















































โดยผู้ประกอบการควรทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้ดีก่อนนำออกจำหน่ายทุกครั้ง ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ จำหน่ายหลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการขายให้กับผู้ประกอบการ นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า สาเหตุในการเดินทางไปซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจจากสถานที่ต่างๆ อาทิเช่น ถนนคนเดิน ไนท์บาซาร์ บ้านถวาย และ บ่อสร้างสันกำแพง เนื่องจาก เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จัก โดยเน้นที่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ มีการใช้วัสดุที่มีสีสันให้ดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ เป็นประเด็นหลักในการพิจารณาหรือให้ความสำคัญการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการ ควรให้ฝ่ายออกแบบศิลปพัฒนาการออกแบบรูปแบบและสีสันของผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การเลือกสีสันทและการออกแบบเฉพาะสินค้าในแต่ละฤดูกาล/เทศกาล และมีการประกาศเป็น Color of the Year มาเป็นสีชูโรงของ Collection ใหม่ๆ ไปจนถึงการออกสินค้านำเสนอพิเศษที่ผลิตเป็นจำนวนจำกัด (Limited Edition) เพื่อกระตุ้นความสนใจ และสร้างความทันสมัยให้แก่สินค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีการระบุรายละเอียดของผู้ประกอบการบนบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจน เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการติดต่อกลับ ยิ่งไปกว่านั้น ทางผู้ประกอบการอาจมีการสร้างเรื่องราว (Story) ต่างๆของผลิตภัณฑ์แต่ละแบบ เพื่อผูกโยงเรื่องราวเหล่านั้นเข้ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นการดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้ามากขึ้นและกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง ด้วย

### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้านำมาคือ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก และความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่อง การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ และผู้ประกอบการควรมีการสำรวจตลาด เพื่อให้ทราบราคาตลาดของผลิตภัณฑ์ในหมวดเดียวกัน ตลอดจนมีสินค้าในหลายรูปแบบและระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือกสรร และควรชี้แจงราคาให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน เพื่อความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า ด้วย

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาเรื่องสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก และสามารถต่อรองราคาได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการ ควรนำเสนอราคาสินค้าในระดับที่สามารถต่อรองราคาได้อีกจากราคาป้าย โดยมีการกำหนดให้พนักงานขายสามารถให้ส่วนลดได้สูงสุดไม่เกินกี่เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทางผู้ประกอบการควรมีการเน้นย้ำกับพนักงานในการอธิบายถึงเรื่องราวความประวัตินี้ความเป็นมาของสินค้าให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) ของตัวผลิตภัณฑ์ และมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย และเต็มใจจะจ่าย (Willingness To Pay) โดยลูกค้าจะไม่เพียงได้แต่ตัวสินค้า แต่ยังได้เรื่องราวของตัวสินค้านั้นมาอีกด้วย

### ด้านสถานที่

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ และหยิบดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ โดยไม่จำเป็นต้องให้พนักงานหยิบให้ทุกครั้งไป รองลงมาคือ สินค้าของหน้าร้าน/ แผงขายของ มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อและมีเว็บไซต์ของร้านให้รายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่อง อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ และหยิบดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ หากลูกค้าต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม จึงส่งพนักงานขายเข้าไปให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และควรให้ความสำคัญกับเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยของหน้าร้านด้วย โดยผู้ประกอบการควรจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้สะดวกต่อลูกค้าในการเลือกสินค้าด้วย เช่น มีการจัดแยกประเภทของวัสดุที่ใช้ทำพวงกุญแจ หรือแยกประเภทตาม Collection ต่างๆ เป็นต้น และเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางรายอาจยังไม่คุ้นเคยกับประเภทของสินค้า ทำให้หาสิ่งที่ตนต้องการได้ลำบาก ควรมีการตั้งป้ายสินค้าที่มีความชัดเจนและมีคำอธิบายประกอบเพิ่มเติมด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดทำเว็บไซต์ของร้านอย่างเป็นทางการ โดยให้รายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถดูรายละเอียดของสินค้าได้ก่อนจะมาที่ร้าน หรือ สามารถสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกด้วย

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมากและ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูล

เกี่ยวกับสินค้าได้ ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องการอบรมพนักงาน อบรม ปลุกฝังจิตสำนึกด้านการบริการ หรือ การสร้างจิตสำนึกในงานบริการ (Service Mind) ในแก่พนักงานด้วย รวมถึงการอบรมเรื่องข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของทางร้านด้วย ซึ่งนอกจากจะมีการอบรมอย่างจริงจังแล้ว การจูงใจโดยการให้รางวัลกับพนักงานดีเด่นในด้านการบริการ ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการพัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น และผู้ประกอบการควรพิจารณาส่วนลดให้ลูกค้าหากมีการซื้อในปริมาณมากด้วย

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการให้ส่วนลดและการแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมากนั้น เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าให้ลดกรรมพวงกุญแจในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการก็ไม่ควรละเลยในการนำเสนอส่วนลดและของแถมให้กับกลุ่มลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และยังเป็นการเพิ่มโอกาสการขายให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น หากผู้ประกอบการรายใดที่มีกลุ่มลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปีเป็นหลัก ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มดังกล่าว ให้ปัจจัยย่อยด้านนี้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าให้ลดกรรมพวงกุญแจในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลางเท่านั้น