

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนเอกสารและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว จะแบ่งการทบทวนตามประเภทของสินค้าหัตถกรรม ลักษณะของสินค้าหัตถกรรม การตลาดของสินค้าหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวที่เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตดังต่อไปนี้

2.1 ประเภทของสินค้าหัตถกรรม

บทความพิเศษในวารสารผู้ส่งออก (พัฒนาหัตถกรรมจากพื้นบ้านสู่ตลาดต่างประเทศ, 2533) ได้เสนอความเห็นของประธานคณะกรรมการสาขาสินค้าหัตถกรรม หอการค้าไทย ที่กล่าวถึงการแบ่งประเภทสินค้าหัตถกรรมว่า ที่ถูกต้องควรแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. สินค้าที่มีผู้ชอบสะสมเก็บไว้ เช่น ของโบราณ ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับศิลปะโดยตรง
2. ของที่ใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งต้องซื้อตลอดเวลา เพราะแตกหักได้ เช่น ของใช้บนโต๊ะอาหาร
3. ของตกแต่งบ้าน
4. ของขวัญราคาแพง

ทั้งนี้ สินค้าหัตถกรรมมีปัญหาหลายประการ คือ

1. ผลิตได้ช้า
2. วัสดุดิบมีไม่เพียงพอ
3. มีการแย่งซื้อตัวแรงงาน
4. เงินทุนหมุนเวียน มีปัญหาในเรื่องการกู้เงินเพื่อขยายกิจการ
5. การจัดการ
6. การขาดคุณภาพของบุคลากร

2.2 ลักษณะของสินค้าหัตถกรรม

วนิดา ลาวณิชย์ทักษิณ (2523) กล่าวว่า การพิจารณาถึงลักษณะของหัตถกรรมพื้นบ้าน ควรจะพิจารณาในลักษณะที่เราเรียกว่า ศิลปะประยุกต์ (Applied Art) ได้แก่ การออกแบบโดยให้หัตถกรรมมีทั้งประโยชน์ใช้สอยและความงามของศิลปะ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เราเห็นหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นศูนย์รวมของทั้งร่างกายและจิตใจ โดยควรจะมีลักษณะดังนี้

1. ประโยชน์ในการใช้สอย หัตถกรรมพื้นบ้านไม่ควรจะมีรูปแบบที่ยุ่งยากสับสนหรือพิศดาร ควรจะมีความคงทนในการใช้สอย และหากสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง ก็

ยังมีค่ามากขึ้น นอกจากนี้ ควรจะต้องสนองความต้องการของคนในด้านให้ความพอใจ ความสบายใจ และทำให้จิตใจของคนสดชื่นด้วย

2. ความงาม ความเรียบง่ายเป็นลักษณะพื้นฐานของความงามในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งปกติผลิตภัณฑ์ต่างๆ ก็มีความงามในเนื้อแท้ของมันเอง แต่ความงามที่แท้จริงมักจะเกิดจากความประทับใจที่ผู้พบเห็นได้รับความรู้สึกเป็นเอกเทศของผลิตภัณฑ์จากสิ่งอื่นๆ ซึ่งมักจะอยู่ในรูปแบบที่เรียบง่ายมองเห็นได้ชัด เนื่องจากช่างฝีมือได้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านโดยโอนอ่อนไปตามอิทธิพลจากธรรมชาติ อีกทั้งยังใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติ งานของเขาจึงมีความงามตามธรรมชาติแฝงอยู่ด้วย และเป็นความงามที่มองเห็นได้ง่าย ไม่เป็นนามธรรมจนยากแก่การเข้าถึง

3. การผลิตเป็นปริมาณมาก จะสามารถช่วยสนองความต้องการของตลาด และช่วยให้กิจการการผลิตเครื่องใช้หัตถกรรมรุ่งเรืองได้ นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้ผลิตได้พัฒนาความชำนาญในด้านศิลปะด้วยวิธีการผลิตที่เป็นแบบง่ายและสะดวกขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลิตได้รวดเร็ว โดยทั้งเทคนิคที่ไม่จำเป็นต้องออกไป และการที่ต้องผลิตสินค้ามาตรฐานจำนวนมาก ทำให้ต้องมีการแบ่งงานกันทำ เป็นการยกระดับประสิทธิภาพของการผลิตด้วย ซึ่งแตกต่างจากก่อนหน้านี้ที่การผลิตสินค้าหัตถกรรมมักจะทำโดยคนๆ เดียวกัน แต่การผลิตเครื่องใช้หัตถกรรมเป็นจำนวนมากก็ทำให้สินค้าขาดเอกลักษณ์ด้วย

4. ราคาถูก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านไม่เพียงแต่ต้องผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อสนองความต้องการของประชาชนเท่านั้น แต่ยังคงมีราคาต่ำเพียงพอที่จะซื้อหาได้ง่ายด้วย

5. ช่างฝีมือ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านนี้ได้สืบทอดมาโดยช่างฝีมือชั้นเยี่ยมและช่างธรรมดา ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นจึงเป็นลักษณะสำคัญของหัตถกรรมพื้นบ้าน และจากการที่ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรม กับการได้รับถ่ายทอดวิชาช่างดั้งเดิมมาจากบรรพบุรุษ ผลงานหัตถกรรมพื้นบ้านเด่นๆ จึงมักเกิดขึ้นในสมัยและแถบที่คนมีความผูกพันกับศาสนาอย่างลึกซึ้ง แต่การที่ต้องผลิตสินค้าเพื่อขายเป็นจำนวนมากๆ จะทำให้เกิดข้อจำกัดในการที่ช่างจะเลือกทำอะไรตามใจตัวเอง อีกทั้งความเร่งด่วนของงาน ทำให้ช่างต้องผลิตงานที่มีรูปแบบง่ายๆ และสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ส่วนตัวไปด้วย

2.3 การตลาดของสินค้าหัตถกรรม

พรหมโชติ ไตรเวช (2537) พบว่า ปัญหาการตลาดของกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มาจากเรื่องต่อไปนี้

1. สมาชิกกลุ่มขาดความเป็นผู้นำในการแสดงออก มักปล่อยให้หัวหน้ากลุ่มทำการตลาดโดยลำพัง กรรมการที่แต่งตั้งกันขึ้นมาก็ไม่มีบทบาททางการบริหาร สมาชิกกลุ่มเชื่อฟังประธานหรือผู้ทำการตลาดเพียงคนเดียว จึงเกิดการผูกขาด สมาชิกจะกลายเป็นลูกจ้างไปในที่สุด

ดังนั้น หากกลุ่มมีคณะกรรมการบริหารที่เข้มแข็งและมีเจ้าหน้าที่ติดตามให้คำชี้แนะสม่ำเสมอ จะผลักดันให้กลุ่มมีการบริหารจัดการและมีแผนการผลิต การตลาดที่ชัดเจน

2. การส่งเสริมการขาย ข้าราชการมักจะมีความเชื่อว่า การรับสินค้าของกลุ่มอาชีพมาจำหน่ายให้ เป็นการช่วยเหลือให้ชาวบ้านมีงานทำ ซึ่งเป็นการฝึกให้กลุ่มรอรับความช่วยเหลือ นักการตลาดที่ดี จะต้องมองการณ์ไกลและต้องสัมผัสกับบุคคลให้มาก ดังนั้น การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้นำสินค้าไปจำหน่ายเอง จึงเป็นการสอนการตลาดที่ดีที่สุด แต่ต้องค่อยเป็นค่อยไป

3. สินค้าไม่มีคุณภาพ รวมทั้งสมาชิกไม่มีความคิดริเริ่มในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สินค้าขายไม่ออก และกลุ่มก็ไม่สามารถตั้งราคาและประมาณการผลิตในระยะเวลาหนึ่งได้

ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการตลาดสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน ดังนี้

1. การจัดตลาดผู้ผลิตพบผู้ซื้อโดยตรง โดยจัดหาสถานที่ที่เป็นแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก และมีกลุ่มลูกค้าที่สนใจหลากหลายเป็นหลัก มีการวางแผนการจัดงานให้เหมาะสมกับประเภทสินค้า โดยมีกิจกรรมเสริมเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้มาชมงาน เช่น การแสดงที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าประเภทต่างๆ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

2. การจัดตั้งร้านค้า หรือศูนย์ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมอาชีพ กรณีนี้ควรมีผู้จัดการมืออาชีพหรือปฏิบัติงานเต็มเวลา เพื่อให้สามารถบริหารงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการวางแผนและการตัดสินใจ นอกจากนี้ ควรเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาถือหุ้นในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจเอกชนได้

3. การเปิดตลาดสินค้าหัตถกรรมด้วยตนเอง เป็นวิธีการที่เสี่ยง แต่ได้ผลมากที่สุด เพราะผู้ขายจะมีความเข้าใจในภาวะการตลาดและความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด และสามารถปรับปรุงการผลิตให้เหมาะสม เป็นที่ต้องการของตลาดได้

ส่วนในด้านตลาดต่างประเทศปรากฏว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยต้องประสบกับการแข่งขันอย่างรุนแรงในด้านราคา ในขณะที่ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ฯลฯ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) จึงมีความเห็นว่า การที่จะส่งเสริมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้มีเสถียรภาพในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศก็จะต้องพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค โดยจะเน้นกลยุทธ์ด้านการพัฒนารูปแบบและคุณภาพที่จะเป็นไปได้มากกว่าจะเน้นกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งราคาวัตถุดิบและค่าแรงมีแนวโน้มที่สูงขึ้น การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการพัฒนามือทั้งด้านการผลิตและรูปแบบ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสามารถจำหน่ายได้ในตลาดคุณภาพสูง และจากการศึกษาตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ผู้ซื้อจะสั่ง

ซื้อสินค้าที่แสดงในแคตตาล็อก ซึ่งจะแสดงภาพของสินค้าประเภทต่างๆ มีรายละเอียดบอกแหล่งกำเนิดสินค้า วัตถุดิบ ประโยชน์ใช้สอย และราคาจำหน่าย

นอกจากนี้ จูริรัตน์ บัวแก้ว และ สมบูรณ์ ณะสุข (2537) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับหัตถกรรมพื้นบ้านเฉพาะกรณีผลิตภัณฑ์กระจุจจาก 2 แหล่ง แหล่งแรก คือ ชุมชนทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่า เดิมผลิตภัณฑ์เป็นอาชีพรอง แต่เมื่อระบบนิเวศน์วิทยาเปลี่ยนแปลง ดินเสื่อมคุณภาพเพราะดินเปรี้ยว ไม่สามารถทำนา ทำสวน และทำไร่อย่างมีประสิทธิภาพ คนรุ่นหนุ่มสาวต้องออกไปทำงานนอกหมู่บ้าน ส่วนที่เหลือ คือ สตรีและเด็กจึงได้สานกระจุจเป็นอาชีพหลัก ซึ่งสามารถทำรายได้คืออีกอาชีพหนึ่ง ส่วนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายบริเวณทะเลน้อย ได้แก่ เสื้อหมวก กระเป๋า และพัด โดยออกแบบและผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ ภายใต้คำแนะนำของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แต่ชาวชุมชนทะเลน้อยไม่นิยมประกอบการตามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแนะนำ เพราะต้นทุนสูงกว่า และผู้ผลิตขาดความรู้ความชำนาญ ผลงานจึงไม่ประณีต ตลาดจึงไม่กว้างขวางเท่าที่ควร

ส่วนแหล่งที่สอง คือ บ้านทอน ตำบลโคกเคียน อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส พบว่าชาวบ้านทำสวนมะพร้าว ประมง เป็นอาชีพหลัก และสานเสื่อกระจุจเป็นอาชีพรอง ในปัจจุบันกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดเจ้าหน้าที่มาให้คำแนะนำด้านวิธีการผลิตและรูปแบบตามที่ตลาดต้องการ อีกทั้งโครงการศูนย์ศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ก็ได้จัดอบรมวิทยากรเพื่อฝึกชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการด้วย ทำให้เสื่อกระจุจค่อนข้างมีคุณภาพดี สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางกว่าเดิม เนื่องจากมีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น เช่น ทำเสื่อสำหรับใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว กระเป๋าถือ หมวก เป็นต้น ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม มีชาวบ้านส่วนหนึ่งเท่านั้นที่ประกอบอาชีพสานเสื่อ ในขณะที่ชาวบ้านส่วนใหญ่หันไปยึดอาชีพรับจ้างปลูกกุ้ง ซึ่งมีรายได้มากกว่า เนื่องจากการสานเสื่อต้องใช้ความประณีตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์กระจุจมีคุณภาพดี หรือทำผลิตภัณฑ์กระจุจชนิดอื่นๆ ซึ่งต้องใช้เวลามากกว่าจะผลิตงานได้ 1 ชิ้น นอกจากนี้ การทำกระจุจเพื่อขายจะมีมากเฉพาะในช่วงที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จแปรพระราชฐานมาประทับที่ทักษิณราชนิเวศน์ จังหวัดนราธิวาสเท่านั้น

2.4 ผลกระทบจากกะลามะพร้าวที่เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต

จากการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตทำให้ทราบว่า นอกจากผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวที่ไทยผลิตออกจำหน่ายแล้ว ยังมีอีกหลายประเทศที่นำกะลามะพร้าวมาผลิตเป็นสินค้าออกจำหน่ายในหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งที่คล้ายกับของไทย เช่น สร้อยคอ ขาม กรอบรูป เป็นต้น และแตกต่างกัน เช่น หน้ากาก ของเล่นนก เป็นต้น ประเทศที่ผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวและนำออกเสนอขายทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ อินเดีย ศรีลังกา คาซัคสถาน เม็กซิโก ฯลฯ

เมื่อเข้าไปค้นหาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกะลามะพร้าว โดยใช้เว็บค้นหา (search engine) ของ Yahoo.com รวมทั้งเว็บเพจที่เชื่อมโยงกันได้ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2545 พบว่า มีเว็บเพจที่เกี่ยวข้องกับกะลามะพร้าวถึง 58,600 เว็บ ซึ่งมีทั้งที่เป็นเว็บของการประชาสัมพันธ์องค์กรที่สามารถติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว บางเว็บขายเฉพาะผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวหรือสินค้าอื่นที่ทำจากกะลามะพร้าว ในขณะที่บางเว็บเป็นนิยาย บทกวี หรือเพลงที่มีคำของกะลามะพร้าวปนอยู่ด้วย

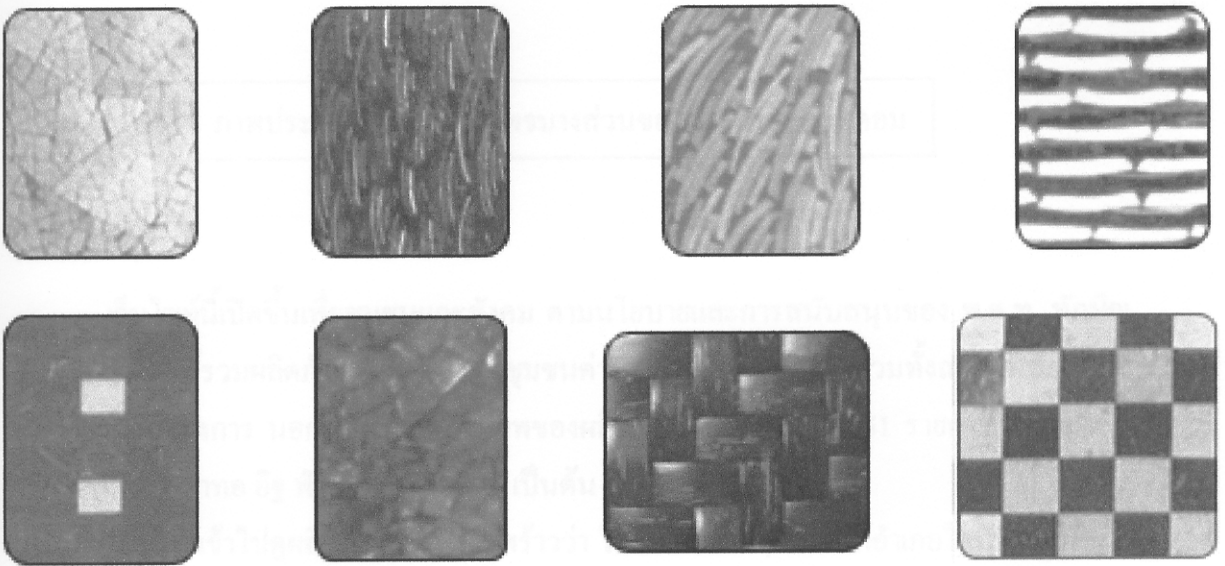
ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวของต่างประเทศที่ผลิตออกมาจำหน่าย ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทของใช้ ของประดับ เช่น กล้องใส่กระดาษชำระ ถาด ตะเกียง กรอบรูป สร้อยคอ กิ๊บติดผม หรืออาจจะประดิษฐ์เป็นหน้ากากหรือสัตว์เลื้อยคลานก็ได้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์บางชิ้นอาจจะใช้กะลามะพร้าวเป็นวัตถุดิบทั้งหมด ในขณะที่บางชิ้นใช้กะลามะพร้าวร่วมกับวัสดุอื่นเช่นเดียวกับของไทย

ลักษณะของการนำเสนอขายทางอินเทอร์เน็ต มีทั้งที่ระบุราคาของแต่ละผลิตภัณฑ์และไม่ระบุราคา บางเว็บเพจอาจมีเพียงผลิตภัณฑ์เดียว ในขณะที่เว็บเพจอื่นมีหลายผลิตภัณฑ์อยู่ในหน้าเดียวกัน สำหรับเว็บเพจที่ระบุราคาขายไว้ด้วยนั้น จะมีปุ่มให้กดเพื่อติดต่อสั่งซื้อ และมีช่องให้ใส่รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จะซื้อ โดยอาจมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการซื้อไว้ด้วยก็ได้ ดังตัวอย่างของเว็บไซต์ที่เสนอขายสร้อยคอที่ทำจากกะลามะพร้าวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของฮาวาย สหรัฐอเมริกา (<http://www.hawaiiicity.com/shopping/hawaiian/necklaces.html>) มีข้อความระบุว่า ถ้าอยู่ในสหรัฐอเมริกาและสั่งซื้อเกิน 50 ดอลลาร์สหรัฐฯ จะส่งให้ฟรี แต่ถ้าอยู่ต่างประเทศคิดค่าส่ง 25 ดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนในกรณีสั่งซื้อไม่เกิน 20 ดอลลาร์สหรัฐฯ คิดค่าส่ง 4 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ต่างประเทศคิด 12 ดอลลาร์สหรัฐฯ) สั่งซื้อระหว่าง 20-50 ดอลลาร์สหรัฐฯ คิดค่าส่ง 6 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ต่างประเทศคิด 19 ดอลลาร์สหรัฐฯ)

ส่วนเว็บเพจที่ไม่ระบุราคาขาย จะมีรายละเอียดของที่อยู่และอีเมลให้ติดต่อกลับไป โดยบางรายยอมรับว่า ถ้าสั่งซื้อจำนวนมากจะต้องใช้เวลาในการผลิต เพราะใช้มือทำ จึงไม่อาจกำหนดเวลาส่งของได้ แต่ก็ยินดีต้อนรับผู้ซื้อประเภทพ่อค้าขายส่งที่สั่งซื้อมากถึง 50 ชิ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทจะส่งของให้ได้ก็ต่อเมื่อผู้ซื้อได้แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของตนไปให้ทราบแล้ว ทั้งนี้ เพื่อถือว่าเป็นผู้ซื้อที่มีคุณสมบัติเหมาะสมจริงๆ แต่บริษัทไม่อาจแสดงใบเสนอราคาต่อสาธารณะได้ จึงต้องให้ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อจริงๆ แสดงตนเสียก่อน (<http://www.geocities.com/qiwoen/product.html>)

เว็บเพจที่เสนอขายและให้ความรู้เกี่ยวกับชนิดของมะพร้าวด้วยก็มี ตัวอย่างเช่น เว็บเพจของ Qiweon craft manufacturer ของอินโดนีเซีย ได้แนะนำตนเองว่า เป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ และวัสดุตกแต่งภายใน ซึ่งใช้วัตถุดิบจากแถบชนบทของประเทศ ได้แก่ กะลามะพร้าวไม้จากต้นมะพร้าว ฯลฯ เริ่มแรกของการประดิษฐ์ด้วยกะลามะพร้าวได้ทดลองใช้กะลาที่ตัดแบ่งเป็นชิ้นบางๆ วางเรียงบนถ้ำน้ำแข็งพลาสติก ซึ่งปรากฏว่า สวยงามมาก หลังจากมีประสบการณ์ได้ 1 ปี และได้พบแหล่งวัตถุดิบ จึงได้พัฒนาเทคนิคการผลิต และสร้างผลิตภัณฑ์อื่นๆ ตามมา

ผู้ผลิตรายนี้ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ในปี 2520 ได้เริ่มต้นการผลิตด้วยแรงงานเพียง 3 คน จนปัจจุบันมีโรงงานผลิตและแรงงาน 30 คน สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ได้ถึง 10,000 ชิ้นต่อเดือน นอกจากนี้ ยังได้ให้ความรู้เกี่ยวกับสีธรรมชาติของกะลามะพร้าวอีกด้วย ถ้าเป็นกะลาของมะพร้าวที่ยังไม่แก่จัด จะมีสีงาช้าง (Ivory) จึงเรียกว่า Ivory แต่ถ้าแก่จัด จะมีสีน้ำตาล (Brown) จึงเรียกว่า Brown นอกจากนี้ ยังมีสีธรรมชาติของกะลามะพร้าวที่แตกต่างออกไปอีก กล่าวคือ กะลาที่มีสีงาช้างเป็นพื้น อาจจะมีสีน้ำตาลแซมด้วย กะลาลักษณะนี้ เรียกว่า Ivory Brown ในทางตรงกันข้าม กะลาที่มีสีน้ำตาลเป็นพื้น อาจจะมีสีงาช้างแซมก็ได้ เรียกว่า Brown Ivory และในปัจจุบันสามารถผลิตกะลามะพร้าวในลวดลายต่างๆ ได้ถึง 13 รูปแบบ ดังตัวอย่างของบางรูปแบบต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 2.1 : กะลามะพร้าวที่มีสีธรรมชาติในแบบต่างๆ

สำหรับเว็บไซต์ของไทยที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมทั่วประเทศที่น่าสนใจคือ เว็บไซต์ของ Thaitambon.com ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของไทยรวมทั้งผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวด้วย ดังเว็บเพจบางส่วนต่อไปนี้

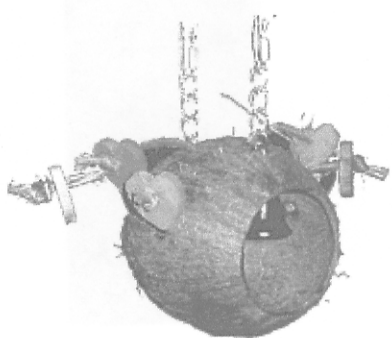
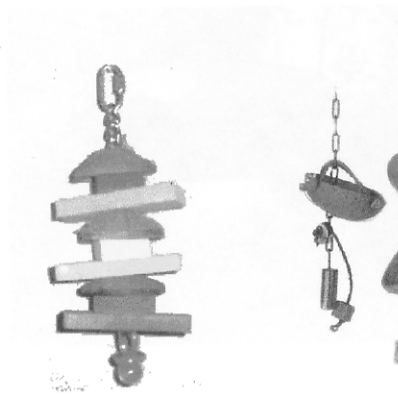
เว็บเพจบางส่วนของไทยตำบลคอทคอม

ภาพประกอบที่ 2.2 : เว็บเพจบางส่วนของไทยตำบลคอทคอม

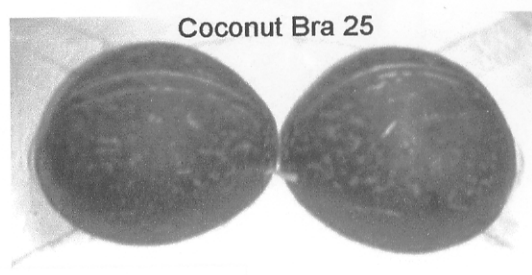
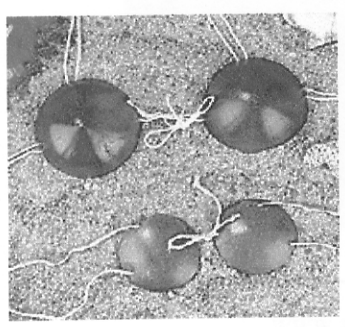
เว็บไซต์นี้เปิดขึ้นเพื่อชุมชนและสังคม ตามนโยบายและการสนับสนุนของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชนต่างๆ และธุรกิจ SMEs รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ให้เลือกดูตามต้องการ นอกจากนี้ ยังมีรูปภาพของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ถึง 17,651 รายการอีกด้วย เช่น ไข่เค็ม กรงนก ผ้าทอ อิฐ พัด เฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นต้น

การที่จะเข้าไปดูผลิตภัณฑ์กะลามาพร้าวว่า ในจังหวัดนั้นๆ มีผลิตภัณฑ์อำเภอใดบ้าง ก็ให้คลิกเลือกชื่อผลิตภัณฑ์และจังหวัด สมมติ เลือกกะลามาพร้าวและจังหวัดพัทลุง จะปรากฏเว็บเพจที่ระบุชื่อผลิตภัณฑ์ รายละเอียดสินค้า และตำบลที่ผลิต สำหรับจังหวัดพัทลุงมีการผลิตผลิตภัณฑ์กะลามาพร้าวที่ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม ตำบลควนขนุนและตำบลพนมวังก็ อำเภอควนขนุน และตำบลชัยบุรี อำเภอเมือง อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เมื่อเลือกดูของจังหวัดนครศรีธรรมราชกับจังหวัดสงขลา ในขณะนั้น ปรากฏว่า ยังไม่มีการนำมาเสนอในเว็บไซต์นี้

สำหรับผลิตภัณฑ์กะลามาพร้าวที่เสนอขายทางอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งจะขอนำมาแสดงพอให้เห็นเป็นตัวอย่างดังต่อไปนี้

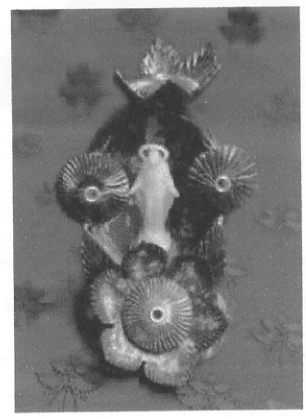
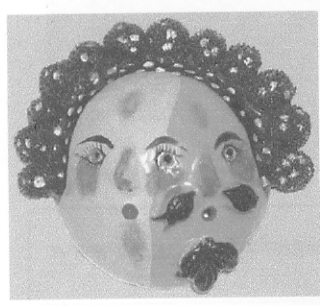


www.allgodscritters.com



www.flex.com

www.angelfire.com

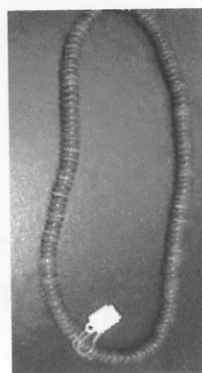


www.boxturtlemexican.com

www.divinehandicrafts.com



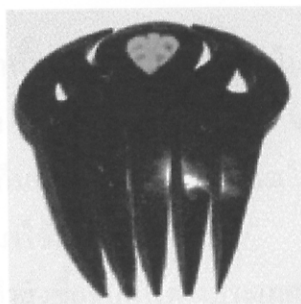
www.maycandlesticks.velocall.com



www.agiftfromhawii.com



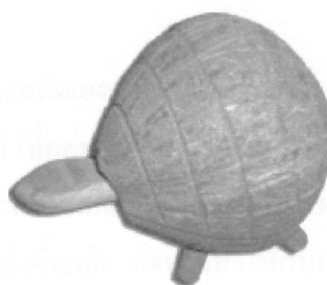
www.pacificaimpact.com/jewellery.html



Coconut Bowl 39



www.coconutbowlshawaii.com



www.jjweekendmarket.com

ภาพประกอบที่ 2.3 : ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวทั้งของไทยและต่างประเทศที่เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต