แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด

Development Guideline of Competitiveness of Chiangrai City Cooperative Limited

ณภัทร ทิพย์ศรี[1*], วรีวรรณ เจริญรูป[2], พันทิพา ปัญสุวรรณ[3] และณิชพัณณ์ ปิตินิยมโรจน์[4]

Naphat Thipsri[1*], Wareewan Charoenroop[2], Panthipa Pansuwan[3] and Nichaphan Pitiniyomrot[4]

[1] มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

[2] มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

[3] มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

[4] มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

[1] Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

[2] Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

[3] Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

[4] Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

[*] E-mail: naphat6473@gmail.com

Received *July 6, 2023* ***Revised*** *June 13, 2024* ***Accepted*** *June 30, 2024*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินงาน ผู้ปฏิบัติงานสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ผู้ซื้อสินค้าสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย และผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครเชียงราย การศึกษาวิจัยเป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ประกอบด้วย 1) รูปแบบการบริหารการตลาดของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ได้กำหนดเป้าหมายทางการตลาดด้วยการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดชื่อตราสินค้า คือ “นครเจียงฮาย” ส่วนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด 2) การใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชี

และการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ได้ออกแบบระบบแบบผสมผสานระหว่างการใช้โปรแกรมประยุกต์ คือ การใช้ Microsoft Excel กับการใช้โปรแกรมขายหน้าร้าน คือ โปรแกรม Smart POS ซึ่งประกอบไปด้วยระบบบัญชีจำนวน 5 ระบบ ได้แก่ ระบบรายได้ ระบบค่าใช้จ่าย ระบบเงินทดรองจ่ายและเงินสดย่อย ระบบบัญชีเงินเดือน และระบบสินทรัพย์ถาวร 3) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์มากที่สุดในด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ด้านของฝากของที่ระลึก ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และด้านความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว และ 4) ระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตเทศบาลนครเชียงราย ได้ทำการการออกแบบระบบนำเสนอผลิตภัณฑ์ในเขตเทศบาลนครเชียงรายในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถเข้าใช้งานได้ผ่าน ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตง่ายต่อการใช้งานและเข้าถึง

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน, สหกรณ์นครเชียงราย จำกัด

Abstract

The purpose of this research was to investigate the development guidelines of competitiveness of Chiangrai City Cooperative Limited. The target groups of this study include the implementation committee, personnel, buyers, stakeholders involved in tourism in Chiang Rai Municipality, Thai and foreign tourists, and Chiang Rai Municipality enterprises. The research was conducted qualitatively. The data was gathered through in-depth interviews. Furthermore, the data was analyzed utilizing content analysis techniques.

The results of the study showed that the development guideline of competitiveness of Chiangrai City Cooperative Limited consists of the following: 1) The marketing management model has set marketing goals by creating branding and packaging under the supervision of Chiang Rai Municipality. It represents the uniqueness of the product and Chiang Rai Province by specifying the brand name as "Nakhon Chiang Hai". Part of the prototype packaging design adds value to the product by creating products that are from the idea of the local people and uniqueness of the province. 2) Using the apps for the design of the accounting system and internal control has resulted in a combination of using the application, specifically Microsoft Excel, and the point-of-sale program, Smart POS. The architecture includes five accounting systems: income, expenses, advance payments and petty cash, payroll, and fixed assets. 3) The image of tourism found that the level of image perception of tourism in Chiang Rai municipality had the highest image perception in terms of tourist attractions, tourism experience, souvenirs, ease of access to tourist destinations, cleanliness and safety in tourism,

and the value of travel. And 4) the community product presentation team in Chiang Rai Municipality has developed a system for exhibiting items in the form of a website that is easily accessible over the Internet and user-friendly.

Keyword: Development Guideline of Competitiveness, Chiangrai City Cooperative Limited

บทนำ

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในโลกยุคใหม่เป็นการแข่งขันที่ไร้พรมแดน การขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความสะดวกและคล่องตัว จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้บริหารขององค์กรที่ต้องปรับตัวให้สอดรับกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องแสวงหากลยุทธ์เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเกิดประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนมีความอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง

เทศบาลนครเชียงราย เป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเพื่อพัฒนาเชียงรายให้เป็นเมืองน่าอยู่ โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อขับเคลื่อนในการดำเนินงาน คือ “เชียงรายเมืองน่าอยู่...นครแห่งความสุข” ขณะเดียวกันสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด เป็นหน่วยงานหนึ่งที่จัดตั้งขึ้นมาและอยู่ในการควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย ซึ่งเริ่มจัดตั้งและดำเนินงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 มีรูปแบบการดำเนินงานเน้นการส่งเสริมผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ มุ่งในการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนช่วยเหลือประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี สหกรณ์เป็นองค์กรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประชาชนเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจและสังคม ช่วยแก้ไขปัญหาการประกอบอาชีพช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมช่วยสร้างความมั่นคงในทางสังคมให้กับกลุ่มสมาชิก (ศิริลักษณ์ นามวงศ์, 2561) การดำเนินงานของสหกรณ์นครเชียงรายเพื่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันจำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์โดยการนำเครื่องมือทางธุรกิจมาช่วยในการวางแผนและการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากการดำเนินงานของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด มีลักษณะการดำเนินงานเป็นรูปแบบของสหกรณ์บริการเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ เชิงเศรษฐกิจ ทั้งนี้เป้าหมายของสหกรณ์นครเชียงรายนั้นมุ่งเน้นการสนับสนุนรายได้ให้กับสมาชิกโดยไม่ได้มุ่งเน้นผลกำไรจากการประกอบการมากนัก ทั้งนี้สหกรณ์นครเชียงรายได้ก่อตั้งขึ้นแต่ยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรมที่นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

จากความสำคัญข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด โดยศึกษาการออกแบบทางการตลาด การออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์ให้ดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความโปร่งใส สร้างระบบธรรมาภิบาลให้กับองค์กร ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับ

การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย และการพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อหาแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้กับเทศบาลนครเชียงราย ตลอดจนสร้างอัตลักษณ์ หรือของดีของเด่นในนครเชียงราย เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้รับรู้และได้เห็นเรื่องราวผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของเทศบาลนครเชียงราย โดยผ่านทางสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ซึ่งเป็นศูนย์กลางทำหน้าที่การเปิดร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อหรือเป็นของดีของเทศบาลนครเชียงรายประกอบกับสร้างศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ให้เกิดความประทับใจจากการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย อันส่งผลให้สหกรณ์นครเชียงรายจำกัดมีศักยภาพทางการแข่งขันมีลูกค้า มีรายได้ และมีผลกำไรเพิ่มขึ้น สามารถจ่ายเงิน ปันผลตอบแทนให้กับสมาชิกอันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิกและชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงรายได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ประกอบด้วย ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารการตลาดเพื่อนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด

2. เพื่อศึกษาการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด

3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย

4. เพื่อพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2563) ให้คำนิยามของคำว่า สหกรณ์ คือ องค์การของบรรดาบุคคลซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการอันจำเป็นและความหมายร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ขณะที่ราชบัณฑิตยสถาน (2550) ได้ให้คำนิยามของคำว่า “สหกรณ์” เป็นองค์กรทางเศรษฐกิจและสังคมที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยการลงหุ้นส่วนร่วมกัน จัดการร่วมกันในการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือบริการตามความต้องการหรือผลประโยชน์อย่างเดียวกันของบรรดาสมาชิก สมาชิกแต่ละคนมีสิทธิ์ออกเสียงได้หนึ่งเสียงในการบริหารสหกรณ์ โดยไม่ขึ้นกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์โคนม คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมโดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์

ประเภทสหกรณ์ แบ่งได้หลายประเภท ดังนี้

(1) สหกรณ์การเกษตร คือสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพทางการเกษตรรวมกันจัดตั้งขึ้น และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

เพื่อแก้ไขความเดือดในการประกอบอาชีพของสมาชิกและช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

(2) สหกรณ์ประมง คือสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ชาวประมง เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบอาชีพซึ่งชาวประมงแต่ละคนไม่สามารถแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ตามลำพัง บุคคลเหล่านี้จึงรวมกันโดยยึดหลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

(3) สหกรณ์นิคม คือ สหกรณ์การเกษตรในรูปแบบหนึ่ง ที่มีการดำเนินการจัดสรรที่ดินทำกินให้ราษฎร การจัดสร้างปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้ที่อยู่อาศัยควบคู่ไปกับการดำเนินการจัดหาสินเชื่อปัจจัยการผลิตและสิ่งของที่จำเป็น การแปรรูปการเกษตร การส่งเสริมอาชีพ รวมทั้งกิจการให้บริการสาธารณูปโภคแก่สมาชิก

(4) สหกรณ์ร้านค้า คือสหกรณ์ที่มีผู้บริโภครวมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อจัดหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป โดยจดทะเบียนตามกฎหมายสหกรณ์ในประเภท สหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคลซึ่งสมาชิกผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นเจ้าของสมาชิกลงทุนร่วมกันในสหกรณ์ด้วยความสมัครใจเพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคและเพื่อผดุงฐานะทางเศรษฐกิจของตนและหมู่คณะ

(5) สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ สถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกันหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์งอกเงยและได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ สามารถกู้ยืมเงินได้เมื่อเกิดความจำเป็นตาม หลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

(6) สหกรณ์บริการ คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ โดยมีประชาชนไม่น้อยกว่า 10 คน ที่มีอาชีพอย่างเดียวกัน ได้รับ ความเดือดร้อนในเรื่องเดียวกัน รวมตัวกันโดยยึดหลักการประหยัด การช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงในอาชีพต่อไป

(7) สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน คือ สหกรณ์อเนกประสงค์ ตั้งขึ้นโดยความสมัครใจของสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน เช่น อาศัยในชุมชนเดียวกัน ประกอบอาชีพเดียวกัน หรือในสถานที่เดียวกัน หรือมีกิจกรรมร่วมกันเพื่อการรู้จักช่วยเหลือตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้สมาชิกประหยัดและออม เพื่อการรู้จักช่วยตนเองเป็นเบื้องต้นและเป็นพื้นฐานในการสร้างความมั่นคงแก่ตนเองและครอบครัว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สหกรณ์เป็นองค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่เป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการและความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และในแง่ของสมาชิกรายบุคคล และสำหรับประชาชนส่วนรวม อันได้แก่ เป็นองค์การธุรกิจที่มีบทบาททางเศรษฐกิจเริ่มตั้งแต่การผลิต การจำหน่าย และการบริโภค ตลอดจนการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยตัดพ่อค้าคนกลางและนายทุนออกไป นอกจากนั้นยังยึดหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

รวมตัวกันด้วยความสมัครใจ มีความเสมอภาค และมีความสามารถในการดำเนินการและสิทธิผลประโยชน์ยึดหลักการประหยัด โดยส่งเสริมให้สมาชิกประหยัดอดออม ให้บริการรับฝากเงิน การซื้อสินค้าและได้รับเงินคืนในรูปเงินปันผล

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพทางการแข่งขัน กล่าวได้ว่า ศักยภาพทางการแข่งขันเป็นกระบวนการดำเนินการที่ทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีกว่าในตลาดการแข่งขันด้วย ประกอบกับในโลกธุรกิจปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันสูง องค์กรจำเป็นต้องรักษาตำแหน่งทางการแข่งขันนั้นไว้อย่างมั่นคง ในการนี้ศักยภาพทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่จะทำให้องค์การมีความเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยืน การเพิ่มผลิตภาพ การคิดค้นนวัตกรรม การสร้างสรรค์เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตได้ ในขณะเดียวกัน จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมั่นคง (Porter, 2003)

อย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตเพื่อช่วยลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย และลดความผิดพลาดในกระบวนการดำเนินงานในองค์กร (ปรียานันท์ โพธิ์ศิรวัฒน์, 2565) ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันขององค์การจะช่วยให้องค์การมีความเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นและนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์การที่ดีต่อไป

วิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) นำเสนอรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย คณะกรรมการดำเนินงานสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด จำนวน 15 ราย (สหกรณ์นครเชียงราย จำกัด, 2563) เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้ประสบการณ์ในการดำเนินงานสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด และกลุ่มผู้ซื้อสินค้าของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด จำนวน 20 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารการตลาดของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด จนได้ข้อมูลอิ่มตัว สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นผู้ที่อาสาสมัครเข้าร่วมการให้ข้อมูลกับนักวิจัย และผู้ประกอบการในเขตชุมชนเทศบาลนครเชียงราย จำนวน 64 ราย ซึ่งได้ข้อมูลจากฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน (สำนักงานพัฒนาชุมชน, 2563) เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่จัดตั้งในชุมชนเทศบาลมาให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารการตลาด การใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย และการพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย ทั้งนี้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหาให้สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สำหรับการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ภายหลังการสัมภาษณ์เชิงลึกเรียบร้อยแล้วได้นำไปพัฒนาโปรแกรมไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายปรับแก้ไขจนสามารถนำไปใช้งานได้จริง ในส่วนของการออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยใช้แนวทางการออกแบบร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งคณะกรรมกรรมการดำเนินงานและกลุ่มผู้ซื้อสินค้าของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด เพื่อให้ได้แบบที่เหมาะสมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาประมวลผลและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ทำการบรรยายสรุปผลข้อมูล

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้นำเสนอผลการดำเนินงานดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบการบริหารงานตลาดของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด พบว่า สหกรณ์นครเชียงราย จำกัด มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิก และปัจจุบันการดำเนินงานของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานและการควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย ได้เปิดศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกษตรปลอดภัยนครเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นตลาดกลางในการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรปลอดภัย อาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกจากชุมชน ให้แก่ โรงเรียนเทศบาล โรงพยาบาล และลูกค้าทั่วไป เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์เศรษฐกิจนำไปสู่รายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิก

สำหรับแนวทางการออกแบบและพัฒนารูปแบบการบริหารการตลาดของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด มีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดด้วยการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย ให้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และจังหวัดเชียงรายเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้กับลูกค้าเป็นที่จดจำของผู้ซื้อและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์นครเชียงราย โดยการออกแบบตราสินค้า (Brand) กำหนดชื่อตราสินค้า คือ “นครเจียงฮาย”

ภาพที่ 1 ตราสินค้า “นครเจียงฮาย”

สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การดูแลของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ดังนี้

(1) ตุ๊กตาชนเผ่า บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ ได้กำหนดเป็นกล่องกระดาษ สีสันสวยงาม ลวดลายชนเผ่า ดูทันสมัย มีฝาเปิด-ปิดได้ ขณะเดียวกันกล่องบรรจุภัณฑ์ยังแสดงป้ายสลากที่ให้ข้อมูล แบบชัดเจน เข้าใจง่าย โดยระบุตราผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อ “นครเจียงฮาย” แสดงรายละเอียดชื่อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต สถานที่ผลิต ที่อยู่ที่ติดต่อได้ และแสดงรายละเอียดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ซื้อและผู้สนใจ รูปแบบผลิตภัณฑ์กล่องทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง*ยาว เท่ากับ 11*17 เซนติเมตร สามารถใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติกได้ กล่องกระดาษสามารถ เปิด-ปิด พับขึ้นรูปและจัดวางแสดง สินค้าโดยมีฐานรองตุ๊กตาอยู่เกี่ยวกับสินค้าภายในกล่อง ไม่ต้องติดกาว ต้นทุนบรรจุภัณฑ์และตุ๊กตาชนเผ่า รวมต้นทุนต่อหน่วย 105 บาท ราคาจำหน่ายกล่องละ 139 บาท ได้กำไรที่ต้องการ 25%



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาชนเผ่า

(2) ชาเบญจรงค์ เป็นชาที่ทำจากสมุนไพร 5 ชนิด ประกอบด้วย อัญชัน ใบหม่อน ตะไคร้ กระเจี๊ยบ มะตูม บรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบถุงก้นตั้งติดซิปเนื้ออลูมิเนียมฟอยส์ (พรีเมี่ยม) ขาวด้าน บรรจุ 10 ซอง ซึ่งซองบรรจุชาแบบมีเชือกพร้อมชง ขนาด 2 นิ้ว * 2 นิ้ว เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการชงชา ด้านหน้าถุงติดด้วยสติ๊กเกอร์ขนาดกว้าง 4 นิ้ว * ยาว 5.5 นิ้ว แสดงรายละเอียดด้วยชื่อตราผลิตภัณฑ์ “ชาเบญจรงค์” โดยอยู่ภายใต้ตราสินค้าของ “นครเจียงฮาย” และมีแสดงรูปภาพของสมุนไพร 5 ชนิด ตลอดจนแสดงสรรพคุณของชาสมุนไพร และสถานที่ผลิต และจัดจำหน่าย ต้นทุนบรรจุภัณฑ์และชาเบญจรงค์ ต่อหน่วย 40 บาท ราคาจำหน่ายถุงละ 59 บาท ได้กำไรที่ต้องการ 30%



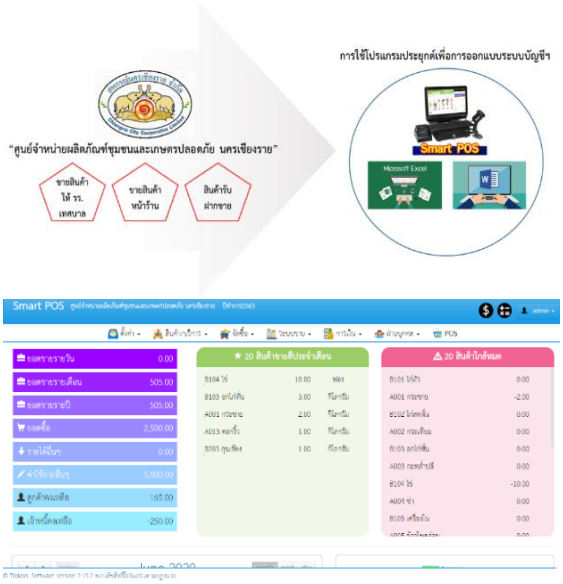
ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ชาเบญจรงค์

2. ผลการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด พบว่า เป็นการออกแบบระบบบัญชีแบบผสมผสานระหว่างการใช้

โปรแกรมประยุกต์กับการใช้โปรแกรมขายหน้าร้าน เพื่อให้การออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกษตรปลอดภัย นครเชียงราย มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งาน

การวางระบบบัญชี ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการจัดทำผังโครงสร้างองค์กร และกำหนดหน้าที่งานของพนักงานแต่ละฝ่าย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการจัดหาทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาช่วยดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายฯ ทั้งนี้การพัฒนาระบบบัญชีดำเนินการวางแผนการจัดวางระบบบัญชีร่วมกันระหว่างทีมนักวิจัยกับสมาชิกของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกษตรปลอดภัย นครเชียงราย เพื่อให้การดำเนินการ มีประสิทธิภาพ มีระบบการบริหารงานที่ดี เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และสามารถรองรับการจำหน่ายสินค้าให้แก่โรงเรียน โรงพยาบาล และลูกค้าทั่วไปได้ การกำหนดโครงสร้างองค์กรพร้อมรายละเอียดการปฏิบัติงานของพนักงาน (Job Description) ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกษตรปลอดภัย นครเชียงราย ดำเนินงานโดยสหกรณ์นครเชียงราย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ร่วมกับสมาชิกของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกษตรปลอดภัย นครเชียงราย ได้แก่ ใบส่งของ ใบสำคัญรับเงิน ใบสั่งซื้อ ใบเบิกสินค้า ใบเบิกวัตถุดิบ ใบวางบิล ใบรับคำสั่งซื้อ ใบเสร็จรับเงิน และใบสำคัญจ่าย เพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยผสมผสานการใช้เอกสารทางการบัญชี ที่ได้จากการออกแบบโดยโปรแกรมประยุกต์และโปรแกรมการขายหน้าร้าน เพื่อให้การออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้งาน



ภาพที่ 4 โปรแกรมขายหน้าร้าน Smart POS

โปรแกรมการขายหน้าร้าน Smart POS จะประกอบด้วย 7 เมนู ได้แก่ เมนูการตั้งค่า เมนูสินค้า/บริการ เมนูจัดซื้อ เมนูระบบขาย เมนูการเงิน เมนูฝ่ายบุคคล และเมนู POS

3. ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า เมื่อได้เดินทางมาสัมผัสการท่องเที่ยวเทศบาลนครเชียงราย 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสุข ใช้ชีวิตง่าย ๆ (Slow life) และบ้านเมืองน่าอยู่ จากการกำหนดตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า ครอบคลุม 5 ประเด็น ดังนี้ 1) ต้องการให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสุข น่าอยู่ และมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 2) รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไว้อย่างดี 3) การให้บริการด้านการขนส่งที่สามารถให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวได้เต็มที่ และควรจัดเตรียมข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ดีที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เขาสะดวกสบายง่ายต่อการท่องเที่ยว 4) เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวมีจุดเชื่อมโยงและอยู่ในสถานที่ใกล้ๆกันที่ทำนักท่องเที่ยวสามารถใช้วิธีการเดินเที่ยวชมได้โดยสะดวก และ 5) สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดในการมาท่องเที่ยว คือ การนั่งรถรางชมเมือง การเที่ยวชมวัดไหว้พระตามเส้นทางรถราง หอนาฬิกา และสถานที่ถ่ายรูปในตัวเมือง วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง ตลอดจนการแวะชิมอาหารพื้นถิ่น และการช้อปปิ้งสินค้าของฝากขึ้นชื่อของเมืองเชียงรายถือเป็นกิจกรรมที่ไม่ควรพลาดเมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงได้ทำการออกแบบแอพพลิเคชั่น “CR See More” โดยคำนึงถึงการสื่อความหมายไปยังผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่น ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจวิธีการใช้งานต่าง ๆ ตลอดจนสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการค้นหาข้อมูลรูปแบบของแอปพลิเคชันนั้นต้องสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่มีความซับซ้อนหรือหลายขั้นตอนในการลงทะเบียนใช้งาน ซึ่งการออกแบบแอปพลิเคชันนี้จะเน้นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร หรือแม้แต่ข้อมูลศูนย์ช่วยเหลือต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลต่าง ๆ อย่างครอบคลุม โดยแอปพลิเคชันนี้มีชื่อเรียกว่า “CR See More” โดยเป็นแอพพลิเคชั่นที่รองรับการใช้งานสำหรับโทรศัพท์มือถือในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และสามารถใช้งานได้ 2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

4. การพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า การออกแบบระบบนำเสนอผลิตภัณฑ์ในเขตเทศบาลนครเชียงรายเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้และผู้ดูแลระบบ จึงพัฒนาระบบนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถเข้าใช้งานได้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพาอื่น ๆ เช่น แท็บเล็ต หรือ สมาร์ทโฟน ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเป็นลักษณะของเว็บแอพพลิเคชัน ที่ประกอบด้วยส่วนแสดงผล และส่วนฐานข้อมูล โดยข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงผลผ่านทางเว็บไซต์จะเปลี่ยนแปลงตามข้อมูลจากระบบฐานข้อมูล และตั้งชื่อเว็ปไซต์เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ และ มีความหมายตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ chiangraicityproduct ซึ่งในเว็บไซต์จะประกอบด้วยส่วนแสดงผลที่สำคัญ ได้แก่ แผนที่ผลิตภัณฑ์ ภายใต้หัวข้อ ปักหมุด..ที่สุดนครเชียงราย จะเป็นส่วนที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์แต่ละรายด้วยการดูจากหมุดที่ปักไว้หน้าเว็บไซต์เพื่อสะดวกในการเลือกดูรายละเอียดตามพื้นที่หรืออาณาบริเวณ ที่ใกล้เคียงกับผู้ใช้เว็ปไซด์ ส่วนแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ชุมชนแต่ละราย โดยมีข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่าย ช่องทางการติดต่อ และส่วนแสดงเรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชนแต่ละราย ซึ่งจะแสดงประวัติความเป็นมาของกิจการ จุดเริ่มต้น และแรงบันดาลใจในการผลิตสินค้าออกมาจำหน่าย และส่วนสุดท้ายของการแสดงผลในเว็บไซต์ คือ ห้องเรียนออนไลน์ ซึ่งจะเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล และเนื้อหาที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ในการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอน ๆ ให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าศึกษาได้ด้วยตนเอง

อันเป็นการขยายความรู้ให้กว้างขวางขึ้นกับผู้ประกอบการทุกราย

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

การออกแบบและพัฒนารูปแบบการบริหารการตลาดของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด มีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดด้วยการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย โดยเน้นการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และจังหวัดเชียงรายเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้กับลูกค้าและเป็นที่จดจำของผู้ซื้อนอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์นครเชียงราย ซึ่งการออกแบบตราสินค้า (Brand) กำหนดชื่อตราสินค้า คือ “นครเจียงฮาย” สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การดูแลของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด จากการศึกษา พบว่า มีกลุ่มอาชีพซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของเทศบาลนครเชียงราย ได้ฝึกและสร้างอาชีพเพื่อนำมาสู่รายได้และคุณภาพชีวิต ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้คัดสรรผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่อยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลนครเชียงราย เพื่อนำสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ภายใต้การควบคุมดูแลของสหกรณ์นครเชียงราย ได้แก่ ตุ๊กตาชนเผ่า ชาเบญจรงค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1991) กล่าวว่า ตราสินค้า คือสัญลักษณ์หรือ โลโก้ที่จะบอกว่าสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งเป็นของใคร และแตกต่างจากคู่แข่งขันอย่างไร สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ 1) Attribute รูปร่างหน้าตาภายนอกที่จะทำให้เกิดการจดจำ 2) Benefit บอกคุณประโยชน์ เช่น ฟันขาว ผมนุ่ม เป็นต้น 3) Value ทำให้รู้สึกใช้แบรนด์นี้แล้วภาคภูมิใจ ไว้ใจมานาน และ 4) Personality มีบุคลิกภาพใช้แล้วเป็นวัยรุ่นใช้แล้วเป็นคนทันสมัย ในขณะที่ เกรียงไกร กาญจนะโกศิน (2550) กล่าวว่า องค์ประกอบของตราสินค้า ประกอบด้วย 1) ส่วนที่จับต้องได้ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา และคุณประโยชน์ 2) ส่วนที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ คุณค่าและบุคลิกภาพ ซึ่งประโยชน์ของตราผลิตภัณฑ์ได้แก่ ช่วยให้ลูกค้าสามารถแบ่งแยกความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นโดยเฉพาะกับสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างกันในสายตาผู้บริโภค ช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้แก่ผลิตภัณฑ์ และใช้เป็นเอกลักษณ์สำคัญในการติดต่อสื่อสารและการโฆษณา ซึ่งจะถูกใช้ในการแสดงตัวตนของผลิตภัณฑ์และใช้ในการติดต่อกับลูกค้า (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2552) ดังนั้น การสร้างตราสินค้า จึงเกี่ยวข้องกับการรับรู้และความรู้สึกของลูกค้าทั้งจากภายในและจากลูกค้าภายนอก เป็นความพอใจ ความภาคภูมิใจ ความสุขใจ ความมั่นใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร บุคคล สถานที่ ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพราะความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะเป็นพลังขับเคลื่อนให้พวกเขามีความจงรักภักดีและความปรารถนาที่จะมีส่วนร่วม ปรารถนาที่จะใช้ปรารถนาที่จะบอกต่อให้คนอื่น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการบริหารการตลาดด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยกำหนดให้ตรงตามเป้าหมายของ

ลูกค้า ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (ณภัทร ทิพย์ศรี, 2561)

สำหรับการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด พบว่า สหกรณ์นครเชียงราย จำกัด มีการนำโปรแกรมการขายหน้าร้านมาใช้ในการดำเนินงานเบื้องต้น แต่เนื่องจากโปรแกรมการขายหน้าร้านดังกล่าวยังไม่สามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการดำเนินงานส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการรับฝากขาย ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวไม่สามารถแยกได้ว่ารายการใดเป็นการขายปกติหรือรายการใดเป็นการขายที่เกิดขึ้นจากการรับฝากขาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบระบบบัญชีของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด โดยเป็นการออกแบบแบบผสมผสานกันระหว่างโปรแกรมประยุกต์ คือ โปรแกรม Microsoft Excel และ โปรแกรมการขายหน้าร้าน Smart POS เพื่อให้การดำเนินงานของสหกรณ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำข้อมูลทางการบัญชีที่บันทึกลงในโปรแกรมการขายหน้าร้านไปสรุปยอดในรายงานสินค้ารับฝากขาย (Excel) เพื่อบันทึกจำนวนเงินที่ต้องจ่ายให้กับผู้ฝากขายได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลรายงานยอดขายมาสรุปเพื่อแยกรายได้จากการขายปกติกับรายได้จากการรับฝากขายได้อย่างชัดเจน เพื่อนำเสนอรายงานการเงินให้แก่คณะกรรมการของสหกรณ์นครเชียงราย ให้สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่สมาชิกของสหกรณ์และสหกรณ์ได้

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า การท่องเที่ยวของเทศบาลนครเชียงรายว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีสถานท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย บ้านเมืองมีความสะอาด นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย ซึ่งสามารถสรุป ได้ 3 มุมมอง คือ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสุข น่าอยู่ และมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงรายมีลักษณะคล้ายคลึงกับจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นเมืองที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่มีวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและทำให้นักท่องเที่ยวนึกถึง และเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไว้อย่างดี แม้ลักษณะจะใกล้เคียงกับเมืองเชียงใหม่แต่ก็ไม่อยากให้เป็นเมืองที่แออัดเหมือนเชียงใหม่ อยากให้การท่องเที่ยวเป็นแบบ Slow Life มีชีวิตที่ไม่เร่งรีบ และเทศบาลนครเชียงรายควรมีการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ให้มากขึ้น จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น สรุปว่า เทศบาลนครเชียงรายเป็นเมืองที่น่าอยู่ และเป็นนครแห่งความสุขอยู่แล้ว มีวิถีชีวิตที่ยังไม่เร่งรีบเหมือนเมืองอื่น เพียงแต่ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางเทศบาลให้ประชาชนได้รับรู้ รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การส่งเสริมทุก ๆ ด้าน ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างผาสุกและยั่งยืน โดยมีสัญลักษณ์ที่สื่อถึงการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย อันดับหนึ่ง คือ หอนาฬิกา ซึ่งสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องห้ามพลาดถ้าหากเข้ามาท่องเที่ยว

ในเทศบาลนครเชียงราย ก็คือ การนั่งรถรางชมเมือง การเที่ยวชมวัดไหว้พระตามเส้นทางรถราง หอนาฬิกา และสถานที่ถ่ายรูปในตัวเมือง วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง ตลอดจนการแวะชิมอาหารพื้นถิ่น สอดคล้องกับแนวความคิดของ วุฒิชาติ สุนทรสมัย (2564) ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว สามารถจำแนกดังนี้ ด้านประสบการณ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคาและสภาพแวดล้อม ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ ด้านสังคม และด้านชื่อเสียง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการต่อการใช้งานเว็บแอพพลิเคชั่นของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยรูปแบบข้อมูลที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวใช้รูปแบบข้อมูลด้วย ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว ส่วนใหญ่อยากให้มีรูปแบบการนำเสนอโดยรูปภาพถ่ายจากสถานที่จริงในหลายๆ มุมมอง และอยากให้มีเมนูที่ต้องการให้ปรากฏในหน้าแอพพลิเคชั่น คือรูปภาพของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วุฒิภัทร หนูยอด ได้ศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งพบว่า แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงผลการทำงานได้ทั้งระบบ Android และ iOS โดยเฉพาะประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันสามารถมีความยืดหยุ่น ง่ายในการใช้งาน มีความสามารถมีความถูกต้อง มีประสิทธิภาพและการรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ณฤทธิ์ จึงสมาน (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแอพพลิเคชั่นสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยการพัฒนาแอพพลิเคชั่นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) ที่พัก 3) ร้านอาหาร 4) ข้อมูลจังหวัด 5) แหล่งบันเทิง 6) เบอร์โทรฉุกเฉิน 7) ปฏิทินกิจกรรม และ 8) ทริปการเดินทาง

การพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย พบว่า เรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ความสำคัญในระดับมาก จากการสังเคราะห์เรื่องราวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติย่อเจ้าของกิจการ ประวัติผลิตภัณฑ์ หรือที่มาของการเริ่มต้นกิจการ เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายปัจจุบัน เป็นต้น ข้อมูลที่ได้นำมาออกแบบและสร้างวีดีทัศน์นำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง แม่น้อย งานลูกปัดแฮนด์เมดออม และผ้าปักกองหลวง และการออกแบบระบบนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้และผู้ดูแลระบบ จึงพัฒนาระบบนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถเข้าใช้งานได้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพาอื่น ๆ เช่น แท็บเล็ต หรือ สมาร์ทโฟน ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งในเว็บไซต์จะประกอบด้วยส่วนแสดงผลที่สำคัญ ได้แก่ แผนที่ผลิตภัณฑ์ ภายใต้หัวข้อ ปักหมุด..ที่สุดนครเชียงราย จะเป็นส่วนที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์แต่ละรายด้วยการดูจากหมุดที่ปักไว้หน้าเว็บไซต์ เพื่อสะดวกในการเลือกดูรายละเอียดตามพื้นที่หรืออาณาบริเวณที่ใกล้เคียงกับผู้ใช้เว็ปไซต์ ทั้งนี้จากการศึกษาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ทำให้ทราบเรื่องราว ประวัติความเป็นมาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษา

ของจีรภัทร์ พินิจสุวรรณ์ และคณะ (2563) พบว่า ด้านจิตวิทยาส่งผลต่อการเล่าเรื่องราวให้กับตัวผลิตภัณฑ์ผลที่ได้จาการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ ส่งผลต่อการเล่าเรื่องราวให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ด้าน การรับรู้ผ่านการเล่าเรื่องราว และ ด้านแรงจูงใจมีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านการเล่าเรื่องราว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการสกัดเนื้อหาและรายละเอียดที่น่าสนใจมาจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน หน่วยงานเทศบาลนครเชียงรายสามารถนำไปใช้และเพิ่มจำนวนข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ยังใช้เป็นแนวทางให้กับกิจการอื่น เพื่อเป็นตัวอย่างในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการตลาดได้ต่อไป

อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด ทั้งรูปแบบการบริหารการตลาด และการใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการออกแบบระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด เป็นโมเดลที่สร้างรูปแบบทางการตลาดและระบบบัญชีและการควบคุมภายในของสหกรณ์ ให้ดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความโปร่งใส สร้างระบบธรรมา ภิบาลให้กับองค์กร ในส่วนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงราย และการพัฒนาระบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้กับเทศบาลนครเชียงราย ตลอดจนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ หรือของดีของเด่นในนครเชียงราย เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้รับรู้และได้เห็นเรื่องราวผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของเทศบาลนครเชียงราย

ดังนั้นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพทางการแข่งขันของสหกรณ์อื่น ๆ ต่อไป และควรศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนกลยุทธ์การสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์นครเชียงราย จำกัด เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในการดำเนินกิจการ และนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิกต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และได้รับความอนุเคราะห์จากคณะกรรมการสหกรณ์นครเชียงราย ผู้ซื้อสินค้าและผู้บริหารเทศบาลนครเชียงรายที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลเพื่อให้งานครั้งนี้บรรลุตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2563). *ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์.* สืบค้น 12 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.cpd.go.th/cpdth2560/index.php/information-cpd/general-coop

เกรียงไกร กาญจนะโภคิน. (2550). *Live Branding: The New Definition of Event Marketing.* สืบค้น 15 ธันวาคม 2563, จาก http://regelearning.payap.ac.th/docu/th/203/content/news.htm.

จีรภัทร์ พินิจสุวรรณ์, ฐานิตา เตวิชพงศ์, วณัฐมณี วงเวียน, อารียา ลาสะมอ, กฤติเดช อัครกิจปรีชา, อรจารีย์ ทองธีรภาพ และรุ่งทิพย์ ไทยสม. (2563). จิตวิทยาในการเลือกลักษณะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อประชากรไทย. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, 2(4),* 48-61.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2552). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณภัทร ทิพย์ศรี, ภัทราพร สมเสมอ, จักรกฤษ เขียวคำปัน, ศุภกิจ จันทร์แก้ว และสุพนิตา ยะทะ. (2561). แนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา, 6(2),* 46-57.

ปรียานันท์ โพธิ์ศิรวัฒน์, พิชา วิสิทธิ์พานิช และภัทราพร ตึกขาว. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารรามคำแหง, 5(3),* 75-91

วุฒิชาติ สุนทรสมัย. (2564). อิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณค่าตามการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, 16(3),* 163-181.

วุฒิภัทร หนูยอด, เจษฎา สิงห์ทองชัย และมานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2565). การพัฒนาแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 14(19),* 96-106.

ศิริลักษณ์ นามวงศ์ และประเสริฐ จรรยาสุภาพ. (2561). พัฒนาการสหกรณ์ในประเทศไทย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 8(1),* 29-55.

Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control.* New Jersey: Prentice-Hall.

Porter, M. E. (2003). *Thailand's Competitiveness, Creating the Foundations for Higher Productivity.* National Economic and Social Development Board.


มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา