

รหัสโครงการ : RDG48O0049

ชื่อโครงการ : ศึกษารูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง
ศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่)

ชื่อนักวิจัย : วิชาวรรณ บัวทอง, นิศา ชัชกุล, พิธา จารุพนผล
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E-mail Address : wipawanonline@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2548 – 31 สิงหาคม 2549

บทคัดย่อ

โครงการศึกษารูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางและรูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ฯ รวมถึงศึกษาประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งทางตรงและทางอินเทอร์เน็ต

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีมากมายหลายช่องทาง แต่ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์สังเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน ได้ทั้งสิ้น 2 ช่องทาง คือ 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางตรง - การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ผ่านตัวกลางใดๆทั้งสิ้น 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางอ้อม - การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยใช้ตัวกลางเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดจำหน่าย

สำหรับรูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ฯ มีทั้งหมด 7 รูปแบบ ดังนี้
1) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางตรงโดยตรง 2) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางอ้อม 3) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบช่องทางเดียว 4) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบหลายช่องทาง 5) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบควบแน่น 6) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเจาะจง 7) รูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายแบบคัดออก

ในส่วนประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและทางอ้อมหรือทางอินเทอร์เน็ต นั้น พบว่าการที่จะให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมได้ผลดีนั้นต้องให้ช่องทางหลาย ๆ ช่องทางผสมผสานกัน

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน พื้นที่การวิจัยประกอบด้วยจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลวิจัย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ได้จากการสนทนากลุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้ดำเนินการหรือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ 2 ได้จากการใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ในมุมมองของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ฯ จากบริษัท ห้างร้าน สถานประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีจำนวน 140 แห่ง โดยแบ่งเป็นจังหวัดภูเก็ต 51 แห่ง จังหวัดพังงา 40 แห่ง และจังหวัดกระบี่ 49 แห่ง โดยได้รับแบบสอบถามกลับมา 400 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 12.0 for Windows

คำหลัก : ช่องทางการจัดจำหน่าย, ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม, รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย, ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง, ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม

Project Code : RDG48O0049
Project Title : An Empirical Study of the Distribution Channel Strategy of
Andaman's Culture Tourism Products
Investigators : Buathong W., Chatchakul N., Jarupunphol P.
Phuket Rajabhat University
E-mail Address : wipawanonline@yahoo.com
Project Duration : 1 September 2005 – 31 August 2006

Abstract

The purposes of this research are to study various distribution channels and their associated strategies and also evaluate the efficiency of the most discussed distribution channels, including direct approach and Internet.

In spite of the fact that there have been a number of product distribution channels, they can be classified into two major aspects based upon the context of the distribution channel of Andaman's culture tourism products: 1) direct distribution channel (the product distribution channel started from wholesaler to consumer without intermediary involvement), and 2) indirect distribution channel (the product distribution channel between wholesaler and consumer in which intermediary is essential in the process).

For the distribution channel patterns of Andaman's culture tourism products, we categorized them into seven major scenarios: 1) direct pattern (the channel pattern distributing products from wholesaler to consumer directly), 2) indirect pattern (the channel pattern that distributes products from wholesaler to consumer via intermediaries), 3) specific pattern (the channel pattern, which delivers products from wholesaler to consumer using specific approach), 4) unspecific pattern (the channel pattern that deploys all possible means to increase the efficiency of product distribution path between wholesaler and consumer), 5) intensive pattern (the channel pattern aimed to provide saturation coverage of the market by

using all available outlets), 6) selective pattern (the channel pattern that involves a producer using a limited number of outlets in a geographical area to sell products), and 7) exclusive pattern (the channel pattern representing an extreme form of selective distribution in which only one wholesaler, retailer or distributor is used in a specific geographical area). For the effectiveness of either direct or Internet distribution channel, it was found that multi-distribution pattern appeared to be the most widely used and effective approach.

This research is based upon two major research methods: quantitative and qualitative within the scope of Andaman related provinces, including Phuket, Phang-Nga, and Krabi. In addition, there are two essential parts related to research data collection: 1) specific group discussion and explorative interview intended to gather information from entrepreneur, and 2) questionnaire, which is purposely used to collect data regarding consumers' aspects in which a number of questionnaires were distributed to 140 culture tourism places (51 in Phuket, 40 in Phang-Nga, and 49 in Krabi). In this case, 400 questionnaires were responded and analysed using SPSS 12.0 for Windows.

Keyword: Distribution Channel, Culture Tourism Products, Pattern Distribution Channel, Direct Distribution Channel, Indirect Distribution Channel