

การพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน
เพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

THE DEVELOPMENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION
TECHNOLOGY SKILL WITH THE PARTICIPATION OF THE COMMUNITY TO
ENHANCE MARKETING AND CONSERVATION OF BAN LAO BAMBOO
FLUTE LOCAL WISDOM

ฉัชกร สุวรรณจรัส¹ ดิเรก อักหาต² จริยา วิชัยดิษฐ์³
และรวยทรัพย์ เดชชัยศรี⁴
Touchakorn Suwancharas¹, Direk Akkahad², Jariya Wichaidit³,
and Ruaysup Deshchaisri⁴

¹⁻⁴ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร
¹⁻⁴ B.Ed. (Educationnal Technology and Communication), Faculty of Education,
Bansomdejchaopaya Rajabhat University, Bangkok
E-mail: touchakorn.su@bsru.ac.th

Received: June 6, 2018
Revised: August 29, 2018
Accepted: August 31, 2018

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว 2) อบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ประเมินผลการฝึกอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนบางไผ่ไก่อที่ยังคงยึดอาชีพผลิตขลุ่ยบ้านลาว ตั้งอยู่ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ครอบครัว ดำเนินการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สังเกต สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในการส่งเสริมด้านการตลาดในการทำขลุ่ยซึ่งปัจจุบันเหลือเพียง 5 ครอบครัว ปัญหาที่พบ คือ ชุมชนขาดผู้นำที่เข้มแข็งขาดแรงจูงใจในการทำงานร่วมกัน มีเวลาไม่ตรงกัน และขาดความสามัคคี ชุมชนต้องการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายสินค้าออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น หลังการอบรมผู้เข้ารับการอบรมมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสูงกว่าก่อนการอบรม มีความ

พึงพอใจต่อการอบรมระดับมาก มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ และมีการจัดตั้งกลุ่มในชุมชนเพื่อมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

คำสำคัญ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมการตลาด การอนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the problems and needs of the community related to the use of information and communication technology skill to enhance marketing and conservation of Ban Lao bamboo flute local wisdom, 2) workshop on skill in using information and communication technology to enhance marketing and conservation of local wisdom, and 3) evaluate the result of workshop on skill in using information and communication technology to enhance marketing and conservation of local wisdom. Our sample was a community leader and local wisdom owner who lived in the Bang Sai Kai community (Thonburi in Bangkok) and still occupied the production of Lao's flute. We conducted this work for 5 families with the relevant documents and research, interviews, group discussions and workshops on skills in using information and communication technology to enhance marketing and conservation of Ban Lao bamboo flute local wisdom.

The result of research that Bang Sai Kai community needs public help to promote the marketing of flute production, which currently has only five families. The problems come from not only the lack of strong leader, motivation to work together, and harmonic but also time's mismatching. Accordingly, such community desires to learn how to use information and communication technology for online selling, product development, and conservation of local wisdom. In addition to the study, our workshop on skill presented that the participants had better skill in using information and communication technology than before. They were satisfied in training are high level, enable to earn more money from online product sales, and establish their community groups to enhance marketing and conservation of Ban Lao bamboo flute local wisdom.

Keywords

Information and Communication Technology, Participation of the Community, Marketing, Conservation, Ban Lao Bamboo Flute local Wisdom

ความสำคัญของปัญหา

“หมู่บ้านลาว” หรือ “ชุมชนบางไส้ไก่” มีชื่อเสียงในการทำแคนและขลุ่ยมาตั้งแต่บรรพบุรุษในอดีตทำกันทั้งหมู่บ้าน ระยะเวลาการทำแคนได้ลดน้อยและหายไปมากที่สุด ส่วนการทำขลุ่ยยังขึ้นชื่อและเป็นที่ยอมรับของท้องตลาด จะเรียกขลุ่ยที่ผลิตจากหมู่บ้านนี้ว่า “ขลุ่ยบ้านลาว” ถือว่าเป็นขลุ่ยชั้นดี มีคุณภาพและมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 200 ปี ขลุ่ยบ้านลาวมีชื่อเสียงในเรื่องของลวดลายศิลปะบนตัวขลุ่ยซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ปัจจุบันครอบครัวทำขลุ่ยได้ลดน้อยลงอาจเป็นผลมาจากการจำหน่ายขลุ่ยในท้องตลาดมีความนิยมลดลง และชุมชนไม่มีการวางแผนทางการตลาดหรือการโฆษณา ประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป (Mekhum, 1997) จึงเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของชุมชนและการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตกเข้ามามาก โดยเฉพาะความนิยมในเรื่องของคนตรีสากลเข้ามามีบทบาทกับเยาวชนทำให้เยาวชนไม่ให้ความสนใจกับดนตรีไทย การปลูกฝังจิตสำนึกของคนไทยที่มีต่อดนตรีไทยเริ่มลดน้อยลงจนทำให้ผู้ที่เล่นดนตรีไทยมีเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น ศิลปะการสร้างลวดลายบนขลุ่ยบ้านลาว ใช้ตะกั่วหลอมเหลวเทราดลงบนผิวไม้รวกที่นำมาทำขลุ่ยซึ่งได้เลิกทำเพราะสารตะกั่วก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ ขลุ่ยในปัจจุบันจะผลิตจากไฟเบอร์ แต่มีชาวต่างชาติบางคนมาติดต่อเพื่อสั่งทำขลุ่ยเป็นพิเศษเพราะชอบในงานศิลปะ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวกำลังเลือนหายไป ในที่สุดอาจจะเหลือไว้เพียงแค่ความทรงจำหรือเพียงแค่ชื่อของชุมชนเท่านั้น ถ้าไม่มีผู้สืบทอดก็จะทำให้สูญหายไป ดังนั้น หากนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจทั้งการขายสินค้าผ่านหน้าร้านในแบบดั้งเดิมและการขายผ่านออนไลน์และส่งข้อมูลให้ถึงลูกค้าได้มากที่สุด ปัจจุบันการใช้โทรศัพท์มือถือและเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาด้านการตลาด หรือการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถ้าสามารถสั่งซื้อขลุ่ยบ้านลาวผ่านระบบออนไลน์ได้จะช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะต่างประเทศที่มีความสนใจศิลปวัฒนธรรมของไทย เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง และปัจจัยสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งเป็นแนวคิดที่คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม ตั้งแต่ร่วมในการให้ข้อมูล ร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ร่วมคิด ร่วมวางแผนหารูปแบบแนวทาง วิธีการและกิจกรรมในการดำเนินงาน ร่วมตัดสินใจ สรุปความคิดเห็น กำหนดวิธีการจัดกิจกรรม การใช้ทรัพยากรตามขีดความสามารถของตนเอง ของกลุ่ม ของชุมชน ร่วมตรวจสอบหรือติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรม ซึ่งความสำเร็จของการพัฒนาสังคมสู่สังคมคุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการดำเนินการหลัก 5 ประการ คือ ความเข้มแข็งของชุมชน โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในชุมชน การเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ของคนในชุมชน การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และการเชื่อมโยงนโยบายและกิจกรรมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Seenuankaew, 1997) สอดคล้องกับการศึกษาของ Saleewong & lam-Khong (2017) ที่พบว่า รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ชุมชนผู้ผลิตสินค้าชุมชน (OTOP Community) 2) การมีส่วนร่วมของสังคม (Participation) 3) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Learn & Share) 4) การผสมผสาน (Integration) และ 5) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) จากประเด็นดังกล่าวเป็นการสนับสนุนอย่างชัดเจนว่าการมีส่วนร่วมสำคัญในการพัฒนา

สมรรถนะของชุมชน คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ย บ้านลาวไม่ให้เสื่อมสลายไปตามกาลเวลาเพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาและเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์สืบสานไว้ให้อยู่คู่ชุมชนเขตรอบบุรี

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวเป็นอย่างไร
2. ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวตามความต้องการของชุมชนมีอะไรบ้าง
3. ผลการประเมินการฝึกอบรมและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว
2. เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวตามความต้องการของชุมชน
3. เพื่อประเมินการฝึกอบรมและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

วิธีดำเนินการวิจัย

แบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 สำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ระยะที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวตามความต้องการของชุมชน

ระยะที่ 3 ประเมินการฝึกอบรมและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนบางไส้ไก่ที่ยังคงยึดอาชีพผลิตขลุ่ยบ้านลาว ตั้งอยู่หลังมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ครอบครัว คือ นายชลิต มาริตรี นางพรรณธิดา พุทธิรักษ์ นายสุนัย กลิ่นบุปผา นางเพิ่มสุข สอนวิทย์ และนางนิตยา รุ่งเยี่ยมสิน

วิธีการศึกษา

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว ดังนี้

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนชลุ่ยบ้านลาวโดยการศึกษาดokumentary (Documentary Study) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหลักฐานชั้นรองต่าง ๆ เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้นำชุมชนปราชญ์ชุมชน ซึ่งเป็นผู้ประกอบอาชีพทำชลุ่ยในชุมชน จำนวน 5 ครอบครัว

2. จัดกิจกรรมสนทนากลุ่มระดมสมอง โดยขอความร่วมมือจากผู้นำชุมชนในการประสานกับแต่ละครอบครัว เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว และพิจารณาแนวทางการร่วมมือในการศึกษาจัดทำฐานข้อมูลเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. นำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบเนื้อหาการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว

ระยะที่ 2 การศึกษาและอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาวตามความต้องการของชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชาวบ้านซึ่งเป็นเจ้าของกิจการผลิตชลุ่ยบ้านลาว ในชุมชนบางไผ่ไก่ ตั้งอยู่หลังมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ครอบครัว และบุตรหลาน ซึ่งเข้าร่วมอบรมด้วยความสมัครใจ รวม 13 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงาน

1. คู่มือการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว ได้แก่ เทคนิคการถ่ายภาพสินค้า การสร้างสตูดิโอถ่ายภาพอย่างง่าย หลักการตั้งร้านค้าบนเฟซบุ๊ก (facebook) และไลน์ (Line) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้บาร์โค้ด (Bar code) และคิวอาร์โค้ด (QR Code)

2. แบบประเมินทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว

3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ทำหนังสือราชการที่เกี่ยวข้องกับการจัดฝึกอบรม ได้แก่ หนังสือเชิญผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมอบรม หนังสือเชิญวิทยากร หนังสือขออนุญาตใช้สถานที่

2. นัดหมายผู้เข้าอบรม จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องมือต่าง ๆ

3. ก่อนการอบรมให้ผู้เข้าร่วมอบรมทำแบบประเมินทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว

4. จัดการอบรมให้กับกลุ่มตัวอย่าง 3 ครั้ง ณ ห้องคอมพิวเตอร์ 1063 ศูนย์คอมพิวเตอร์และห้องปฏิบัติการสาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา อาคาร 30 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา หลังสิ้นสุดการอบรมให้ผู้เข้าอบรมทำแบบประเมินทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาว และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการเข้าร่วมอบรม

5. อบรมเพิ่มเติมแบบเข้มให้กับ นางสาววรรณิษา โคมปิ่น เป็นบุตรหลานของคนในชุมชน ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นผู้บริหารจัดการระบบเว็บไซต์กลางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขลุ่ยบ้านลาว

ระยะที่ 3 ประเมินผลการฝึกอบรมและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว โดยการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เปรียบเทียบทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้เข้าอบรมก่อนและหลังการอบรม

2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

3. จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีประธานชุมชนและสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวที่สอดคล้องกับทรัพยากรและขีดความสามารถของชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค จนสามารถนำไปสู่การนำข้อสรุปที่ได้ เทคนิควิธีการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ผลการวิจัย

1. สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ชุมชนบางไส้ไ่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน (Mekhum, 1997) เป็นชุมชนที่เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี บรรพบุรุษของชุมชนบางไส้ไ่เป็นชาวลาวที่ถูกกวาดต้อนมาจากเวียงจันทน์ เมื่อสมัยกรุงธนบุรี พ.ศ. 2321 ในสมัยนั้นได้เกิดกบฏขึ้นทางเวียงจันทน์ พระเจ้าตากสินมหาราชจึงทรงแต่งตั้งให้สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อครั้งยังดำรงตำแหน่งเป็นทหารเอกของพระองค์ยกทัพไปปราบปรามกบฏที่เวียงจันทน์และได้กวาดต้อนชาวลาวอพยพมาอยู่ที่กรุงธนบุรีด้วยและให้ชาวลาวเหล่านั้นตั้งหลักปักฐานอยู่ในสวนติดกับคลองสาวไ่ เพื่อจะได้ทำมาค้าขายและประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดยสะดวก พุทธศาสนิกชนชาวลาวร่วมใจกันสร้างวัดเพื่อไว้เป็นที่ปฏิบัติธรรม บำเพ็ญกุศลและเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ตั้งชื่อว่า “วัดลาว” ต่อมาได้ใช้ชื่อว่า “วัดบางไส้ไ่” ส่วนหมู่บ้านที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มก้อนเรียกว่า “หมู่บ้านลาว” หรือ “ชุมชนบางไส้ไ่” ซึ่งมีชื่อเสียงในการทำแคนและขลุ่ยซึ่งทำกันมาทั้งหมู่บ้านตั้งแต่บรรพบุรุษ ระยะเวลาการทำแคนได้ลดน้อยและหายไปมากที่สุด ส่วนการทำขลุ่ยยังขึ้นชื่อและเป็นที่ยอมรับของท้องถิ่น จะเรียกขลุ่ยที่ผลิตจากหมู่บ้านนี้ว่า “ขลุ่ยบ้านลาว” ถือว่าเป็นขลุ่ยชั้นดีมีคุณภาพและมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 200 ปี การทำขลุ่ยบ้านลาวเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกไม้รวกให้ได้ขนาดแล้วนำไปสร้างลายด้วยการใช้ตะกั่วหลอมเหลวแล้วเทราดลงบนผิวไม้รวกที่นำมาทำขลุ่ย ลายที่ปรากฏบนขลุ่ยนั้นจะสามารถกำหนดได้ตามความชำนาญของผู้เฒ่า โดยการใช้ข้อมือและจังหวะในการเท ซึ่งถือเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่ทำให้ขลุ่ยบ้านลาวมีชื่อเสียงในเรื่องของลวดลายศิลปะบนตัวขลุ่ย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากนั้นจะนำมาเจาะรูปิดลิ้นทำให้เกิดเสียงมาตรฐาน จึงสำเร็จขึ้นตอนตามขั้นตอนการทำขลุ่ย ปัจจุบันครอบครัวที่ทำขลุ่ยลดน้อยลง เหลือเพียง 5 ครอบครัว คือ 1) นายชลิต มาริศรี ใช้ชื่อกิจการ ขลุ่ยชลิตไม้รวก 2) นายสุนัย กลิ่นบุปผา ใช้ชื่อกิจการขลุ่ยลุงจรินทร์ 3) นางพรรณธิภา พุทธิรักษ์ ใช้ชื่อกิจการขลุ่ยมงคล 4) นางเพิ่มสุข สอนวิทย์ ใช้ชื่อกิจการขลุ่ยประสงค์ และ 5) นางนิตยา ฐ์เจียมสิน ใช้ชื่อกิจการขลุ่ยบ้านลาวบ้านไ่

ขลุ่ยที่ชุมชนบางไส้ไก่ผลิตมีทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ 1) ขลุ่ยหลีบ เป็นขลุ่ยขนาดเล็กที่ใช้ในวงดนตรีไทย 2) ขลุ่ยเคียงออหรือขลุ่ยกรวด ให้เสียงต่ำกว่าขลุ่ยหลีบ ส่วนใหญ่ใช้เล่นเพลงลูกทุ่งทั่วไป 3) ขลุ่ยเพียงออ เป็นขลุ่ยที่คนส่วนใหญ่รู้จักใช้ในการเรียนการสอนในโรงเรียน 4) ขลุ่ยรองออ ใช้เล่นในวงปี่พาทย์มอญ ให้เสียงหวาน 5) ขลุ่ยอู้ จะมีแค่ 6 รูนิ้วต ต่างจากขลุ่ยทั่วไปที่มี 7 รู เพื่อไม่ให้เสียงไปแข่งกับขลุ่ยประเภทอื่น ขลุ่ยอู้มีไว้เพื่อใช้เป็นเสียงเบส

สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน

1. การสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานเป็นกลุ่มเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินงานของกลุ่มแต่การจะให้คนทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้จำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้คนมาทำงานเป็นกลุ่มซึ่งเป็นเรื่องค่อนข้างยุ่งยากและต้องใช้ความพยายามในการหาวิธีการสร้างแรงจูงใจ

2. การสร้างผู้นำ ชุมชนบางไส้ไก่มักมอบภาระหน้าที่ให้กับประธานกลุ่มฯ เป็นผู้ดำเนินการเกือบทุกเรื่อง จำเป็นต้องฝึกให้สมาชิกมีความเป็นผู้นำ กล้าแสดงออก กล้านำเสนอตนเอง

3. เวลาในการทำกิจกรรมร่วมกัน สมาชิกในชุมชนมีเวลาที่ว่างไม่พร้อมกัน ทำให้มีปัญหาในการทำกิจกรรมกลุ่มฯ ดังนั้นการที่จะให้สมาชิกกลุ่มฯ มาทำกิจกรรมร่วมกันจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยุ่งยาก จำเป็นต้องใช้เทคนิควิธีการหลาย ๆ อย่างมาผสมผสานกัน

4. ความสามัคคีในชุมชน ชุมชนไม่เห็นความสำคัญในการรวมตัวกัน เกิดจากรูปแบบในการทำขลุ่ยและราคาจำหน่ายขลุ่ยของแต่ละครอบครัวมีความแตกต่างกัน ความไม่ไว้วางใจที่มีต่อกัน และการมุ่งทำธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม เช่น การตัดราคาในการจัดจำหน่ายขลุ่ย

5. ชุมชนดั้งเดิมมีความพร้อมในการให้ความร่วมมือในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว ซึ่งที่มนักวิจัยดำเนินการถอดความรู้และบันทึกเป็นวิดีโอเพื่อนำมาเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ ต่อไป

ผลการศึกษายังพบว่า ชุมชนไม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรดำเนินการประสานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความช่วยเหลือชุมชนในการส่งเสริมด้านการตลาด โดยใช้เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ เช่น เว็บไซต์จำหน่ายสินค้า OTOP เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาด และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ชุมชน เพื่อให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายได้อย่างยั่งยืน ดีกว่าการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาใช้เองซึ่งในระยะยาวจะเป็นปัญหาด้านการบริหารจัดการ ขาดบุคลากรในการดูแล และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

2. ผลการศึกษาและอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว มีผู้เข้าอบรมโดยสมัครใจ 13 คน อายุสูงสุด 64 ปี อายุต่ำสุด 24 ปี อายุเฉลี่ย 53.23 ปี

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบทักษะการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวก่อนและหลังการอบรม

การประเมิน	คะแนนเต็ม	\bar{X}	S.D.	\bar{D}	S.D. _D	t	Sig. (1-tailed)
ก่อนการอบรม	20	6.00	4.56	3.15	2.03	5.59*	0.0001
หลังการอบรม	20	9.15	4.47				

จากตารางที่ 1 พบว่า ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คะแนนหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

ประเด็นความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านวิทยากร	4.64	0.20	มากที่สุด
1. การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากรมีความชัดเจน	5.00	1.04	มากที่สุด
2. ความสามารถในการอธิบายเนื้อหา	4.46	1.00	มาก
3. การเชื่อมโยงเนื้อหาในการฝึกอบรม	4.46	0.98	มาก
4. มีความครบถ้วนของเนื้อหาในการฝึกอบรม	4.69	0.99	มากที่สุด
5. การใช้เวลาตามที่กำหนดไว้	4.54	0.95	มากที่สุด
6. การตอบข้อซักถามในการฝึกอบรม	4.69	0.95	มากที่สุด
ด้านสถานที่ / ระยะเวลา / อาหาร	4.58	0.10	มากที่สุด
1. สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม	4.69	0.83	มากที่สุด
2. ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	4.54	0.80	มากที่สุด
3. ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสม	4.62	0.79	มากที่สุด
4. อาหาร มีความเหมาะสม	4.46	0.74	มาก
ด้านความรู้ความเข้าใจ	3.51	1.34	มาก
1. ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ ก่อน การอบรม	2.56	0.65	มาก
2. ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ หลัง การอบรม	4.46	0.44	มาก
ด้านการนำความรู้ไปใช้	4.31	0.08	มาก
1. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.38	0.49	มาก
2. มีความมั่นใจและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ได้	4.31	0.46	มาก
3. คาดว่าสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดได้	4.23	0.42	มาก
เฉลี่ย	4.26	0.52	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. ประเมินผลการฝึกอบรมและทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

หลังจากการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทีมวิจัยได้ติดตามผลการฝึกอบรมและจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้ผลสรุป ดังนี้

1. ผู้เข้าอบรมมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาวหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม

2. ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลู่บ้านลาว ในระดับมาก

3. ผลจากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมีประธานกลุ่ม และสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลู่บ้านลาว ดังนี้

3.1 มีการจัดตั้งกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานกลุ่มฯ โดยมอบหมายให้นายชลิต มาริศรี เป็นประธานกลุ่มผู้ผลิตชลู่ และนางสาววรรณิษา โคมปิ่น เป็นผู้บริหารเว็บไซต์ประจำกลุ่ม

3.2 มีข้อตกลงจัดทำเว็บไซต์กลางของชุมชนชลู่บ้านลาวเป็นศูนย์กลางรวบรวมลิงค์เว็บไซต์ของแต่ละครอบครัว เนื่องจากแต่ละครอบครัวมีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ราคาขายผลิตภัณฑ์แตกต่างกันค่อนข้างมาก

3.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ชลู่บ้านลาว ชุมชนมีเป้าหมายร่วมกันในการจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ธุรกิจสินค้า OTOP เต็มรูปแบบ

3.4 มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยการใช้บาร์โค้ดและคิวอาร์โค้ดเพื่อลิงค์ฐานข้อมูลในการให้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชลู่บ้านลาว ชนิด ราคา และเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.5 ชุมชนต้องการสถานที่ในการจัดทำแหล่งเรียนรู้ของชุมชนที่รวบรวมภูมิปัญญาและของดีในท้องถิ่น และมีการจัดทำสื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งต้องได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

3.6 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค พบว่า จุดแข็ง คือ ชุมชนมีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีชื่อเสียงและโดดเด่น จุดอ่อน คือ ภูมิทัศน์ภายในชุมชนเป็นชุมชนแออัดยังไม่น่าประทับใจ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน และขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญเข้าไปให้ความช่วยเหลือ โอกาส คือ ชุมชนสามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ และอุปสรรค คือ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ผลสำเร็จของงานเชิงปริมาณ

ชุมชนมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งแต่เดิมยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือ มีการพัฒนาเว็บไซต์เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออนไลน์

ผลสำเร็จของงานเชิงคุณภาพ

ชุมชนมีความเข้าใจการทำงานระบบกลุ่ม มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มฯ และกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจนกว่าเดิม และถือปฏิบัติร่วมกัน รู้จักวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการชุมชน รู้จักคิดวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเพื่อพัฒนาชุมชนและผลิตภัณฑ์ การทำงานร่วมกันของสมาชิกในลักษณะกลุ่มฯ ทำให้สมาชิกได้พัฒนาตนเอง กล้าคิด กล้าทำ และกล้าแสดงออกมากขึ้น

อภิปรายผล

การจะพัฒนาชุมชนชลู่บ้านลาว ผู้สนับสนุนสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนา คือ หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ทั้งรัฐบาลส่วนกลาง เช่น กระทรวง กรม ฝ่ายและแผนกต่าง ๆ โดยเฉพาะสำนักงาน เขต กรุงเทพมหานคร โดยทุกหน่วยงานภาครัฐจะต้องร่วมมือกันทำงานเชิงบูรณาการ กล่าวคือ ทำงานร่วมกัน

แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ไม่ใช่ต่างหน่วยงานก็ต่างทำกันไปโดยขาดการประสานงานกัน จากการลงพื้นที่พบว่าการทำงานร่วมกันในชุมชนมีค่อนข้างน้อย ยังเป็นรูปแบบต่างคนต่างทำซึ่งจะมีผลตามมา คือ ขาดความร่วมมือ ขาดพลังในการต่อรอง Chantarasombat (1997) กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นวิธีการ (Participation as a mean) เป็นการนำเอาทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่วางไว้ก่อนแล้ว และการมีส่วนร่วมเป็นเป้าหมาย (Participation as a end) คือ การมุ่งให้ประชาชนได้มีกิจกรรมร่วมกันเกิดความเชื่อมั่นในตนเองและมีความสามัคคีจนทำให้เกิดการพึ่งตนเองได้ในที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rassameevisava, Tiantong & Muankid (2018) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมนั้นจะทำให้บุคลากรภายในหน่วยงานตระหนักในบทบาทของตนเอง โดยมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการวางแผนและขับเคลื่อนหน่วยงาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในปัจจุบันว่าวิธีปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนหน่วยงาน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องมีการพัฒนาตนเองในด้านการเรียนรู้ การจัดการความรู้ในองค์กรของตน ซึ่ง Wasko & Faraj (2000) ได้อธิบายว่าการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กร การจัดการความรู้ คือ การค้นพบ การแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการได้มาซึ่งองค์ความรู้ ในความรู้ที่กระจ่างชัดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือการนำความรู้ที่อยู่ในคน เช่น ประสบการณ์ที่ได้รับมาแลกเปลี่ยนกัน การพัฒนาชุมชนชลุ่ยบ้านลาวให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ก็คือ วิธีทางที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน การแก้ปัญหาการส่งเสริมการตลาด ชุมชนชลุ่ยบ้านลาวนอกจากจะผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของตนเองแล้ว ชุมชนยังสามารถรวมตัวกันเป็นผู้รับช่วงการผลิตชลุ่ยให้โรงเรียนต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาให้ความช่วยเหลือทำให้ชุมชนมีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ต่าง ๆ ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชลุ่ยบ้านลาวโดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะในการอบรมได้มีการจัดทำคู่มือการอบรมที่ค่อนข้างละเอียดชัดเจน ผู้เข้าอบรมสามารถนำไปศึกษาด้วยตนเอง นอกจากนี้การให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการตั้งร้านค้าบนเฟซบุ๊ก (facebook) และไลน์ (Line) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่กลุ่มผู้เข้าอบรมมีพื้นฐานการใช้อยู่แล้ว อีกทั้งจากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), 2015) จัดโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA คนไทยนิยมใช้เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด ถึง 92.1% เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน (ปี 2556-2558) อันดับ 2 คือ ไลน์ คนไทยมีแนวโน้มซื้อของผ่านทางออนไลน์มากขึ้นซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลว่าเคยซื้อของผ่านทางออนไลน์ 64.9% การซื้อของออนไลน์เกิดจากการได้รับข้อมูลรีวิวกทางอินเทอร์เน็ตและการอ่านความเห็นของผู้เคยใช้สินค้า สอดคล้องกับผลวิจัยของต่างประเทศที่พบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างต้องให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอี-คอมเมิร์ซเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ง่ายยิ่งขึ้นและสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น (Moertini & Criswanto, 2012) นอกจากนี้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้บาร์โค้ด (Bar code) และคิวอาร์โค้ด (QR Code) ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลประวัติความเป็นมาของชลุ่ยบ้านลาวสามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้า Saengthong (2010) ได้อธิบายไว้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น ฉลาก ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการดึงดูดผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นรัฐต้องพัฒนานโยบายเพื่อการ

สนับสนุนชุมชนอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการฝึกอบรมให้ชุมชน และพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสม
รัฐบาลควรจะให้มีหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียวที่ดูแลชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการ
ทำงานที่สัมฤทธิ์ผลอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ชุมชนควรปรับปรุงปัจจัยการผลิตขลุ่ยให้มีคุณภาพ บรรลุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย
เหมาะสมสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของชุมชน

2) ครอบนุรักษ์และส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการจดลิขสิทธิ์ของลวดลาย
บนขลุ่ยเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

3) สร้างความร่วมมือระหว่างภาคราชการ เอกชน และชุมชนในการต่อยอดพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ในการผลิตขลุ่ยในลักษณะอื่นหรือผลิตของที่ระลึกจากเศษวัสดุเหลือใช้จากการผลิตขลุ่ย
เช่น การทำขลุ่ยจิวเป็นของที่ระลึก ทำพวงกุญแจขลุ่ยเล็ก ๆ จากเศษไม้รวกที่เหลือในการทำขลุ่ย
จัดทำบรรจุภัณฑ์ เช่น ถุงผ้าบรรจุขลุ่ยพร้อมเอกสารข้อมูลหรือขั้นตอนการสอนเป่าขลุ่ย เพื่อสร้าง
แรงจูงใจให้ผู้ซื้อและเป็นการเผยแพร่อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขลุ่ยบ้านลาว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ทำการวิจัยเฉพาะด้านรูปแบบกลยุทธ์การตลาดขลุ่ยบ้านลาว ให้ครอบคลุมปัจจัย
การตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย

2) ดำเนินการวิจัยในเรื่องเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนขลุ่ยบ้านลาว โดยศึกษาทั้ง
เครือข่ายความร่วมมือในระดับจังหวัด ระดับภาคและระดับประเทศต่อยอดผลิตภัณฑ์ขลุ่ยบ้านลาวสู่
สินค้า OTOP และสู่ตลาดต่างประเทศ

References

Chantarasombat, C. (1997). *kānmī sūanrūām khōng chumchon nai kānchatkān
suksā phūā phatthana thōngthin* [Community participation and local
development]. Mahasarakham: Faculty of Education, Mahasarakham
University.

Electronic Transactions Development Agency (Public Organization). (2015). *Thailand
internet user profile sōngphansipha rāingān phonlakā rasamruāt
phruttikam phūchai ‘inthōēnet nai prathet Thai pī
sōngphanhārōjhasippaēt* [Thailand internet user profile 2015]. Bangkok:
Ministry of Information and Communication Technology

Mekhum, W. (1997). *kānsuksā phonkrathop kān thāithōt theknōlōyī phūmpanya
thōngthin kānphalit khloi chumchon bān Lāo bāng saikai khwāeng hiran
rūchī khēt Thonburī Krung Thēp Maha Nakhōt phāitai chut khōngkān
wīchai kānsuksā phonkrathop kān thāithōt theknōlōyī phūmpanya*

thōngthin dān krabūankān phalit krung Rattanakosin [The study of transform affecting of technology local wisdom of bamboo flute produce in ban lao bang sai kai community, hiran ruche district, thonburi, bangkok under the research project of transform affecting of technology local wisdom in the production process of rattanakosin]. Bangkok: Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University.

- Moertini, V. S. and Criswanto, D. N. (2012). e-Commerce mobile marketing model resolving users acceptance criteria. **International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)**. 4(4), 23-40.
- Rassameevisava, M., Tiantong, M. & Muankid, P. (2018). kānphatthanā chut fuk ‘oprom kānwāngphāēn khroṅkān bāp doi chai withī patibatkān bāp mī sūan rūam [A development of training package of project planning on zopp using participatory action methodology]. **Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University**. 12(2), 170-176.
- Saengthong, P. (2010). nēōthāng kānphatthanā thāngkān talāt samrap phalittaphan chumchon : kōrānī suksā wisāhakit mēbān kasētrakōṅ thō phā koyoṅ tambon koyoṅ ‘amphōē mūāng chāngwat song khlā [The guideline for marketing improvement of the community enterprise: the case study of mae ban kasettakorn’s kohyor hand-woven fabric, tambon kohyor, mueang district, songkhla province]. **Songkhla Rajabhat University Academic Journal**. 3(1), 1-6.
- Saleewong, D. & lam-Khong, N. (2017) kānprayukchai theknōlōyī sārasonthēt nai kānbōrihān chātkaṅ sinkhā chumchon phūā khwāmyangyūn thāng sēthakit [An apply of information technology with the management of product community for sustainable economic]. **Veridian E-Journal, Silpakorn University Thai Issue Humanities, Social Sciences and Arts**. 10(3), 1355-2371.
- Seenuankaew, S. (1997). patchai khwāmsamret khōṅ kānchai ICT phūā kānphatthanā sangkhom sū sangkhom khunnaphāp nai prathēt kamlang phatthanā [Factors affecting success of using ict to develop social to quality society of the developing countries]. **Academic Services Journal**. 21(2), 126.
- Wasko, M. and Faraj, S. (2000). It is what one does: why people participate and help others in electronic communities of practice. **Journal of Strategic Information Systems**. 9(2-3), 155–173.