

แนวทางการพัฒนาช่องทางของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่
Guidelines for developing strategies for distribution channels of souvenirs products in Krabi Province

เย็นจิต นาคพุ่ม*, ชไมพร พาหุกาญจน์ และ เจษฎา ร่มเย็น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช 109 หมู่ 2 ต.ถ้ำใหญ่ อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช 80110

*ddll4921@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ คือ เรือหัวโพงจำลอง และเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่จำนวน 400 ราย ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง คือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจำหน่ายผ่านศูนย์ผลิตของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ ด้านการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอ้อม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจำหน่ายผ่านร้านขายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่ายผ่านร้านขายของฝากที่อยู่ในจังหวัดกระบี่ ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การจัดจำหน่ายที่สถานีขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดกระบี่ แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายจากผลการวิจัย ผู้ผลิตเรือหัวโพงจำลองควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่ถนนคนเดินจังหวัดกระบี่และโรงแรมในจังหวัดกระบี่

คำสำคัญ: ช่องทางการจัดจำหน่าย, ของที่ระลึก, แนวทางการพัฒนา

Abstract

The aims of this research to study the demographic characteristics of tourists. Study the attitude of tourists towards souvenirs distribution channels in Krabi Province. And develop distribution channels for souvenirs products in Krabi Province. The researcher used the method of sampling selection, which is the symbol of Krabi province, which is Huathong Boat Model. The sample group that is selected by all manufacturers because in Krabi province, there are 2 groups of manufacturers of Huathong Boat Model. The sampling group is 400 laying. The research found that the Most tourists are female. Age between 31-40 years, with a bachelor's degree education. Most tourists work in the job. State / State Enterprises and have an average monthly income between 15,000-20,000 baht. The attitude of tourists towards direct distribution channels Travelers pay more attention to selling through the center of most souvenirs. Followed by internet distribution as for the distribution channels that tourists place the least importance is the sale via telephone. Distribution through indirect channels Travelers focus on selling through souvenirs shops in the most tourist attractions. Followed by selling through souvenir shops in Krabi Province The distribution channels that tourists give the least importance Is the distribution at the bus terminal in Krabi Province. Guidelines development of distribution channels from research Huathong Boat Model manufacturers should increase distribution channels at Krabi Walking Street and Hotels in Krabi.

Keyword: distribution channels, souvenirs, Guidelines for developing

บทนำ

จังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล หมู่เกาะต่างๆ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

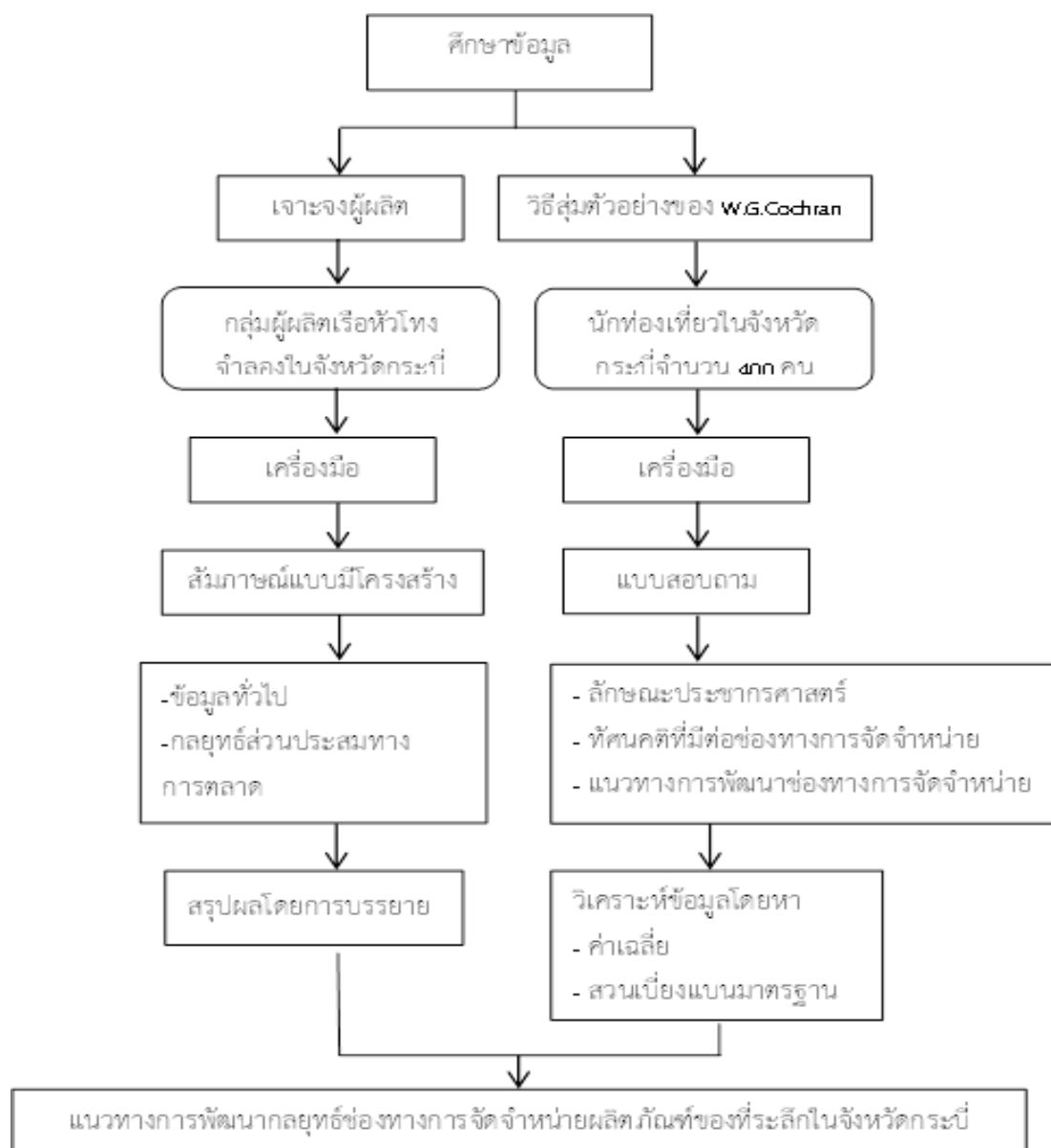
สินค้าประเภทของที่ระลึกเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว สถานที่ใดก็ตามแต่ไม่มีสินค้าที่ระลึก อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์ เนื่องจากไม่มีสินค้าที่คอยเตือนความทรงจำหรือสร้างความประทับใจในสถานที่นั้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวบางคนซื้อของที่ระลึกไปเพื่อเป็น ของฝาก และเป็นการแสดงความมีน้ำใจ การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ถ้าไปเกาะต่างๆ ต้องใช้เรือประเภทต่างๆ เพื่อท่องเที่ยวทางทะเล เรือหัวโพงเป็นเรือประมงชายฝั่งที่ชาวบ้านใช้เป็นเรือนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังหมู่เกาะต่างๆ ในช่วงที่ไม่สามารถทำประมงได้ ในจังหวัด กระบี่ ภูเก็ต พังงา ใช้เรือหัวโพงนำเที่ยว แต่ที่จังหวัดกระบี่มีการนำมาใช้มากที่สุด อีกทั้งเรือหัวโพงยังเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดกระบี่อีกด้วย จึงทำให้มีผู้สนใจทำเรือหัวโพงจำลองมาเป็นของตกแต่ง และเพื่อใช้เป็นของฝากและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

จังหวัดกระบี่มีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนมาก หลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นประเภท ของตกแต่ง เครื่องดื่ม อาหาร เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเหล่านี้เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวและเพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดกระบี่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่

วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 : กระบวนการวิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้ประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ 1)กลุ่มผู้ประกอบการของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ กลุ่มที่ผลิตของที่ระลึกประเภทเรือหัวโทงจำลองในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการเจาะจงทั้ง 2 กลุ่ม เนื่องจากมีกลุ่มที่ผลิตเรือหัวโทงจำลองในจังหวัดกระบี่จำนวน 2 กลุ่ม 2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรของ W.G.Cochran ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ผู้วิจัยป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเก็บข้อมูลจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการหาค่าเฉลี่ย

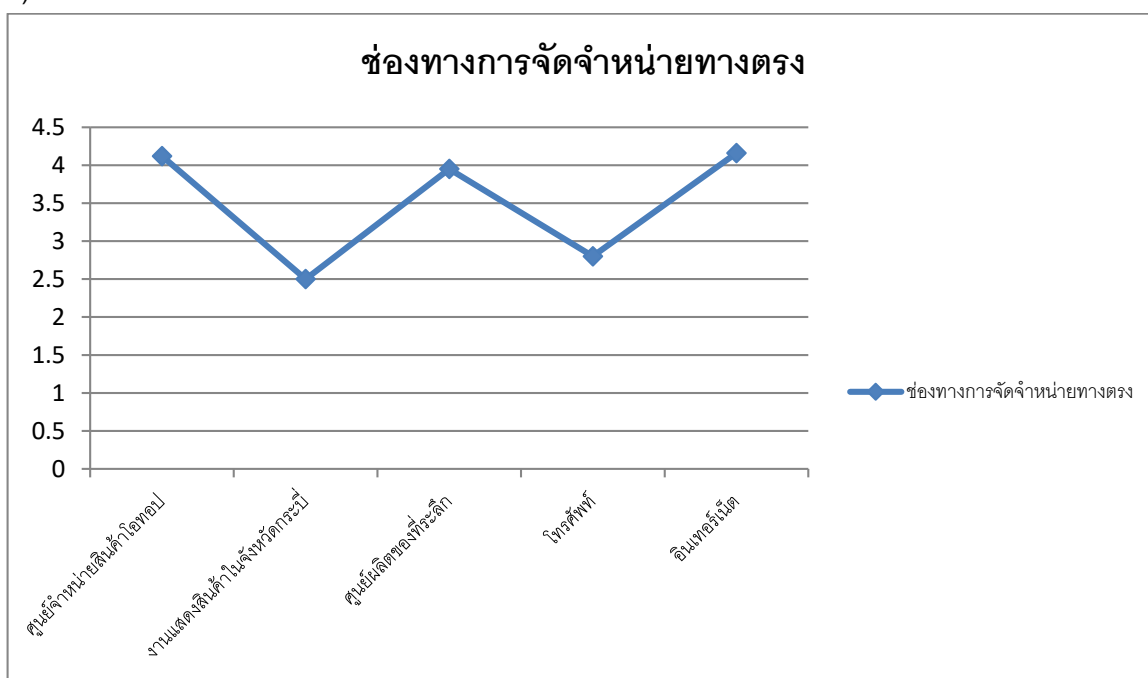
ผลและอภิปรายผล

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเรือหัวโทงจำลองในจังหวัดกระบี่จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตเรือหัวโทงจำลองบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง และกลุ่มผู้ผลิตเรือหัวโทงจำลองบ้านนาดี อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ อาชีพของสมาชิกในกลุ่มก่อนมารวมตัวกันผลิตผลิตภัณฑ์เรือหัวโทงจำลองเพื่อเป็นของที่ระลึก คือ ประกอบอาชีพทำประมง และขับเรือนำเที่ยว แต่ประชากรในชุมชนต้องการให้ครอบครัวมีรายได้เสริม อีกทั้งผู้นำกลุ่มได้แรงบันดาลใจมาจากการอนุรักษ์ของโบราณไม่ให้สูญหายไปจากลูกหลาน จึงมีความต้องการสืบทอดงานฝีมือจากผู้เป็นบิดาซึ่งเป็นผู้สร้างเรือหัวโทงเพื่อใช้ในการทำประมง อีกทั้งยังต้องการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ผ่านของที่ระลึก จึงรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตเรือหัวโทงจำลองเป็นของที่ระลึกขายให้นักท่องเที่ยว มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้ ผลิตภัณฑ์มีขนาดตั้งแต่ 7 นิ้ว จนถึง 1 เมตร การกำหนดราคาเริ่มต้นตั้งแต่ หลักร้อยไปจนถึงหลักหมื่น การบรรจุภัณฑ์ บรรจุในกล่องกระดาษ กล่องกระจกใส และไม่มีบรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่าย ผ่านช่องทาง ดังนี้ ผ่านกลุ่มผลิต ร้านขายของฝากของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่และจังหวัดใกล้เคียง ขายทางอินเทอร์เน็ต ช่องทางการจัดส่ง ลูกค้ารับสินค้าหน้าร้าน ส่งไปรษณีย์ และบริษัทขนส่ง กลุ่มลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ไม่มีการส่งเสริมการขาย แต่ใช้วิธีการสื่อสารการตลาดโดยใช้ป้ายชื่อกลุ่ม การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.80 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.20 โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 31 ปี – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 21 ปี – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.20 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.80 ด้านระดับการศึกษานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา คือมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.80 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.00 โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ประกอบอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และ ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้านและลูกจ้างรายวัน เดินทางมาเที่ยวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.80 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 15,001–20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 19.50 และนักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.50

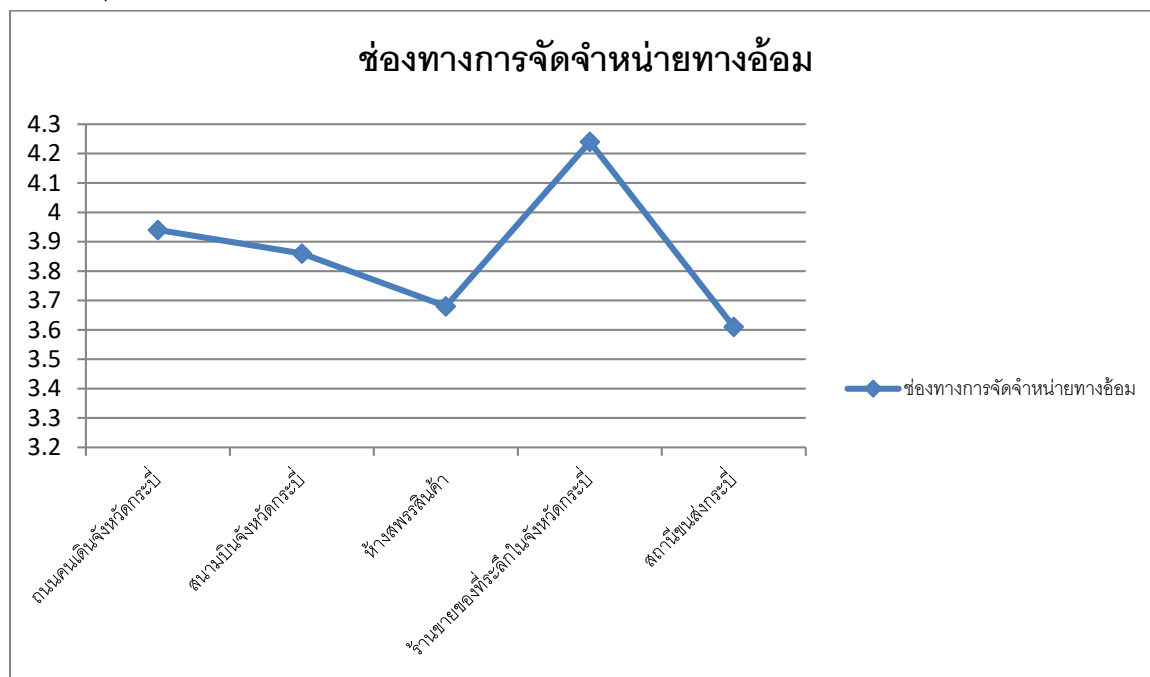
ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางตรงและช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางทางอ้อมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก(เรือหัวโทงจำลอง)ในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ช่องทางการขายผ่านศูนย์ผลิตของที่ระลึกมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 รองลงมาคือช่องทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 ช่องทางศูนย์จำหน่ายสินค้าโอท็อป มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 จำหน่ายที่งานแสดงสินค้าในจังหวัดกระบี่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 และทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.80 ตามลำดับ

2) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช่องทางนี้อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ช่องทางการขายผ่านร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 รองลงมาคือจำหน่ายที่ถนนคนเดินจังหวัดกระบี่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 จำหน่ายที่สนามบินกระบี่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 จำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 และจำหน่ายที่สถานที่จัดงานกระบี่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของที่ระลึกประเภทเรือหัวโทงจำลอง ในจังหวัดกระบี่ สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ ทำประมง และเรือนำเที่ยว มีผู้นำชักชวนให้รวมตัวกันตั้งกลุ่มผลิตเรือหัวโทงจำลองได้เพราะได้แรงบันดาลใจมาจาก การต้องการอนุรักษ์ของโบราณไม่ให้สูญหายไปจากลูกหลาน และต้องการสืบทอดงานจากผู้เป็นบิดาซึ่งเป็นผู้สร้างเรือหัวโทง อีกทั้งยังต้องการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ผ่านของที่ระลึก จึงรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตเรือหัวโทงจำลองเป็นของที่ระลึกขายให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดดังนี้ การกำหนดราคากำหนดราคาตามลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เริ่มต้นตั้งแต่ ราคาหลักร้อยไปจนถึงหลักหมื่นบาท การบรรจุภัณฑ์ ขายแบบไม่มีบรรจุภัณฑ์ บรรจุในกล่องกระดาษ บรรจุในกล่องกระดาษ ช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้ 1)ผ่านกลุ่มผลิต 2)ร้านขายของฝากของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่และจังหวัดใกล้เคียง 3)อินเทอร์เน็ต การจัดส่งสินค้า จัดส่งทางไปรษณีย์และบริษัทขนส่ง กลุ่มลูกค้ามีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ลักษณะประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.80 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 ปี – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.00 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกระบี่ประกอบอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.50 นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 15,001–20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.50 สอดคล้องกับ (ทัศน หงส์มา, 2557) พบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นส่วนมาก

ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น สรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่ายผ่านศูนย์การผลิตสินค้ามากที่สุด งานแสดงสินค้าในจังหวัดกระบี่ก็มีความสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับ (ปนิดา นาโสม, 2552) พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางงานออกร้านโดยเฉลี่ยแล้วซื้อ 2-3 ครั้งต่อปี และส่วนช่องทางที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ช่องทางการขายผ่านร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่มากที่สุด ส่วนช่องทางที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ร้านสถานีขนส่งจังหวัดกระบี่

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านศูนย์การผลิตสินค้า และช่องทางการขายผ่านร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ผลิต ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่ถนนคนเดินจังหวัดกระบี่ โรงแรงในจังหวัดกระบี่ สนามบินในจังหวัดกระบี่ เพื่อให้สะดวกต่อนักท่องเที่ยวและเข้าถึงนักท่องเที่ยวมากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552) กล่าวไว้ว่า การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการพัฒนาโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขัน และสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย สามารถสรุปข้อเสนอแนะออกมาเป็น 2 ส่วน

1. ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญและพัฒนาช่องทางศูนย์ผลิตสินค้าหรือที่ทำการกลุ่มให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช่องทางนี้มาก
2. ผู้ผลิตควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม โดยขายผ่านร้านขายของฝากของที่ระลึกที่ตั้งอยู่ในโรงแรมต่าง ๆ ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ เนื่องจากจะทำให้เกิดความสะดวกและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ กลุ่มผู้ผลิตเรือหัวโทงจำลองในจังหวัดกระบี่ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมาตลอด ในการให้ข้อมูลแก่นักวิจัย รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ อีกทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำในการดำเนินงานวิจัย ที่ขาดไม่ได้คือ ขอบคุณบิดา-มารดา ญาติ พี่น้อง เพื่อร่วมงานทุกท่าน ให้อภัยให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานมาโดยตลอด

บรรณานุกรม

- ปนิดา นาโสม. (2552). ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ทัศน หงส์มา. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยาลัยราชพฤกษ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. 397-499.