

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay)

Behavior of Chinese Tourists in Chiang Mai Using Alipay to Pay for Goods

ANQI LIU* และนิตยา เจริญประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) และ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) ชำระค่าสินค้า จำนวน 500 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 ราย มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 196 ราย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 336 ราย ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 ราย มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 173 ราย และเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในมณฑลกว่างตุงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ 4-5 วัน จะใช้อาลีเพย์ (Alipay) เพื่อชำระค่าซื้อปัจจัย จำนวนครั้งที่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) คือ วันละสองครั้งขึ้นไป ราคาสูงสุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระคือ 2,000-5,000 บาท ราคาต่ำสุดที่ผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่ชำระคือต่ำกว่า 100 บาท ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) คือ แอปพลิเคชันมีโปรโมชั่น

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

ABSTRACT

This study on the behavior of Chinese tourists in Chiang Mai using Alipay to pay for goods, has two purposes : to study the behavior of Chinese tourists in Chiang Mai using Alipay to pay for goods and to examine the factors affecting the behavior of Chinese tourists in Chiang Mai choosing to use Alipay to pay for goods. Population samples for this study comprise of 500 Chinese tourists in Chiang Mai who using Alipay to pay for goods, using the questionnaire as a tool for data collection. Collected data are analyzed by the use of descriptive statistics, frequency, percentage and mean.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The study reveals that the majority of participants is 275 female subjects. In the term of age, 196 subjects are in between 26-30 years. As for the education background, it is found that 336 subjects have bachelor's degrees. It is also revealed that 120 subjects are working in private company. Exactly 173 subjects have monthly income between THB 15,001-25,000. Lastly, it is found that the majority has permanent residence in Guangdong province.

The results show that the majority of subjects travel to Chiang Mai for 4-5 days, mostly using Alipay for shopping fee, and using Alipay twice or more times per day. The highest price paid by most respondents is 2,000 - 5,000 baht. The lowest price that most respondents pay is less than 100 baht. The groups who influences the decision to use Alipay for goods purchase is Alipay's promotions.

Over all, the significance level of the factors affecting the behavior of Chinese tourists in Chiang Mai using Alipay to pay for goods, is in the high level. In each aspect, found that the price factor ranges the highest in terms of significance, the second factor is product, follow by place, promotion, physical evidence, process, and people respectively.

บทนำ

อุตสาหกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของจีนกำลังพัฒนาในอัตราที่สูงระหว่างปี พ.ศ. 2554- 2561 กลายเป็นตลาดการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใหญ่ที่สุดในโลกในปี พ.ศ. 2560 ตลาดการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของจีนสูงถึง 120.3 ล้านล้านหยวนได้เพิ่มขึ้นประมาณ 20 เท่าในช่วงสี่ปีที่ผ่านมา (IResearch, 2019) ขนาดการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปีพ.ศ. 2556 และหลังจากนั้นจนถึงปี พ.ศ. 2561 การชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแพลตฟอร์มการชำระเงินผ่านทางผู้ให้บริการทางการเงิน เช่น PayPal หรือ PaySbuy มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว (PaySpace, 2019)

ในปีพ.ศ.2559 มีร้านค้าประมาณ 70,000 แห่งในต่างประเทศเปิดให้บริการของอาลีเพย์ (Alipay) (ฐานเศรษฐกิจ, 2559) และมีส่วนลดพิเศษสำหรับการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ตามสถิติของอาลีเพย์ (Alipay) จำนวนผู้ชำระเงินด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในต่างประเทศในช่วงระยะสัปดาห์วันชาติจีนพุ่งขึ้นมากกว่า 7 เท่าของปีที่แล้ว (พ.ศ. 2558) ในขณะที่มีผู้ใช้ประมาณ 3.7 ล้านคนใช้อาลีเพย์ (Alipay) เพื่อค้นหาข้อมูลในการกินอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นในต่างประเทศ (Liu, 2017) สำหรับในประเทศไทย อาลีเพย์ (Alipay) ยังร่วมมือกับสมาคมบินนานาชาติสุวรรณภูมิและสมาคมบินดอนเมืองในกรุงเทพฯ และเสนอส่วนลดต่างๆ ในการชำระเงินในช่วงวันหยุด

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจีนมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนถึง 259,027 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2559-2560) โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีทั้งที่มาพร้อมกับกรุ๊ปทัวร์และที่มาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีการซื้อสินค้าและบริการหรือการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะใช้จ่ายผ่านอาลีเพย์ (Alipay) เป็นจำนวนมาก เนื่องจากความสะดวกและปลอดภัยกว่าการจ่ายด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต อย่างไรก็ตามยังไม่มีการศึกษาว่านักท่องเที่ยวจีนเหล่านั้นมีพฤติกรรมการใช้อาลีเพย์ (Alipay) อย่างไรการศึกษาครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้อาลีเพย์ (Alipay) เพื่อชำระค่าสินค้า เพื่อทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเหล่านั้นมีพฤติกรรม

การใช้จ่ายในเรื่องใดบ้าง และสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจและผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเงินในการตัดสินใจใช้อัลipay (Alipay) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอัลipay (Alipay) มีกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดสองเรื่อง ได้แก่

แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory: 6Ws1H) (เอก บุญเจือ และคณะ, 2558) กล่าวถึงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือการใช้บริการของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws1H ได้แก่

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)
2. ผู้บริโภคซื้อ/ใช้บริการอะไร (What dose the consumer buy?)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ/ใช้บริการ (Why does the consumer buy?)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ/ใช้บริการ (Who participates in buying?)
5. ผู้บริโภคซื้อ/ใช้บริการเมื่อไหร่ (When dose the consumer buy?)
6. ผู้บริโภคซื้อ/ใช้บริการที่ไหน (Where does the consumer buy?)
7. ผู้บริโภคซื้อ/ใช้บริการอย่างไร (How does the consumer buy?)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ(The Service Marketing Mix)มีส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการส่วนประสมทางการตลาดมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกัน ประกอบด้วยหลัก 7Ps ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอัลipay (Alipay) โดยใช้ทฤษฎีหลักคือพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ 6Ws1H นอกจากนี้ ยังใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ ธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix) ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญ 7Ps ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเงินในการเลือกชำระค่าสินค้าด้วยอัลipay (Alipay) ในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวเงินที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้อาศัยหรือทำงานที่ประเทศไทยรวมทั้งเคยชำระค่าสินค้าด้วยแอปพลิเคชันอัลipay (Alipay) ในจังหวัดเชียงใหม่ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาก่อนตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) มีจำนวนมากและไม่มีข้อมูลที่แน่นอน ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางของ Seymour Sudman ในจำนวนระหว่าง 200-500 ราย (กฤษณี รื่นรมย์, 2549, หน้า 187) และเนื่องจากอาลีเพย์ (Alipay) เป็นที่รู้จักกันในสังคมจีนซึ่งมีคนจีนใช้กันจำนวนมากในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 500 รายโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยการเก็บแบบสอบถามที่ถูกรอกด้วยตนเองและแบบออนไลน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้คือข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) จำนวน 500 ราย ผู้วิจัยได้เก็บ 100 ชุดเป็นแบบกระดาษในสถานที่ได้แก่ ประตูท่าแพ ห้างสรรพสินค้าเมญา เป็นต้น และอีก 400 ชุดเก็บผ่านอินเทอร์เน็ต ด้วยการสร้างแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์สำหรับสร้างแบบสอบถามโดยเฉพาะ และสร้างรหัส QR ของแบบสอบถามนี้ หลังจากนั้นรหัส QR จะถูกส่งผ่านโปรแกรม WeChat (ซอฟต์แวร์การแชทอย่าง line) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนต้องตกลงที่จะใช้บัญชี WeChat ของตนเองเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์แบบสอบถามก่อนที่พวกเขาจะสามารถตอบได้ บัญชี WeChat แต่ละบัญชีสามารถตอบได้เพียงครั้งเดียว หากใช้บัญชีเดียวกันเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์อีกครั้งทางเว็บไซต์จะไม่อนุญาต

การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยมีการพัฒนาแบบสอบถามเป็นภาษาไทยแล้วนำไปแปลเป็นภาษาจีน ทั้งนี้แบบสอบถามทั้งหมดได้แปลโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ทั้งภาษาไทยและภาษาจีน โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้เป็นคำถามแบบเลือกตอบ
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay)
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay)
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่โดยเป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) จำนวน 500 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าสถิติต่างๆ ในรูปแบบของตารางและกราฟ ดังนี้

- 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.2 เปรียบเทียบข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
- 1.3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวเงินในจังหวัดเชียงใหม่ มีเกณฑ์เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับความสำคัญ

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 26-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และที่อยู่ปัจจุบันอยู่ที่มณฑล GUANG DONG

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวที่เชียงใหม่ในครั้งนี้เป็นระยะเวลา 4-5 วัน มีการชำระค่าข้อปั้งด้วยอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุด ความถี่ในการใช้คือเฉลี่ยวันละสองครั้งขึ้นไป ราคาสินค้าสูงสุดที่ชำระด้วยอาลีเพย์ (Alipay) คือ 2,001-5,000 บาท ราคาสินค้าต่ำสุดที่ชำระด้วยอาลีเพย์ (Alipay) คือ ต่ำกว่า 100 บาท ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้อาลีเพย์ (Alipay) คือ แอปพลิเคชันมิโปรโมชั่น ช่วงเวลาที่นิยมใช้ คือ 12.01-18.00 น. ช่องทางที่นิยมใช้ คือ สแกน QR CODE สถานที่ที่นิยมใช้ คือ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ช่องทางที่รู้ว่าสามารถใช้อาลีเพย์ (Alipay) ได้ คือ ร้านค้าต่างๆ แนะนำ วิธีอื่นที่เคยใช้ซึ่งนอกเหนือจากอาลีเพย์ (Alipay) คือ เงินสด ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้ คือ เงินสดไม่พอ จำนวนครั้งทั้งหมดที่ใช้ คือ มากกว่า 6 ครั้ง ความพึงพอใจต่อการใช้อยู่ในระดับมาก จะแนะนำเพื่อนมาใช้ด้วย

ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในระดับมากคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

- 1.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือการมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลในระดับสูง ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ การใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว รองลงมาคือ การพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และบริการมีความหลากหลาย
- 1.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ การไม่มีค่าธรรมเนียมการใช้บริการเมื่อแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี รองลงมาคือ มีอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม และการไม่มีค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า
- 1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ความสามารถในการทำการรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความสามารถในการทำการรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต
- 1.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ การให้ส่วนลดและสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ซื้อสองแถมหนึ่ง รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ
- 1.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเต็มใจในการให้บริการในการชำระค่าสินค้าผ่านอาลีเพย์ (Alipay)

ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ พนักงานของร้านค้าต่างๆ ยินดีรับการชำระค่าสินค้าผ่านอาลีเพย์ (Alipay)

- 1.6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ ขั้นตอนในการใช้อาลีเพย์ (Alipay) ชำระค่าสินค้าเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ขั้นตอนในการดาวน์โหลดและการสมัครใช้บริการอาลีเพย์ (Alipay) ไม่ยุ่งยาก
- 1.7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ กราฟฟิกส์ของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) น่าสนใจ รองลงมาคือ การออกแบบของหน้าการชำระเงินของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เรียบง่าย

อภิปรายผลการศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาจิริย์ เหลียงประดิษฐ์ (2559) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑลที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ เพศหญิงการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

ส่วนพฤติกรรมชำระเงิน กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) เพื่อใช้แทนเงินสดสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาจิริย์ เหลียงประดิษฐ์ (2559) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ e-Money มากที่สุดเพื่อใช้แทนเงินสด เวลาที่ใช้ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุดคือช่วง12.01-18.00 น. สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาจิริย์ เหลียงประดิษฐ์ (2559) ที่ทำการ ศึกษารื่องพฤติกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า เวลาในการชำระเงินมากที่สุดคือ 16.01-20.00 น. รองลงมาคือ 12.01-16.00น.จำนวนครั้งที่ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุดคือ มากกว่า 6 ครั้งต่อเที่ยวซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาจิริย์ เหลียงประดิษฐ์ (2559) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในกรุงเทพฯและปริมณฑลที่พบว่า มีการชำระเงิน 3-4 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ส่วนปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ การไม่มีค่าธรรมเนียมการใช้บริการเมื่อแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2558) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมเมื่อใช้บริการ

ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลในอันดับแรกคือ ความสามารถในการทำการรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2558) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการความรวดเร็วของระบบเปิดให้บริการ24ชั่วโมงทำให้เกิดความสะดวกตลอดเวลา

ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) โดยรวมในระดับมากปัจจัยย่อยที่มีผลในอันดับแรกคือ การให้ส่วนลดและสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ซื้อสองแถมหนึ่งซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยะฉัตร จัยสิน (2558) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ของประชาชนในเขตปริมณฑลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากคือการโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี ป้ายโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในจังหวัดเชียงใหม่สามารถนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้ดังนี้

1. สำหรับอาลีเพย์ (Alipay)

- 1.1 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) เพราะเงินสดไม่พอและการมีโปรโมชั่นต่างๆ และส่วนใหญ่รู้ว่าสามารถชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในจังหวัดเชียงใหม่โดยร้านค้าต่างๆ แนะนำ ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างต่อเนื่องโดยให้ส่วนลดและโฆษณาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 1.2 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) ชำระค่าสินค้าต่ำกว่า 100 บาท เพราะไม่มีค่าธรรมเนียม ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรร่วมมือกับร้านค้าทั่วไปตามท้องถนนเพื่อให้ครอบคลุมการบริโภคประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ให้มากที่สุด
- 1.3 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้วิธีสแกน QR Code และใช้ที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตโดยใช้เป็นค่าช้อปปิ้งเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต และพยายามที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนในขณะที่ชำระค่าสินค้าในห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต อย่างเช่น จัดทำคำแนะนำเพิ่มเติม จัดทำคำอธิบายเป็นภาษาจีนเพิ่มเติม เป็นต้น
- 1.4 เนื่องจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุที่มากกว่าจะมีการใช้จ่ายด้วยอาลีเพย์ (Alipay) สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุน้อยกว่า ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเหล่านี้และใช้มาตรการที่สอดคล้องกัน เช่น การใช้ระบบสมาชิกหรือระบบสะสมคะแนน เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) อย่างต่อเนื่อง
- 1.5 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในด้านราคาซึ่งประกอบด้วยการไม่มีค่าธรรมเนียมการใช้บริการเมื่อแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การไม่มีค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า และอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรรักษาอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องและไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ เพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า
- 1.6 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และความสามารถในการทำรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้น อาลีเพย์ (Alipay) ควรปรับปรุงคุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถชำระค่าสินค้าได้แบบออฟไลน์

2. สำหรับสถานประกอบการ

- 2.1 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) เพราะเงินสดไม่พอและการมีโปรโมชั่นต่างๆ และส่วนใหญ่รู้ว่าสามารถชำระค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในจังหวัดเชียงใหม่โดยร้านค้าต่างๆ แนะนำ ดังนั้น สถานประกอบการควรร่วมมือกับแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในการทำโปรโมชั่นสำหรับการชำระค่าสินค้าและตั้งป้ายของอาลีเพย์ (Alipay) เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวจีน
- 2.2 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อาลีเพย์ (Alipay) ชำระค่าสินค้าต่ำกว่า 100 บาท เพราะไม่มีค่าธรรมเนียม ดังนั้น สถานประกอบการควรสนับสนุนการใช้อาลีเพย์ (Alipay) ในการชำระค่าสินค้าได้ไม่ว่าสินค้าจะมีราคาเท่าใด
- 2.3 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้วิธีสแกน QR Code และใช้ที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตโดยใช้เป็นค่าช้อปปิ้งเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น สถานประกอบการควรแนะนำลูกค้าให้ใช้อาลีเพย์ (Alipay) ชำระค่าสินค้าแบบปากต่อปากและติดป้ายโฆษณาด้วย
- 2.4 เนื่องจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุที่มากกว่าจะมีการใช้จ่ายด้วยอาลีเพย์ (Alipay) สูงกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุที่น้อยกว่า ดังนั้น สถานประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเหล่านี้และสามารถตั้งระบบสมาชิกหรือระบบสะสมคะแนนของตนเอง เพื่อกระตุ้นผู้ใช้เหล่านี้ให้ใช้ชำระค่าสินค้าที่ร้านค้าตนเองด้วยอาลีเพย์ (Alipay) อย่างต่อเนื่อง
- 2.5 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในด้านราคาซึ่งประกอบด้วยการไม่มีค่าธรรมเนียมการใช้บริการเมื่อแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การไม่มีค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้า และอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม ดังนั้น สถานประกอบการไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มในส่วนจากร้านค้า ร้านค้าต้องชำระค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารของตนเองในการรับค่าสินค้าจากอาลีเพย์ (Alipay) หากต้องการเก็บค่าธรรมเนียมในส่วนนี้ ก็ควรกำหนดให้เก็บเฉพาะคนที่ซื้อด้วยจำนวนน้อยกว่าเท่าไร (เหมือนการจ่ายด้วยบัตรเครดิต)
- 2.6 เนื่องจากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และความสามารถในการทำรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้น สถานประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้บนโทรศัพท์เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเหล่านี้ไม่ต้องกังวลเรื่องไม่มีอินเทอร์เน็ตและไม่สามารถจ่ายค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ได้ เช่นการมีคอมพิวเตอร์หรือแท็บเล็ตให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ในการจ่ายค่าสินค้าด้วยอาลีเพย์ (Alipay) ในสถานประกอบการที่เน้นนักท่องเที่ยวจีนเป็นส่วนใหญ่

บรรณานุกรม

- กฤษสิริ รื่นรัมย์. (2549). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จรัสพิสิษฐ์ จำงพันธ์. (2559). *อาลีเพย์เปิดตัว 7 พันมิตรธุรกิจไทยชำระเงินซื้อสินค้ารองรับทัวร์จีน*. สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/96230>
- ปาจริย เหลียงประดิษฐ์. (2559). *พฤติกรรมทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. (การค้นคว้าแบบอิสระคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต).

- ปิยะฉัตร จัยสิน. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ของประชาชนในเขตปริมณฑล*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิภาวรรณ มโนปราชญ์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2559). *ข้อมูลสถิติจังหวัดเชียงใหม่ปี 2559*. สืบค้นจาก <http://cm-mots.com/download/view/1417593562.html>
- เอก บุญเจือ และคณะ. (2558). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Liu, Tingting. (2017). Impact of China Mobile Payment on Tourism Development in Southeast Asian Countries Taking Alipay as an Example. *Electronic Business 2018*, (02), 25-26.
- IRResearch. (2019). *2018-China Third Party Payment Industry Research Report*. Retrived from <https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3337&isfree=0>
- PaySpace. (2019). *The truth about third-party payment processing*. Retrived from <https://payspacelv.com/blog/third-party-payment-processing/>