

การใช้ QR Code ในกลุ่มสินค้าเกษตร ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี

Marketing strategy with QR Code in agricultural products a case study of Modern Trade in Udon Thani

दनัย सलरलूरल*, ढरररूरूरर ढुलसन² ढर ढूरूरूरर ढुंगकन³

Danai Siriburee^{1*}, Natthawan Phoonson² and Nuttawan Pongkan³

บทคัดย่อ: QR Code ในปัจจุบันมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งด้านการเรียนการสอน ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงด้านธุรกิจ โดยมีประโยชน์ในการช่วยเชื่อมต่อข้อมูลไปยังฐานข้อมูลอื่นๆ ที่มีข้อมูลขนาดใหญ่ๆ ให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น เชื่อมต่อไปยัง Facebook, YouTube, Website, Line จากการศึกษาการใช้ QR Code ในกลุ่มสินค้าเกษตร ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี โดยการสำรวจเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ในกลุ่มสินค้าเกษตร ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน 2560 พบว่ามีสินค้าในร้าน Modern Trade ที่ใช้ QR Code จำนวน 6 ร้านค้า มีสินค้าเกษตร 1,277 รายการ มี QR Code จำนวน 118 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผัก 58 รายการ ผลไม้ 43 รายการ เนื้อสัตว์ 11 รายการ และของแห้ง 6 รายการ คิดเป็น 9.24% จากสินค้าทั้งหมด และพบว่าข้อมูล QR Code เกือบทั้งหมดเชื่อมโยงไปยังฐานข้อมูลในเว็บไซต์สินค้านั้นๆ มีเพียงจำนวน 2 รายการสินค้าที่เชื่อมข้อมูลไปยัง Facebook, YouTube ในขณะที่ Trends ของโลกรวมถึงประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 มีแนวโน้มความสนใจ QR Code ใช้กันอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการร้านค้าจึงควรเร่งปรับตัวศึกษาในการใช้ QR Code ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ให้ทันต่อเทคโนโลยีและโลกสมัยใหม่ในอนาคต เพื่อส่งเสริมศักยภาพในทางการตลาดต่อไป

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด, คิวอาร์โค้ด, โมเดิร์นเทรด

ABSTRACT: QR Codes were commonly used in a wide range of sectors, including education, tourism and business. They were easily and quickly utilized to link information to other large databases of Facebook, YouTube, Line and web sites. Apart from the study, the QR Code utilization in agricultural products at modern trade shops in Udon Thani was conducted by the purposive sampling method and the data were selected during June-September, 2017. Six modern trade shops were found to utilized QR Codes with 118 items, accounting for 9.24% of all 1,277 agricultural products and divided into four groups: 58 items of vegetable, 43 items of fruit, 11 items of meat and 6 items of dry foodstuff. Almost all QR Codes were found to link to the databases of those product websites and only two products were found to link to Facebook and YouTube databases. Since 2559, there had been the global trend, including Thailand, of QR Code usage, and shop owners should utilize QR codes with their business, follow the technology and the modern world in the future in order to strengthen marketing potential.

Keywords: Marketing Strategy, QR Code, Modern Trade

¹ สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 41000

Department of Agribusiness, Faculty of Technology, Udon Thani Rajabhat University 41000

² สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Department of Computer Science, Faculty of Science, Udon Thani Rajabhat University 41000

³ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ศูนย์การศึกษานอกพื้นที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Department of Business Computer, Bueng Kan Campus, Udon Thani Rajabhat University 38000

* Corresponding author: Danai0856479567@gmail.com

บทนำ

การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบัน นอกจากจะพิจารณาบุคลิกภายนอก ความสวยงาม และราคาสินค้าแล้ว ยังพิจารณาถึงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ถ้าใส่ข้อมูลทุกอย่างลงไปนั้นหลากหลายบรรจุภัณฑ์จะประสบปัญหาตัวหนังสือบนฉลากมากเกินไปทำให้บดบังบุคลิกของความน่าสนใจของสินค้า หรือถ้าออกแบบโดยใส่ข้อมูลตัวอักษรให้มีขนาดเล็กเกินไปจะส่งผลต่อผู้บริโภคทำให้อ่านข้อมูลได้ลำบากทำให้ไม่สนใจที่จะอ่านข้อมูลนั้น และทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจตามมา QR Code ย่อมาจาก Quick Response Code คือ บาร์โค้ด 2 มิติ (2 Dimension Barcode) ชนิดหนึ่ง ที่ประกอบด้วยมอดูลสีดำเรียงตัวกัน บนฐานสี่เหลี่ยมที่มีพื้นหลังสีขาว อ่านได้ด้วยเครื่องสแกนคิวอาร์ในโทรศัพท์มือถือที่มีกล้องหรือสมาร์ตโฟนเพื่อถอดข้อมูลต่างๆ เช่น ชื่อความเบอร์โทรศัพท์ URL เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์โดย QR code นี้พัฒนาโดยบริษัทเดนมาร์ก-เวฟ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของโตโยต้า ประเทศญี่ปุ่น คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1994 (พ.ศ.2537) (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2560) มีบทบาทอย่างมากในการเชื่อมต่อข้อมูลไปยังฐานข้อมูลอื่นๆ ที่มีข้อมูลขนาดใหญ่ๆ ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น เชื่อมต่อไปยัง Facebook, YouTube, Website, Line ฯลฯ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความนิยมในการใช้ QR Code ของผู้ประกอบการในการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภค เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของสินค้า

ไม่มี QR-code ติดสินค้า ได้แก่ ห้าง Makro

	สินค้าทั้งหมด	คิดเป็นร้อยละ	ผัก	ผลไม้	เนื้อสัตว์	ของแห้ง
BigCนาดี	231	18%	3	0	0	0
Lotusรังสิต	357	27%	26	16	0	1
Lotusนาดี	244	18%	0	15	11	1
BigCสาขา1	231	17%	2	6	0	0
Villa Market	132	10%	0	0	0	1
Tops Market	132	10%	27	6	0	3

Figure 3 List of agricultural products with QR Code in Modern Trade

จากการศึกษาพบว่าห้าง Big C สาขาตำบลนาดี มีสินค้าเกษตรทั้งหมด 231 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท

และทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยศึกษา ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี

วิธีการศึกษา

การศึกษาแนวโน้มกลยุทธ์ทางการตลาดด้วย QR Code ในกลุ่มสินค้าเกษตร กรณีศึกษา ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี ใช้วิธีการศึกษาแบบสำรวจ (Survey research) (นงนภัส, 2554) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) (สิน, 2554) คือ ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี จำนวน 7 ร้าน ได้แก่ 1. BigC สาขาตำบลนาดี 2. Tesco Lotus สาขารังสิต 3. Tesco Lotus สาขานาดี 4. BigC สาขาอุดรธานี 5. Villa Market 6. Tops Market 7. Makro สาขาอุดรธานี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยสำรวจสินค้าในพื้นที่ขายวัตถุดิบประกอบอาหาร แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และวัตถุดิบอาหารแห้ง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (ศุภวัฒน์กร และพีรสิทธิ์, 2550) ทำการศึกษาเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน 2560

ผลการศึกษา

จากการสำรวจพบว่าร้านค้า Modern Trade มีจำนวน 7 แห่ง โดยสินค้าในร้านค้า Modern Trade ที่มี QR-code ติด มีจำนวน 6 แห่ง มีเพียงแห่งเดียวที่

ได้แก่ ผักจำนวน 24 รายการ มี QR Code 3 รายการ, ผลไม้จำนวน 29 รายการ ไม่มี QR Code, เนื้อสัตว์

จำนวน 113 รายการ ไม่มี QR Code และของแห้ง จำนวน 23 รายการ ไม่มี QR Code ส่วนห้าง Lotus ถนนรังสิตนา มีสินค้าเกษตรทั้งหมด 357 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักจำนวน 115 รายการ มี QR Code 26 รายการ, ผลไม้จำนวน 49 รายการ มี QR Code 16 รายการ, เนื้อสัตว์จำนวน 113 รายการ ไม่มี QR Code และของแห้งจำนวน 23 รายการ มี QR Code 1 รายการ ต่อมาห้าง Lotus สาขาตำบลนาดี มีสินค้าเกษตรทั้งหมด 244 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักจำนวน 15 รายการ ไม่มี QR Code, ผลไม้จำนวน 43 รายการ มี QR Code 15 รายการ, เนื้อสัตว์จำนวน 138 รายการ มี QR Code 11 รายการและของแห้ง 48 รายการ มี QR Code 1 รายการ และห้าง BigC สาขาอุดรธานีมีสินค้าเกษตรทั้งหมด 231 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักจำนวน 49 รายการ มี QR Code 2 รายการ, ผลไม้จำนวน 29 รายการ มี QR Code 6 รายการ, เนื้อสัตว์จำนวน 119 รายการ ไม่มี QR Code และของแห้ง 32 รายการ ไม่มี QR Code ส่วนห้าง Villa Market มีสินค้าเกษตรทั้งหมด 132 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักจำนวน 35 รายการ ไม่มี QR Code, ผลไม้จำนวน 23 รายการ ไม่มี QR Code, เนื้อสัตว์จำนวน 54 รายการ ไม่มี QR Code, ของแห้งจำนวน 20 รายการ มี QR Code 1 รายการ และห้าง Top Market มีสินค้าเกษตรทั้งหมด 132 รายการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผักจำนวน 41 รายการ มี QR Code 27 รายการ, ผลไม้จำนวน 48 รายการ มี QR Code 6 รายการ, เนื้อสัตว์จำนวน 70 รายการ ไม่มี QR Code, ของแห้งจำนวน 24 รายการ มี QR Code 3 รายการ

	ผัก	ผลไม้	เนื้อสัตว์	ของแห้ง	รวม
ไม่QR	221	178	596	164	1159
มีQR	58	43	11	6	118

Figure 4 Shows agricultural products with QR Code in each category in Modern Trade

จากการศึกษาพบว่า สินค้าเกษตรประเภทผักมีจำนวนทั้งสิ้น 279 รายการ มีการติด QR Code จำนวน 58 รายการ คิดเป็น 20.79% และไม่มี QR Code จำนวน 221 รายการ คิดเป็น 79.21% ส่วนสินค้าเกษตรประเภทผลไม้มีจำนวนทั้งสิ้น 221 รายการ มีการติด QR Code จำนวน 43 รายการ คิดเป็น 19.46% และไม่มี QR Code จำนวน 178 รายการ คิดเป็น 80.54% สินค้าเกษตรประเภทเนื้อสัตว์มีทั้งสิ้น 607 รายการ มีการติด QR Code จำนวน 11 รายการ คิดเป็น 1.81% และไม่มี QR Code จำนวน 596 รายการ คิดเป็น 98.19% และสินค้าเกษตรประเภทของแห้งมีทั้งสิ้น 170 รายการ มีการติด QR Code จำนวน 6 รายการ คิดเป็น 3.53% ไม่มี QR Code จำนวน 164 รายการ คิดเป็น 96.47% รวมสินค้าทั้ง 4 ประเภท มีจำนวนทั้งหมด 1,277 รายการ มี QR Code จำนวน 118 รายการ คิดเป็น 9.24% และไม่มี QR Code จำนวน 1,159 รายการ คิดเป็น 90.76% และพบว่าข้อมูล QR Code จากทั้งหมด 118 รายการ มีจำนวน 116 รายการ ที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลในเว็บไซต์ร้านค้าต่างๆ ในจำนวนนี้มีเพียง 2 รายการสินค้าที่เชื่อมโยงข้อมูลไปยังเฟสบุ๊กและยูทูป ได้แก่ เมล่อนเนื้อส้ม และเมล่อนลาวฟางของไร่เพื่อคุณ ในร้าน Tops Market

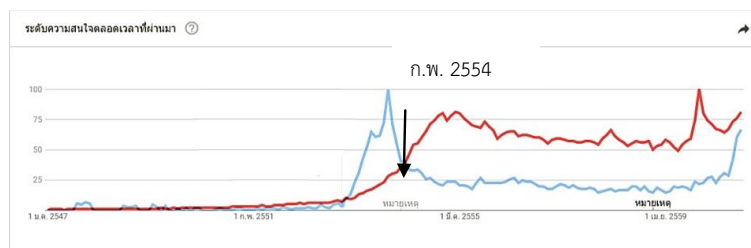


Figure 5 Survey of interest in finding QR code on google trends by time, location and popularity from 2004 to present (1 October, 2560)

วิจารณ์

จากการศึกษาพบว่าความนิยมบน Google เทรนด์ ตั้งแต่เริ่มมีการบันทึกข้อมูลปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน (1 ตุลาคม 2560) ในด้าน QR Code ประเทศไทยเกาะกระแสความสนใจ QR Code มาโดยตลอดตั้งแต่อดีต มีกระแสความสนใจมากที่สุดในปี พ.ศ. 2553 และตกต่ำลงในช่วงต้นปี พ.ศ. 2554 และกลับมาเป็นกระแสความสนใจอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่โลกมีกระแสความสนใจมากที่สุดในปี พ.ศ. 2555 และกระแสความสนใจก็ทรงตัว จนมาเป็นกระแสความสนใจอีกครั้งในช่วง พ.ศ. 2559

จากการศึกษาพบว่า การใช้ QR Code ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจน้อยมาก โดยสินค้าทั้งหมด 1,277 รายการ มี QR Code จำนวน 118 รายการ คิดเป็น 9.24% ในขณะที่กระแสความสนใจมีสูงชันอย่างมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Google เทรนด์ แม้ QR Code สามารถประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างมากมาย (พีรวิทย์, 2557) แต่ผู้ประกอบการกลับเลือกใช้เพียงด้านเดียว คือการเชื่อมต่อ QR Code ไปยังเว็บไซต์ ซึ่งพบว่าสินค้าจาก 118 รายการ มีเพียง 2 รายการเท่านั้นที่เชื่อมต่อข้อมูล QR Code ไปยัง Facebook และ YouTube

สรุป

จากการสำรวจการใช้ QR Code ในกลุ่มสินค้าเกษตร ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี พบว่ามีสินค้าในร้าน Modern Trade ที่ใช้ QR Code จำนวน 6 ใน 7 ร้าน มีสินค้าเกษตรทั้งสิ้น 1,277 รายการ และมีการใช้ QR Code จำนวน 118 รายการ คิดเป็น 9.24% จากการเก็บสถิติของ Google เทรนด์ พบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มกลับมาให้ความสนใจใน QR Code เป็นอย่างมาก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 และเป็นแนวโน้มที่สูงขึ้นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับโลก ผู้ประกอบการร้านค้าจึงควรเร่งปรับตัวศึกษาในการใช้ QR Code ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ให้ทันต่อ

เทคโนโลยีและโลกสมัยใหม่ในอนาคต เพื่อส่งเสริมศักยภาพในทางการตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรม พิกุลแก้ว. 2553. การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี QR Code ในพิพิธภัณฑ์เครื่องถ้วยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารนักบริหาร. 30(2): 110-114.
- จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา. 2557. การประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสองมิติ (2D barcode) เพื่อการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ. วารสารหาดใหญ่วิชาการ. 12(2): 183-193.
- จิรพร ชื่อจริง. 2555. ระบบการตรวจสอบย้อนกลับในการส่งออกผักสดโดยเทคโนโลยี QR code สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, กรุงเทพฯ.
- จิรวัฒน์ วงศ์รัชชัย และ กาญจนา สุคันธสิริกุล. 2557. ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 8(1): 37-54.
- จุฑารัตน์ โกชัย. 2557. การพัฒนาระบบจัดการครุภัณฑ์ด้วยคิวอาร์โค้ดบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวิทย์ หงส์บุญมี. 2560. ระบบตรวจสอบสินค้าในพิพิธภัณฑ์ผ้าด้วยสมาร์ทโฟนโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด. The Thirteenth National Conference on Computing and Information Technology.
- ธัม วณิเกษม. 2553. QR Code. วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. 5(5): 85-88.
- นางนัส เทียงกมล. 2554. การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ. 359 หน้า.
- พัชร พิพิธกุล. 2554. คิวอาร์โค้ดในงานบริการสารสนเทศห้องสมุด. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 4(1): 71-81.
- พีรวิทย์ ภาคนนท์กุล. 2557. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code). วารสารแม่โจ้ปริทัศน์. 15(6): 40-45.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2560. รหัสคิวอาร์. แหล่งที่มา: <https://goo.gl/dDVZq9>. ค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2560.
- ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ และพัชรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. 2550. สถิติพื้นฐานเพื่องานวิจัยท้องถิ่น. ธรรมกมลการพิมพ์, กรุงเทพฯ. 199 หน้า.
- สิน พันธุ์พินิจ. 2554. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด, กรุงเทพฯ. 498 หน้า.