

บทสรุปผู้บริหาร

1. รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

1.1 ชื่อโครงการ การพัฒนาระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าศิลปหัตถกรรมด้วยสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (Electronic Commerce Developing for Handy Craft by สื่อสังคมออนไลน์)

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย

ผู้นางสาวพิมลพรรณ อุดมพันธ์

ที่อยู่ สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต. เมืองศรีโค อ.วารินชำราบ จ. อุบลราชธานี 34190

โทร. 045-353815 โทรสาร 045-353-805 โทรศัพท์มือถือ 081-929-9824

E-mail : phimonphan.ubu@gmail.com

ผู้ร่วมวิจัย นายศรันย์วิสเพ็ญ

ที่อยู่ สาขาการจัดการธุรกิจ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต. เมืองศรีโค อ.วารินชำราบ จ. อุบลราชธานี 34190

โทร. 045-353815 โทรสาร 045-353-805

1.3 งบประมาณทั้งโครงการ 100,000 บาท

1.4 ระยะเวลาดำเนินงาน 12 เดือน

2. ที่มาของปัญหา

จากผลการรวบรวมฐานข้อมูลระบบสืบค้นฐานข้อมูลหัตถกรรมหมอนขิดลายไทยอีสานใต้ออนไลน์ และระบบฐานข้อมูลร้านจำหน่ายงานศิลปะไม้ประณีตกับผลิตภัณฑ์ไม้พื้นบ้านในเขตอีสานใต้ (พิมลพรรณ อุดมพันธ์ และคณะ, 2555) พบว่ามีสินค้าหัตถกรรมของผู้ประกอบการหมอนขิด จากบ้านศรีฐาน อ.ป่าดัว จ. ยโสธร และหัตถกรรมศิลปะไม้ จากอ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ที่มีคุณภาพ มีความสวยงาม เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านศิลปหัตถกรรมที่นำมาสู่สินค้า และกลุ่มอาชีพ ซึ่งมีรูปแบบกลยุทธ์การจำหน่ายทั้งในแบบธรรมดาขายส่ง-ปลีกหน้าร้าน และบางรายนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์หรือจำหน่ายบนเว็บไซต์ ที่เรียกว่าระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจากรายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการประจำปีงบประมาณ 2555 เรื่อง “เว็บไซต์ www.facebook.com : เครือข่ายสังคมMedia เครื่องมือทางการตลาดขึ้นเอกในยุคดิจิทัล (พิมลพรรณ และคณะ, 2555) พบว่า

ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี อำนาจเจริญ ยโสธร และศรีสะเกษ ให้ความสนใจและตระหนักถึงสื่อสมัยใหม่ที่จะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในยุคของสังคมที่ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เข้าอบรมมีจำนวนอบรมเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนผลการประเมินความพึงพอใจ และการนำผลการอบรมไปใช้ประโยชน์กับธุรกิจตนเองพบว่าอยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 80 ที่กำหนดไว้ ผวนกับ มีการทำการตลาดโดยจำหน่ายทั้งระบบปกติหน้าร้าน ตัวแทนจำหน่าย และบางรายมีการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นช่องทางจำหน่ายผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ โดยมีทั้งในระดับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นคือใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้า และมีบางรายสามารถยกระดับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นระดับสูง หมายถึง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการขาย และชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของการสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2554 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จากปีแรกทำการสำรวจ คือ ปี พ.ศ. 2550 ที่มีมูลค่าขายรวม 305,159 ล้านบาท มาเป็น 608,587 ล้านบาท ในการสำรวจรอบปี พ.ศ. 2553 ซึ่งพบว่ามีมูลค่าสูงขึ้นถึงร้อยละ 199.432 หรือประมาณ 2 เท่าตัว และในปี 2557 มีมูลค่า 2,033,493.35 ล้านบาท ปี 2558 มูลค่า 2,245,147.02 และปี 2559 2,523,994.46 ล้านบาท (สมาคมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อธุรกิจท่องเที่ยว, 2559)

และในปัจจุบันพฤติกรรมของรูปแบบการใช้เว็บไซต์แบบเครือข่ายสังคม ได้เข้ามามีบทบาทกับสังคมโลกาภิวัตน์มากขึ้น ทำให้รูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มมีการปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของลูกค้ามากขึ้นเช่นเดียวกัน ที่จากเดิมลูกค้าซื้อขายหน้าร้านค้าออนไลน์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ สื่อสังคมออนไลน์ ได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน กอปรกับความสามารถของแอปพลิเคชันบนสื่อสังคมออนไลน์ มีระบบสนับสนุนเอื้อผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ประกอบกับผลวิจัยชี้ สื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น ในประเทศไทยยังคงต่อเนื่อง มีจำนวนผู้ใช้เฟสบุ๊คประมาณ 38 ล้านราย ประเทศที่ใช้งานเฟสบุ๊ค มากที่สุดยังเป็นอเมริกา อยู่ที่ 214 ล้านคน ส่วนเมืองที่ใช้งานเฟสบุ๊ค มากที่สุดคือ กรุงเทพฯ ที่ 24 ล้านคน และสามารถขยายผู้ใช้ได้มากที่สุดในประเทศ อิตาลี (ที่มา : <http://www.ihdigital.co.th>, 2559) นอกจากนี้ประเทศจีน มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประมาณ 97,000,000 คน จีนมีผู้ใช้ สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็น 91% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด (ที่มา : <http://www.drphot.com/talk/archives/1946>, 2559) จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั่วโลก (Global Social Media Usage) มีมากกว่า 2.7 พันล้านคนคิดเป็น 37% ของจำนวนประชากรทั่วโลก ซึ่งมากกว่า 91% ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใช้งานผ่านมือถือประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้นมากที่สุดจากปี 2016 (ไม่ได้คิดตาม %) คือ ประเทศจีน ที่เพิ่มขึ้น 133 ล้านคน รองมาคือ ประเทศอินเดีย ที่ 55 ล้านคน ตามมาด้วย อินโดนีเซีย ที่ 27 ล้านคน(ที่มา : <http://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017>, 2560)

ดังนั้น ผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมของจังหวัดในอีสานใต้ จึงจำเป็นต้องปรับตัว และเข้าใจกระแสสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยสื่อที่เรียกว่า F-Commerce รวมทั้งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการขยายตลาดเพื่อเปิดโอกาสให้กับสินค้าตนเองให้มากที่สุด และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC ของผู้ประกอบการ SMEs คณะผู้วิจัยจึงพัฒนาระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าศิลปหัตถกรรมด้วยสื่อ สื่อสังคมออนไลน์ สำหรับสินค้าศิลปหัตถกรรมนาร่อง ได้แก่ หมอนขิด จังหวัดยโสธร เครื่องเงินทองเหลืองบ้านปะอาว และศิลปะไม้เฟอร์นิเจอร์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างการสร้างความได้เปรียบทางการตลาดสินค้าหัตถกรรมของกลุ่มธุรกิจชุมชน และเป็นการเผยแพร่ศิลปหัตถกรรมอีสานอันทรงคุณค่าต่อทั้งชาวไทยและต่างชาติให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนร่วมอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นให้สืบเนื่องยั่งยืนต่อไป

3. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1 เพื่อพัฒนาระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าศิลปหัตถกรรมด้วยสื่อสังคมออนไลน์
- 2 เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดสินค้าศิลปหัตถกรรมของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 3 เพื่อการเผยแพร่ศิลปหัตถกรรมอีสานอันทรงคุณค่าต่อทั้งชาวไทย และต่างชาติให้มากยิ่งขึ้น และรวมถึงการส่งเสริมให้เยาวชนร่วมอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นให้สืบเนื่องยั่งยืนต่อไป
- 4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยในการพัฒนาศักยภาพให้กับธุรกิจ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่างของกลุ่มหัตถกรรมได้มาจากเว็บไซต์ www.thaitambon.com โดยค้นหาข้อมูลจังหวัดอุบลราชธานี และยโสธร จำนวน 10 ราย สำหรับขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่างของการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้ เว็บไซต์ www.facebook.com สำหรับสินค้าหัตถกรรม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง คือ กลุ่มวัยรุ่น จำนวน 322 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การคัดเลือกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดยโสธรโดยคัดเลือกจำนวน 10 แห่ง ประสานงานกับกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเพื่อขออนุญาต และนัดหมายการลงพื้นที่ ลงพื้นที่กับนักศึกษา และผู้ช่วยวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเป้าหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- โปรแกรมสำเร็จรูปแอควิด (Ecwid) มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบ
- แบบสัมภาษณ์ข้อมูลสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมทั้ง 10 ราย
- แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ www.facebook.com กับสินค้าหัตถกรรม

การพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดการพัฒนาระบบแบบ การสร้างต้นแบบ (Prototyping) คือ การสร้างแบบจำลองเพื่อตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้ หลังจากผู้ใช้เห็นด้วยกับการออกแบบ ต้นแบบนี้จะไม่มีการนำมาใช้อีก และการพัฒนาจะทำต่อจากการออกแบบ (Design Prototyping or Throwaway Prototyping) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจัดเตรียมข้อมูลสำหรับแค็ตตาล็อก ได้แก่ ข้อมูลกลุ่ม ข้อมูลสินค้า เช่น ชื่อ ราคา ภาพสินค้า เป็นต้น ซึ่งใช้โปรแกรมกราฟิก เช่น Adobe Photoshop ในการจัดทำภาพ
2. สร้างแผนเพจในเว็บไซต์ www.เว็บไซต์ www.facebook.com.com จำนวน 10 กลุ่มตามจำนวนกลุ่มสินค้า
3. สร้างระบบแค็ตตาล็อกในแผนเพจ เว็บไซต์ www.facebook.com โดยใช้โปรแกรมแอควิด (Ecwid)
4. การสร้างคู่มือการใช้งานระบบแค็ตตาล็อก
5. การนำระบบแค็ตตาล็อกที่พัฒนาเสร็จสิ้นแล้ว มอบให้กลุ่มเป้าหมาย ณ พื้นที่เป้าหมาย และรับฟังข้อเสนอเพื่อนำกลับมาปรับปรุงให้สมบูรณ์และถูกต้องมากขึ้น พร้อมอบรมวิธีการใช้งาน

5. ผลการวิจัย

1) ผลการพัฒนาระบบแค็ตตาล็อก

สามารถพัฒนาระบบ ทำการพัฒนาระบบแค็ตตาล็อกสินค้าด้วยโปรแกรมEcwid และสร้างแผนเพจในเว็บไซต์ Social คือ เว็บไซต์ www.facebook.com

กลุ่มอาชีพหัตถกรรมทั้ง 10 กลุ่มสามารถนำแผนเพจที่มีระบบแค็ตตาล็อกไปเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและข้อได้เปรียบทางการค้า หรือทำการตลาดออนไลน์ให้กับลูกค้าต่อไป โดยช่องทางดังกล่าวจะนับเป็นประโยชน์ยังต่อกลุ่มอาชีพที่ไม่มีเวลา ไม่มีบุคลากร และไม่มี ความชำนาญในการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศนอกจากนี้ ระบบแค็ตตาล็อกดังกล่าว จะสามารถช่วยให้ลูกค้าหรือผู้สนใจติดต่อประสานงานกับกลุ่มอาชีพ เลือกซื้อสินค้าผ่านระบบแค็ตตาล็อกและระบบตะกร้า โดยสามารถคำนวณราคา เลือกวิธีการชำระเงิน และวิธีการขนส่งสินค้าได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยสร้างความได้เปรียบทางการค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือสินค้านำเข้าอื่น อีกทั้งระบบแค็ตตาล็อกที่พัฒนาจากงานวิจัยครั้งนี้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับกลุ่มอาชีพมากยิ่งขึ้น

2) ผลการจัดกิจกรรมถ่ายทอด และเผยแพร่ระบบสารสนเทศ

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จัดทำสื่อวีดิโอจำนวน 10 สื่อให้กับกลุ่มสินค้าหัตถกรรม ซึ่งสื่อดังกล่าวสามารถช่วยให้กลุ่มอาชีพนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าหรือผู้สนใจได้เห็นกระบวนการการผลิตสินค้าได้ชัดเจนมากขึ้น กว้างไกลมากขึ้นบนโลกอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้สื่อวีดิทัศน์สามารถถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมของกระบวนการทำผลิตสินค้าของชุมชนในแบบหัตถกรรมของท้องถิ่น ในจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ และ ยโสธร ซึ่งจะเป็นสื่อที่ช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาของชุมชนให้กับคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น ได้เกิดความสนใจ ให้ความสำคัญต่อไป ในการเผยแพร่และอนุรักษ์ต่อไป

3) ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมผ่านเว็บไซต์ www.facebook.com

กลุ่มเป้าหมายในการตอบแบบสอบถาม คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมผ่านเว็บไซต์ www.facebook.com ซึ่งกำลังศึกษาอยู่คณะบริหารศาสตร์ จึงทำให้มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยวัตถุประสงค์การใช้เว็บไซต์ www.facebook.com เพื่อเลือกซื้อสินค้าจะรองลงมาแต่นั้นหมายถึงสินค้าหัตถกรรมมีโอกาสขายบนเว็บไซต์ www.facebook.com ให้กับกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งต้องให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สินค้าหัตถกรรมควรมีความหลากหลาย และสินค้าหัตถกรรมที่มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นวัยรุ่น ควรมีการนำเสนอขายสินค้าบนเว็บไซต์ www.facebook.com เพราะเว็บไซต์ www.facebook.com มีความสะดวกง่าย มีชื่อเสียง มีความทันสมัยของเว็บไซต์ www.facebook.com และการบริการของเว็บไซต์ www.facebook.com ดังนั้นกลุ่มสินค้าหัตถกรรมที่ยังไม่มีชื่อเสียงยังมีโอกาสทางการซื้อขายบนเว็บไซต์ www.facebook.com และกลุ่มสินค้าหัตถกรรมบนควรนำเสนอขายบนเฟสบุ๊คถึงแม้จะไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพราะลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นสนใจเว็บไซต์ www.facebook.com มากกว่าเว็บไซต์ของกลุ่ม

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าวัยรุ่นมีความสนใจในสินค้าหัตถกรรม ทำให้มีโอกาสด้านการตลาดของสินค้า แต่ต้องมีเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และราคาไม่จำเป็นต้องถูกเสมอไป ดังนั้น กลุ่มสินค้าหัตถกรรม จึงจำเป็นประยุกต์สื่อ Social มาเป็นช่องทางเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการขายให้มากยิ่งขึ้น เพราะวัยรุ่นคนไทยส่วนใหญ่นิยมใช้เว็บไซต์ www.facebook.com ซึ่งบริการของเว็บไซต์ www.facebook.com จะช่วยเอื้อในการเข้าถึงลูกค้า ในขณะเดียวกันกลุ่มสินค้าหัตถกรรมต้องมีการใช้กลยุทธ์ที่จะทำให้สินค้ามีความทันสมัย น่าสนใจ

สำหรับกลุ่มสินค้าหัตถกรรม การมีเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าเอง อาจจะต้องลงทุนด้านงบประมาณการเงิน บุคลากร และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในการบริหารจัดการสินค้าผ่านเว็บไซต์ แต่แผนเพจซึ่งเป็นบริการของเว็บไซต์ www.facebook.com จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าและเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบ

แค่ตตาล็อกได้เหมือนซื้อผ่านเว็บไซต์ ซึ่งจะทำให้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ด้วยลูกค้าส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มด้วยโทรศัพท์มือถือได้ง่าย

นอกจากนี้กระบวนการสร้าง แคตตาล็อกบนแพลตฟอร์มเพื่อนำเสนอสินค้า เป็นขั้นตอนที่ง่าย และไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ขายสินค้าหัตถกรรมสามารถสร้างด้วยตนเอง โดยอาศัยอุปกรณ์พื้นฐาน เช่น กล้องดิจิทัลบนโทรศัพท์ และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเท่านั้น โดยสามารถอัปเดตสินค้าได้ตลอดเวลา ไม่จำกัดเวลา และสถานที่

สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัยในภูมิภาค หรือกรมพัฒนาชุมชน ควรเป็นผู้มีบทบาทในการให้คำแนะนำในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าหัตถกรรม เช่น การให้นักศึกษาในวิชา การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ฝึกปฏิบัติจริงในการช่วยสร้างระบบแคตตาล็อกให้กับสินค้าหัตถกรรมในชุมชนในเบื้องต้น เพื่อความรวดเร็ว

ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัด คือ สำหรับกลุ่มสินค้าหัตถกรรมที่มีจำนวนสินค้ามากกว่า 10 ชิ้น จำเป็นต้องมีการวางแผนการนำเสนอ เนื่องจากโปรแกรมแอควิด (Ecwid) สามารถรองรับระบบแคตตาล็อกได้เพียง 10 ชิ้นเท่านั้น เพราะเป็นการเลือกใช้แบบไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งถ้าต้องการนำเสนอมากกว่า 10 ชิ้น กลุ่มสินค้าหัตถกรรมต้องจ่ายค่าบริการ และ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าหัตถกรรมในกลุ่มที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มคนทำงาน

7. การนำไปใช้ประโยชน์

กลุ่มสินค้าหัตถกรรมสามารถนำแพลตฟอร์มและระบบแคตตาล็อก ไปใช้ประชาสัมพันธ์ และให้บริการลูกค้าได้เพื่อทดแทนสำหรับกลุ่มที่ไม่มีเว็บไซต์ หรือ สามารถนำไปเป็นสื่อติดต่อประสานงานกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ กลุ่มสินค้าหัตถกรรมได้ทราบพฤติกรรม และความต้องการ ซึ่งสามารถนำไปวางแผนผลิตหรือคัดเลือกสินค้าหัตถกรรมให้ตรงกับความต้องการที่เป็นเป้าหมายวัยรุ่นต่อไป