

ชื่อผู้วิจัย : ชุศศักดิ์ จรุงสวัสดิ์

ชื่อเรื่อง : การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

ปี พ.ศ. : 2545

คำสำคัญ : การผลิต, การตลาด, ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว, หัตถกรรม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิต และการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบเจาะจง (Purposive Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มและช่างฝีมือที่เป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่มจาก 3 กลุ่ม คือ ศูนย์ศิลปาชีพชัยบุรี ตำบลชัยบุรี อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง กลุ่มบ้านหน้าถ้ำ ตำบลปาดังเบซาร์ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา และกลุ่มหัตถกรรมคนพิการบ้านสระแก้ว ตำบลสระแก้ว อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งร้านค้าบางแห่งที่อยู่ใกล้เคียงด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่เครื่องประดับ เครื่องตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ในครัว ผลิตภัณฑ์ของไทยส่วนใหญ่จะมีรูปแบบคล้ายกับของต่างประเทศ และแทบทุกขั้นตอนการผลิตจะใช้เครื่องมือที่มีราคาไม่แพง ผลิตภัณฑ์เกือบทุกชนิดใช้กะลาเป็นวัตถุดิบอย่างเดียวและสามารถผลิตด้วยตนเองทั้งหมด โดยใช้เวลาในการผลิตต่อชิ้นตั้งแต่ 2-3 นาที จนถึง 15 วัน

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีการกระจายงานให้สมาชิกและจัดหาวัสดุให้ แต่สมาชิกต้องซื้อกะลาเอง ปรุชานเป็นคนออกแบบผลิตภัณฑ์ สมาชิกก็มีส่วนร่วมช่วย และมีการผลิตตามแบบของลูกค้า ในด้านแรงงาน แต่ละกลุ่มมีจำนวนแตกต่างกันมาก โดยกลุ่มแรกมีสมาชิกถึง 104 คน ในขณะที่กลุ่มที่สองและสามมีเพียง 30 คนและ 9 คนตามลำดับ ทุกกลุ่มจ่ายค่าแรงแบบเหมาจ่ายเป็นรายชิ้น และหักเงินจากการขายสินค้าเข้ากลุ่มเหมือนกัน โดยสองกลุ่มแรกหักร้อยละ 3 เป็นค่าจำหน่าย ส่วนกลุ่มที่สามหักร้อยละ 20 เป็นค่าการตลาด ส่งของ และวัตถุดิบ

ทั้ง 3 กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในลักษณะขายส่ง ขายเป็นเงินสด และส่งออกเป็นส่วนใหญ่ โดยสองกลุ่มแรกส่งออกร้อยละ 80 ส่วนกลุ่มที่สามส่งออกร้อยละ 50 การกำหนดราคาสินค้ากำหนดตามความยากง่าย เวลาผลิต และวัตถุดิบที่ต้องใช้ สินค้าที่ขายดีของกลุ่มแรก คือ เครื่องใช้ในครัว กลุ่มที่สอง คือ แก้วไวน์ และกลุ่มที่สาม คือ จีสร้อยคอและชิ้นส่วนเข็มขัด ทุกกลุ่มมีคณะกรรมการดำเนินการ

สำหรับจุดอ่อนจุดแข็งของแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไป แต่จะมีจุดแข็งเหมือนกันที่ตัวผู้นำกลุ่ม และมีจุดอ่อนเหมือนกัน คือ การใช้ภาษาเพื่อการติดต่อกับชาวต่างประเทศ

Author : Chusak charoonsawat

Title : Production and Marketing of Coconut Shell Product

Date : 2545

Key word : Production, Marketing, Coconut Shell Products, Handicrafts

Abstract

This research is purposive research focused on process of production and marketing of coconut shell products. The data were collected by interviewing group leaders and skilled workers who were members of the following groups; Chaiburee Handicrafts Group in Tambon Chaiburee, Muang, Phattalung, Ban Na Tam Group in Tambon Padangbesar, Sadao, Songhla and Srakaew Handicap Handicrafts Group in Tambon Srakaew, Thasala, Nakornsrihammarat. The data were also from the shopkeepers of nearby handicrafts stores.

The results of this study indicated that there were many styles of coconut shell products like ornaments, furniture and utensils. Most Thai products produced with simple and inexpensive tools were similar to foreign products. Most of them were handmade from only coconut shell. The time used for producing each piece of work varied, ranging from 2 – 3 minutes to 15 days.

The three groups allocated their members to produce these works and also provided some materials for them. However, some members had to purchase coconut shells by themselves. The group leaders generally designed the styles of the products. Group members occasionally suggested some ideas about the designs. The groups sometimes followed the customers' designs. In terms of labor, the number of workers in three groups varied — 104, 30 and 9 workers in the first, second and third groups respectively. Every group paid labor costs in a package deal for each piece of work and took a percentage of the total sale for the group's fund. The first and second groups took 3% for marketing expenses and the third group took 20% for expenditure in marketing, transporting products and purchasing raw materials.

The products of the three groups were sold wholesale in cash and most of them were exported. About 80% of the products of the first and second groups and 50% of the third group were exported. The prices of the products were determined by the complexity of each piece of work, as well as the time and the raw material used in the production. The popular products were utensils from the first group, wine glasses from the second group and necklace pendants and belt parts from the third group. Every group had elected a committee for organizing the group work.

The three groups had different strengths and weaknesses. However, they shared one strength — a strong group leader and one weakness — communicating with foreigners.