการออกแบบพัฒนาารูปรองรอยและสีสีงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสานไม้ไผ่ให้มีเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจแล้วถ่ายทอดมาสู่งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ให้มีความสวยงามสร้างความเป็นมาและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจสังคมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ตามยุคสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยละเอียด การสร้างสรรค์ด้านการออกแบบโดยใช้วัสดุที่มีความหลากหลายสามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามมีประโยชน์ใช้สอยผลิตเป็นงานที่สร้างเอกลักษณ์ความแตกต่างผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน

3.การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้า ได้มีการนำเสนอสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยมีการพัฒนาทางด้านรูปแบบการนำเสนอ ประกอบไปด้วย 12 ขั้นตอน ได้แก่ โครงสร้างของการจัดตารางจำหน่ายสินค้า การเลือกใช้เนื้อหาคำอธิบายสำหรับการนำเสนอบน Facebook fanPage การเลือกใช้เนื้อหาคำอธิบายสำหรับการนำเสนอบน Facebook fanPage การนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่าย การนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่าย การนำเสนอสินค้าผ่านภาพกราฟิก ภาพกราฟิกสำหรับโปรโมชัน การเปรียบเทียบก่อน-หลัง การพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ กลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับจำหน่ายทาง Facebook FanPage กลยุทธ์การบริการให้เกิดความประทับใจบน Facebook Page กลยุทธ์การตอบข้อความลูกค้าแบบตอบกลับอัตโนมัติ (Automated Responses) กลยุทธ์การจัดการแก้ไขปัญหาคำถาม Facebook FanPage กลยุทธ์การบริหารจัดการบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดและการสร้างเนื้อหาให้ดึงดูดจนเกิดความประทับใจบน Facebook Fanpage เป็นการนำเสนอเนื้อหาอันหลากหลาย ด้วยหลักการเขียนจากความเข้าใจของแต่ละคน ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้ทุกคน วิธีการเขียนข้อความนำเสนอสินค้า คือการสื่อสารออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร การเลือกใช้เนื้อหารูปภาพสำหรับการนำเสนอ ด้วยการเลือกใช้เนื้อหาภาพถ่าย และการนำเสนอสินค้าผ่านภาพกราฟิก รูปแบบของเนื้อหาที่เป็นภาพกราฟิกนี้จะนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย ได้แก่ ภาพกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ ภาพกราฟิกสำหรับโปรโมชัน ภาพกราฟิกจะต้องมีการตกแต่งให้ลูกค้าเข้าใจง่ายไม่ซ้ำซ้อน รูปภาพทุกรูปสามารถสื่อสารออกมาได้อย่างชัดเจน สามารถสร้างความประทับใจและสร้างความสนใจให้กับลูกค้าได้ โดยเน้นรูปแบบเนื้อหาภาพกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยถือว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก งานออกแบบกราฟิกที่แสดงคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เปรียบเสมือนเป็นพนักงานขายสินค้าอีกทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือ แสดงรูปแบบเฉพาะทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายขึ้น

การเปรียบเทียบ-หลัง การพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ เป็นการเปรียบเทียบให้เห็นถึงความเหมือนและความต่างระหว่าง การภาพถ่ายผลิตภัณฑ์กับการนำเสนอสินค้าผ่านภาพกราฟิก คือการภาพถ่ายผลิตภัณฑ์พบว่าถ้าภาพถ่ายสินค้าสวย สินค้าถูกจัดวางอยู่ในมุมที่เหมาะสม จัดวางอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย สินค้าสามารถสร้างจุดเด่นขึ้นมา แต่กลุ่มผู้ผลิตมีการพัฒนาการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ให้มีความทันสมัยมากขึ้นโดยใช้เทคนิคการแต่งภาพกราฟิก เพิ่มสีสันสดใส สามารถดึงดูดลูกค้าให้หันมาซื้อสินค้าของกลุ่มตนเองได้

ทางกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่มีการต่อยอดพัฒนาไปขายใน Shopee ที่กำลังได้รับความนิยมมากในการช้อปปิ้งออนไลน์มีการจัดโปรโมชัน มีการแจกโค้ดส่วนลดราคาสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย สำหรับกลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับจำหน่ายทาง Facebook FanPage เป็นแรงจูงใจทำให้คนสนใจในสินค้าควรพิจารณาจากกลุ่มของคู่แข่งในตลาดเดียวกันซึ่งมีสินค้าใกล้เคียงกัน โดยที่จะต้องประเมินตัวเองก่อนว่า Value ของสินค้าอยู่ของกลุ่มอยู่ในระดับไหน อาจจะตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับตลาด แต่ไม่จำเป็นต้องราคาเดียวกันก็ได้ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในตลาดและให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น

กลยุทธ์การบริการให้เกิดความประทับใจบน Facebook Page อาจรวมทั้ง กลยุทธ์การตอบข้อความลูกค้าแบบตอบกลับอัตโนมัติ กลยุทธ์การจัดการแก้ไขปัญหาคำถาม Facebook FanPage กลยุทธ์การบริหารจัดการบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ที่จะต้องมีความคู่ไปด้วยกัน จะต้องพยายามจัดการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือลูกค้าให้ได้มากที่สุดโดยไม่ต้องให้ลูกค้าประสบปัญหาความลำบาก และกลยุทธ์การบริหารจัดการบริการและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการขายสินค้าบน Facebook FanPage การบริการอาศัยความรวดเร็วฉับไวทุกๆคำถามที่ลูกค้าส่งมาทาง Facebook fanPage ทั้งโพสต์และกล่องข้อความควรตอบด้วยความสุภาพพยายามรับฟังทุกๆปัญหาของลูกค้าใส่ใจทุกคำตอบ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1. ควรกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจ ให้คนในชุมชนตระหนักและเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น ช่างจักสานผู้อาวุโสในชุมชน ลูกหลานในชุมชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานและจัดทำงบประมาณเพื่อสนับสนุนงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ต่อไป

1.2. ควรส่งเสริมให้คนในกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า ได้มีโอกาสการเรียนรู้งานจักสานลวดลายอื่น ๆ ที่มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสินค้าลวดลายใหม่และต่อยอดงานหัตถกรรมจักสานต่อไปในอนาคต

1.3. ควรศึกษาทางการตลาดบน facebook มากขึ้น ทั้งด้านสินค้า ราคา การส่งเสริมการขาย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลและปัญหาที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างความประทับใจเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1. ควรศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า เพื่อสืบสานสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน ให้คงอยู่กับชาวบ้านบางเจ้าฉ่าสืบไป

2.2. ควรมีการศึกษาด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านรูปทรง ลวดลาย สี สีสันอย่าง ต่อเนื่อง รวมไปถึงมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านมาให้ความรู้และพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานโดยเฉพาะ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างทางด้านกลยุทธ์การแข่งขันกับสินค้าร้านอื่นเพื่อพัฒนาและหาจุดเด่นตามยุคสมัย รวมไปถึงการดึงเอกลักษณ์ความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาเพื่อทำให้เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้เพราะได้รับความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์เป็นอย่างดีจาก คุณโสภี บำรุงศิลป์ ประธานกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่า และสมาชิกกลุ่มทุกท่าน คุณทวี จันทร์แก้ว ปราชญ์ชาวบ้านชุมชนบางเจ้าฉ่า รวมไปถึงผู้เลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานไม้ไผ่บางเจ้าฉ่าในชุมชน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยรัตน์ บุญโยปัทม์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ที่เสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

ฉลาดชาย สมิตานนท์. (2537). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนา*. กรุงเทพฯ : สारพัฒนาหลักสูตร.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2544). *แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม*. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนพลับลิชชิ่ง.

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2538). *ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อิน บิสซิเนส เวิร์ด.

องอาจ ปทะวานิช. (2557). *การส่งเสริมการขาย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: แสงดาว

วิทยานิพนธ์

วิมลพรรณ อาภาเวท สาวิตรี ชีวะสาธน์ และ ชาญ เดชอัครวง. (2554). **พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค (Facebook) ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.**

วรรณภา วันหมัด. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก.**

วรัญญา โพธิ์ไพฑูริ. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

บทความในวารสาร

วรารพร วันไชยธนวงศ์. (2557). **การสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต ในนักศึกษา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี เชียงใหม่. วารสารพยาบาลและการศึกษา. 7(3): 124-132**

เสาวนารณ เล็กเลอสินธุ์. (2559). **ประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 12(28): 187-196.**

ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). **เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ค(Facebook)กับการพัฒนาผู้เรียน. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. 5(12): 197-210.**

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิทยา มาลารัตน์. (2556). **เทคนิคการขายของบน Facebook ขายอย่างไรให้มีคนซื้อ. สืบค้น 24 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.it24hrs.com/2014/marketing-on-facebook/>.**