



## สารนิพนธ์

เรื่อง การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน :  
กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

โดย

นางสาวอุมภรณ์ ทองเขียว

รหัสนักศึกษา 05580645

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



## สารนิพนธ์

เรื่อง การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน :  
กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

โดย

นางสาวอุมภรณ์ ทองเขียว

รหัสนักศึกษา 05580645

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อสารนิพนธ์	การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์
ผู้เขียน	นางสาวอุมาภรณ์ ทองเขียว
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ ดร. สุวีพร จรุงชนะกิจ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทลักษณะ และตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำอาลีเพย์มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ตลอดจนพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านอาลีเพย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้า โดยศึกษาจากงานวิจัยรวมทั้งบทความต่างๆ และได้รวบรวมข้อมูลด้วยการเดินสำรวจ สัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถามให้ร้านค้า จำนวน 20 ร้าน โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 จากนั้นนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบบรรยาย แผนที่ และสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีบริการจ่ายผ่านอาลีเพย์ส่วนใหญ่คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และร้านขายของที่ระลึก ลักษณะเป็นร้านค้าแบบปิด มีรูปแบบเป็นตึกแถวย้อนยุค ขนาดประมาณ 1 คูหา มีสินค้าหลากหลาย ตำแหน่งที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่บริเวณท่ามหาราช ถนนข้าวสาร และวัดพระแก้ว ร้านค้าส่วนมากเริ่มติดตั้งอาลีเพย์มาแล้ว 7 เดือน-1 ปี สาเหตุที่ติดตั้งเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ร้านค้าส่วนใหญ่มีชาวจีนมาใช้บริการผ่านอาลีเพย์ทุกวัน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงบ่าย และซื้อสินค้าประมาณ 300-500 บาทต่อครั้ง และยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ประทับใจเมื่อเห็นอาลีเพย์ให้บริการ และพบว่าวัยทำงานมักใช้บริการอาลีเพย์มากกว่าวัยอื่นๆ

**คำสำคัญ :** อาลีเพย์, ระบบการชำระเงินออนไลน์, นักท่องเที่ยวชาวจีน, เกาะรัตนโกสินทร์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของอาจารย์ ดร.สุริพร จรุงธนะกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำกับผู้วิจัย ในการดำเนินการวิจัยให้มีเนื้อหาที่ถูกต้องและสมบูรณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการทำแบบสอบถามอันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณคุณพ่อคุณแม่ และครอบครัว ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกเรื่องจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จ และประกอบเป็นสารนิพนธ์ที่สมบูรณ์

ขอขอบคุณคณาจารย์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และช่วยให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเช่นกัน

อุมาภรณ์ ทองเขียว

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	3
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ระบบการชำระเงิน.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ โฆษณาแอปพลิเคชัน (Mobile Application).....	10
2.3 แนวคิดการชำระเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment).....	11
2.4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาลีเพย์ (Alipay).....	16
2.5 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์.....	19
2.6 งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง.....	28
3. วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.2 วิธีการศึกษา.....	38
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	39
3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

บทที่	หน้า
4. ผลการศึกษา	
4.1 ประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	41
4.2 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลี เพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	45
4.3 พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาว จีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์.....	74
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	87
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	90
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	93
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	94
บรรณานุกรม.....	95
ภาคผนวก.....	99
ประวัติผู้วิจัย.....	107

## สารบัญญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 การชำระเงินในประเทศไทย.....	6
2 แผนที่เกาะรัตน โกสินทร์.....	20
3 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม.....	23
4 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราชวรมหาวิหาร.....	24
5 มิวเซียมสยาม.....	24
6 ถนนข้าวสาร.....	25
7 ถนนพระอาทิตย์.....	26
8 วัดอรุณราชวราราม.....	26
9 ท่ามหาราช.....	27
10 ตลาดวังหลัง.....	27
11 แผนภูมิแสดงการแทรกซึมของ Mobile Payment ของนักท่องเที่ยวจีนระหว่างกา ท่องเที่ยวในต่างประเทศ.....	29
12 แผนภูมิแสดงการใช้วิธีใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปรียบเทียบกับ นักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ชาวจีนในการท่องเที่ยวต่างประเทศ.....	30
13 แผนที่การเดินทางร้านค้าร้านค้าบริเวณเกาะรัตน โกสินทร์ที่มีการนำ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	45
14 แผนที่ร้าน Sense of Thai.....	46
15 หน้าร้าน Sense of Thai.....	46
16 ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Sense of Thai.....	47
17 แผนที่ร้าน Pomme Accessory.....	47
18 หน้าร้าน Pomme Accessory .....	48
19 ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Pomme Accessory.....	48
20 แผนที่ร้าน Favour'café.....	49
21 ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Favour'café.....	49
22 แผนที่ร้าน Health me ท่ามหาราช.....	50

ภาพที่		หน้า
23	หน้าร้าน Health me ท่ามหาราช.....	50
24	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Health me ท่ามหาราช.....	51
25	แผนที่ร้าน Creamery.....	51
26	หน้าร้าน Creamery.....	52
27	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Creamery.....	52
28	แผนที่ร้าน Itim Lamoon.....	53
29	หน้าร้าน Itim Lamoon.....	53
30	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Itim Lamoon.....	54
31	แผนที่ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa) .....	54
32	หน้าร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa) .....	55
33	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa).....	55
34	แผนที่ร้าน Chaopraya tourist boat.....	56
35	หน้าร้าน Chaopraya tourist boat.....	56
36	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Chaopraya tourist boat.....	57
37	แผนที่ร้าน Supatra Boat.....	57
38	หน้าร้าน Supatra Boat.....	58
39	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Supatra Boat.....	58
40	แผนที่ร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช.....	59
41	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช.....	59
42	แผนที่ร้าน ข้าวสารสปา.....	60
43	หน้าร้าน ข้าวสารสปา.....	60
44	หน้าร้าน ข้าวสารสปา.....	61
45	แผนที่ร้าน Bee Hair Shop.....	61
46	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Bee Hair Shop.....	62
47	หน้าร้าน Bee Hair Shop.....	62
48	แผนที่ร้าน Alpaca / Thaiyarin.....	63
49	หน้าร้าน Alpaca / Thaiyarin.....	63
50	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Alpaca / Thaiyarin.....	64



ภาพที่	หน้า
51	แผนที่ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน..... 64
52	หน้าร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน..... 65
53	นักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังแสกนจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ภายในร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน..... 65
54	แผนที่ร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน..... 66
55	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน.... 66
56	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay)ภายในร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน..... 67
57	แผนที่ร้าน Mommade shop..... 67
58	หน้าร้าน Mommade shop..... 68
59	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Mommade shop..... 68
60	แผนที่ร้าน 20twenty..... 69
61	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน 20twenty..... 69
62	ป้าย QR Code สำหรับแสกนจ่ายเงินภายในร้าน 20twenty..... 70
63	แผนที่ร้าน แวนตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์..... 70
64	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้านแวนตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์..... 71
65	แผนที่ร้าน Café Velodome..... 71
66	หน้าร้าน Café Velodome..... 72
67	ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Café Velodome..... 72
68	แผนที่ร้าน Edible Café..... 73
69	หน้าร้าน Edible Café..... 73
70	ในร้าน Edible Café..... 74

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางแจกแจงความถี่ประเภทของร้านค้า.....	75
2 ตารางแจกแจงความถี่ที่ตั้งของร้านค้า.....	75
3 ตารางแจกแจงความถี่ระยะเวลาที่เปิดร้าน.....	76
4 ตารางแจกแจงความถี่ระยะเวลาที่เริ่มติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน อาลีเพย์(Alipay).....	76
5 ตารางแจกแจงความถี่สาเหตุที่ติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) .....	77
6 ตารางแจกแจงความถี่ปัญหาที่เคยได้รับเกี่ยวกับการรับชำระเงินผ่าน แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay).....	78
7 ตารางแจกแจงความถี่ธนาคารที่ใช้บริการในการดำเนินการรับชำระเงินผ่าน แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) .....	78
8 ตารางแจกแจงความถี่ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)เป็นอย่างไร.....	79
9 ตารางแจกแจงความถี่ข้อดีหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลี เพย์(Alipay).....	79
10 ตารางแจกแจงความถี่ข้อเสียหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน อาลีเพย์(Alipay).....	80
11 ตารางแจกแจงความถี่ของนักท่องเที่ยวเงินที่มาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในร้านค้า.....	80
12 ตารางแจกแจงความถี่วันที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุด.....	81
13 ตารางแจกแจงความถี่ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลี เพย์(Alipay) มากที่สุด.....	82
14 ตารางแจกแจงความถี่ประเภทของสินค้าที่นักท่องเที่ยวเงินเลือกซื้อจากร้านค้า มากที่สุด.....	82

ตารางที่	หน้า
15	ตารางแจกแจงความถี่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)..... 83
16	ตารางแจกแจงความถี่ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวจีนเมื่อเห็นแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) ให้บริการภายในร้าน..... 83
17	ตารางแจกแจงความถี่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) เมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า..... 84
18	ตารางแจกแจงความถี่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆเมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า..... 85
19	ตารางแจกแจงความถี่กลุ่มของนักท่องเที่ยวจีนที่เข้าร้านค้ามากที่สุด..... 85
20	ตารางแจกแจงความถี่ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาในร้านค้ามากที่สุด..... 86
21	ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)ในร้านค้ามากที่สุด..... 86

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันสังคมไร้เงินสดเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศจีน จนทำให้ประเทศจีนกลายเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการชำระเงินด้วยโทรศัพท์มือถือ นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 ยอดการใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศจีน มีมูลค่าสูงถึง 35.33 ล้านล้านหยวน (5.61 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ) และคาดว่าจะพุ่งสูงถึง 295.99 ล้านล้านหยวน (47 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ) ในปี ค.ศ. 2019 (คชาราชวารีสุนทร, 2561)

ชาวจีนส่วนใหญ่ใช้จ่ายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เป็นจำนวนมากเกือบหนึ่งพันล้านคน แอปพลิเคชันที่ชาวจีนใช้มากเป็นอันดับต้นๆคือ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) โดยได้รับความนิยมจากการที่ชาวจีนมักซื้อสินค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดียของจีน เมื่อกลุ่มอาลีบาบา (Alibaba) เจ้าของระบบอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ที่สุดของโลกได้นำระบบการชำระเงินออนไลน์ที่เรียกว่าอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้ในการชำระเงินของลูกค้าในเว็บไซต์ Taobao.com เมื่อปี ค.ศ. 2004 จนต่อ ยอดเป็นระบบ Mobile Payment และแอปพลิเคชันขนาดใหญ่ที่มีผู้ใช้งานมากถึง 520 ล้านราย (อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล, 2560)

เมื่อการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดเป็นสิ่งที่คนจีนนิยมปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวตามประเทศต่างๆทั่วโลก ประเทศเหล่านั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวและใช้เครื่องมือทางการเงินรองรับพฤติกรรมดังกล่าวของชาวจีน เพื่อความสะดวกสบายและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนที่มาเยือน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนคนมาก และเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยได้อย่างมหาศาลในแต่ละปี นักท่องเที่ยวชาวจีนจึงมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้น การอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเยือนไทยจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องสร้างเพื่อรองรับการเข้ามาเที่ยวของคนจีน อีกทั้งบริษัท ห้างร้าน หรือองค์กรเอกชนต่างๆ ต่างก็ให้ความสนใจต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจีนในหลายด้าน เช่น การใช้ภาษาจีนกำกับข้อความ

บนป้ายหรือเอกสารต่างๆ การขายสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันสิ่งที่สำคัญและจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันของชาวจีนเช่นการใช้จ่ายซื้อของผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านค้าในไทยต้องเตรียมรองรับ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี

จากข้อมูลในเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวไทยราว 2,750,000 คน เพิ่มขึ้น 6.35% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทย 2,750,000 คนนั้น เป็นชาวจีนมากที่สุดที่ 869,000 คน คิดเป็น 31.60% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด เพิ่มขึ้น 14% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 ตัวเลขการใช้จ่ายใช้สอยนั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยใช้จ่ายเงินประมาณ 137,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 จากจำนวนนี้เป็นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงถึง 46,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19% (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

จากผลการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี 2558-2559 นั้น ซึ่งสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 1,900 ตัวอย่าง โดยแบ่งกลุ่มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนออกเป็น 2 แบบ คือ มาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมากับกรุ๊ปทัวร์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปที่กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี กระบี่ และสุราษฎร์ธานี โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักเป็นการชมวิถีชีวิต วัฒนธรรม และแสงสียามค่ำคืนในกรุงเทพฯ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติที่เชียงใหม่ ผจญภัยและดำน้ำดูปะการังที่ภูเก็ตและกระบี่ (สรรเพชญ์ ภูมรินทร์ , อานนท์ ศักดิ์วีระวิชัย, 2560)

จากข้อมูลข้างต้น เห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเยือนเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทย และหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของพระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ท่ามหาราช ถนนข้าวสาร รวมทั้งสถานที่สำคัญต่างๆที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของประเทศไทยอีกมากมาย ซึ่งการมาเที่ยวบริเวณนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมความสวยงามอันวิจิตรตระการตาของพระบรมมหาราชวัง ประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของคนไทยในเมืองกรุง และได้ซื้อสินค้าของที่ระลึกมากมาย ดังนั้น บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์จึงมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นส่วนใหญ่ จากสถิติมีนักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 20,000 คนต่อวัน ที่เข้าไปท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้ว (ไทยพับลิก้า, 2559) และมีการใช้จ่ายใช้สอยในร้านค้าบริเวณโดยรอบ เพราะฉะนั้นร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์จึงต้องอำนวยความสะดวก

สะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้แอปพลิเคชันนี้ใช้จ่ายเงิน เป็นปกติในประเทศจีนอยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อมาท่องเที่ยวยังต่างประเทศถ้าหากร้านค้าในประเทศนั้นๆ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องนี้ ก็อาจทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและสะดวกมากขึ้น เห็นได้ว่าการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้ในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์จึง ขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจีนนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณนี้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเรื่องการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้ในร้านค้า เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนในไทยว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด รวมถึงศึกษาพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่มาใช้แอปพลิเคชันนี้ในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

## 1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.2.2 เพื่อศึกษาคำแนะนำที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลี เพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาว จีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.3.2 ทำให้ทราบถึงคำแนะนำที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.3.3 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาโดยการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการ สังเกตการณ์ที่ร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มารองรับ นักท่องเที่ยวชาวจีน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

## 1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 แอปพลิเคชัน (Application) หรือ ในภาษาไทยเรียกว่า ระบบประยุกต์, โปรแกรม ประยุกต์, การประยุกต์ หรือ งานประยุกต์ สามารถเรียกแบบย่อได้ว่า แอป หมายถึง โปรแกรมที่ อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่ออกแบบมาสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งในแต่ละ

ระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน โดยในงานวิจัยฉบับนี้ขอใช้คำว่า แอปพลิเคชัน เพื่อสร้างความเข้าใจโดยทั่วกัน

1.5.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ,อีคอมเมิร์ซ (Electronic Commerce หรือ e-Commerce) หมายถึง การทำการซื้อขาย (Transaction) สินค้าหรือบริการ โดยส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือส่งผ่านอุปกรณ์สื่อสารทุกประเภทที่สามารถโต้ตอบกันได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีสินค้าและบริการให้เลือกมากมายหลายประเภทมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว หรือเสียงที่เหมือนจริงสามารถซื้อหาสินค้าด้วยวิธีที่สะดวกสบายและประหยัดค่าใช้จ่าย

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ มีการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีแนวความคิดที่มาใช้ดังนี้

- 2.1 ระบบการชำระเงิน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)
- 2.3 แนวคิดการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)
- 2.4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาลีเพย์ (Alipay)
- 2.5 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์
- 2.6 งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ระบบการชำระเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการชำระเงินไว้ดังนี้

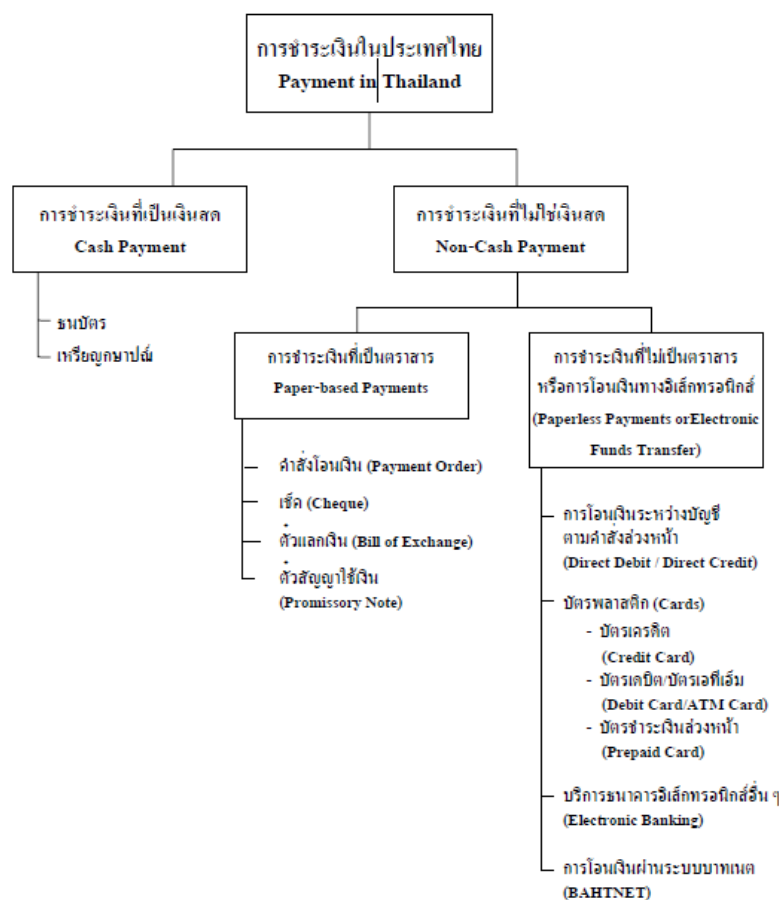
แบบการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงิน เพื่อชำระราคา ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. องค์กรและบุคคล หมายถึง ผู้จ่ายเงิน ผู้รับเงิน และองค์กรในการชำระเงิน
2. กระบวนการภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ ธรรมเนียมปฏิบัติที่กำหนดบทบาทหน้าที่ ความสัมพันธ์ขององค์กร และบุคคลต่างๆ รวมถึงกลไกการชำระเงินที่เกี่ยวข้อง
3. สื่อการชำระเงินประเภทต่างๆ เช่น เงินสด ตราสารการเงิน บัตรพลาสติก การโอนเงินทางบัญชี

สื่อการชำระเงินที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายได้แก่ เงินสด เนื่องจากมีความสะดวกในการพกพาและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ประกอบกับประชากรในประเทศมีรายได้อาจไม่สูงนัก มูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการตามปกติแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินไม่มาก นอกจากนี้พื้นที่บางส่วนของประเทศที่ไม่ใช่เมืองใหญ่ยังไม่มียุทธศาสตร์การชำระเงินอื่นมาทดแทน เงินสดจึงเป็นเครื่องมือการชำระเงินที่สะดวกที่สุดในขณะนี้ สำหรับสื่อการชำระเงินประเภทอื่นๆ เช่น เช็ค ครีดิทการ์ด ตัวแลกเงิน ตัวสัญญาใช้เงิน ก็ได้มีการนำมาใช้เมื่อระบบเศรษฐกิจขยายตัวขึ้น เกิดระบบธนาคารพาณิชย์เพื่อทำ



หน้าที่เป็นตัวกลางและให้บริการทางการเงิน เช่น การรับฝากเงิน และการโอนเงิน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการส่งมอบ การขนย้าย และ เก็บรักษา รวมทั้งลดภาระในการเก็บรวบรวมเงินสด ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้พัฒนาขึ้น ธนาคารต่างๆ จึงให้บริการแก่ลูกค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น เช่น การฝากถอนต่างสาขา การฝากถอนเงินผ่านเครื่อง ATM การให้บริการบัตรเครดิตต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต และในอนาคตอาจมีการเปิดให้บริการใหม่ ๆ ตามเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น เช่น Internet Banking เป็นต้น



### ภาพที่ 1 การชำระเงินในประเทศไทย

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2542)

#### 2.1.1 ประเภทของสื่อการชำระเงิน

##### 2.1.1.1 สื่อการชำระเงินที่เป็นเงินสด

เงินสดประกอบด้วยธนบัตร และเหรียญกษาปณ์ โดยธนบัตรมีปริมาณร้อยละ 96 ของปริมาณเงินสดทั้งสิ้น ส่วนที่เหลือคือเหรียญกษาปณ์ชนิดราคาต่าง ๆ ที่กระทรวงการคลัง

เป็นผู้ผลิตและนำออกใช้ เงินสดเป็นสื่อการชำระเงินที่เป็นพื้นฐาน และสามารถใช้เป็นดัชนีวัดอำนาจซื้อของประชาชนได้ด้วย จึงนับเป็นส่วนสำคัญของปริมาณเงินตามความหมายแคบ (M1) อันประกอบด้วย เงินสดในมือประชาชนและเงินฝากในบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ธนาคารพาณิชย์

ประเทศไทยยังเป็นสังคมที่มีการใช้เงินสดมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ เห็นได้จากสัดส่วนเฉลี่ยของเงินสดต่อปริมาณเงิน M1 ณ สิ้นปี ในช่วงปี 2536-2540 คิดเป็นร้อยละ 73 การจัดการเกี่ยวกับเงินสด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธนบัตรมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและมีต้นทุนสูงจากการจัดพิมพ์ การเก็บรักษา การขนส่ง การตรวจนับ การคัดแยกธนบัตรชำรุดออกไปทำลาย และกระบวนการรักษาความปลอดภัยในทุกขั้นตอนข้างต้น เมื่อเศรษฐกิจขยายตัวมีความต้องการใช้ธนบัตรหมุนเวียนปริมาณมากขึ้น ต้นทุนดังกล่าวก็จะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นด้วย ภาคธุรกิจก็จะต้องมีภาระต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นด้วยเช่นกัน ซึ่งหากภาระนั้นมีมากเกินไปจนสมควรที่จะเป็นอุปสรรคแก่การดำเนินธุรกิจได้ สังคมที่มีความก้าวหน้าจึงได้พัฒนาสื่อการชำระเงินที่ไม่ใช่เงินสดประเภทต่างๆ ขึ้นใช้แทนเงินสด เพื่อมุ่งหวังให้การทำธุรกิจหรือธุรกรรมซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกมากขึ้นกว่าการใช้เงินสด

#### 2.1.1.2 สื่อการชำระเงินที่ไม่ใช่เงินสด

บัญชีเงินฝากของธนาคารพาณิชย์มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 48 ล้านบัญชี (ณ สิ้นปี 2540) คิดเป็นปริมาณเงินรวม 3.9 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 83 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (GNP) ลูกค้านักธุรกิจสามารถใช้อุปกรณ์ชำระเงินที่เกี่ยวข้องกับบัญชีเงินฝากในการชำระเงินได้สื่อการชำระเงินต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบด้วยสื่อที่เป็นตราสาร เช่น เช็ค ดราฟท์ และสื่อที่ไม่เป็นตราสาร เช่น การหักเงินจากบัญชีเงินฝากตามคำสั่งล่วงหน้า และการใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเอทีเอ็มรวมถึงการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

#### 2.1.1.3 สื่อการชำระเงินที่เป็นตราสาร (Paper-based Payments)

2.1.1.3.1 คำสั่งโอนเงิน เป็นวิธีการชำระเงินที่ลูกค้าของธนาคารสั่งให้ธนาคารโอนเงิน จากบัญชีของตนเพื่อจ่ายเงินจำนวนที่แน่นอนให้แก่ผู้รับเงินหรือเข้าบัญชีที่ธนาคารของผู้รับเงิน โดยทางโทรเลข ไปรษณีย์ วิทยุ หรือทางโทรศัพท์

2.1.1.3.2 เช็ค เป็นตราสารซึ่งบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้สั่งจ่าย สั่งโดยปราศจากเงื่อนไขให้ธนาคารจ่ายเงินจำนวนหนึ่งโดยหักจากบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของตนให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับเงิน เช็คเป็นสื่อการชำระเงินที่เป็นตราสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในระบบการชำระเงินของประเทศไทย เนื่องจากมีความสะดวก สามารถสั่งจ่ายได้โดยไม่จำกัดจำนวนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

2.1.1.1.3 ตัวแลกเงิน เป็นตราสารที่บุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งจ่าย ส่งบุคคลหนึ่งเรียกว่า ผู้จ่าย ให้จ่ายเงินจำนวนที่แน่นอนให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับเงิน ตัวแลกเงินจะออกโดยมีเงื่อนไขและกำหนดเวลาแน่นอนหรือให้ใช้เงินเมื่อทวงถามก็ได้

2.1.1.1.4 ตัวสัญญาใช้เงิน เป็นตราสารที่บุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ออกให้คำมั่นสัญญาว่าจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้รับเงินเมื่อครบกำหนดชำระ โดยจะมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้หรือไม่ก็ได้

2.1.1.4 สื่อการชำระเงินที่ไม่เป็นตราสารหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

เมื่อเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้ในด้านการเงินและการธนาคารเพิ่มขึ้น ธนาคารจึงได้พัฒนาวิธีการชำระเงินจากระบบตราสารมาสู่ระบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking Services) เช่น การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การฝากถอนผ่านเครื่อง ATM การชำระเงิน ณ จุดขาย (Electronic Funds Transfer at Point of Sale หรือ EFTPOS) รวมทั้งระบบ S.W.I.F.T. ซึ่งเป็นการโอนเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น

สื่อการชำระเงินที่ไม่เป็นตราสารหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีใช้อยู่ในประเทศไทย ประกอบด้วย

2.1.1.4.1 การโอนเงินระหว่างบัญชีตามคำสั่งล่วงหน้า เป็นบริการโอนเงินที่ธนาคารพาณิชย์ได้เริ่มให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ตั้งแต่ประมาณปี 2530 โดยเริ่มจากการโอนเงินเดือนหรือค่าจ้างจากบัญชีองค์กร บริษัท ห้างร้านเข้าบัญชีของพนักงานที่เปิดบัญชีไว้ในธนาคารเดียวกันหรือที่เรียกกันว่า บริการ Direct Credit นอกจากนี้ ยังมีบริการที่เรียกว่า Direct Debit นั่นคือ การหักเงินจากบัญชีเพื่อชำระค่าใช้จ่ายรายเดือนที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าสินค้าและบริการจากการใช้บัตรเครดิต เป็นต้น โดยบริการทั้งสองประเภทที่กล่าวถึงนี้ ยังคงเป็นบริการการโอนเงินเฉพาะภายในธนาคารพาณิชย์เดียวกัน ไม่สามารถทำรายการโอนเงินระหว่างบัญชีต่างธนาคารได้ ในเดือนมกราคม ปี 2540 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้เปิดให้บริการ Media Clearing ซึ่งเป็นบริการโอนเงินประเภท Direct Credit และ Direct Debit

2.1.1.4.2 บัตรพลาสติก เป็นสื่อการชำระเงินที่พัฒนามาจากเงินสดและเช็ค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่จะลดการถือเงินสด และเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายที่กว้างขวางบัตรพลาสติก แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะทางกายภาพ คือ บัตรแถบแม่เหล็ก กับบัตรสมาร์ทการ์ด (Smart Card) บัตรแถบแม่เหล็กใช้เทคโนโลยีบันทึกข้อมูลในแถบแม่เหล็กที่ใช้แพร่หลายมานาน ส่วนบัตรสมาร์ทการ์ด เป็นวิวัฒนาการอีกระดับหนึ่งของบัตรพลาสติกโดยการนำ เทคโนโลยีไมโครชิพ มาช่วยในการเก็บข้อมูลแทนการเก็บข้อมูลด้วยแถบแม่เหล็กแบบเดิม ซึ่งมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัยของข้อมูล บัตรสมาร์ทการ์ดถูกออกแบบมาเพื่อ

ป้องกันการปลอมแปลงหรือแก้ไขข้อมูลที่อยู่บัตรได้บันทึกไว้ บัตรสมาร์ทการ์ดมีขนาดใกล้เคียงกับบัตรเครดิตทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานกับอุปกรณ์อ่านข้อมูลบัตรเครดิตได้ด้วย แผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ที่ฝังอยู่ด้านหน้าหรือด้านหลังบัตรทำหน้าที่เก็บข้อมูลและประมวลผลได้ด้วยตัวเอง จึงมีประโยชน์ในการใช้งานลักษณะออฟไลน์ ด้วยคุณสมบัติที่สามารถเก็บข้อมูลจำนวนมากได้นี้ สมาร์ทการ์ดจึงเป็นความหวังของทุกคนที่มองว่าในอนาคตเราจะสามารถเก็บข้อมูลของบัตรประเภทต่าง ๆ และเงินสดไว้ในบัตรเพียงใบเดียวแทนกระเป๋าสตางค์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรประจำตัวประชาชน ข้อมูลสุขภาพ เป็นต้น ปัจจุบันสมาร์ทการ์ดยังมีการใช้อยู่ในวงจำกัด ทั้งนี้เพราะค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง และยังขาดการกำหนดมาตรฐานของบัตรและระบบงานรองรับเพื่อให้บัตรที่ออกมาจากแหล่งต่าง ๆ สามารถใช้ร่วมกันได้

2.1.1.4.3 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ (Electronic Banking Services) นอกจากบริการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วยังมีบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ อีก ซึ่งธนาคารแต่ละแห่งเรียกแตกต่างกันเช่น Office Banking , Home Banking หรือ Tele Banking เป็นบริการที่ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลด้านการเงินของคนที่เกี่ยวกับบริการธนาคารและข้อมูลอื่น ๆ ที่ธนาคารสามารถจัดให้ทันทีที่ต้องการได้โดยไม่ต้องไปติดต่อ ณ สำนักงานธนาคารด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่นำมาเชื่อมโยงกับเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเพื่อใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking Services) ลูกค้าจะได้รับรหัสประจำ ตัวผู้ให้บริการซึ่งเปรียบเสมือนกุญแจที่ไขเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคาร ระบบจะรับคำสั่งดังกล่าวมาทำการตรวจสอบสิทธิและอำนาจของผู้ทำรายการต่าง ๆ เช่น การสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี การขอเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต การโอนเงินและการชำระเงิน เป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้พัฒนาเครือข่ายของธนาคารในการให้บริการกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ และลูกค้าผู้นำเข้าและส่งออกสินค้าเพื่อให้สามารถทำรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองเข้าถึงเครือข่ายของธนาคารบน Internet

2.1.1.4.4 การโอนเงินผ่านระบบบาทเน็ต เป็นระบบการโอนเงินมูลค่าสูงด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้บริการแก่ธนาคารและสถาบันการเงินซึ่งมีเงินฝากอยู่ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยในการโอนเงินในบัญชีเงินฝากของตนไปเข้าบัญชีของสถาบันอื่น ระบบบาทเน็ตยังมีบริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม ซึ่งธนาคารสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการโอนเงินไปธนาคารอื่นเพื่อให้ นำเข้าบัญชีของผู้รับประโยชน์ที่ธนาคารนั้น ประชาชนทั่วไปและองค์กรธุรกิจต่าง ๆ สามารถติดต่อขอใช้บริการผ่านธนาคารที่ตนมีเงินฝากไปเข้าบัญชีของผู้รับเงินที่ธนาคารต่าง ๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร

## 2.1.2 พัฒนาการใหม่ ๆ ในระบบการชำระเงิน

### 2.1.2.1 ระบบการโอนเงินรายย่อยแบบออนไลน์

บริการโอนเงินรายย่อยแบบออนไลน์ หรือบริการ On-line Retail Funds Transfer (ORFT) เป็นระบบการโอนเงินรายย่อยข้ามธนาคารที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มอบหมายนโยบายแก่สมาคมธนาคารไทยให้รับผิดชอบในการพัฒนา ระบบ ORFT เป็นการพัฒนาเพิ่มเติมจากระบบ ATM โดยเป็นบริการการโอนเงินข้ามธนาคารที่เครื่อง ATM ซึ่งผู้โอนจะถูกตัดเงินในบัญชีทันที และผู้รับโอนจะได้รับเงินเข้าบัญชีในเวลาเดียวกันสำหรับแนวทางการดำเนินงานในระยะแรก ผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารต้องโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารเจ้าของบัตรเพื่อเข้าบัญชีของผู้ถือบัตรหรือผู้รับเงินที่ธนาคารอื่นส่วนในระยะต่อไปจะขยายขอบเขตการให้บริการให้ใช้ผ่านเครื่อง ATM ต่างธนาคารได้

### 2.1.2.2 การชำระเงินในธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)

วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการพาณิชย์ที่เรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Commerce ในกระบวนการธุรกรรมทางพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น ปัจจัยประการสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสมบูรณ์ได้ คือ ระบบการชำระเงิน ซึ่งมี 2 รูปแบบ ได้แก่

2.1.2.2.1 การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยการใช้เทคโนโลยีเสริมสร้างความปลอดภัย

2.1.2.2.2 การใช้วิธีการชำระเงินที่เป็นตราสาร เช่น เช็ค หรือ การโอนเงินผ่านธนาคาร

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)

โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือ Mobile Application ประกอบขึ้นด้วยคำสั่งคือ Mobile กับ Application ซึ่งมีความหมายดังนี้ (สุชาติ พลาชัยภิรมย์ศิริ, 2556, อ้างถึงในวรรณพร หวลมานพ, 2558, น. 23)

คำว่า Mobile หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพาซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์แล้ว ปัจจุบันยังสามารถทำงานได้คล้ายคลึงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่สามารถพกพาได้จึงมีคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบาใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ปัจจุบันมักทำหน้าที่ได้หลายอย่าง เช่น ติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคอมพิวเตอร์ได้ และที่สำคัญคือสามารถเพิ่มหน้าที่ (Function) การทำงานได้ ส่วนแอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดยแอปพลิเคชัน (Application) จะต้อง

มีส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งานต่างๆ Mobile Application จึงหมายถึง แอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการช่วยการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันจะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (OS) ที่แตกต่างกันออกไปบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตต่างๆ โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่

โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งในที่นี้จะใช้คำว่าโมบายแอปพลิเคชัน ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกที่ทุกเวลาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา โดยเฉพาะเทคโนโลยีสื่อสารความเร็วสูงไร้สาย ทำให้นักพัฒนาโปรแกรมได้คิดค้นโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ และตอบสนองความต้องการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ และตอบสนองความต้องการใช้แอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันการใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่นั้นได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักมาจากอุปกรณ์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ที่มีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย ประเภทของโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสาร (Communication Application) แอปพลิเคชันเพื่อรองรับการใช้งานมัลติมีเดีย (Multimedia Application) แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Application) และแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย (Utility Application)

### 2.3 แนวคิดการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)

การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) เป็นการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์มือถือ โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อในการโอนเงิน หรือชำระเงินให้แก่ร้านค้ารวมทั้งการชำระค่าสินค้า หรือ บริการต่าง ๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

มหานครสาส์น พ.ศ. 2549 กล่าวถึงแนวคิดและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางเครือข่ายไร้สายหรือโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ไว้ว่า การจ่ายเงินผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารไร้สายหรือ Mobile Payment โดยทั่วไปถูกมองเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ Wireless LAN (หรือ Wi-Fi) หรือ Bluetooth ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำธุรกรรมนั้นจะต้องมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารแบบไร้สายด้วย เช่น โทรศัพท์มือถือ

เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่าย Wireless LAN (หรือ Wi-Fi) หรือมีอุปกรณ์ต่อพ่วงที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายโทรศัพท์มือถือผ่านทาง GPRS พ็อกเก็ตพีซี หรือปาล์ม เป็นต้น

การชำระเงินด้วย Mobile Payment นั้นสามารถทำได้หลายวิธี ยกตัวอย่างเช่น ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย WAP (Wireless Application Protocol) หรือเครือข่ายเว็บ อุปกรณ์ที่ใช้จะต้องรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น โทรศัพท์มือถือที่รองรับ WAP พ็อกเก็ตพีซีโฟนหรือพ็อกเก็ตพีซีและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่รองรับ Wi-Fi เป็นต้น ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือด้วย SMS หรือ MMS อุปกรณ์ที่ใช้จะเป็นสามารถส่ง SMS หรือ MMS ได้ เช่น โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ผ่านทาง RFID ซึ่งเป็นคลื่นสัญญาณวิทยุในระยะใกล้ อุปกรณ์ที่ใช้จะมีการติดตั้งชิปหรือสมาร์ทการ์ดแบบ Proximity ที่ใช้งานโดยการนำไปจ่อบริเวณใกล้กับเครื่องรับสัญญาณ เป็นต้น

#### ประเภทของ Mobile Payment

มหานครสาส์น พ.ศ. 2549 ได้แบ่งประเภทของ Mobile Payment ได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ Mobile Payment แบบหักเงินจากบัญชีผู้ใช้ (Account-based Mobile Payment หรือ AMP) และ Mobile Payment แบบใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Token-based Mobile Payment หรือ TMP) โดยที่แบ่งตามลักษณะของระบบการตรวจสอบการชำระเงิน ในระบบ AMP การชำระเงินทุกครั้งจะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุญาตจากสถาบันการเงินที่ผู้ใช้ขอเปิดใช้บริการดังกล่าว เช่น ธนาคารหรือบริษัทบัตรเครดิต เป็นต้น ตัวอย่างของการจ่ายเงินประเภทนี้ได้แก่ ระบบ Mobile Payment แบบหักเงินจากบัตรเครดิต โดยที่การส่งจ่ายเงินแต่ละครั้งจะต้องได้รับการตรวจสอบจากสถาบันการเงินผู้ถือบัตรเครดิตให้แก่ผู้ใช้ สำหรับระบบชำระเงินแบบ TMP นั้นเป็นระบบที่ผู้ใช้เสมือนว่าจะใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในการชำระค่าสินค้าและบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ในที่นี้อาจอยู่ในรูปของเงินสดหรือเหรียญอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic cash (E-Cash) หรือ Electronic Coins (E-Coins)) โดยที่ก่อนใช้งาน ผู้ใช้บริการจะต้องทำการแลกเงินอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เงินเหล่านี้จะถูกเก็บไว้ในกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Wallet หรือ E-Wallet) การแลกเงินและเติมเงินใส่ E-Wallet นั้นสามารถทำได้ผ่านทาง ATM เมื่อผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวนเงินใน E-Wallet จะลดลง เมื่อเงินหมดผู้ใช้จะต้องเติมเงินเพิ่มด้วยวิธีการเดียวกัน E-Wallet สามารถถูกเก็บไว้กับระบบหรือเก็บไว้กับตัวผู้ใช้ก็ได้ นอกจากนี้การชำระเงินแบบ TMP ยังสามารถใช้งานในรูปแบบของบัตรเงินสด ที่ผู้ใช้บริการเพียงแค่นำไปซื้อตามร้านสะดวกซื้อใดๆ ก็ได้ บัตรดังกล่าวจะมีรหัสที่อ้างอิงกับบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ระบบเก็บไว้ และจะลดลงทุกครั้งที่ใช้เข้าไปซื้อสินค้าหรือบริการ วิธีการใช้งานสามารถทำได้โดยการโทรศัพท์เข้าระบบตอบรับอัตโนมัติ แจ้งหมายเลขบัตรและรหัสนับเงินที่ได้ตั้งค่าไว้ล่วงหน้า

ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยได้แบ่งประเภทของ Mobile payment ไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1. mCommerce ซึ่งเหมือนการซื้อขายของทางเว็บไซต์ทั่ว ๆ ไปแต่ทำในมือถือ

2. mWallet คือให้คนพกมือถือแทนกระเป๋าตังค์ ไม่ต้องพกเงินสดออกจากบ้าน โดยที่ก่อนใช้งาน ผู้ใช้บริการจะต้องแลกเงินอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เงินเหล่านี้จะถูกเก็บไว้ในกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ mWallet การแลกเงินและเติมเงินใส่ mWallet นั้นสามารถทำได้ผ่านทาง ATM เมื่อผู้ให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการจำนวนเงินใน mWallet จะลดลงไปเรื่อยๆ เมื่อเงินหมดผู้ใช้จะต้องเติมเงินเพิ่มด้วยวิธีการเดียวกัน

3. mPayment หมายถึงการออกไปซื้อของตามร้าน จ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ แทนที่จะรูดด้วยบัตรแบบเดิมๆ โดยอาจอิงกับแถบ Barcode, QR Code หรือไม้กึ่งผ่านระบบ NFC, RFID

ทั้ง 3 ประเภทข้างต้นนั้น สามารถทำผ่านวิธีการ (Model) หลัก ๆ 4 แบบ คือ

1. Contactless คือการรับส่งข้อมูลระยะใกล้ๆ กันโดยไม่ต้องยิง Barcode หรือ QR Code แต่อย่างใด เช่น ใช้เทคโนโลยี NFC, RFID

2. Application ในสมาร์ทโฟน

3. SMS ใช้การรับส่งข้อความกับระบบอัตโนมัติในการซื้อและยืนยันการสั่งซื้อ ซึ่งรวมถึงการส่ง SMS สมัครงค์การค้าบริการมือถือรายเดือนด้วย เพราะทำผ่านมือถือทั้งหมดตั้งแต่เลือกตัดเงินและรับ SMS ยืนยันซึ่งทำหน้าที่เหมือนใบเสร็จรับเงินค่าบริการ

4. Web เหมือนเว็บไซต์ซื้อขายของทั่วไป แต่ออกแบบหน้าจอใหม่อีกรูปแบบหนึ่ง ให้เล็กเหมาะกับจอมือถือโดยเฉพาะ

กิจกรรมยอดนิยมบน Mobile Payment นั้น นอกจากจะเป็นการซื้อขายแล้ว ยังครอบคลุมไปถึงการรับบัตรคูปองส่วนลดผ่านทางมือถือด้วย ซึ่งแม้ว่าจะยังไม่เกิดการรับจ่าย แต่ก็เป็นการปูทางไปสู่การซื้อขายต่อไป

ในด้านความปลอดภัยนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำให้เกิดความมั่นใจไร้ความผิดพลาด จึงจะแพร่หลายเติบโตได้ในระยะยาว ข้อมูลต้องไม่สามารถรั่วไหลให้ผู้อื่นหรือแฮกเกอร์เข้าถึงได้

นอกจากนี้ทุกขั้นตอนต้องสามารถตรวจสอบได้ เพราะหากเกิดความขัดแย้งขึ้น เช่น ผู้ใช้ยืนยันว่าได้จ่ายเงินครบแล้ว แต่ทางร้านยืนยันว่ายังไม่ได้รับเงินหรือได้ไม่ครบ เป็นต้น



ฉะนั้น ระบบที่ดีจะต้องบันทึกธุรกรรมทั้งหมดของทุกฝ่ายไว้อย่างละเอียดและน่าเชื่อถือ เพื่อที่จะสามารถใช้แก้ปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ได้ และควรมีนโยบายแก้ปัญหาระบุล่วงหน้าไว้ก่อนอย่างชัดเจนครอบคลุม

มหานครสาส์น พ.ศ. 2549 ได้กล่าวถึง ความเร็วในการชำระเงินและค่าใช้จ่าย และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทาง Mobile payment ไว้ดังนี้

ความเร็วในการชำระเงินและค่าใช้จ่าย ในหัวข้อนี้จำเป็นจะต้องพูดถึงเรื่องระยะเวลาในการชำระเงินควบคู่ไปกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายไร้สาย (Wireless network) นั้นมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการติดต่อผ่านเครือข่ายแบบมีสาย (Fixed network) ดังนั้นเวลาที่ใช้ดำเนินการชำระเงินจึงแปรผันโดยตรงกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย และระบบที่ผู้ใช้สามารถดำเนินการจ่ายเงินได้ภายในเวลาที่น้อยกว่ามีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงกว่าระบบที่ใช้เวลามากกว่า

ในการดำเนินการชำระเงินด้วยระบบต่างๆ นั้นระบบจะส่งข้อมูลไปให้ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านค้า สถาบันการเงิน หรือธนาคารที่ผู้ใช้บริการมีบัญชีอยู่ ยิ่งในระบบที่มีปริมาณข้อมูลและขั้นตอนการส่งข้อมูลมากและซับซ้อนมาก การชำระเงินแต่ละครั้งจะใช้เวลามากขึ้น จุดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณาเช่นกัน เนื่องจากว่า หากเปรียบเทียบในแง่ของค่าใช้จ่ายในการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายแบบมีสายกับเครือข่ายไร้สายหรือเครือข่ายโทรศัพท์มือถืออื่นนั้น เห็นได้ชัดเจนว่า ค่าใช้จ่ายในเครือข่ายไร้สายสูงกว่ามาก หากระบบชำระเงินดังกล่าวใช้เวลามากในการชำระเงินในแต่ละครั้ง ผู้ใช้บริการก็จะเสียเงินในการเชื่อมต่อมากขึ้นเช่นกัน

เมื่อเปรียบเทียบในแง่ค่าใช้จ่ายระหว่างระบบชำระเงินทั้งสองแบบแล้ว พบว่า การชำระเงินผ่านระบบ TMP นั้นจะใช้น้อยกว่าระบบ AMP เนื่องจากระบบ AMP จะต้องติดต่อกับสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการทุกครั้งเพื่อตรวจสอบวงเงิน ในขณะที่ระบบ TMP จำเป็นต้องติดต่อกับสถาบันการเงินเฉพาะเมื่อต้องการเติมเงินเท่านั้น ดังนั้นระบบนี้จึงมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาดำเนินการน้อยกว่า จึงมีค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อถูกกว่า

ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ประเด็นในด้านระบบรักษาความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งที่หลายๆ คนคำนึงถึงและกังวลในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตทั้งแบบมีสายหรือไร้สาย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โอนเงิน หรือชำระค่าสินค้าผ่านทางบัตรเครดิต ซึ่งนักพัฒนาและผู้บริหารระบบชำระดังกล่าวจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการว่าระบบของตนมีความปลอดภัยสูง ข้อมูลไม่สามารถรั่วไหลให้คนอื่นรู้ และการดำเนินการทุกขั้นตอนต้องสามารถตรวจสอบได้ในกรณีที่เกิดความขัดแย้งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ผู้ใช้บอกว่าได้จ่ายเงินจำนวน 2,000 บาท เป็นค่าสินค้าให้กับร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต แต่ร้านนั้นกลับบอก

ว่าได้รับเงินเพียงแค่ 1,000 บาท ดังนั้น ระบบที่ดีจะต้องบันทึกการกระทำทั้งหมดของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไว้เพื่อคลี่คลายข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นได้ และมีนโยบายการคลี่คลายความขัดแย้งที่ชัดเจน

เมื่อพิจารณาระบบจ่ายเงินทั้งสองประเภทในแง่ของโอกาสเสี่ยงต่อปัญหาด้านความปลอดภัยแล้ว ดูเหมือนว่าระบบ TMP แบบที่ E-Wallet เก็บไว้กับตัวผู้ใช้บริการนั้นจะเสี่ยงต่อปัญหาความปลอดภัย โดยเฉพาะการโอนเงินจำนวนมากที่สุด เนื่องจากว่าเงินที่ใช้จ่ายได้รับการตรวจสอบจากสถาบันการเงินเพียงครั้งเดียว คือครั้งแรกที่แลกเงินให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งหากว่าผู้ใช้สามารถทำสำเนาหรือทำเพิ่มขึ้นได้เอง โดยที่รูปแบบของเงินนั้นเหมือนกับเงินที่ใช้ได้ถูกต้องในระบบนั้นๆ ก็จะทำให้เกิดผลเสียอย่างยิ่ง เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว ระบบส่วนใหญ่จึงเป็นระบบที่จะต้องมีการตรวจสอบกับสถาบันการเงินก่อนทุกครั้งที่จะอนุญาตให้ผู้ใช้บริการทำการจ่ายเงินได้

ในแง่ของความปลอดภัยของเครือข่ายนั้น เครือข่ายแต่ละแบบมีโอกาสเสี่ยงในด้านความปลอดภัยต่างๆ กันไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่ใช้ Wi-Fi ที่เชื่อมต่อผ่านจุดเชื่อมต่อไร้สาย (Access Point) ก็มีโอกาสเสี่ยงต่อการโดนขโมยข้อมูลหากใช้วิธีการเข้ารหัสแบบเก่า มีการตั้งค่าระบบเข้ารหัสที่ไม่ถูกต้อง หรืออาจเสี่ยงต่อการถูกขโมยชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน ซึ่งจะนำไปสู่การเข้าถึงข้อมูลทางการเงินภายในอุปกรณ์ของผู้ใช้บริการ ในกรณีของการเชื่อมต่อผ่านเครือข่าย GSM นั้น ปัจจุบันเป็นที่รู้กันว่าระบบการเข้ารหัสข้อมูลในระบบนี้ไม่ได้มีความปลอดภัยสูงสุดอีกต่อไป ดังจะเห็นได้ว่า มีงานวิจัยหลายๆ ชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าสามารถเจาะระบบความปลอดภัยของ GSM ได้ ซึ่งทำได้ตั้งแต่การดักฟังการสนทนา ดักอ่าน SMS หรือแม้กระทั่งขโมยสัญญาณขณะที่ผู้ใช้ทำการโทรออก และนอกจากนี้ระบบ GSM ในแต่ละประเทศก็มีการใช้วิธีเข้ารหัสที่มีความปลอดภัยไม่เท่ากัน แม้จะมีการอ้างว่าความปลอดภัยของระบบแท้จริงแล้ว ขึ้นอยู่กับการเลือกกุญแจเข้ารหัสที่เหมาะสมมากกว่าความปลอดภัยของเทคนิคการเข้ารหัสก็ตาม วิธีการแก้ปัญหาการส่งผ่านข้อมูลในเครือข่ายที่มีความปลอดภัยไม่สูงคือ การทำการเข้ารหัสเพิ่มเติมในระดับข้อมูลในชั้นที่สูงขึ้น ด้วยวิธีการนี้ ข้อมูลที่ถูกส่งผ่านไปยังเครือข่ายจะถูกเข้ารหัสมาก่อนหนึ่งหรือสองครั้ง ก่อนที่จะถูกเข้ารหัสอีกครั้งภายในเครือข่าย อย่างไรก็ตามในการดำเนินการด้วยวิธีการนี้ อุปกรณ์สื่อสารอย่างโทรศัพท์มือถือจะต้องติดตั้งโปรแกรมสำหรับการจ่ายเงินที่มีสามารถทำการเข้ารหัสเพิ่มเติม ซึ่งอาจติดตั้งลงในสมาร์ทการ์ดเพื่อความสะดวกในการดำเนินงาน Mobile Payment ในประเทศไทย ถ้าไม่นับบริการดาวน์โหลดเพลง เสียงเรียกเข้า หรือเกมผ่านทางโทรศัพท์มือถือแล้วมีการตัดเงินค่าบริการโดยผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือที่ได้เปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมูลค่าของสินค้าดังกล่าวถือว่าไม่สูงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าโดยทั่วไปแล้ว อาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันได้เริ่มมีผู้ให้บริการหลายรายเปิดบริการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีมูลค่าสูงขึ้นผ่านทางอุปกรณ์ไร้สายกันแล้ว รวมทั้งธนาคารในประเทศไทยที่ร่วมมือกับผู้ให้บริการที่อาจเป็นทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือเปิด

บริการสำหรับลูกค้าของคุณ ซึ่งวิธีการใช้บริการสามารถทำได้หลายรูปแบบ ทั้งผ่าน SMS และผ่านร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ระบบการตัดเงินจากผู้ให้บริการสามารถทำได้ทั้งแบบที่ใช้ E-Wallet ที่สามารถเติมเงินผ่านตู้ ATM ได้ และแบบตัดเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือบัญชีบัตรเครดิต แต่โดยหลักๆ แล้ววิธีการดำเนินการจ่ายเงินค่าสินค้าแล้วบริการยังเน้นการใช้บริการเสียงเครื่องตอบรับอัตโนมัติโทรเข้ามายังโทรศัพท์มือถือมากกว่าที่จะเป็นการส่งข้อมูลเกี่ยวกับการเงินผ่านเครือข่าย ทั้งนี้คาดว่าน่าจะมาจากสาเหตุที่ว่า ผู้ใช้บริการน่าจะยังเคยชินกับการใช้เสียงผ่านทางโทรศัพท์มือถือและยังเป็นการยืนยันตัวผู้ใช้ได้ง่ายกว่า อย่างไรก็ตาม ในบริการที่เน้นการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือนั้น ความปลอดภัยของระบบทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับความปลอดภัยของระบบเครือข่าย ดังนั้น การที่สามารถเพิ่มเติมเทคนิคการรักษาความปลอดภัยแบบอื่นเสริมเข้าไป น่าจะช่วยให้การจ่ายเงินมีความปลอดภัยสูงขึ้น

#### 2.4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาลีเพย์ (Alipay)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว (2556) ได้กล่าวถึงแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ไว้ว่า

Alipay หรือ “จื่อฟูเป่า” (支付宝) ในภาษาจีน เป็นระบบการชำระเงินทางออนไลน์ระบบหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หากเทียบกับระบบการชำระเงิน Paypal ของฝั่งยุโรป Alipay ก็ถือว่าเป็น Chinese Paypal นั่นเอง Alipay เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือและมีการปรับปรุงระบบความปลอดภัยให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ และมีความร่วมมือในการให้บริการชำระเงินกับบริษัทการค้าขนาดใหญ่ของจีนกว่า 100 แห่ง เช่น Alibaba Group, Taobao Marketplace, Tmall.com, Meituan, Dianping และ Coo8 เป็นต้น ในประเทศจีน Alipay ถือว่าเป็นผู้นำในด้านการให้บริการชำระเงินออนไลน์และเป็นระบบที่เริ่มบุกเบิกในการร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัทการค้าขนาดใหญ่ต่างๆ ปัจจุบัน Alipay มีการพัฒนาระบบความปลอดภัยให้ดียิ่งขึ้น เพื่อป้องกันไวรัส แสคเกอร์ เว็บไซต์โฆษณา การรั่วไหลของข้อมูลผู้บริโภค และการแทรกแซงทุกชนิดที่เข้ามารบกวนในขณะที่จ่ายเงิน ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่ชำระเงินบนหน้าเว็บไซต์ (www.alipay.com) ยังสามารถชำระผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือสมาร์ตโฟนได้อีกด้วย ทั้งนี้ คนต่างชาติก็สามารถใช้บริการของ Alipay ได้ เพียงเปิดบัญชีธนาคารในประเทศจีนที่รองรับธุรกรรมกับ Alipay และในการใช้งานผู้ใช้ต้องเปิดใช้บริการ e-banking กับบัญชีธนาคารที่นำมาผูกกับบัญชี Alipay ด้วย ในส่วนของการโอนเงินเข้าบัญชี Alipay นั้น สามารถโอนเงินเข้าบัญชี Alipay จากบัญชีเงินฝากธนาคารที่ผูกบัญชี Alipay ไว้ได้ทันที ในการถอนเงินออกจากบัญชี Alipay สามารถคลิกที่แท็บ "ถอนเงิน" ในหน้าบัญชี Alipay แล้วกรอกข้อมูลจำนวนเงินที่ต้องการถอน เงินก็จะถูกโอนเข้าบัญชีธนาคารที่เราได้ผูกไว้

Alipay Wallet เป็นแอปพลิเคชันใหม่บนมือถือสมาร์ตโฟนที่ได้รับการโปรโมทจาก Alipay ซึ่งสามารถชำระสินค้าได้แบบ online-to-offline นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถชำระเงินผ่านทางบาร์โค้ด QR CODE บนมือถือได้ทันที โดยระบบจะช่วยบันทึกข้อมูลประวัติการใช้จ่ายและข้อมูลสินค้าที่ซื้อได้อีกด้วย ขณะนี้ Alipay Wallet มีเป้าหมายที่จะขยายวงกว้างให้เป็นระบบการจ่ายเงินที่ใช้ได้ทั่วโลก จากที่ผ่านมา การซื้อสินค้าออนไลน์จะนิยมการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต แต่เนื่องจากความยุ่งยากในการชำระเงินและความไม่ปลอดภัย ทำให้โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นมีน้อยลง การที่มีระบบอำนวยความสะดวกสบายต่อการใช้จ่ายให้แก่ผู้บริโภคจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น และการมีระบบการจ่ายเงินที่มีประสิทธิภาพก็เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคจับจ่ายใช้สอย กระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจและเป็นการช่วยให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้นอีกด้วย

#### วิธีการสมัครใช้งานแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)

เว็บไซต์ [promotions.co.th](http://promotions.co.th) (2560) กล่าวไว้ว่า อาลีเพย์ (Alipay) เป็นระบบจ่ายเงินที่เป็นหน่วยกลาง ซึ่งหน่วยสกุลเป็น “เงินหยวน” และปลายทาง “ผูกกับบัญชีเงิน” ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคนไทยเองที่จะทำการเปิดบัญชีของ Alipay ได้ จะต้องรู้ภาษาจีนประมาณหนึ่ง และตอนนี้มีตัวแทนมาช่วยเปิดบัญชีให้ โดยใช้ผ่านตัวแทนที่เป็นบุคคล หรือ นิติบุคคล โดยประเภทของ Alipay นี้ มี 2 แบบ คือ ประเภทบัญชีธรรมดา ที่มีวงเงินไม่เกิน 50,000 บาท ต่อเดือน และ ประเภทบัญชีธุรกิจ ที่มีวงเงินไม่จำกัดต่อเดือน ซึ่งแบบหลังนี้ ผู้ถือสัญชาติไทยไม่ได้มาง่ายๆ หากเป็นบุคคลจะต้องมีความเชี่ยวชาญในการค้าขายกับชาวจีนสูงมาก

ในปัจจุบัน Alipay ก็ได้สร้างพันธมิตรในไทยอย่างบริการทรูมันนี่ ธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตกรุงไทย เพย์สบาย, พระยาเพย์ และเคาน์เตอร์เซอร์วิส เพื่อครอบคลุมการใช้จ่าย ไม่ว่าจะโอน จ่าย จากไทยไปจีน หรือจากคนจีนสู่คนไทย

#### วิธีการสมัครแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)

สิ่งที่จำเป็นต้องเตรียมก่อนสมัครบัญชีอาลีเพย์ (Alipay)

1. หมายเลขหนังสือเดินทาง
2. อีเมล (E-mail)
3. เบอร์โทรศัพท์ของประเทศจีน
4. บัญชีเงินฝากของธนาคารประเทศจีน

หลังจากนั้นทำตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. สามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้ตามลิงค์ <https://m.alipay.com> จะมีตัวอักษรภาษาจีนขึ้นว่า “立即下载” คลิกที่ตัวอักษรภาษาจีนตัวนี้ หรือจะไปที่ App Store ใน

ระบบปฏิบัติการ iOS หรือที่ Play Store ในระบบปฏิบัติการ Android แล้วพิมพ์คำว่า Alipay หรือ 支付宝 ที่ช่องค้นหา

2. เมื่อทำการดาวน์โหลดเรียบร้อยแล้ว ให้เข้าไปทำการลงทะเบียนบัญชี ซึ่งการลงทะเบียนมีให้ใส่ ชื่อเล่น เบอร์โทรศัพท์ (เบอร์โทรกับโค้ดประเทศต้องใส่ให้ตรงกัน) รหัสผ่าน (ควรเป็นตัวอักษรกับตัวเลขปนกัน) ซึ่งรหัสผ่านจะเรียกถามสองครั้ง ครั้งแรกคือ รหัสผ่านสำหรับเข้าสู่ระบบของอาลีเพย์ ครั้งที่สองคือ รหัสผ่านสำหรับเวลาจ่ายเงิน

3. หลังจากนั้นกด Sign Up เมื่อกด Sign Up แล้ว เบอร์โทรศัพท์ที่กรอกไปข้างต้น ระบบจะส่งข้อความมายืนยัน จากนั้นนำโค้ดเหล่านั้นไปใส่ในช่อง Code แล้วกด Submit

4. หลังจากนั้นระบบจะถามรหัสผ่านครั้งที่สอง นั่นคือรหัสผ่านสำหรับเวลาจ่ายเงิน โดยตั้งรหัสที่ 6 หลัก

5. จากนั้นถึงขั้นตอนการผูกบัตรกับแอปพลิเคชัน วิธีการคือ เข้าไปที่ Add Bank โดยใส่ข้อมูลบัตรของธนาคารประเทศจีนลงไป

6. เมื่อกรอกข้อมูลเสร็จก็สามารถใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์สแกน QR Code เพื่อซื้อสินค้าได้

สำหรับร้านค้าในไทยที่ต้องการสมัครบัญชีอาลีเพย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน สามารถสมัครโดยผูกกับบัญชีธนาคารในไทยได้ ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดในการสมัครจากธนาคารกรุงไทยไว้ดังนี้ (<https://www.ktc.co.th/sites/ktc/merchant/alipay/index.html>, 2560)

สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนการสมัครสำหรับร้านค้าทุกประเภท

1. ใบสมัครพร้อมติดอากรแสตมป์ 30 บาท
2. สำเนาทะเบียนพาณิชย์/หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท (จดทะเบียนมาแล้วไม่ต่ำกว่า 6 เดือนและครั้งรับรองไม่เกิน 6 เดือน)
3. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาหนังสือเดินทาง + Work Permit กรณีผู้มีอำนาจลงนามเป็นชาวต่างชาติ
4. หนังสือยินยอมให้ถอน/โอน/หักบัญชีเงินฝาก
5. สำเนาน้ำสมุดบัญชีเงินฝากธนาคารกรุงไทย (สำหรับ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร)
6. สำเนารายการเดินบัญชี Statement ย้อนหลัง 4 เดือนล่าสุดถึงปัจจุบัน (ได้ทุกธนาคาร)
7. รูปถ่ายสถานประกอบการ โดยให้เห็นชื่อป้ายหน้าร้านและสินค้าภายในร้าน หรือรูปหน้า Website สำหรับกรณี E-commerce

8. ใบอนุญาตประกอบกิจการตามธุรกิจพิเศษ/ เฉพาะ

9. แผนที่ (ถ้ามี)

กรณีร้านค้ากลุ่ม E-commerce

1. ข้อตกลงในการดำรงเงินในบัญชีเงินฝาก และยินยอมให้หักเงินฝากเพื่อชำระหนี้ (Guarantee)

2. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือเอกสารแสดงสิทธิในการใช้ Hosting / Domain name

3. ภาพถ่ายหน้าจอบริษัท

2.5 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์

ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์ โดยห้องสมุดสาขาวังท่าพระ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์ไว้ดังนี้

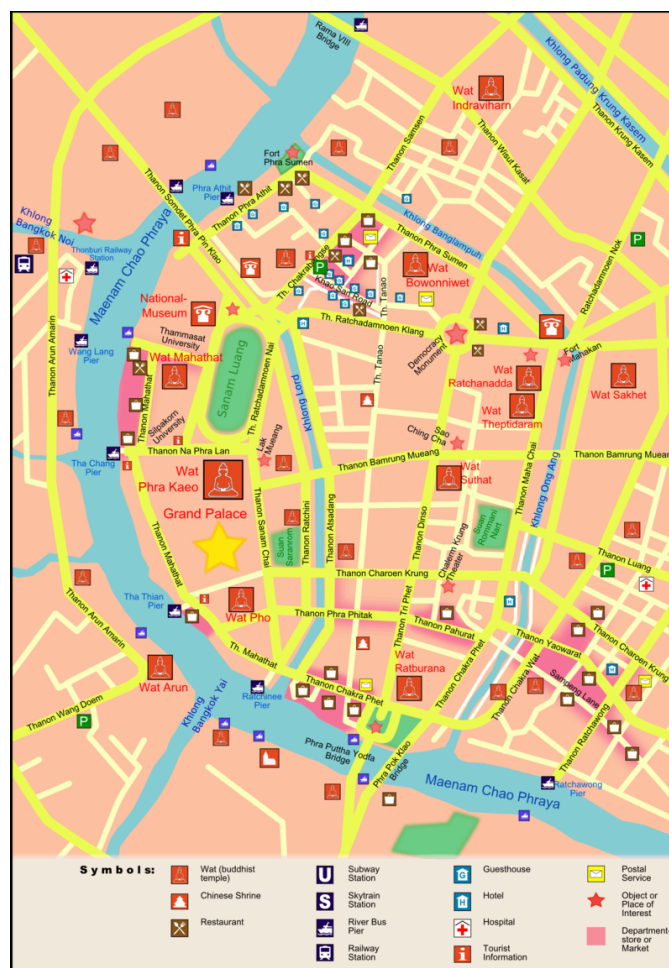
2.5.1 ประวัติความเป็นมา

พื้นที่ตั้งเกาะรัตนโกสินทร์ ในอดีตคือตำบลบางกอกซึ่งมีพื้นที่ทั้งฝั่ง กรุงเทพมหานคร และฝั่งธนบุรีรวมเป็นแผ่นดินผืนเดียวกันมาก่อน เป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนมานานแล้ว ชุมชนนี้เจริญเติบโตและหนาแน่นขึ้นเป็นลำดับ พร้อม ๆ กับความเจริญรุ่งเรืองของอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา นับแต่สมัยพระเจ้าอู่ทองทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 1893 ชุมชนเมืองบางกอกนี้เจริญเติบโตขึ้นเนื่องจากเป็นเมืองที่อยู่ถัดมาจากเมืองพระประแดงซึ่งเป็นเมืองด่านสำคัญที่รักษาพื้นที่บริเวณปากอ่าวไทย แต่เดิมนั้นแม่น้ำเจ้าพระยามีลักษณะคดเคี้ยวมากซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการติดต่อค้าขาย จึงเป็นเหตุให้พระมหากษัตริย์หลายพระองค์โปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองลัดขึ้นหลายช่วงเพื่อลดระยะทางการเดินเรือจากทะเลไปสู่กรุงศรีอยุธยา โดยเฉพาะในสมัยพระไชยราชาธิราช ได้มีการขุดคลองลัดบางกอกขึ้นจากคลองบางกอกน้อยถึงคลองบางกอกใหญ่ คือ บริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ข้างพระบรมมหาราชวังถึงท่าเตียนในปัจจุบัน เป็นสาเหตุให้แม่น้ำเปลี่ยนทิศทางจนคลองลัดขยายตัวกว้างออกกลายเป็นแม่น้ำ ส่วนเส้นทางแม่น้ำเดิมกลับแคบลงและตื้นเขินจนเปลี่ยนสภาพกลายเป็นคลองบางกอกน้อยและคลองบางกอกใหญ่ในเวลาต่อมา ส่งผลให้สภาพพื้นที่บริเวณนี้เปลี่ยนจากแผ่นดินผืนเดียวกันแยกออกเป็น 2 ผืน โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาผ่ากลางดังปัจจุบัน ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช สภาพกรุงเทพฯ โดยรวมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตัวเมืองขยายออกไปอย่างกว้างขวาง แต่ความเปลี่ยนแปลงนี้มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพกรุงรัตนโกสินทร์ไม่มากนัก ที่ดินรอบนอกคลองคูเมืองเดิมส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ ได้แก่ อาคารศูนย์การค้า และห้างสรรพสินค้า และอาคารพาณิชย์-พักอาศัย ซึ่งมีการรวมตัวของกิจกรรมประเภทเดียวกัน แบ่งเป็นย่าน ๆ อย่าง

ชัดเจน บริเวณย่านการค้าที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ย่านวังบูรพาและพาหุรัด ย่านบ้านหม้อ ย่านปากคลองตลาด ย่านคลองถม ย่านร้านค้าหลังกระทรวงกลาโหม เป็นต้น สำหรับหน่วยงานราชการในสมัยรัชกาลที่ 9 มีสถานที่ราชการเพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้งหน่วยงานที่ตั้งใหม่และการขยายหน่วยงานเดิม

ในปี 2520 ทางราชการจึงได้กำหนดชื่อ “เกาะรัตนโกสินทร์” ขึ้น ด้วยมีวัตถุประสงค์จะกำหนดไว้เป็นเขตปรับปรุงปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ เพราะถือว่าเป็นอาณาเขตกรุงเทพมหานคร หรือ กรุงรัตนโกสินทร์ระยะแรกเริ่ม

### 2.5.2 ที่ตั้งและอาณาเขต



ภาพที่ 2 : แผนที่เกาะรัตนโกสินทร์

ที่มา : [https://th.wikipedia.org/wiki,\(2553\)](https://th.wikipedia.org/wiki,(2553))

เกาะรัตนโกสินทร์ตั้งอยู่บนแผ่นดินที่มีน้ำล้อมรอบในลักษณะเกาะ คือ มีขอบเขตอยู่ในพื้นที่ระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาทางตะวันตกกับคลองหลอด หรือคลองคูเมืองเดิมทางตะวันออก เกาะรัตนโกสินทร์ แบ่งออกเป็น 2 ชั้น คือ

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน คือ บริเวณที่มีอาณาเขตล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองคูเมืองเดิม (คลองหลอด) มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,125 ไร่ ตั้งอยู่ในท้องที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นนอก คือ บริเวณที่มีอาณาเขต ล้อมรอบด้วยคลองคูเมืองเดิม (คลองหลอด) แม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศเหนือ คลองรอบกรุง(คลองบางลำพู-คลองโอ่งอ่าง) แม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศใต้ มีพื้นที่ประมาณ 2.3 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,438 ไร่ ตั้งอยู่ในท้องที่แขวงชนะสงคราม แขวงบวรนิเวศ แขวงสำราญราษฎร์ แขวงศาลเจ้าพ่อเสือ แขวงเสาชิงช้า แขวงวัดราชบพิธ แขวงตลาดยอด และแขวงบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

### 2.5.3 การคมนาคม

ในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์แบ่งลักษณะการคมนาคมได้ 2 ลักษณะ คือ การคมนาคมทางบกและทางน้ำ ดังนี้

#### 2.5.3.1 การคมนาคมทางบก แบ่งเป็น

2.5.3.1.1 ทางรถยนต์ ถนนเป็นเส้นทางคมนาคมในเกาะรัตนโกสินทร์ มีถนนจำนวนทั้งสิ้น 61 สาย ความยาวรวมกันประมาณ 25 กิโลเมตร ระบบถนนในเกาะรัตนโกสินทร์บางสายเป็นถนนที่สร้างขึ้นในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ผิวจราจรจึงมีขนาดเล็กและแคบมากอีกทั้งยังมีอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ สร้างขนานทั้งสองข้าง ทำให้โอกาสที่ถนนเหล่านี้จะมีการเปลี่ยนแปลงหรือขยายแนวออกไปมีน้อยมาก การเดินทางเป็นแบบทางเดียวและแบบสองทางแล้วแต่เส้น

2.5.3.1.2 ระบบขนส่งมวลชน มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดา รถปรับอากาศ และรถร่วมบริการ วิ่งผ่านเขตเกาะรัตนโกสินทร์จำนวนมาก รถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครที่มีต้นทางหรือปลายทางในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ แบ่งตามเขตการเดินทาง ได้ดังนี้

เขตที่ 1 ได้แก่ 39, 59, 503

เขตที่ 2 ได้แก่ 60, 96, 501, 512

เขตที่ 3 ได้แก่ 2, 25, 508

เขตที่ 4 ได้แก่ 1, 47

เขตที่ 5 ได้แก่ 15, 42, 82

เขตที่ 6 ได้แก่ 80, 91

เขตที่ 7 ได้แก่ 5, 32, 65, 70, 203



### 2.5.3.2 การคมนาคมทางน้ำ

การเดินทางโดยเส้นทางคมนาคมทางน้ำในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ใช้สำหรับการเดินทางไปยังสถานที่ที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองที่มีเรือให้บริการ เพื่อเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ในเขตรัตนโกสินทร์ที่ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและริมคลองหรือเพื่อต้อนรับและรถประจำทางไปยังสถานที่อื่นๆ เรือโดยสารที่ให้บริการ ได้แก่

2.5.3.2.1 เรือด่วนเจ้าพระยา เป็นเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา ให้บริการในเส้นทางอำเภอปากเกร็ด-ท่าบ้านทวารวดี-สาทร-วัดราชสิงขร-ราษฎร์บูรณะ

2.5.3.2.2 เรือโดยสารข้ามฟาก เป็นเรือโดยสารข้ามฟากจากท่าน้ำริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตกหรือฝั่งธนบุรีไปยังท่าน้ำริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออกหรือฝั่งกรุงเทพมหานคร ท่าในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ ท่าสะพานพระปิ่นเกล้า (ฝั่งพระนคร) ท่าพระจันทร์ ท่ามหาธาตุ ท่าช้าง ท่าเตียน

2.5.3.2.3 เรือโดยสารคลองแสนแสบ เป็นบริการเรือด่วนในคลองแสนแสบและคลองมหานาค มีเส้นทางระหว่างท่าน้ำวัดศรีบุญเรืองในเขตบางกะปิจนถึงท่าสะพานผ่านฟ้าลีลาศ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

### 2.5.4 สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

#### 2.5.4.1 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) และ พระบรมมหาราชวัง

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือ วัดพระแก้ว เป็นพระอารามหลวง ตั้งอยู่ตรงมุมด้านตะวันออกเฉียงเหนือของพระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประดิษฐานพระมหามณีรัตนปฏิมากร (พระแก้วมรกต) และใช้เป็นที่ประกอบพระราชพิธีทางศาสนาที่สำคัญ วัดพระแก้วสร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2327 และได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1-9 ตลอดทุกรัชกาล ภายในพระอุโบสถ และระเบียงรอบวัดมีภาพจิตรกรรมฝาผนังสวยงามมาก สิ่งที่น่าสนใจอื่น ๆ ภายในวัด ได้แก่ พระปรางค์ 8 องค์ พระศรีรัตนเจดีย์ ปราสาทนครวัดจำลอง ปราสาทพระเทพบิดร ฯลฯ

พระบรมมหาราชวัง (วังหลวง) สร้างขึ้นพร้อมกับการสร้างกรุงเทพมหานครใน พ.ศ. 2325 ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก โดยมีด้านทิศเหนือติดกับถนนหน้าพระลาน ทิศใต้ติดกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม คั่นด้วยถนนท้ายวัง ทิศตะวันออกติดกับถนนสนามไชย ทิศตะวันตกติดกับถนนมหาธาตุ ต่อเนื่องกับแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพระราชวังที่สำคัญที่สุดของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยเป็นทั้งที่ประทับของพระมหากษัตริย์และเป็นที่เสด็จออกว่าราชการเพื่อการบริหารประเทศ ในพระบรมมหาราชวังมีพระที่นั่งต่างๆสร้างขึ้นด้วยความประณีตบรรจงงดงาม นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ชาวไทยภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

การเข้าชมวัดพระแก้ว และพระบรมมหาราชวัง ควรไปตอนเช้า เนื่องจากแดดไม่ร้อน และคนไม่เยอะ เดินได้สะดวกกว่า ช่วงเที่ยงๆ บ่ายๆ มักจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเยอะ การเข้าชมวัดพระแก้ว นิยมเข้าทางประตูวิเศษไชยศรี ประตูใหญ่ที่อยู่ทางด้านถนนหน้าพระลาน โดยเดินเข้าทางหนึ่ง และออกอีกทางหนึ่ง ควรแต่งกายสุภาพ ไม่ใส่เสื้อแขนกุด รัดรูป ชีทู้ เอวลอย ส่วนกางเกงไม่ใส่ขาสั้น ขาสวมส่วน เลกกิ้ง กางเกงเอวต่ำ ใส่ยีนส์ได้ แต่ห้ามใส่กางเกงยีนส์ปะหรือที่ตัดให้ขาดเป็นริ้วๆ หากใส่กระโปรงก็ควรเป็นกระโปรงที่มีความยาวคลุมเข่า หากแต่งตัวไม่เรียบร้อย สามารถยืมผ้าถุงได้ที่เคาท์เตอร์ตรงประตูวิเศษไชยศรี โดยวางมัดจำ หรือใช้บัตรประชาชน เมื่อออกมาแล้วค่อยนำมาแลกคืนได้ ณ จุดเดิม



ภาพที่ 3 : วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : <https://rattanakosinislandguide.wordpress.com/วัดพระแก้ว/>, (2557)

#### 2.5.4.2 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)

วัดโพธิ์ หรือชื่อทางราชการว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก และเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาวัดโพธารามวัดเก่าที่เมืองบางกอกครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดหลวงข้างพระบรมมหาราชวัง สถาปัตยกรรมและสิ่งสำคัญ ได้แก่ พระวิหารพระพุทธไสยาส หรือที่เรียกกันว่า พระนอนวัดโพธิ์, พระมหาเจดีย์สี่รัชกาล, พระอุโบสถ, พระระเบียง นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนแพทย์แผนโบราณ และการนวดแผนโบราณอีกด้วย วัดโพธิ์ ตั้งอยู่ริมถนนสนามไชยและถนนมหาราช ติดกับพระบรมมหาราชวัง เปิด

ให้เข้าชมทุกวัน ระหว่างเวลา 08.00 – 18.30 น.สำหรับนักท่องเที่ยวต้องแต่งกายสุภาพ สุภาพสตรีห้ามสวมกางเกงขาสั้นเหนือเข่าเข้าเยี่ยมชม



ภาพที่ 4 : วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ที่มา : <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/วัดโพธิ์>, (2558)

#### 2.5.4.3 มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 5 : มิวเซียมสยาม

ที่มา : <https://commons.wikimedia.org>, (2552)

มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Museum Siam: Discovery Museum) ภายใต้สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) เป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งแรกที่เน้น การสร้างประสบการณ์สดใหม่ในการชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบของ แหล่งเรียนรู้ที่น่ารื่นรมย์ และช่วยยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ ให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไทยเกี่ยวกับการสร้างสำนึกในการรู้จักตนเอง รู้จักเพื่อนบ้าน และรู้จักโลก รวมถึง การสร้าง “แนวคิดและภาพลักษณ์ใหม่” ของพิพิธภัณฑ์ในสังคมแห่งการเรียนรู้ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้การเรียนรู้ประวัติศาสตร์และเรื่องราวต่างๆเป็นไปอย่างสนุกสนานยิ่งขึ้น

#### 2.5.4.4 ถนนข้าวสาร



ภาพที่ 6 : ถนนข้าวสาร

ที่มา : <https://www.thairath.co.th>, (2560)

ถนนข้าวสาร หรือ ตรอกข้าวสาร ถือเป็นถนนที่ทั่วโลกรู้จักกันดี เป็นศูนย์รวมนักท่องเที่ยวจากหลายๆชาติ เปรียบได้ว่าเป็น International Street of Bangkok แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ด้วยความหลากหลายของร้านค้า ร้านอาหาร ผับ บาร์ สถานบันเทิง ร้านรับแลกเงิน โฮสเทล หรือแม้กระทั่งร้านนวดแผนไทย สามารถหาได้ไม่ยากในบริเวณถนนข้าวสารแห่งนี้ อีกเสน่ห์อย่างหนึ่งของถนนสายนี้คือ ร้านอาหารรถเข็น หรือ Street Vendor Food ที่โดดเด่นและพบเห็นได้มาก ในราคาที่เป็นกันเอง

ถนนข้าวสารมีประวัติความเป็นมาตั้งแต่ปี 2435 โดยสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เดิมทีเป็นตรอกเล็กๆ ซึ่งเป็นแหล่งค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนคร ต่อมาเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการที่พักราคาประหยัดเริ่มเดินทางเข้ามาจึงขอแบ่งเช่าห้องว่างจากบ้านของคนแถวนั้น และเป็นที่มาของเกสต์เฮาส์ ในปี 2543 ภาพยนตร์เรื่อง The Beach ออกฉาย ถนนข้าวสารจึงยิ่งเป็นที่นิยมในหมู่หนุ่มสาวชาวต่างชาติที่อยากมาเยือนถนนสุดชิปของหมู่นักเดินทางแบกเป้ที่พวกเขาเห็นในฉากถ่ายทำภาพยนตร์

#### 2.5.4.5 ถนนพระอาทิตย์

ถนนพระอาทิตย์ เป็นอีกย่านยอดนิยมหนึ่งในละแวก บางลำภู เป็นที่สำหรับท่องเที่ยวอีกที่หนึ่งของกรุงเทพ เป็นถนนคดริมน้ำเจ้าพระยา มีทั้งร้านอาหาร บริษัททัวร์ ร้านกาแฟ ร้านขนมของหวาน ไร่ นั่งพักผ่อนคลายอารมณ์ รวมถึงมุมถ่ายรูปสวยๆ และ สวนสาธารณะ

สำหรับพักผ่อนหย่อนใจอีกด้วย ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ร้านโรติมะตะบะ , ร้าน Escapade Burger , ร้านบัวสอาด , ร้าน Moonshine Bar , ร้าน แจ่มจันทร์ เป็นต้น



ภาพที่ 7 : ถนนพระอาทิตย์

ที่มา : <http://www.crownproperty.or.th>, (2556)

#### 2.5.4.6 วัดอรุณราชวราราม



ภาพที่ 8 : วัดอรุณราชวราราม

ที่มา : <https://mgronline.com>, (2560)

วัดอรุณราชวราราม หรือที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า วัดแจ้ง เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกพิเศษ เป็นวัดโบราณที่มีมาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมทีเรียกว่า วัดมะกอก ต่อมาในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี ชาวบ้านเรียกจนติดปากว่า วัดแจ้ง เมื่อพระเจ้ากรุงธนบุรีย้ายราชธานีจากกรุงศรีอยุธยามาตั้ง ณ กรุงธนบุรี ได้โปรดเกล้าฯ ให้วัดแจ้งเป็นวัดในเขตพระราชฐาน และใช้เป็นที่ประดิษฐานพระแก้วมรกตที่ได้อัญเชิญมาจากเวียงจันทน์ ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อสมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมหลวงอิศรสุนทร เสด็จขึ้นครองราชย์เป็นพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย วัดแห่งนี้จึงได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่อีกครั้ง และถือเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 2 เมื่อบูรณะเสร็จได้พระราชทานนามว่า “วัดอรุณราชวราราม” โดยมีพระราชดำริที่จะเสริมสร้างพระปรางค์หน้าวัดให้สูงขึ้น แต่สิ้นรัชกาลเสียก่อน ในสมัยรัชกาลที่ 3 จึงมีการก่อสร้างเสริมพระปรางค์องค์ใหญ่ให้มี

ความสูง 82 เมตร กว้าง 234 เมตร และแล้วเสร็จสมบูรณ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 อีกทั้ง พระองค์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้มีการบูรณปฏิสังขรณ์วัดอรุณราชวรามหลายรายการ และให้อัญเชิญพระบรมอัฐิ ของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยมาบรรจุไว้ที่พระพุทธอาสน์ของพระประธานในพระอุโบสถด้วย เมื่อการปฏิสังขรณ์เสร็จสิ้นลง พระราชทานนามใหม่ว่า “วัดอรุณราชวราราม” นับจากนั้นเป็นต้นมา

#### 2.5.4.7 ท้ำมหาราช



ภาพที่ 9 : ท้ำมหาราช

ที่มา : <http://www.adaytochill.com>, (2559)

ท้ำมหาราช จุดนัดพบแห่งใหม่บนถนนมหาราช ตั้งอยู่บนเกาะรัตนโกสินทร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งถือเป็นจุดกำเนิดของกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว อุดมไปด้วยศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน แหล่งรวมวัดดูบูชาที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเมืองไทย รวมถึงร้านอาหารอร่อยที่มีประวัติอันยาวนานมากมาย โดยได้พัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใช้พื้นที่และกลุ่มอาคารพาณิชย์ที่มีอยู่ สร้างขึ้นใหม่เป็นศูนย์การค้าแบบเปิดและตลาดที่เข้ากับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และยังคงกลิ่นอายของชุมชนบนเกาะรัตนโกสินทร์ โดยเน้นการสัญจรทางน้ำ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนกรุงในอดีต

#### 2.5.4.8 ตลาดวังหลัง



ภาพที่ 10 : ตลาดวังหลัง

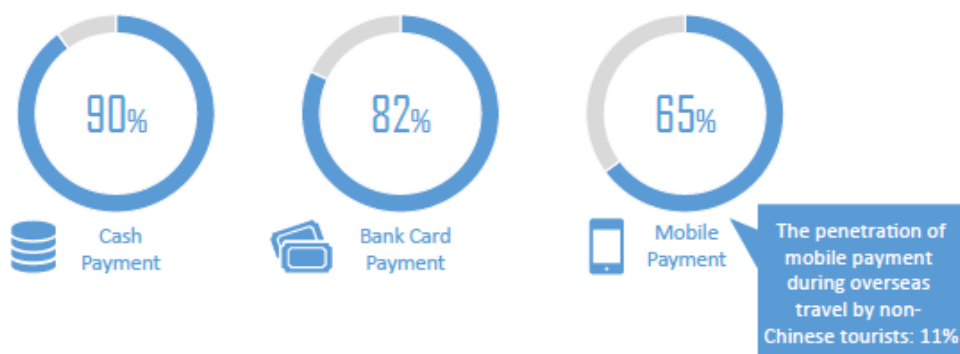
ที่มา : <http://www.thaiticketmajor.com>, (2555)

ตลาดวังหลัง เป็นย่านเก่าลักษณะเป็นชอยยาวและมีตรอกแยกออกไป ปัจจุบันตลาดนี้เป็นที่รู้จักดีของคนวัยทำงาน นักศึกษา นักเรียน เพราะมีทั้งของอร่อยและสินค้าทันสมัย กับสินค้ามือสองที่มีคนมาเลือกซื้ออย่างมาก โดยพื้นที่นี้แต่เดิมเป็นเขตพระราชฐานในสมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระอนุรักษเทเวศร์ กรมพระราชวังบวรสถานพิมุข หรือวังหลังเพียงพระองค์เดียวบนแผ่นดินรัตนโกสินทร์ ต่อมาที่ดินส่วนนี้ได้ถูกให้เป็นที่ตั้งรกร้างจนกระทั่งมีราษฎรมาถือครองในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 ประกอบกับมีการสร้างโรงพยาบาลศิริราชขึ้น จึงเกิดเป็นชุมชนและตลาดจนถึงปัจจุบัน

2.6 งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 Nielsen และอาลีเพย์ (Alipay) ได้ทำวิจัยสำรวจแนวโน้มการท่องเที่ยวและการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนในต่างประเทศ ประจำปี 2560 (Outbound Chinese Tourism and Consumption Trends: 2017 Survey) โดยให้ข้อมูลวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการชำระเงินในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ และประเมินแนวโน้มและการใช้รูปแบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในอนาคต รวมทั้งมีการระบุถึงกรณีศึกษาของอาลีเพย์ ที่เป็นรูปแบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือชั้นนำของจีน โดยเน้นย้ำถึงความแข็งแกร่งของรูปแบบการชำระเงินผ่านมือถือของจีนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในต่างประเทศ โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถาม ได้เดินทางไปต่างประเทศ หรือประเทศในภูมิภาคประมาณ 2 ประเทศในปี 2559-2560 และคาดว่าตัวเลขดังกล่าวจะเพิ่มเป็น 2.8 ประเทศในปี 2561 ซึ่งประเทศไทยติด 3 อันดับสูงสุด ของจุดหมายปลายทางยอดนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจีน จากสถิติของหน่วยงานการท่องเที่ยวของจีน โดยระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปต่างประเทศ 131 ล้านครั้งในปี 2560 เพิ่มขึ้น 7% จากปี 2559 และยอดใช้จ่ายระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ข้อมูลจากสมาคมผู้จัดการทัวร์ระหว่างประเทศ (International Association of Tour Managers) ระบุว่ายอดใช้จ่ายระหว่างการเดินทางไปต่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวจีนแต่ละที่ระดับ 261.1 พันล้านดอลลาร์ในปี 2559 เพิ่มขึ้น 4.5% จากปีก่อนหน้า และครองอันดับ 1 ทั่วโลก สถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย ได้รับความนิยมสูงสุดจากนักท่องเที่ยวจีน จากปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ขั้นตอนการขอวีซ่าที่ง่ายกว่า ราคาสินค้าบริการถูกกว่า และการเดินทางสะดวก ซึ่งทั้งญี่ปุ่น ไทย และเกาหลีใต้ ครอง 3 อันดับสูงสุด ตามมาด้วยสิงคโปร์ มาเลเซีย และมัลดีฟส์

## THE PENETRATION OF MOBILE PAYMENT DURING OVERSEAS TRAVEL BY CHINESE TOURISTS (%)



Usage rate of various payment methods by different generations of Chinese tourists traveling overseas (%)

ภาพที่ 11 : แผนภูมิแสดงการแทรกซึมของ Mobile Payment ของนักท่องเที่ยวจีนระหว่างการท่องเที่ยวในต่างประเทศ

ที่มา : Nielsen และ Alipay, (2560)

ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะใช้วิธีการชำระเงินมากกว่า 1 วิธีซึ่งถือเป็นเรื่องปกติของชาวจีน มีทั้งการใช้เงินสด บัตรเครดิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินผ่านมือถือได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างแดน ซึ่ง 65% จะใช้แพลตฟอร์มชำระเงินผ่านมือถือขณะเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นที่ใช้เพียง 11% โดยกว่า 90% เลือกที่จะใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ หากประเทศนั้นๆ มีการเปิดรับชำระด้วยวิธีการนี้มากขึ้นในอนาคต และกว่า 90% ก็มีแนวโน้มจะซื้อเพิ่มขึ้น จากผู้ประกอบการที่เปิดรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในต่างประเทศ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนยุค 90s เป็นช่วงอายุที่ใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในต่างประเทศเยอะที่สุดกว่า 71% จากการสำรวจ มีการใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในฮ่องกงสูงกว่า 77% มากกว่าจุดหมายปลายทางอื่นๆ

นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศรู้สึกว่าคุณสมบัติหลักของการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ คือ ความรวดเร็วและความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังช่วยขจัดความยุ่งยากในเรื่องความปลอดภัยของกระเป๋าตังค์ และทำให้การจ่ายเงินได้ง่ายขึ้น อีกทั้งคุณสมบัติของแพลตฟอร์มการชำระเงินในโทรศัพท์มือถือสามารถแปลงค่าใช้จ่ายโดยตรงเป็นเงินหยวนของจีนได้อัตโนมัติ แต่ปัญหาสำคัญที่สุดคือ จำนวนผู้ประกอบการที่รับชำระเงินด้วยวิธีดังกล่าวในต่างประเทศมีอยู่จำกัด



## USAGE RATE OF VARIOUS PAYMENT METHODS BY CHINESE AND NON-CHINESE TOURISTS TRAVELING OVERSEAS



Source: Nielsen

ภาพที่ 12 : แผนภูมิแสดงการใช้วิธีใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ชาวจีนในการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ที่มา : Nielsen และ Alipay, (2560)

นอกจากนี้การสำรวจนี้ได้สัมภาษณ์คนจีนจำนวนหนึ่งเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ดังนี้

นายจาง อายุ 35 ปี จากเชียงใหม่ กล่าวว่า "ในประเทศจีนผมไม่ค่อยจะเอาอะไรออกมาเวลาออกจากบ้าน แต่ผมต้องมีโทรศัพท์มือถืออยู่เสมอ ในการชำระเงินทั้งหมดของผมสามารถทำผ่านกระเป๋าถือดิจิทัลบนโทรศัพท์มือถือ เพียงแค่สแกนก็ทำเสร็จแล้ว "

นายหลี่ อายุ 31 ปี จากเชียงใหม่ กล่าวว่า "เมื่อเดินทางเรามักต้องซื้อของเล็กๆ น้อยๆ และเมื่อจ่ายเงิน ฉันจำเป็นต้องหาเศษเงินในกระเป๋าและรับใบเสร็จและเงินทอนคืนมา ในทางกลับกันเราสามารถใช้ในการชำระเงินผ่านมือถือในร้านสะดวกซื้อในต่างประเทศได้ เช่น 7-11 เราแค่ต้องสแกนโค้ดเท่านั้น มันสะดวกและรวดเร็วมาก "

นางสาวหวัง อายุ 22 ปี จากเชียงใหม่ กล่าวว่า "โทรศัพท์มือถือของฉันอยู่ในมือเสมอเมื่อใดก็ตามที่ฉันต้องการจ่ายเงินฉันก็จะแสดงโค้ด QR หรือสแกนโค้ด ถ้าการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตดีกระบวนการทั้งหมดก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว "

นางสาวเต็ง อายุ 32 ปี จากเชียงใหม่ " ฉันรู้สึกอุ่นใจเมื่อได้เห็นเครื่องหมาย Alipay และ Wechat Pay ซึ่งเป็นสิ่งที่เราคุ้นเคยในเชียงใหม่ มีการเปิดใช้งานในต่างประเทศแล้ว ช่างน่าทึ่งที่พวกเขาให้บริการในต่างประเทศ "

นางหยาง อายุ 30 ปี จากเชียงใหม่ " การชำระเงินในมือถือของจีนจะกลายเป็นที่นิยมมากขึ้น ฉันเห็นโลโก้ของ Alipay หรือ WeChat Pay และรู้ว่าแอปเหล่านี้ได้รับการยอมรับตามร้านค้า "

ต่างๆในต่างประเทศ พวกเรารู้สึกสะดวกสบายมากขึ้น ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในนวัตกรรมของจีนและ รู้สึกว่าโลกต้องยอมรับสิ่งนี้ "

นักท่องเที่ยวจีนมีอำนาจในการซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ โดยยอดเฉลี่ยอยู่ที่ 24,500 บาทต่อคน ในการซื้อสินค้าจากการเดินทางครั้งล่าสุด ชาติอื่นๆ ก็จะใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ 15,500 บาท 99% ของการเดินทางครั้งล่าสุดจะติดตั้งแอป Alipay ไว้บนมือถือ และ 97% ใช้ส്മาร์ทโฟนเพื่อใช้ประโยชน์ที่หลากหลายจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น สำรองสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น เล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ก ท่องเว็บ ค้นหาข้อมูลร้านอาหารและส่วนลดสำหรับการซื้อสินค้า แม้ว่าอาลีเพย์ถูกใช้งานสำหรับการช้อปปิ้งมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวจีนก็ใช้อาลีเพย์เพื่อจ่ายค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางและสินทนาการด้วยเช่นกัน

94% บอกว่าจะซื้อสินค้า-บริการในต่างแดน ถ้ามีการรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์ ส่วน 92% จะพิจารณาเป็นพิเศษเมื่อทางร้านจะรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์

2.6.2 เมิ่ง ยู่กู่ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง การใช้ Alipay ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย ในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น กล่าวถึงบทคัดย่อ ดังนี้

ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของประเทศจีน และมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ระบบการชำระเงินออนไลน์ของจีนจึงเริ่มเติบโตขึ้นในประเทศไทย Alipay เป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ผ่านฝ่ายที่สามที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศจีนและก็เป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ที่มีความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย จึงได้รับความนิยมและการยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดี คนที่นิยมใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ของ Alipay ไม่เพียงแต่เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคนไทยที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวจีนอีกด้วย

2.6.3 ผกามาศ แสงสว่าง, สุชาติ วัฒนานนท์ และมรกต กำแพงเพชร (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในการใช้บริการ ALIPAY ที่ร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกล่าวถึงบทนำ ดังนี้

ปัจจุบันนี้ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมากที่สุด จากรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนจะเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสอยในการซื้อสินค้าระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวสูง นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้เงินไม่ต่ำกว่าคนละ 6,400 บาทต่อคนต่อวันซึ่งถือว่าเป็นจำนวนเงินที่มากกว่านักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ ที่ใช้เงินอยู่ที่ 5,690 บาทเท่านั้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่อยู่ในสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นิยมใช้บริการและทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

บนโลกและใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ มี 2 เจ้าใหญ่ครองตลาด คือ ALIPAY และ WeChat Payment ซึ่งทำให้การชำระเงินมีความสะดวกและปลอดภัย ทำให้ในหลายๆ ประเทศรวมถึงประเทศไทยมีการติดตั้งระบบการชำระเงินในรูปแบบดังกล่าว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเงินและดึงเงินตราเข้าประเทศ ซึ่งการเปิดช่องทาง ALIPAY ในประเทศไทยนั้นก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามายังประเทศไทยให้สามารถใช้บริการเซเว่นอีเลเว่น เป็นร้านสะดวกซื้อที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรู้จักเป็นอย่างดี และเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้นและเป็นร้านที่มีช่องทาง ALIPAY ทำให้การท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวจีนนั้นสะดวกสบายมากขึ้นกว่าเดิมเป็นอย่างยิ่งและที่สำคัญทางบริการ ALIPAY นั้นไม่ได้คิดค่าบริการเพิ่มอีกด้วย

2.6.4 ศศ.ดร.รัฐกร พูลทรัพย์ (2560) ได้เขียนบทความเรื่อง สงคราม Mobile Wallet แทนการชำระเงินด้วยเงินสด มีเนื้อหาดังนี้

ขณะนี้บางประเทศได้มีการใช้ Mobile Wallet หรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างแพร่หลาย Mobile Wallet คือ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่สามารถใช้ในการชำระเงินสำหรับการซื้อสินค้าได้ทั้งในร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปกติทั่วไป สาเหตุที่ Mobile Wallet เป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนสามารถใช้งานได้หลากหลาย และมีราคาที่ถูกลงมาก ทำให้ประชาชนทุกระดับสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้นการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสำหรับการชำระเงินบนโทรศัพท์มือถือที่สะดวก รวดเร็ว และง่าย จึงเป็นที่ยอมรับในทุกประเทศ การใช้ Mobile Wallet ชำระเงิน โดยทั่วไปในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศอินเดียได้มีผู้ใช้งาน Mobile Wallet ของ Paytm จำนวนไม่ต่ำกว่า 200 ล้านคน ผู้ใช้งานสามารถใช้ Paytm ในการชำระเงิน ค่าสินค้า บริการ และอาหารต่างๆ ได้หลากหลายตั้งแต่ระดับห้างสรรพสินค้า ห้างร้านทั่วไป จนถึงร้านอาหารหรูแพงลอยฟ้า ถนน ในปี 2017 คาดว่าจะมีรายการชำระเงินผ่าน Paytm ประมาณ 2,000 ล้านรายการ

อีกตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ประเทศจีน ซึ่งมีประชาชนใช้ Mobile Wallet ของ Alipay อยู่ไม่ต่ำกว่า 450 ล้านคน Alipay เป็นเจ้าของเดียวกับอาลีบาบา เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่มีชื่อเสียงในการขายของทั่วโลก และประเทศจีนมีประชาชนใช้ Mobile Wallet ของ WeChat Pay อยู่ไม่ต่ำกว่า 600 ล้านคน WeChat Pay เป็นของ Tencent เจ้าของเดียวกับ WeChat ซึ่งมีผู้ใช้งานอยู่เกือบ 1 พันล้านคนทั่วโลก

ในช่วงนี้คนจีนนิยมใช้ Alipay และ WeChat Pay ในการชำระเงินมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อสินค้าข้างทาง ซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านอาหารต่างๆ ทั่วประเทศจีน สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน

ง่ายต่อการใช้งาน ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจอะไรมากนัก อีกทั้งประชาชนชาวจีนมีความตื่นตัวในการใช้งาน โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานกิจการ รวมถึงใช้งานในชีวิตประจำวัน

การใช้ Mobile Wallet นั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียอยู่หลายประการ ข้อดีคือ หากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีการใช้ Mobile Wallet จำนวนมาก หรือเรียกอีกอย่างว่าสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คือไม่มีการใช้เงินสดในการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการอีก ดังนั้น จึงเป็นการลดต้นทุนของธนาคารหรือหน่วยงานต่างๆ ในการเก็บรักษาเงินสด แลกเปลี่ยนเงินหรือทอนเงิน การโยกย้ายเงินสด ในการจัดการเกี่ยวกับเงินสด ซึ่งปัจจุบันการรักษาเงินสดนั้นต้องมีการรักษาความปลอดภัยจากการโจรกรรม การโกง หรือการขักขอกเงินภายในองค์กร อีกทั้งภาครัฐไม่จำเป็นต้องผลิตเหรียญ ธนบัตร เงินตรา รวมถึงพัฒนาเทคโนโลยีสร้างธนบัตรเพื่อป้องกันการปลอมแปลงธนบัตร และยังสามารถตรวจสอบรายการชำระเงินระหว่างหน่วยงานและบุคคลได้อย่างครบถ้วน ส่วน ข้อเสีย ก็คือการชำระเงินผ่าน Mobile Wallet นั้นทำให้ชีวิตของเราต้องไปพึ่งพาโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ตัวอย่างเช่น หากโทรศัพท์มือถือแบตเตอรี่หมด หรือผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Wallet นั้นมีปัญหาขัดข้องในการใช้งาน อาจทำให้ไม่สามารถชำระเงินซื้อสินค้าได้ ต่อไปอาจจะเห็นการใช้เงินสดเฉพาะนักท่องเที่ยวเท่านั้น เนื่องจากไม่สามารถเปิดบัญชีบน Mobile Wallet ได้ (ในปัจจุบันยังเป็นข้อจำกัดในการยืนยันตัวตนของผู้ใช้ ซึ่งจะยอมรับเฉพาะพลเมืองของประเทศนั้นๆ เท่านั้น) แต่ในอนาคตเมื่อต้องการไปเที่ยวประเทศไหน แทนที่จะต้องไปรู้ว่าประเทศนั้นใช้สกุลเงินอะไรในการจับจ่ายใช้สอย อัตราแลกเปลี่ยนเป็นเท่าไร จะต้องเปลี่ยนมาศึกษาว่าใช้ Mobile Wallet อะไรและจะเปิดบัญชีใช้อย่างไรแทน

ในปัจจุบันทั่วโลกมีแอปพลิเคชันที่อยู่บนโทรศัพท์มือถือแบบแบบสมาร์ทโฟนที่สามารถใช้เป็น Mobile Wallet จำนวนหลายร้อยหลายพันแอปพลิเคชัน มีการแข่งขันให้ผู้ใช้ที่นั่นดาวน์โหลดไปใช้งาน โดยให้สิทธิประโยชน์ต่างๆมากมาย เช่น การโอนเงินระหว่างบุคคล หรือการชำระค่าสาธารณูปโภคแบบไม่มีค่าธรรมเนียม ซึ่งแตกต่างจากธนาคารที่ยังมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอยู่ สำหรับในประเทศไทย ผู้ประกอบการต่างๆ ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม เริ่มมีความสนใจที่จะพัฒนา Mobile Wallet เพื่อการชำระเงิน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธนาคาร กลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม กลุ่มอีคอมเมิร์ซ หรือกลุ่มสตาร์ทอัพ การแข่งขันเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ

ตัวอย่างของ Mobile Wallet ที่ประสบความสำเร็จที่สุดในโลกก็คือ Alipay โดยเริ่มจากการเชิญชวนให้ประชาชนชาวจีนมาใช้ Mobile Wallet ในการชำระเงินผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ อาลีบาบา เต้าเป่า และ TMALL เพื่อซื้อสินค้า และขยายไปยังห้างสรรพสินค้า ห้างร้านทั่วไป จนไปถึงร้านหาบเร่แผงลอยข้างถนน ทำให้มีจำนวนรายการซื้อของต่างๆ มากมายที่สามารถจะทำให้ Alipay

วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้เงินของคนแต่ละคน สถานะการเงินและความน่าเชื่อถือของบุคคลต่างๆ จนนำไปสู่การนำเสนอให้สินเชื่อ หรือการปล่อยเงินกู้กับลูกค้าที่มีเครดิตดี ผ่านบริษัท Ant Financial โดยในเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา Alipay สามารถปล่อยเงินกู้ในวงเงินทั้งหมดสูงถึงหนึ่งแสนล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งทำให้เจ้าของบริษัทชื่อ แจ็ค หม่า ร่ำรวยติดอันดับ 13 ของโลก ในปี ค.ศ. 2017 นอกจากนี้ Alipay ยังนำเสนอให้ดอกเบี้ยการฝากเงินบน Alipay ผ่านหยูเอ้อเป่า (Yu'e Bao) ประมาณร้อยละ 4 ซึ่งสูงกว่าธนาคาร โดยทั่วไป และจ่ายดอกเบี้ยเป็นรายวัน ทำให้หยูเอ้อเป่า มีทรัพย์สินในการบริหารทั้งหมดหนึ่งแสนหกหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ

2.6.5 พิภาวิน ศดประเสริฐ ผู้จัดการใหญ่บริษัทแอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส กรุ๊ป (Ant Financial Services Group) ประจำประเทศไทย ผู้พัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชัน “อาลีเพย์” (Alipay) จากประเทศจีน ให้สัมภาษณ์กับเว็บไซต์ The Momentum โดยสรุปได้ดังนี้ (อัฐานวัฒน์ ภัคภูริวัฒน์, 2561) ว่า หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้สังคมไร้เงินสดประสบความสำเร็จในประเทศจีนเกิดจากปัญหาการเข้าถึงสินค้าและบริการที่ไม่ครอบคลุมในหลายพื้นที่ของจีน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคชาวจีนหันมาพึ่งการซื้อขายผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) มากขึ้น โดยอาลีเพย์เกิดจากการเป็นช่องทางการชำระเงิน (Payment Method) ให้กับบริการอีคอมเมิร์ซของอาลีบาบา (Alibaba) ซึ่งเปิดพื้นที่ให้คนจีนเข้ามาขายสินค้าซึ่งต่อมาได้ถูกพัฒนาเป็นรูปแบบการจ่ายเงิน (Payment Platform) สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินที่มุ่งตอบโจทย์การใช้ชีวิตของชาวจีนอย่างครบวงจร ทั้งนี้ การเคลื่อนย้ายเงินผ่านระบบดิจิทัลยังมีอิทธิพลแรงบวกที่มากกว่าเรื่องความสะดวกสบายของลูกค้า เพราะได้สร้างประโยชน์ด้านการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านอีกด้วย โดยเรียกว่า O-2-O หรือ Online-to-Offline Solution ที่ลูกค้าสามารถจ่ายเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ และนอกจากอาลีเพย์จะเป็นแพลตฟอร์มแพลตฟอร์มแล้ว ยังเป็นผู้ช่วยด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ ด้วยการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับร้านค้า โดยให้ข้อมูลร้านค้าบนแอปพลิเคชัน และดึงดูดลูกค้าชาวจีนมายังหน้าร้านได้

อาลีเพย์ใช้แนวคิด KYC หรือ Know Your Customers (รู้จักลูกค้าของคุณ) โดยมีสาระสำคัญอยู่ที่การยืนยันตัวตนของผู้ใช้งานผ่านการควบคุมของธนาคารแห่งชาติจีน และการออกแบบระบบที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้ได้ว่าไม่ถูกเอาเปรียบ โดยเริ่มพัฒนาแพลตฟอร์มให้กับอาลีบาบา เวลาลูกค้าซื้อของ ต้องโอนเงินมาก่อน อาลีเพย์จะช่วยถือเงินลูกค้าไว้จนกว่าลูกค้าได้รับของและมั่นใจว่าเป็นสินค้าที่ถูกต้อง จึงสามารถปล่อยเงินให้กับผู้ขาย ทำให้อาลีเพย์เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความน่าเชื่อถือ ทั้งสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย

ผู้ใช้้อาลีเพย์ต้องมีหมายเลขบัตรประชาชน บัญชีธนาคาร และหมายเลขโทรศัพท์ที่ประเทศจีน จึงจะใช้บริการได้ เพราะถือว่าลูกค้าต้องได้รับการยืนยันจากแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ ซึ่งก็

คือธนาคาร ตามกฎของธนาคารแห่งชาติจีน ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้อาลีเพย์ไม่มีบริการสำหรับคนไทย เพราะจำกัดให้สำหรับผู้ให้บริการชาวจีนเท่านั้น ในประเทศไทย อาลีเพย์ได้ดำเนินธุรกิจผ่านความร่วมมือกับบริษัทในประเทศ (Local Corporation) โดยร่วมมือกับทรูมันนี่ประเทศไทย ภายใต้การควบคุมของธนาคารแห่งชาติจีน

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับระบบการชำระเงิน แนวคิดโมบายแอปพลิเคชัน แนวคิดการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาลีเพย์ (Alipay) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งบทความและข่าวต่างๆ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลจากแอปพลิเคชันอาลีเพย์ได้แพร่หลายมาสู่ประเทศไทย ซึ่งทำให้คนไทยต้องเตรียมพร้อมรับมือจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว พร้อมทั้งได้ทราบถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแอปพลิเคชันนี้ ได้รับรู้ถึงงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง และบทความที่เกี่ยวข้องกัน ทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.6.6 matemate (2560) ได้เขียนบทความเรื่อง ยอดธุรกรรมผ่าน Alipay ในต่างประเทศช่วง Golden Week เติบโตแบบจุดไม่อยู่ มีเนื้อหา ดังนี้

Golden Week หรือวันหยุดยาวของจีน ช่วงวันที่ 1-7 ต.ค. ที่ผ่านมา เรียกว่าคนจีนเดินทางออกท่องเที่ยวในต่างประเทศกันเป็นจำนวนมาก เฉพาะในไทยคาดว่ามียกท่องเที่ยวจีนกว่า 3 แสนคน และสิ่งที่ตามมาคือ การใช้จ่ายโดยเฉพาะผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ซึ่งปัจจุบันเปิดให้บริการหลายประเทศที่คนจีนไปถึง

ข้อดีของ Alipay คือ ทำให้คนจีนรู้สึกสบายใจและปลอดภัยที่จะใช้จ่าย เพราะเมื่อสแกนแล้ว ระบบจะจ่ายเป็นเงินหยวน (คนจีนรู้ว่าจ่ายไปก็หยวน) ส่วนคนขายได้รับเงินเป็นสกุลของประเทศนั้นๆ ในประเทศไทยเอง เชียงใหม่ ภูเก็ต และกรุงเทพฯ ก็เป็นเป้าหมายหลักของคนจีนเช่นเดียวกัน การทำธุรกรรมผ่าน Alipay เติบโตขึ้นแบบมหาศาล เฉพาะช่วงเวลา Golden Week มีการทำธุรกรรมในร้านค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น 8 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเอเชียครองแชมป์ 10 จุดหมายปลายทางที่มีการทำธุรกรรมสูงสุด โดยฮ่องกงครองอันดับหนึ่ง ตามมาด้วยไทย ได้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี มาเก๊า มาเลเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนในสิงคโปร์ ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้นถึง 30 เท่า ส่วนในประเทศไทย ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 6 เท่า เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ในญี่ปุ่น ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 16 เท่าจากปีที่แล้ว ขณะที่ในฮ่องกงและไต้หวัน ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 13 เท่า เมื่อเทียบกับตัวเลขของปี 2559 ในออสเตรเลีย ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 20 เท่า ขณะที่ในนิวซีแลนด์ ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 6 เท่า สำหรับยอดใช้จ่ายต่อคนโดยรวมเพิ่มขึ้น 50% เป็น 1,301 หยวน โดยยอดใช้จ่ายต่อคนในประเทศนอกภูมิภาคเอเชียสูงกว่ามากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของทั่วโลก ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย (1,519 หยวน) และสิงคโปร์ (1,376 หยวน) สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก (1,301 หยวน) ขณะที่มาเลเซีย (940 หยวน) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก โดยประเภทของ

ร้านค้าที่ใช้บริการมีความหลากหลายอย่างมาก ตั้งแต่ร้านค้าปลอดภาษีไปจนถึงร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟ

สำหรับประเทศไทย เป็นประเทศที่มีคนจีนมาเที่ยวเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ประมาณ 8 ล้านคนในปีที่ผ่านมา และมีการใช้งาน Alipay อยู่พอสมควรในจังหวัดท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่, ภูเก็ต ดังนั้น ตัวเลขการเติบโตของไทยอาจจะไม่สูงนัก แต่ก็ยังเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจ และการใช้งาน Alipay มีในทุกรูปแบบ ทั้งที่พัก ร้านค้าปลอดภาษี หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านกาแฟ ดังนั้นร้านไหนที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าคนจีน การรองรับระบบ Alipay คือโอกาสทางธุรกิจครั้งสำคัญ

2.6.7 Branded Content (2560) ได้เขียนบทความเรื่อง ตามติด Cashless Society ในตลาดจตุจักร เมื่อลูกค้าชาวจีนจ่ายด้วย Alipay ผ่าน K PLUS SHOP มีเนื้อหา ดังนี้

เมื่อนักท่องเที่ยวเงินเพิ่มขึ้นทุกวัน และปีนี้คาดว่าจะเข้ามากว่า 9 ล้านคน สร้างเงินสะพัดมากกว่า 4.7 แสนล้านบาทต่อปี ดังนั้นการยกระดับธุรกิจตัวเองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเข้ามาเป็นลูกค้า โดยเฉพาะวิธีการรับชำระเงินจาก Alipay ซึ่งเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันที่คนจีนนิยมใช้มากที่สุด ได้จึงจำเป็นอย่างยิ่ง จีน เป็นหนึ่งในประเทศที่เปิดรับ QR Payment อย่างรวดเร็ว ชาวจีนจำนวนมากคุ้นเคยกับชีวิตแบบไร้เงินสด พวกเขาใช้จ่ายด้วย QR Code ผ่าน Alipay ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มการชำระเงินที่ใหญ่ของจีน ดังนั้นเมื่อพวกเขาเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ ความคุ้นชินเหล่านี้ก็ติดตัวไปด้วย ทำให้ถ้าร้านค้าต่างๆ สามารถรับชำระเงินจากแพลตฟอร์มชำระเงินที่ชาวจีนใช้งานเป็นประจำ ก็เท่ากับสร้างโอกาสทางธุรกิจได้มหาศาล

จากจุดนี้เอง ธนาคารกสิกรไทย หรือ KBank จึงทำงานร่วมกับ Alipay ตั้งแต่ปี 2558 เช่น การติดตั้งเครื่องรับชำระเงิน (EDC) ที่อ่าน QR Code ของ Alipay ตามห้างสรรพสินค้า และห้างร้านต่างๆ จนปัจจุบันกระจายได้กว่า 2 แสนเครื่อง และล่าสุดนำเทคโนโลยี QR Code มาพัฒนาใส่ในแอปฯ K PLUS SHOP หรือร้านค้าบนมือถือกสิกรไทย

K PLUS SHOP เป็นแอปพลิเคชันของธนาคารรายแรกในประเทศไทยที่สามารถรับชำระเงินจาก Alipay ได้ ประกอบกับการใช้งานที่ง่าย เพียงเปิด K PLUS SHOP ใส่ราคาสินค้า แล้วกดยิง QR Code ของลูกค้าชาวจีนที่ใช้ Alipay ก็รับชำระเงินจากช่องทางนี้ได้ทันที โดยตัวเงินจะส่งมายังบัญชีที่ผูกกับ K PLUS SHOP ไว้ ด้วยความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากมายในการติดตั้ง ทำให้ KBank สามารถขยายจำนวนผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และตอนนี้ก็เริ่มเข้าไปทำตลาดกับผู้ค้าในตลาดนัดจตุจักรเป็นพื้นที่แรก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวจีนมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ก็มีมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสการขายได้มากขึ้น ผู้ขายไม่ต้องเสียเวลาลำบากเรื่องเงินทอง ไม่ต้องห่วงเรื่องความปลอดภัย ผู้ซื้อก็สะดวกเพราะเป็นแอปจ่ายเงินที่เขยชิน ไม่ต้องพกเงินสด แต่สามารถซื้อขายกันได้ผ่านการยิง QR Code ยิ่งมีการใช้งาน K PLUS SHOP มากขึ้น โอกาสทาง

ธุรกิจของร้านค้าและความสะดวกของผู้ซื้อก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เป็นการสร้างสังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society ให้เกิดขึ้นทั้งกับผู้ใช้คนไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์” แบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนดังนี้

- 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 วิธีการศึกษา
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยต่างๆ บทความ และค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และสัมภาษณ์ร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวนทั้งหมด 20 ร้าน โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

#### 3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 เก็บข้อมูลประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 20 ร้าน โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ร้านค้าและการสังเกตการณ์ จากนั้นมานำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

3.2.2 ศึกษาตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเก็บข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าโดยการเดินสำรวจและบันทึกข้อมูลในแบบสอบถาม จากนั้นนำมาวิเคราะห์และนำเสนอในในรูปแบบแผนที่และการบรรยาย

3.2.3 ศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์กับร้านค้า จากนั้นมานำเสนอในรูปแบบการบรรยายและรูปแบบตาราง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของร้านค้า

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้ผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนภายในร้าน

3.3.2 การสัมภาษณ์ (Interview) โดยสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับร้านค้า เช่น เจ้าของร้าน พนักงาน หุ่นส่วนของร้าน เป็นต้น ซึ่งแล้วแต่ความสะดวกของร้านในการให้สัมภาษณ์

3.3.3 การสังเกตการณ์ (Observation) โดยสังเกตการณ์การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้า และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าที่ได้ไปแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์

### 3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4.2 แผนที่ (Map)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ร้านค้าและการสังเกตการณ์ จากนั้นมานำเสนอในรูปแบบการบรรยาย รวมถึงศึกษาตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเก็บข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าโดยการเดินสำรวจและบันทึกข้อมูลในแบบสอบถาม จากนั้นนำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบแผนที่และการบรรยาย รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กับร้านค้า ในการลงพื้นที่สำรวจร้านค้าที่ให้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสำรวจร้านค้าจำนวน 20 ร้าน ที่อยู่บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ด้วยตัวเอง โดยทำการสำรวจในเดือนมกราคม-เดือนกุมภาพันธ์ ปีพ.ศ. 2562 ผลการศึกษาประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 4.2 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 4.3 พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

#### 4.1 ประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ร้านค้า และการสังเกตการณ์ จึงได้ผลการวิเคราะห์ประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 20 ร้าน โดยสรุปผลได้ดังนี้

##### 4.1.1 ประเภทของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย และมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่บริเวณนี้มากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวจากหลายชาติล้วนต้องการมาเยือนยังสถานที่แห่งนี้ แหล่งท่องเที่ยวบริเวณนี้ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) พระบรมมหาราชวัง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) ศูนย์การค้าท่ามหาราช ถนนข้าวสาร เป็นต้น สถานที่เหล่านี้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ทำให้มีร้านค้ามากมายเกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากหลายชาติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเยอะที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ส่งผลให้ร้านค้าหลายร้านจำเป็นต้องติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เพื่อมาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนใหญ่ คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเน้นไปที่ร้านกาแฟและเบเกอรี่เป็นหลัก รองลงมา คือ ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านขายของที่ระลึก ประเภทบริการต่างๆ ประเภทร้านขายยา ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ร้านค้าต่างๆ เปิดมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ รวมทั้งมีการเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวจีนในการชำระเงิน โดยไม่ต้องจ่ายเป็นเงินสด

ร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่บริเวณท่ามหาราช เนื่องจากบริเวณนี้เป็นศูนย์การค้า จึงมีร้านค้ามากมายมาเปิดบริการ นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) และพระบรมมหาราชวัง ซึ่งหลังจากนักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชมสถานที่ดังกล่าวเสร็จ ก็มักจะเดินเลือกซื้อของบริเวณรอบๆ ต่อ จะเห็นได้ว่าร้านค้าบริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราชมีร้านค้าที่รองรับนักท่องเที่ยวมากมาย ทั้งนักท่องเที่ยวจีนและชาติอื่นๆ ร้านค้าบริเวณนี้ส่วนใหญ่ให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมาจับจ่ายซื้อของบริเวณนี้มากพอสมควร ประเภทร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) โดยส่วนใหญ่ คือ ประเภท

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และประเภทร้านขายของที่ระลึก รองจากบริเวณท่ามหาราช คือ บริเวณถนนข้าวสาร บริเวณนี้มีร้านค้าจำนวนมากเรียงรายตามสองข้างทางริมถนน นักท่องเที่ยวที่มาบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ มีทั้งชาวยุโรป ชาวอเมริกา ชาวอินเดีย ชาวเกาหลี ชาวญี่ปุ่น และมีชาวจีนบางส่วนที่มาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ดังนั้น ร้านค้าบริเวณถนนข้าวสารส่วนใหญ่ไม่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) โดยร้านค้าที่ติดตั้งมีประมาณร้อยละ 20 ของร้านค้าทั้งหมด โดยแบ่งเป็น ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านขายของที่ระลึก และ ประเภทร้านบริการนวดและสปา ถัดจากบริเวณถนนข้าวสาร ได้แก่ บริเวณถนนหน้าพระลาน ซึ่งเป็นบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเยอะที่สุด เนื่องจากอยู่ตรงทางเข้าพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีร้านค้าที่ติดตั้งบริการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) จำนวน 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม และ ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ บริเวณต่อมา คือ ถนนตะนาว ซึ่งอยู่ใกล้กับถนนข้าวสาร บริเวณนี้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มากนัก ร้านค้าส่วนใหญ่จึงไม่มีบริการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) แต่มีร้านค้าบางร้านที่จำหน่ายสินค้าที่คนจีนนิยมและชื่นชอบ และได้มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ประเภทร้านขายของที่ระลึก ซึ่งมีจำนวน 2 ร้าน นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าที่อื่นๆบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ ถนนพระอาทิตย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ถนนมหาราช เป็นต้น บริเวณดังกล่าวมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่แน่นอน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม และ ประเภทร้านขายแว่น

4.1.2 ลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

สำหรับร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) นั้น ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกัน คือ เป็นตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ที่อยู่ตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะฯ ซึ่งมีทั้งแบบย้อนยุคและแบบสมัยใหม่ปนกันไป ในบางพื้นที่ไม่สามารถดัดแปลงโครงสร้างตึกได้ เนื่องจากมีพื้นที่จำกัดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ ร้านค้าส่วนใหญ่จึงยังคงรูปแบบตึกเป็นแนวย้อนยุคให้เหมือนสมัยก่อน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร้าน แต่ด้านในอาจมีการตกแต่งร้านเพิ่มเติมให้มีความทันสมัยมากขึ้นตามกาลเวลา เช่น บริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ตึกด้านหน้าทางเข้าวัดที่เป็นร้านค้าเรียงรายกันอยู่นั้น ยังคงมีรูปแบบภายนอกเป็นตึกในสมัยก่อนให้เข้ากับบรรยากาศของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์อย่างพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว แต่ด้านในของร้านต่าง ๆ นั้น ตกแต่งต่างกันแล้วแต่สินค้าและบริการของร้าน โดยหนึ่งร้านส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ 1 คูหา หาก

ร้านใหญ่ก็จะมีขนาดมากที่สุดแค่ 2 คูหา เพราะพื้นที่มีจำกัด แต่ในบริเวณอื่นๆ เช่น ที่ศูนย์การค้าท่ามหาราช ร้านค้าจะมีขนาดใหญ่ขึ้นตามงบประมาณและความนิยมของร้าน เนื่องจากที่แห่งนี้สร้างขึ้นเพื่อเป็นศูนย์รวมร้านค้าและรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ในขณะที่เดียวกัน บริเวณถนนข้าวสารก็มีร้านค้ามากมายรวมกันในพื้นที่ค่อนข้างจำกัด หลายร้านต้องการเปิดกิจการในบริเวณที่เป็นท่าเลทองซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยือน ร้านค้าจึงเปิดติดๆกัน มีทั้งร้านที่ติดถนนและร้านที่อยู่ลึกเข้าไปในด้านใน ขนาดร้านค้าขึ้นอยู่กับงบประมาณของร้านและความนิยมของนักท่องเที่ยว ส่วนร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในบริเวณอื่นๆของเกาะรัตนโกสินทร์ก็เป็นร้านค้าทั่วไป มีขนาดใหญ่บ้าง เล็กบ้าง และมีลักษณะเด่น คือ ได้บรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยา ได้ชมทัศนียภาพของพระบรมมหาราชวังและวัดต่างๆ เช่น วัดพระแก้ว วัดอรุณราชวราราม วัดโพธิ์ วัดมหาธาตุ เป็นต้น นอกจากนี้ ในร้านขายของที่ระลึกก็จำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศไทย เพื่อให้เข้ากับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งนี้ สำหรับเรื่องราคาสินค้าในภาพรวมของร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) นั้น มีทั้งร้านที่ขายสินค้าราคาสูง คือ ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายแว่น ร้านที่ขายสินค้าราคากลางๆ เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านนวดและสปา ร้านที่ขายสินค้าทั้งราคาสูงจนถึงต่ำ คือ ร้านขายของที่ระลึก และร้านที่ขายสินค้าราคาต่ำ คือ ร้านขนมและเครื่องดื่ม แสดงให้เห็นว่ามีร้านค้าหลากหลายราคาที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) สำหรับการบริการภายในร้าน ร้านค้าส่วนใหญ่ที่มีการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เจ้าของร้านจะเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยตัวเอง เช่น ร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ร้านขายแว่น ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางร้าน และร้านขายของที่ระลึก และมีร้านจำนวนไม่น้อยที่มีพนักงานคอยให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านนวดและสปา ร้านให้บริการทัวร์ล่องเรือ และร้านที่เป็นสาขาเฟรนไชส์ ซึ่งทั้งสองรูปแบบนั้นล้วนแล้วแต่ให้บริการได้อย่างดีเยี่ยม ให้ความใส่ใจต่อลูกค้า ตอบคำถามลูกค้าได้ดี ทำให้เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวได้มาก และในส่วนที่เหมือนกันของร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ ทุกร้านเป็นร้านแบบปิด มีเครื่องปรับอากาศ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงามตามลักษณะของสินค้าและบริการของแต่ละร้าน และสังเกตได้ว่าร้านค้าแบบรถเข็นจะไม่มีบริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) โดยส่วนมากจะชำระเงินด้วยเงินสดเท่านั้น เพื่อความง่ายและสะดวก และจากการสำรวจยังพบอีกว่า ผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์จำนวนไม่น้อยสามารถพูดภาษาจีนได้ เนื่องจากต้องต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจีนบ่อยครั้ง ทำให้ต้องฝึกภาษาจีนเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจีนให้เกิดความประทับใจ

ตัวอย่างร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้  
บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยแบ่งตามประเภท

1. ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ร้าน Favour'café

ร้าน Creamery

ร้าน Itim Lamoon

ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa)

ร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน

ร้าน Café Velodome

ร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช

ร้าน Edible Café

2. ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

ร้าน Sense of Thai

ร้าน Pomme Accessory

ร้าน Bee Hair Shop

ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน

3.ประเภทร้านขายของที่ระลึก

ร้าน Alpaca / Thaiyarin

ร้าน Mommade shop

ร้าน 20twenty

4.ประเภทร้านให้บริการต่างๆ

ร้าน ข้าวสารสปา

ร้าน Chaopraya tourist boat

ร้าน Supatra Boat

5.ประเภทร้านขายยา

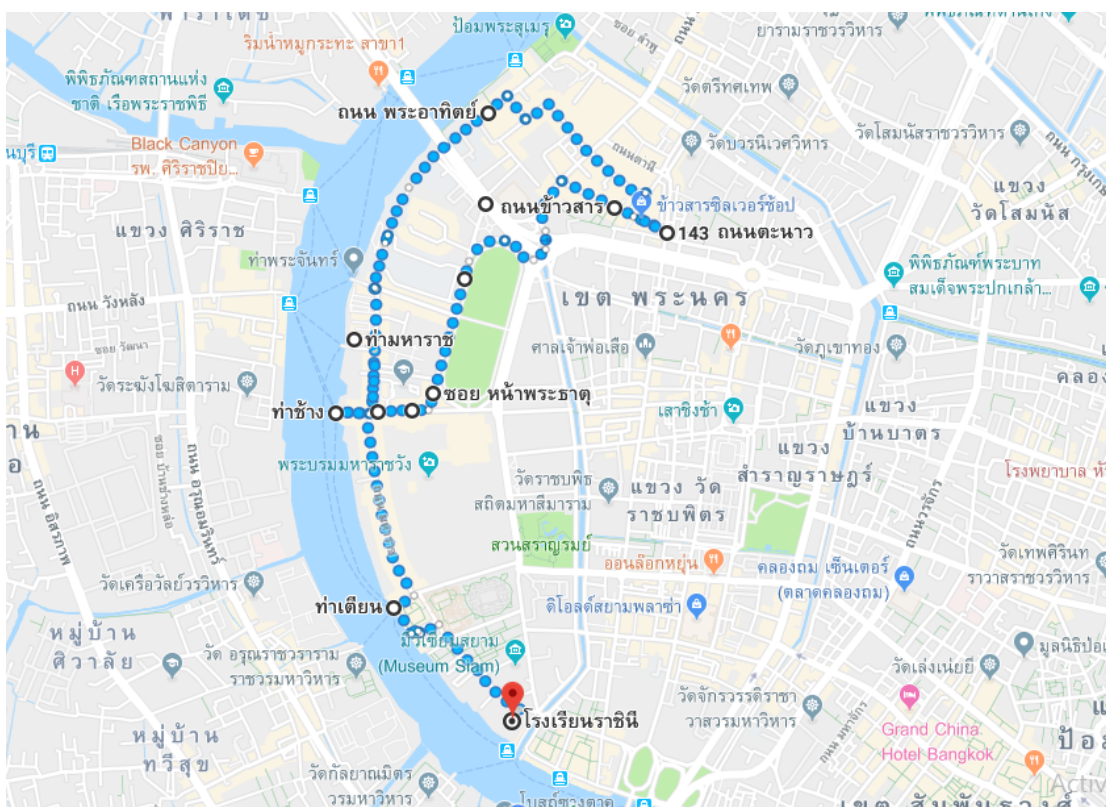
ร้าน Health me ท่ามหาราช

6.ประเภทร้านขายแว่น

ร้าน แว่นตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์

#### 4.2 ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการเดินสำรวจพื้นที่ด้วยตนเอง จึงได้ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 20 ร้าน โดยแบ่งตามทำเลที่ตั้งได้ดังนี้



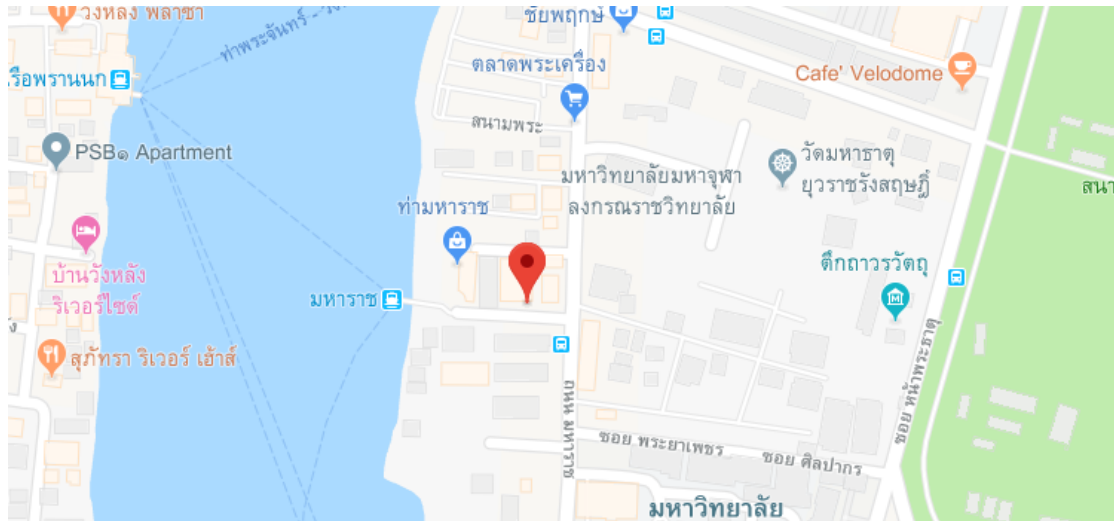
ภาพที่ 13 : แผนที่การเดินทางร้านค้าร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน  
ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/\(2562\)](https://www.google.co.th/maps/(2562))



## 4.2.1 บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช

### 4.2.1.1 ร้าน Sense of Thai

ร้าน Sense of Thai จำหน่ายสินค้าจำพวกของที่ระลึก เช่น ของฝาก ขนม และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีทั้งให้ซื้อและให้เช่า ตั้งอยู่บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช อยู่ตรงประตูทางเข้าฝั่งถนนมหาราช เมื่อเดินจากประตูเข้ามาแล้วเลี้ยวซ้าย



ภาพที่ 14 : แผนที่ร้าน Sense of Thai

ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/place/Sense+Of+Thai+, \(2562\)](https://www.google.co.th/maps/place/Sense+Of+Thai+,+2562)



ภาพที่ 15 : หน้าร้าน Sense of Thai

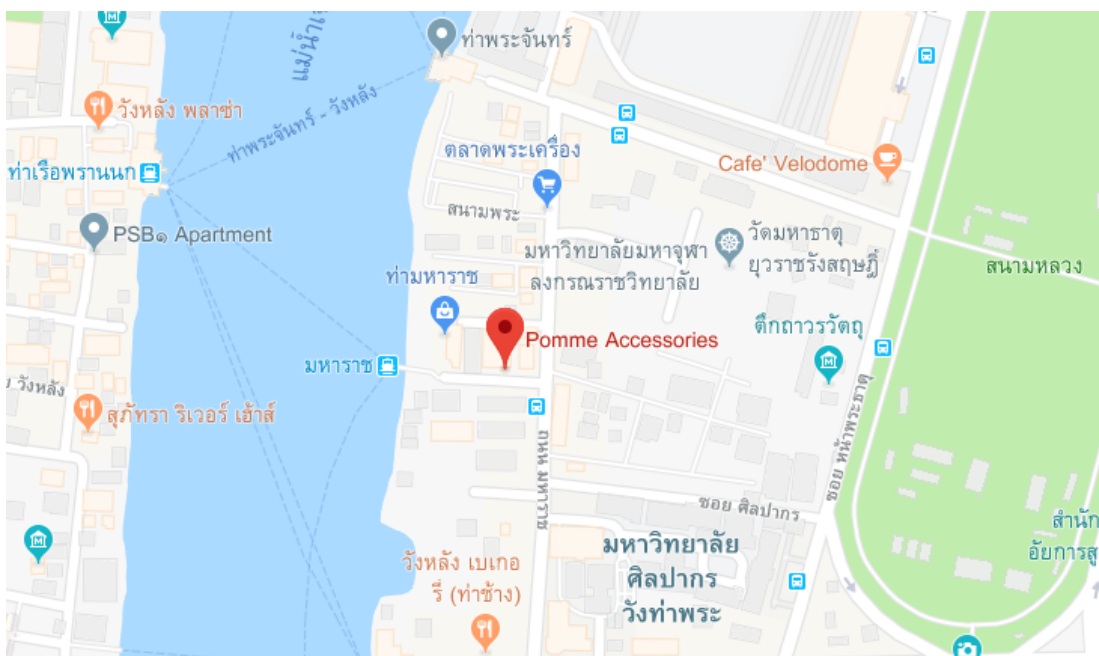
ที่มา : อุมารัตน์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 16 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Sense of Thai  
ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.2 ร้าน Pomme Accessory

ร้าน Pomme Accessory จำหน่ายสินค้าจำพวกเครื่องประดับต่างๆ เช่น สร้อยคอ ต่างหู สินค้าส่วนใหญ่แสดงถึงเอกลักษณ์ของไทย ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจ และเข้ามาชมสินค้าในร้านอย่างไม่ขาดสาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจีน ตั้งอยู่บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช ใกล้กับประตูทางเข้าฝั่งถนนมหาราช ร้านอยู่ติดทางเดินหลัก

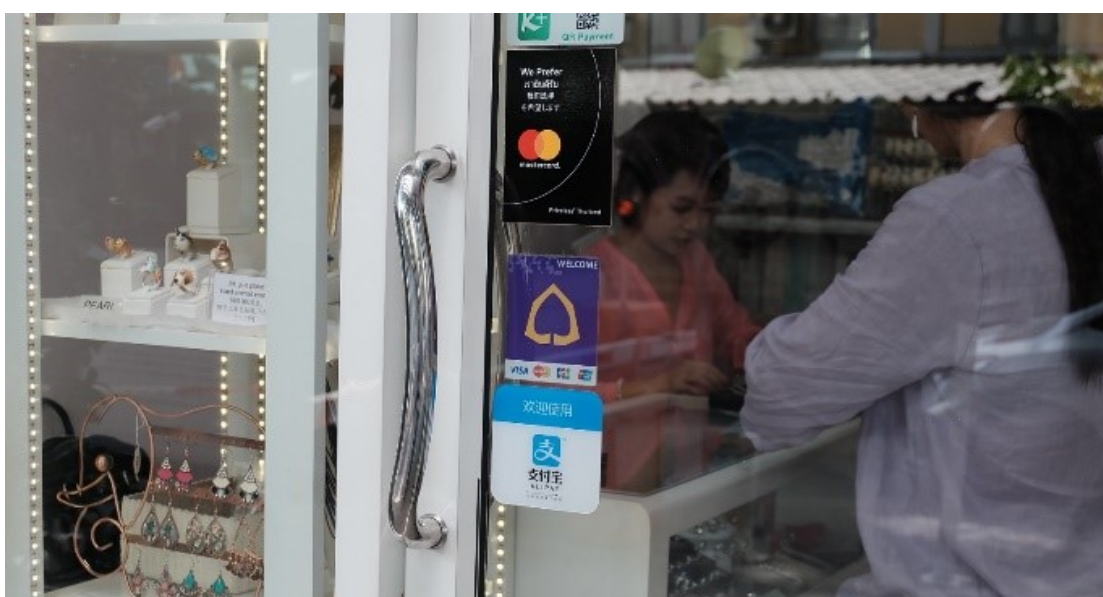


ภาพที่ 17 : แผนที่ร้าน Pomme Accessory

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Pomme+Accessories>, (2562)



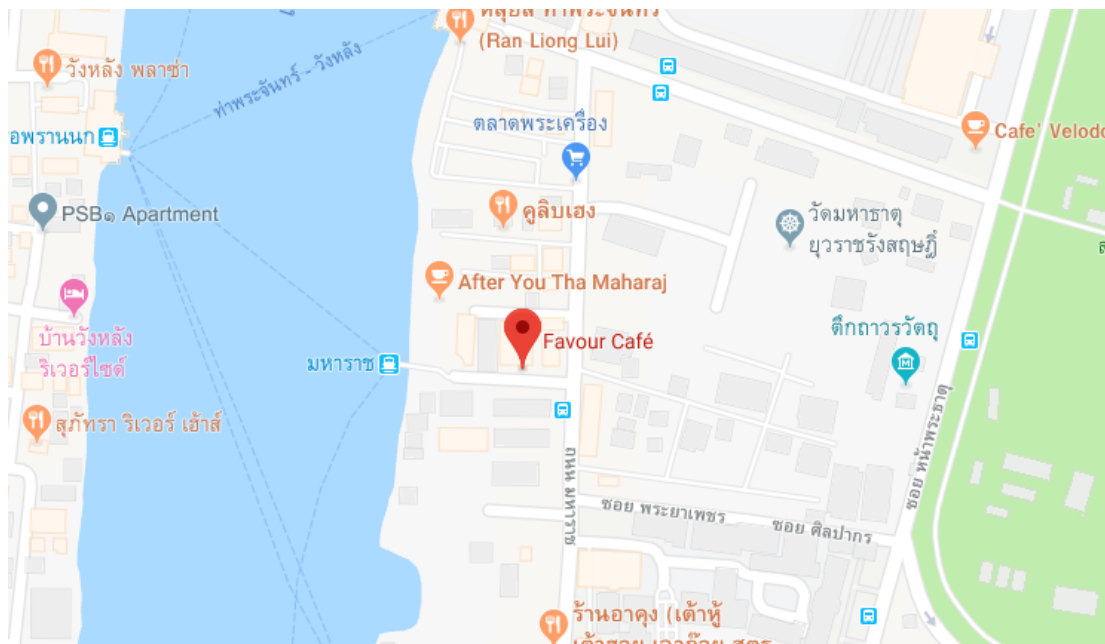
ภาพที่ 18 : หน้าร้าน Pomme Accessory  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 19 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Pomme Accessory  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.3 ร้าน Favour'café

ร้าน Favour'café จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เน้นไปที่กาแฟและเบเกอรี่ ภายในร้านตกแต่งอย่างสวยงาม เหมาะสำหรับการนั่งทำงานและพักผ่อน ตั้งอยู่บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช ไม่ไกลจากประตูทางเข้าฝั่งถนนมหาราช



ภาพที่ 20 : แผนที่ร้าน Favour'café

ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/place/Favour+Cafe,\(2562\)](https://www.google.co.th/maps/place/Favour+Cafe,(2562))



ภาพที่ 21 : ป้ายสัญลักษณ์อาลิเพย์(Alipay) หน้าร้าน Favour'café

ที่มา : อุมารณั ทงเขียว, (2562)

#### 4.2.1.4 ร้าน Health me ท่ามหาราช

ร้าน Health me ท่ามหาราช จำหน่ายยาโรคและสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นร้านยาเพียงแห่งเดียวของศูนย์การค้าท่ามหาราช ตั้งอยู่บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช ใกล้กับลานจอดรถ ต้องเดินเข้าไปในซอยจึงจะพบร้าน



ภาพที่ 22 : แผนที่ร้าน Health me ท่ามหาราช

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Health+Me>, (2562)



ภาพที่ 23 : หน้าร้าน Health me ท่ามหาราช

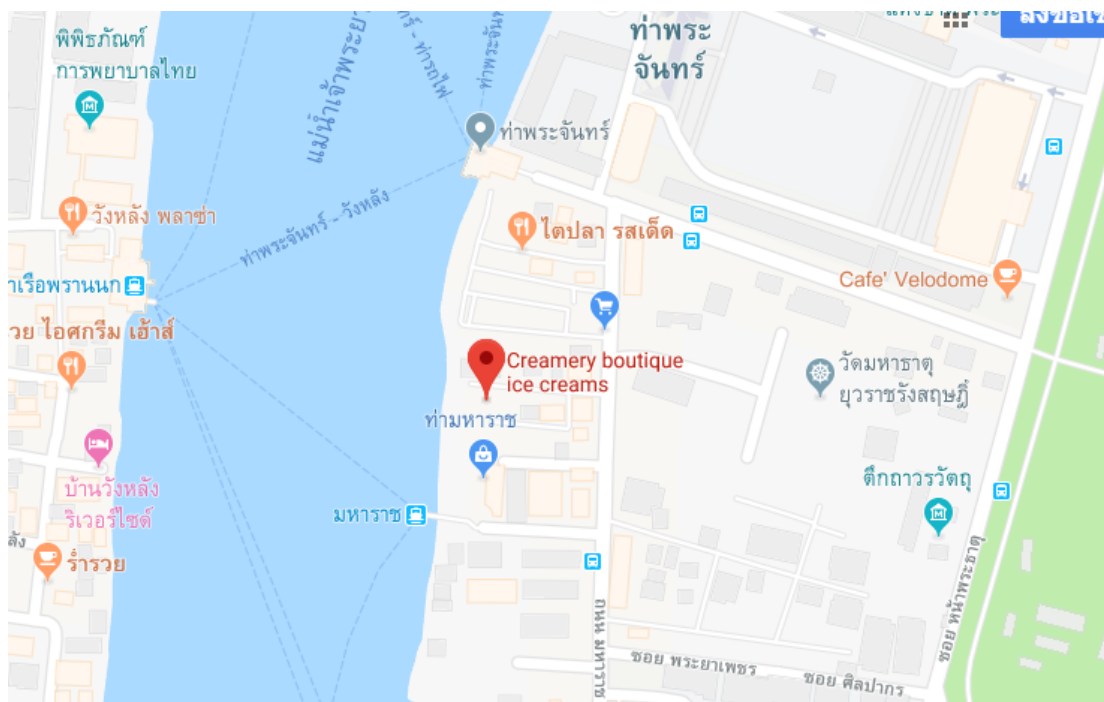
ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 24 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Health me ท้ามหาราช  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.5 ร้าน Creamery

ร้าน Creamery เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม เน้นไปที่ขนมและไอศกรีมที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน อีกทั้งยังตกแต่งภายในอย่างสวยงามและโดดเด่น ตั้งอยู่บริเวณใจกลางของศูนย์การค้าท้ามหาราช



ภาพที่ 25 : แผนที่ร้าน Creamery

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Creamery+boutique+ice+creams>, (2562)



ภาพที่ 26 : หน้าร้าน Creamery  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 27 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Creamery  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.6 ร้าน Itim Lamoon

ร้าน Itim Lamoon เป็นร้านค้าเล็กๆ ตกแต่งสวยงาม มีเครื่องดื่มหากหลายเมนู และมีไอศกรีมหลากรสที่เป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน ตั้งอยู่บริเวณใจกลางของศูนย์การค้าท่ามหาราช



ภาพที่ 28 : แผนที่ร้าน Itim Lamoon

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/itimlamoon>, (2562)



ภาพที่ 29 : หน้าร้าน Itim Lamoon

ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

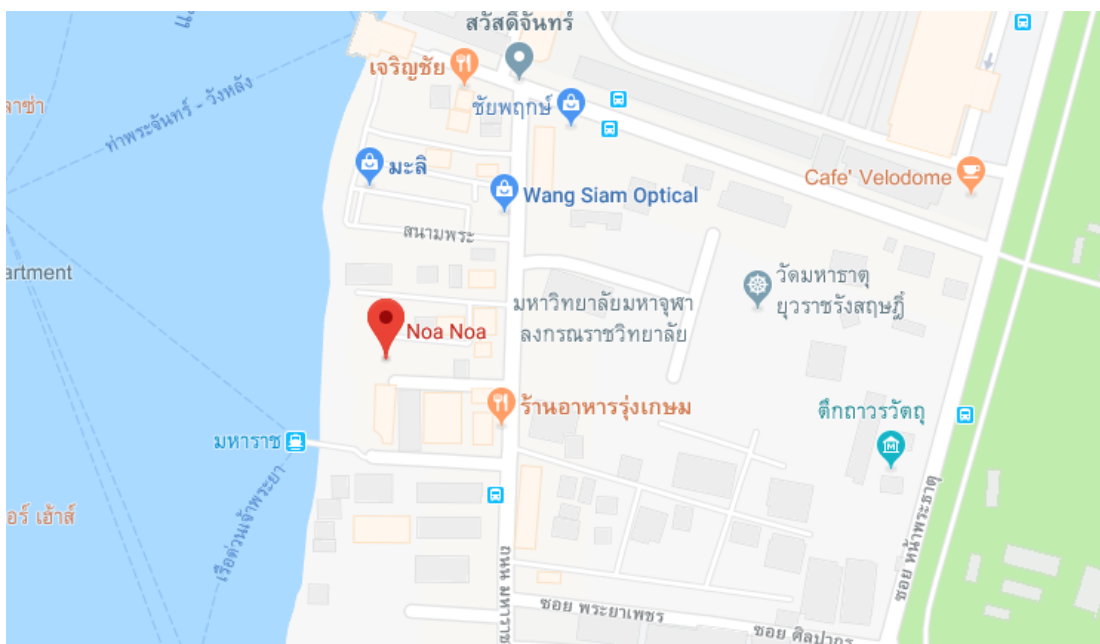




ภาพที่ 30 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Itim Lamoon  
 ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.7 ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa)

ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa) เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม ตกแต่งภายในอย่างเรียบง่ายและสวยงาม พร้อมทั้งมีเมนูอาหารที่หลากหลาย ตั้งอยู่บริเวณชั้นสองของศูนย์การค้าท่ามหาราช



ภาพที่ 31 : แผนที่ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa)  
 ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Noa+Noa>, (2562)



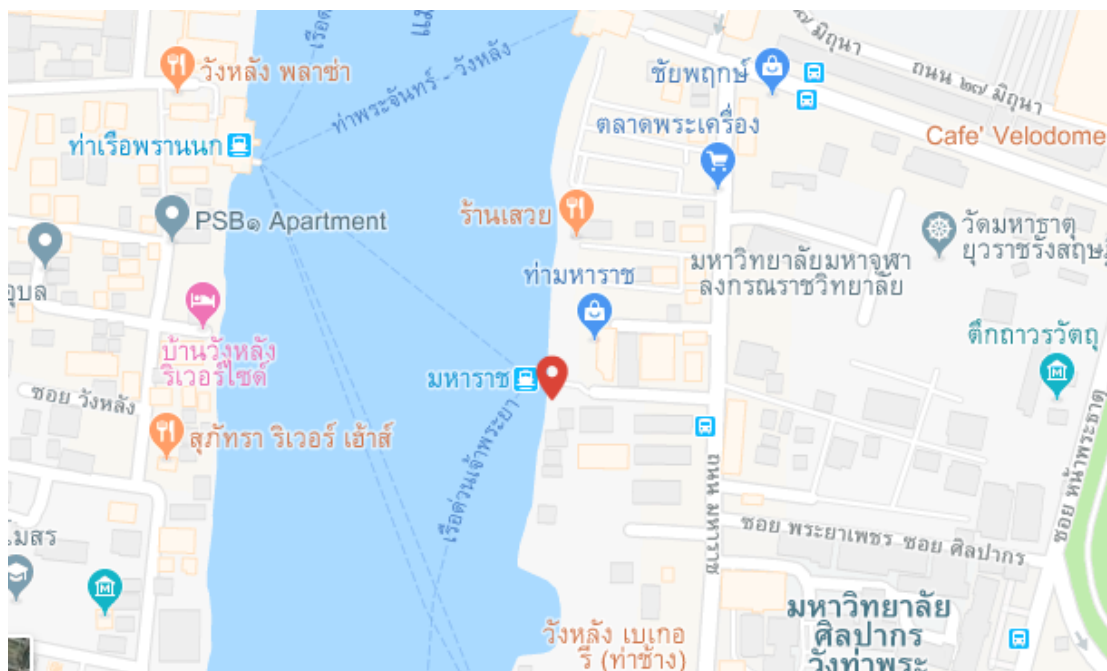
ภาพที่ 32 : หน้าร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa)  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 33 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์ (Alipay) หน้าร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa)  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.8 ร้าน Chaopraya tourist boat

ร้าน Chaopraya tourist boat ให้บริการล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้งเปิดร้านจำหน่ายของที่ระลึกควบคู่กัน สินค้าภายในร้านมีทั้งของฝาก ของใช้ที่จำเป็น เสื้อผ้า เป็นต้น ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือมหาราชของศูนย์การค้าท่ามหาราช



ภาพที่ 34 : แผนที่ร้าน Chaopraya tourist boat  
ที่มา : <https://www.google.co.th/maps>, (2562)



ภาพที่ 35 : หน้าร้าน Chaopraya tourist boat  
ที่มา : อุมารักษ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 36 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Chaopraya tourist boat  
ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.1.9 ร้าน Supatra Boat

ร้าน Supatra Boat ให้บริการทัวร์ล่องแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องคลอง ทัวร์ท่องเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์ มีนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาตินิยมใช้บริการ ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือมหาราชของศูนย์การค้าท่ามหาราช



ภาพที่ 37 : แผนที่ร้าน Supatra Boat  
ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/Supatra+Boat>, (2562)



ภาพที่ 38 : หน้าร้าน Supatra Boat  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเจียว, (2562)



ภาพที่ 39 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Supatra Boat  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเจียว, (2562)

4.2.1.10 ร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช

ร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช เป็นร้านขายโดนัทและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงของโลก และมีสาขามากมายทั่วประเทศไทย เนื่องจากรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และพนักงานที่บริการอย่างดีเยี่ยม สาขานี้ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือข้ามฟากของศูนย์การค้าท่ามหาราช



ภาพที่ 40 : แผนที่ร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช  
ที่มา : <https://www.google.co.th/maps>, (2562)

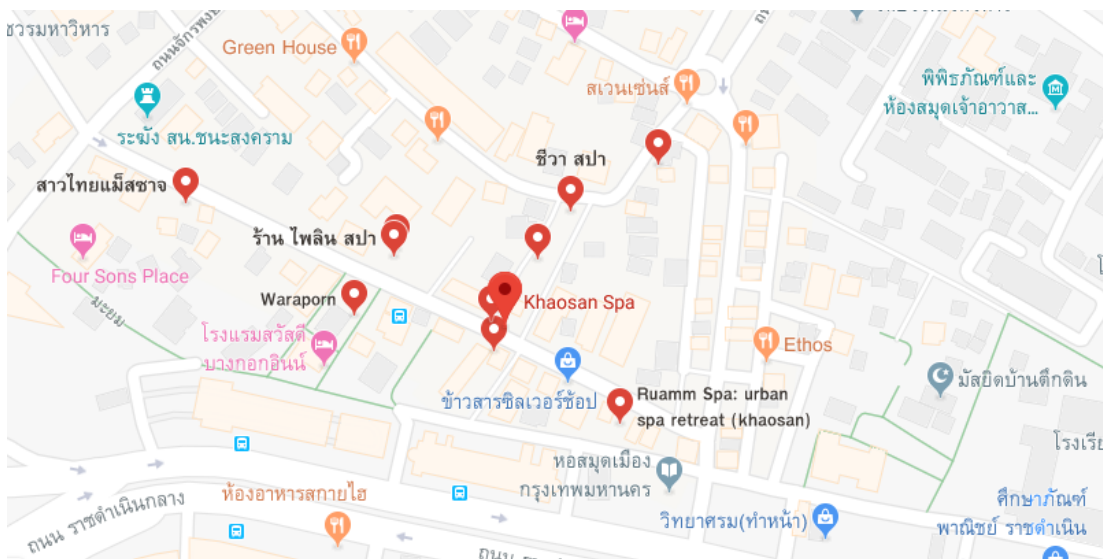


ภาพที่ 41 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช  
ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

## 4.2.2 บริเวณถนนข้าวสาร

### 4.2.2.1 ร้าน ข้าวสารสปา

ร้าน ข้าวสารสปา เป็นร้านนวดและสปาขนาดใหญ่ ให้บริการนวดและสปาแบบครบวงจร มีพนักงานให้บริการเป็นจำนวนมาก ตั้งอยู่บริเวณตรงกลางถนนข้าวสาร



ภาพที่ 42 : แผนที่ร้าน ข้าวสารสปา

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Khaosan+Spa>, (2562)



ภาพที่ 43 : หน้าร้าน ข้าวสารสปา

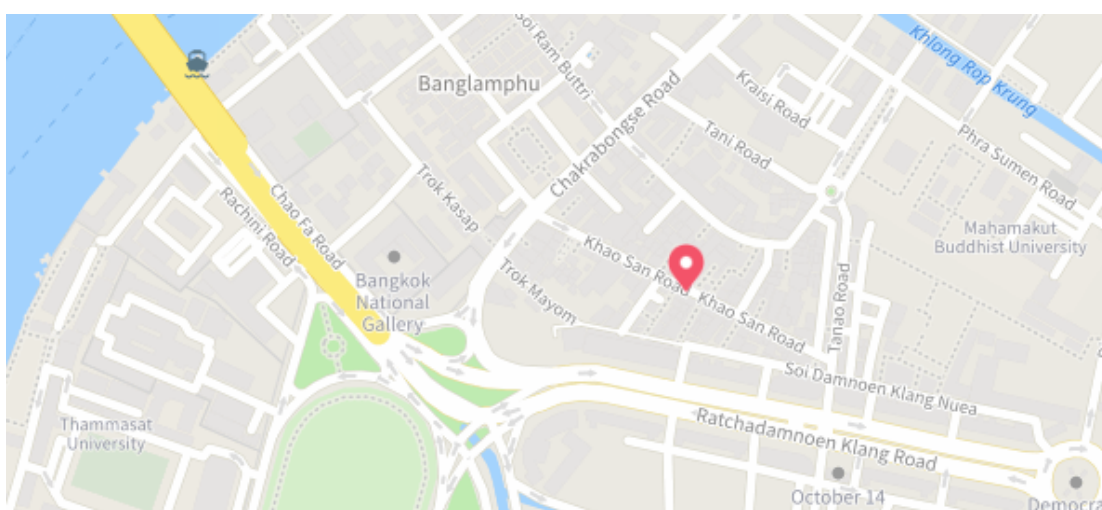
ที่มา : อุมารักษ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 44 : หน้าร้าน ข้าวสารสปา  
ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.2.2 ร้าน Bee Hair Shop

ร้าน Bee Hair Shop เป็นร้านขายเสื้อผ้าจำพวกชุดว่ายน้ำ เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับสร้อยะ วิกผม และมีบริการตัดผมแฟชั่น ตั้งอยู่บริเวณตรงกลางถนนข้าวสาร มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย



ภาพที่ 45 : แผนที่ร้าน Bee Hair Shop

ที่มา : <https://wego.here.com/directions/mix//Bee-hair-shop>, (2562)





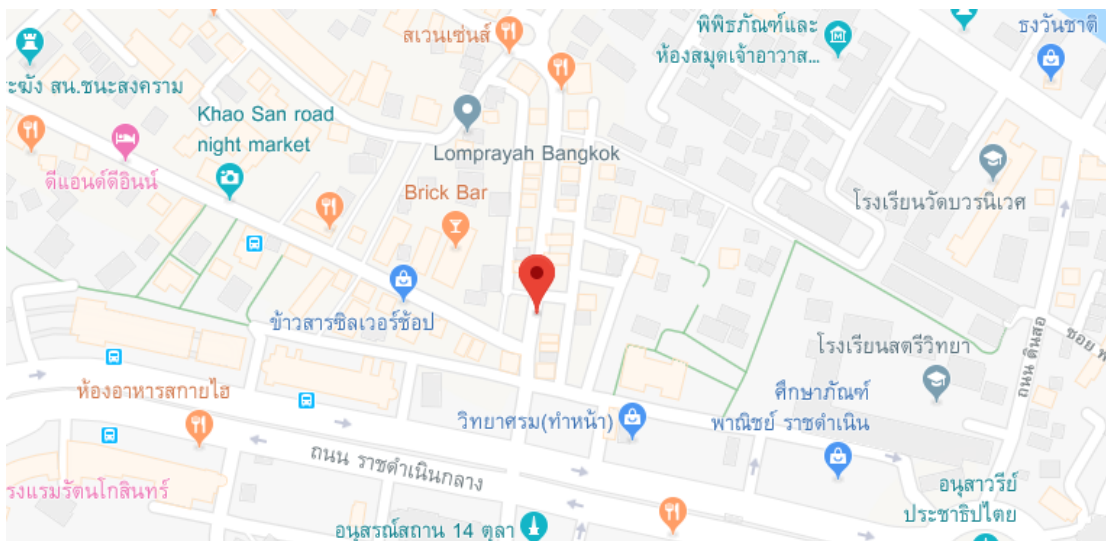
ภาพที่ 46 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Bee Hair Shop  
ที่มา : อูมากรณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 47 : หน้าร้าน Bee Hair Shop  
ที่มา : อูมากรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.2.3 ร้าน Alpaca / Thaiyarin

ร้าน Alpaca / Thaiyarin เป็นร้านขายของที่ระลึก เช่น เครื่องสำอาง ผลไม้อบแห้งของใช้ ยารักษาโรค เป็นต้น โดยจำหน่ายในราคาถูก เน้นเจาะตลาดลูกค้าชาวจีน เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ภายในร้านล้วนเป็นสินค้าที่ชาวจีนมักซื้อกลับประเทศ นอกจากนี้เจ้าของร้านยังสามารถพูดภาษาจีนได้อีกด้วย ร้านตั้งอยู่บริเวณถนนข้าวสารและถนนตะนาว



ภาพที่ 48 : แผนที่ร้าน Alpaca / Thaiyarin

ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/ALPACA+乳胶枕头,\(2562\)](https://www.google.co.th/maps/ALPACA+乳胶枕头,(2562))



ภาพที่ 49 : หน้าร้าน Alpaca / Thaiyarin

ที่มา : อุมากรณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 50 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์ (Alipay) หน้าร้าน Alpaca / Thaiyarin  
ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.3 บริเวณหน้าวัดพระแก้ว

##### 4.2.3.1 ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน

ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน จำหน่ายสินค้าจำพวกกระเป๋า พวงกุญแจ หมวก ของใช้จากผ้าลายต่างๆ เป็นต้น ตั้งอยู่บริเวณริมถนนหน้าพระลาน หน้าวัดพระแก้ว ร้านนี้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย เนื่องจากตั้งอยู่หน้าประตูทางเข้าวัดพระแก้ว



ภาพที่ 51 : แผนที่ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน  
ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Naraya>, (2562)



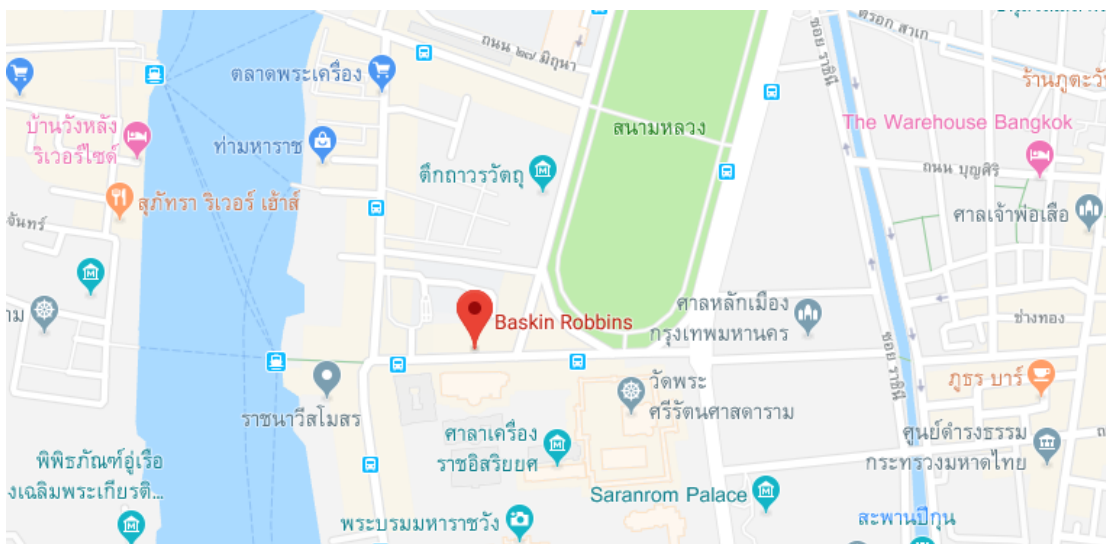
ภาพที่ 52 : หน้าร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)



ภาพที่ 53 : นักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังแสกนจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ภายในร้าน  
 NaRaYa สาขาหน้าพระลาน  
 ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.3.2 ร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน

ร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน จำหน่ายไอศกรีมและเครื่องดื่มหลายเมนู ตั้งอยู่บริเวณริมถนนหน้าพระลาน หน้าวัดพระแก้ว มีนักท่องเที่ยวที่มาวัดพระแก้วแวะมามากมาย



ภาพที่ 54 : แผนที่ร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน

ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/place/Baskin+Robbins,\(2562\)](https://www.google.co.th/maps/place/Baskin+Robbins,(2562))



ภาพที่ 55 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน

ที่มา : อูมากรณ์ ทองเขียว, (2562)

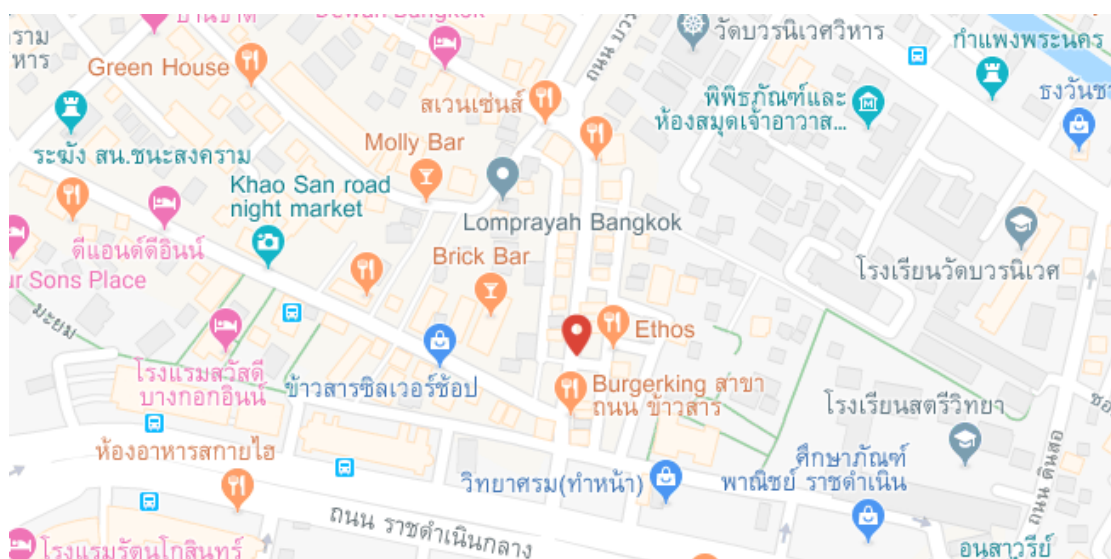


ภาพที่ 56 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay)ภายในร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน  
ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.4 บริเวณถนนटनाว

##### 4.2.4.1 ร้าน Mommade shop

ร้าน Mommade shop เป็นร้านขายของฝากนักท่องเที่ยว โดยมีสินค้ามากมายให้เลือกสรร เช่น ผลไม้อบแห้ง ของใช้ ยารักษาโรค เป็นต้น เน้นเจาะตลาดลูกค้าชาวจีนและชาวต่างชาติ เจ้าของร้านเป็นกันเอง ร้านตั้งอยู่ริมถนนटनाว ใกล้กับถนนข้าวสาร

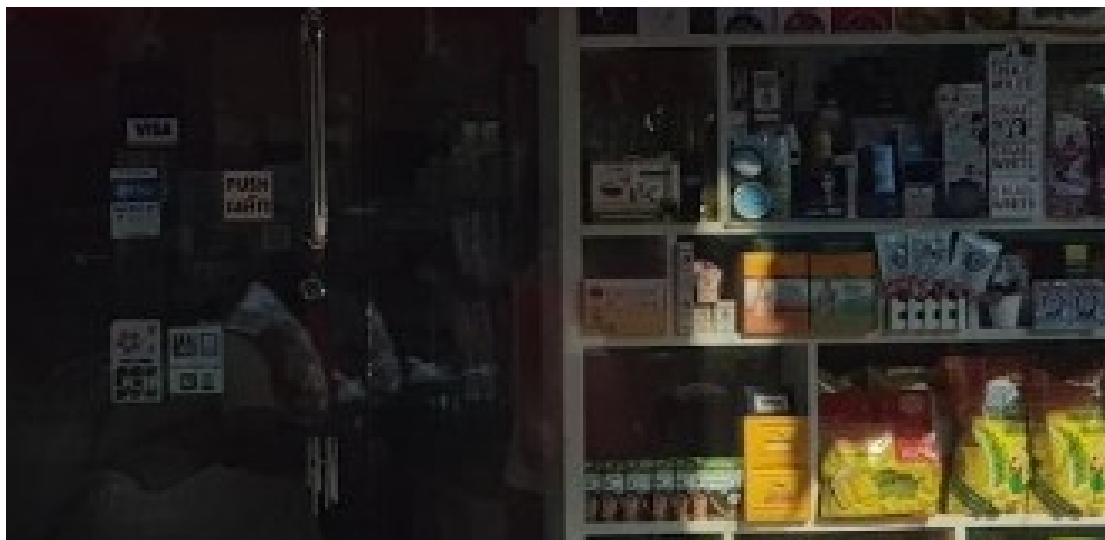


ภาพที่ 57 : แผนที่ร้าน Mommade shop  
ที่มา : <https://www.google.co.th/maps>, (2562)



ภาพที่ 58 : หน้าร้าน Mommade shop

ที่มา : [https://www.google.co.th/maps/SAITIP+SILVER+SHOP+\(ร้านสายทิพย์\), \(2562](https://www.google.co.th/maps/SAITIP+SILVER+SHOP+(ร้านสายทิพย์), (2562)

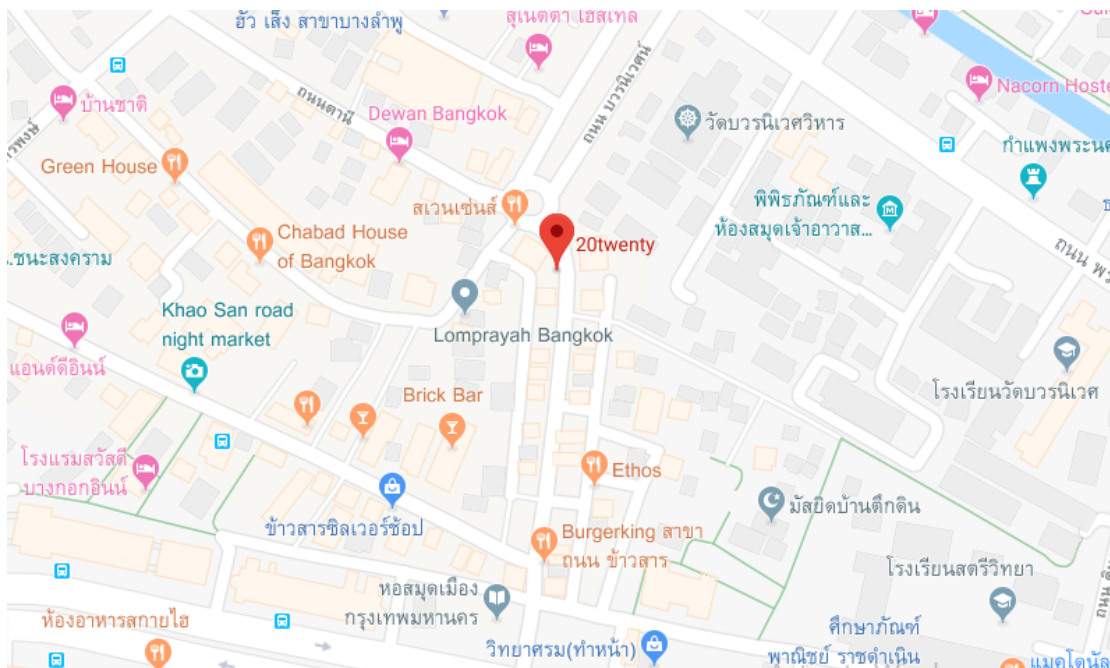


ภาพที่ 59 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) หน้าร้าน Mommade shop

ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.4.2 ร้าน 20twenty

ร้าน 20twenty เป็นร้านขายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นสินค้าจำพวก ตุ๊กตา กระเป๋า แก้วน้ำ ผ้าคลุม ลายน่ารักแบบไทยๆ เช่น ลายช้าง ลายนกฮูก ลายดอกไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโปสการ์ดสถานที่สำคัญของไทยอีกมากมาย ตั้งอยู่บริเวณถนนตะนาว ใกล้กับวัดบวรนิเวศวิหาร



ภาพที่ 60 : แผนที่ร้าน 20twenty

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/20twenty>, (2562)



ภาพที่ 61 : ป้ายสัญลักษณ์อาชีพ (Alipay) หน้าร้าน 20twenty

ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)





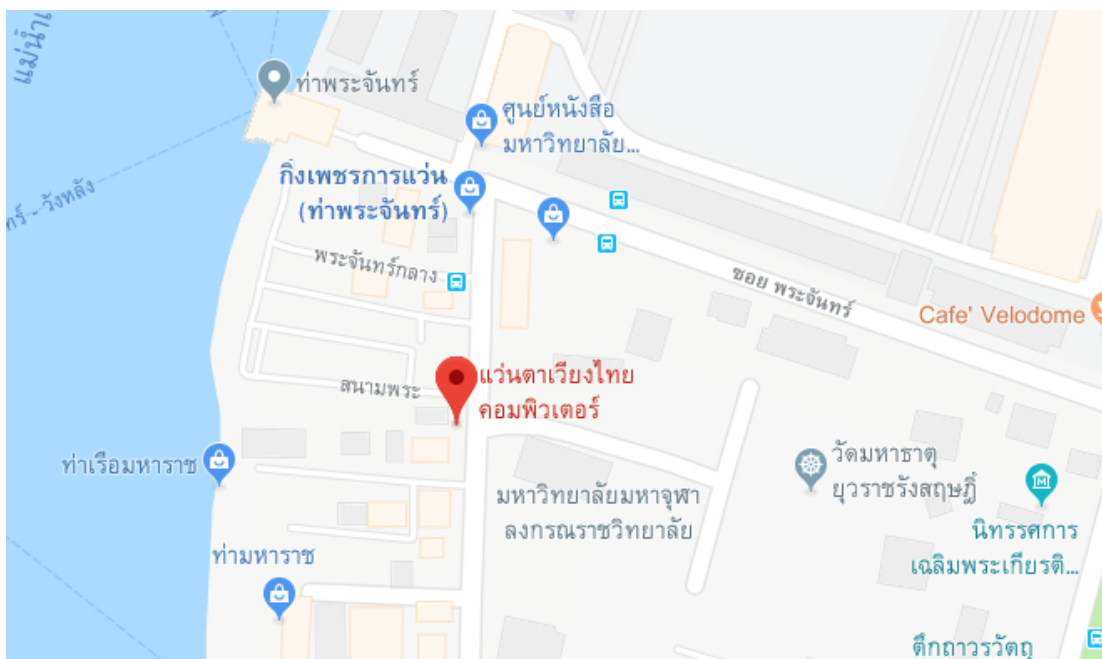
ภาพที่ 62 : ป้าย QR Code สำหรับแลกจ่ายเงินภายในร้าน 20twenty

ที่มา : อุมภรณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.5 บริเวณท่าพระจันทร์ ถนนมหาธาตุ

##### 4.2.5.1 ร้าน แวนตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์

ร้าน แวนตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์ จำหน่ายสินค้าจำพวกแว่นตา คอนแทคเลนส์ และอุปกรณ์ประกอบแว่น ตั้งอยู่ริมถนนหน้าวัดมหาธาตุ ใกล้กับท่าเรือท่าพระจันทร์ ห่างจากศูนย์การค้าท่ามหาธาตุเพียงเล็กน้อย



ภาพที่ 63 : แผนที่ร้าน แวนตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place>, (2562)



ภาพที่ 64 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์ (Alipay) หน้าร้านแว่นตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์  
ที่มา : อุมารณ์ ทองเขียว, (2562)

#### 4.2.6 บริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

##### 4.2.6.1 ร้าน Café Velodome

ร้าน Café Velodome จำหน่ายเครื่องดื่มและขนมหลากหลายเมนู บรรยากาศของร้านโล่งและโปร่งสบาย ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ใกล้กับประตูหอประชุมศรีบูรพา ซอยหน้าพระธาตุ ตั้งอยู่ตรงข้ามกับสนามหลวง มีนักท่องเที่ยวสัญจรไปมามากมาย



ภาพที่ 65 : แผนที่ร้าน Café Velodome

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/Cafe+Velodome>, (2562)



ภาพที่ 66 : หน้าร้าน Café Velodome  
 ที่มา : อุมภกรณั ทงเจียว, (2562)

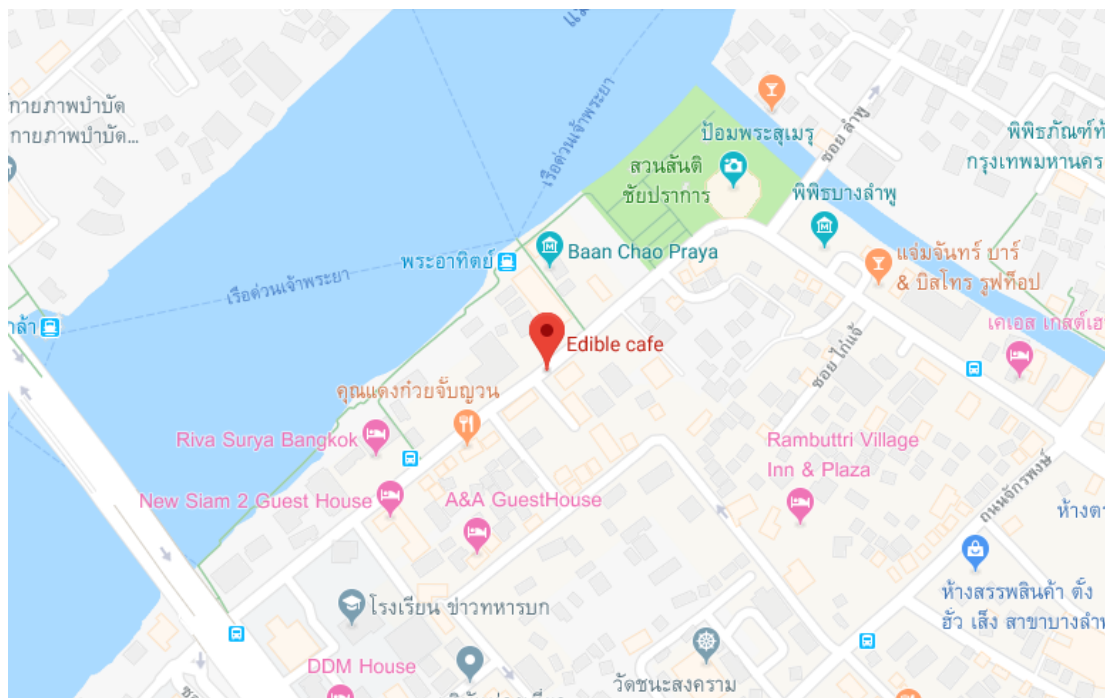


ภาพที่ 67 : ป้ายสัญลักษณ์อาลีเพย์(Alipay) ภายในร้าน Café Velodome  
 ที่มา : อุมภกรณั ทงเจียว, (2562)

#### 4.2.7 บริเวณถนนพระอาทิตย์

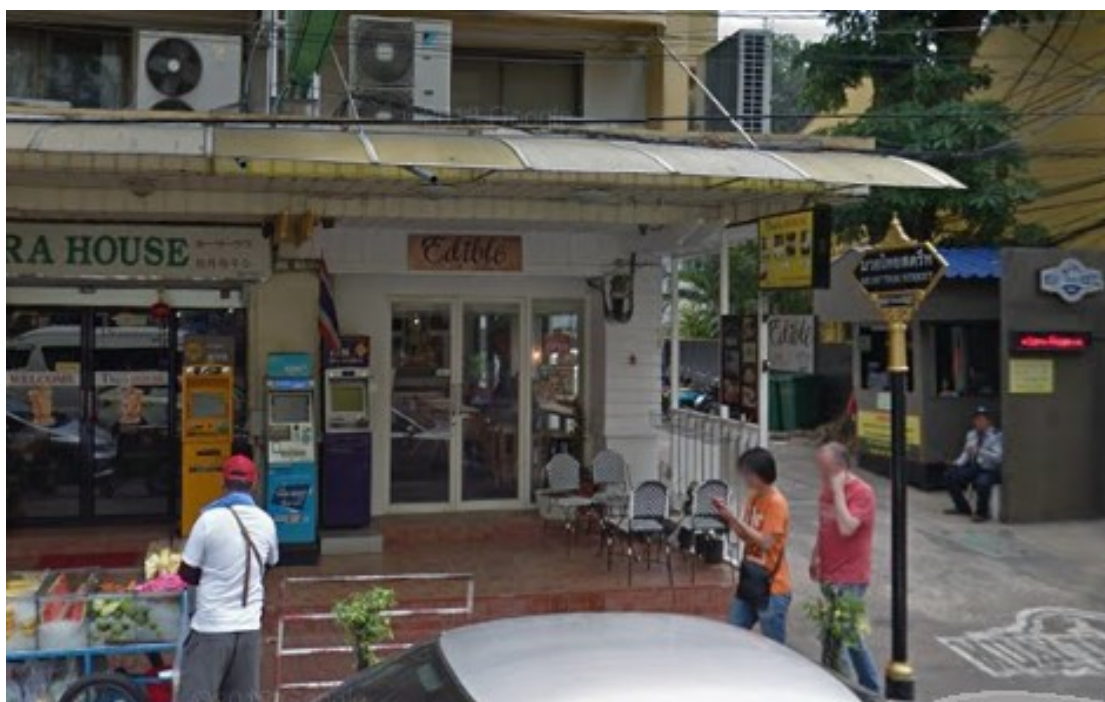
##### 4.2.7.1 ร้าน Edible Café

ร้าน Edible Café เป็นร้านขายเครื่องดื่มและอาหาร ตกแต่งร้านแบบเรียบง่าย นั่งแล้วรู้สึกผ่อนคลาย มีที่นั่งมุมสำหรับพักผ่อน คุยงาน และรับประทานอาหารเช้า เจ้าของร้านเป็นกันเอง ตั้งอยู่บริเวณถนนพระอาทิตย์ ใกล้กับป้อมพระสุเมรุ



ภาพที่ 68 : แผนที่ร้าน Edible Café

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/Edible+Café>, (2562)



ภาพที่ 69 : หน้าร้าน Edible Café

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/Edible+Café>, (2562)



ภาพที่ 70 : ในร้าน Edible Café

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/Edible+Café>, (2562)

#### 4.3 พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงได้ผลการวิเคราะห์การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้า และพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ จำนวน 20 ร้าน โดยสรุปผลได้ดังนี้

##### 4.3.1 ประเภทของร้านค้า

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับที่ 2 คือ ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งเท่ากับ ประเภทร้านขายของที่ระลึกและของฝาก จำนวน 4 ร้านคิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 3 คือประเภทอื่นๆ ได้แก่ ร้านแว่นตา ร้านนวดและสปา ร้านบริการทัวร์นักท่องเที่ยว จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 4 คือ ประเภทร้านขายยา จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงความถี่ประเภทของร้านค้า

ประเภท	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	8	40
ร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ	4	20
ร้านขายของที่ระลึกและของฝาก	4	20
ร้านขายยา	1	5
อื่นๆ	3	15
รวม	20	100

## 4.3.2 ที่ตั้งของร้านค้า

จากการศึกษาพบว่า อันดับ 1 คือ ท่ามหาราช จำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับที่ 2 คือ ถนนข้าวสาร จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับ ที่ตั้งอื่นๆ ได้แก่ บริเวณถนนมหาราช ถนนพระอาทิตย์ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 3 คือ ถนนหน้าพระลาน จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ซึ่งเท่ากับ ถนนตะนาว จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแจกแจงความถี่ที่ตั้งของร้านค้า

ที่ตั้ง	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ท่ามหาราช	10	50
ถนนข้าวสาร	3	15
ถนนหน้าพระลาน	2	10
ถนนตะนาว	2	10
อื่นๆ	3	15
รวม	20	100

## 4.3.3 ระยะเวลาที่เปิดร้าน

จากการศึกษาพบว่า อันดับ 1 คือ ระยะเวลา 1-5 ปี จำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 70 อันดับที่ 2 คือ ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ซึ่งเท่ากับ ระยะเวลา 6-10 ปี จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 และ ระยะเวลา มากกว่า 10 ปี จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแจกแจงความถี่ระยะเวลาที่เปิดร้าน

ระยะเวลา	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	10
1-5 ปี	14	70
6-10 ปี	2	10
มากกว่า 10 ปี	2	10
รวม	20	100

## 4.3.4 ระยะเวลาที่เริ่มติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ระยะเวลา 7 เดือน - 1 ปี จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับที่ 2 คือ ระยะเวลา 4-6 เดือน จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ ระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 4 คือ ระยะเวลา 1-3 เดือน จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับ ระยะเวลามากกว่า 2 ปี จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแจกแจงความถี่ระยะเวลาที่เริ่มติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)

ระยะเวลา	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
1-3 เดือน	2	10
4-6 เดือน	6	30
7 เดือน – 1 ปี	7	35
1-2 ปี	3	15
มากกว่า 2 ปี	2	10
รวม	20	100

## 4.3.5 สาเหตุที่ติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับ 1 คือ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน จำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 95 อันดับที่ 2 คือ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 18 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 90 อันดับที่ 3 คือ เพื่อตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป จำนวน 11 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 55 อันดับที่ 4 คือ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับที่ 5 คือ เพื่อความปลอดภัยทางการเงิน จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับที่ 6 คือ เพื่อการ

แข่งขันทางการค้า จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 7 คือ เพื่อความน่าเชื่อถือของร้านค้า จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางแจกแจงความถี่สาเหตุที่ติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) (กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุที่ติดตั้ง	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน	19	95
เพื่อตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป	11	55
เพื่อความน่าเชื่อถือของร้านค้า	3	15
เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	8	40
เพื่อความปลอดภัยทางการเงิน	7	35
เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว	18	90
เพื่อการแข่งขันทางการค้า	4	20

#### 4.3.6 ปัญหาที่เคยได้รับเกี่ยวกับการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ปัญหาเกี่ยวกับระบบของแอปพลิเคชัน จำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับที่ 2 คือ ปัญหาเรื่องอุปกรณ์สื่อสาร จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ ปัญหาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันของลูกค้า จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับที่ 4 คือ ปัญหาเรื่องราคาขั้นต่ำในการรับชำระสินค้า จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งเท่ากันกับ ไม่พบปัญหา จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 5 คือ การรับโอนเงินไม่ครบหรือการรับโอนเงินเกิน จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากันกับ ปัญหาอื่นๆ ได้แก่ ปัญหาการรับโอนเงินจาก Agency จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 6



ตารางที่ 6 ตารางแจกแจงความถี่ปัญหาที่เคสได้รับเกี่ยวกับการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) (กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาที่เคสได้รับ	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ปัญหาเกี่ยวกับระบบของแอปพลิเคชัน	8	40
ปัญหาเรื่องอุปกรณ์สื่อสาร	6	30
ปัญหาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันของลูกค้า	5	25
การรับโอนเงินไม่ครบหรือการรับโอนเงินเกิน	1	5
ปัญหาเรื่องราคาขั้นต่ำในการรับชำระสินค้า	4	20
ไม่พบปัญหา	4	20
อื่นๆ	1	5

#### 4.3.7 ธนาคารที่ใช้บริการในการดำเนินการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับ 1 คือ ธนาคารกสิกรไทย จำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 70 อันดับที่ 2 คือ ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ตารางแจกแจงความถี่ธนาคารที่ใช้บริการในการดำเนินการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) (กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ธนาคาร	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ธนาคารกสิกรไทย	14	70
ธนาคารกรุงเทพ	6	30
ธนาคารไทยพาณิชย์	4	20

#### 4.3.8 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)เป็นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ สะดวกรวดเร็ว จำนวน 17 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 85 อันดับที่ 2 คือ ยุ่งยากวุ่นวาย จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับที่ 3 อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ต้องศึกษาค้นคว้าเอง จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตารางแจกแจงความถี่ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เป็นอย่างไร

ขั้นตอนการสมัครเป็นอย่างไร	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
สะดวกรวดเร็ว	17	85
ยุ่งยากวุ่นวาย	2	10
อื่นๆ	1	5
รวม	20	100

#### 4.3.9 ข้อดีหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ สะดวกในการซื้อขายมากขึ้น จำนวน 15 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 75 อันดับที่ 2 คือ ไม่ต้องกังวลเรื่องการทอนเงินหรือธนบัตรปลอม จำนวน 11 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 55 อันดับที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวเงินเกิดความประทับใจ จำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45 อันดับที่ 4 คือ ปลอดภัยจากการโกงเงิน จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับที่ 5 อื่นๆ ได้แก่ เพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเงิน เนื่องจากนักท่องเที่ยวเงินไม่ค่อยพกเงินสด จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ตารางแจกแจงความถี่ข้อดีหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) (กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อดี	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
สะดวกในการซื้อขายมากขึ้น	15	75
นักท่องเที่ยวเงินเกิดความประทับใจ	9	45
ไม่ต้องกังวลเรื่องการทอนเงินหรือธนบัตรปลอม	11	55
ปลอดภัยจากการโกงเงิน	7	35
อื่นๆ	1	5

#### 4.3.10 ข้อเสียหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ เสียเวลาในการตรวจสอบ จำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับที่ 2 คือ มีต้นทุนค่าใช้จ่าย จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับที่ 3 คือ มีความยุ่งยากในการใช้ จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 4 คือ รู้สึกปลอดภัยน้อยกว่าการรับเงินสด จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับที่ 5 คือ ไม่มีนักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการ จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากันกับ ไม่มีข้อเสีย จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 และ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ทราบ

ข้อมูลโปรโมชันในแอปพลิเคชัน เมื่อลูกค้าใช้บริการแล้วจะได้รับอะไรตอบแทน จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ตารางแจกแจงความถี่ข้อเสียหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) (กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อเสีย	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
มีความยุ่งยากในการใช้	3	15
ไม่มีนักท่องเที่ยวยินมาใช้บริการ	1	5
รู้สึกปลอดภัยน้อยกว่าการรับเงินสด	2	10
มีต้นทุนค่าใช้จ่าย	7	35
เสียเวลาในการตรวจสอบ	10	50
ไม่มีข้อเสีย	1	5
อื่นๆ	1	5

#### 4.3.11 ความถี่ของนักท่องเที่ยวจีนที่มาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) ในร้านค้า

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการทุกวัน จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งเท่ากับกับ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1-3 วัน จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการสัปดาห์ละ 4-6 วัน จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับกับ อื่นๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง , 1-2 เดือนต่อครั้ง และ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการน้อยมาก จำนวน 3 ร้านคิดเป็นร้อยละ 15 ดังตารางที่ 11 ตารางที่ 11 ตารางแจกแจงความถี่ของนักท่องเที่ยวจีนที่มาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) ในร้านค้า

ความถี่ในการมาใช้บริการ	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ทุกวัน	7	35
สัปดาห์ละ 4-6 วัน	3	15
สัปดาห์ละ 1-3 วัน	7	35
อื่นๆ	3	15
รวม	20	100

#### 4.3.12 วันที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ไม่แน่นอน จำนวน 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 60 อันดับ ที่ 2 คือ ทุกวัน จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับ วันธรรมดา จำนวน 3 ร้านคิดเป็นร้อย ละ 15 อันดับที่ 3 คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากับ อื่นๆ ได้แก่ วันที่มีทัวร์เงินเข้า จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ส่วนวันหยุดนักขัตฤกษ์ไม่มีร้านใดเลือก ดังตาราง ที่ 12

ตารางที่ 12 ตารางแจกแจงความถี่วันที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) มากที่สุด

วันที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการ	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ทุกวัน	3	15
วันธรรมดา	3	15
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	1	5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	0	0
ไม่แน่นอน	12	60
อื่นๆ	1	5
รวม	20	100

#### 4.3.13 ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ช่วงเวลาบ่าย 12.01-15.00 น. จำนวน 9 ร้าน คิดเป็น ร้อยละ 45 อันดับที่ 2 คือ ช่วงเวลาสาย 09.01-12.00 น. จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับ กับ ช่วงเวลาค่ำ 18.01-22.00 น.จำนวน 3 ร้านคิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 3 คือ ไม่แน่นอน จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 อันดับที่ 4 คือ ช่วงเวลาเย็น 15.01-18.00 น. จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากับกับ ทุกเวลา จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 และ ช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ช่วงเวลา 9.00-17.30 น.จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ส่วนช่วงเวลาเช้า 06.00-09.00 น.ไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ตารางแจกแจงความถี่ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุด

ช่วงเวลา	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
เช้า 06.00-09.00 น.	0	0
สาย 09.01-12.00 น.	3	15
บ่าย 12.01-15.00 น.	9	45
เย็น 15.01-18.00 น.	1	5
ค่ำ 18.01-22.00 น.	3	15
ทุกเวลา	1	5
ไม่แน่นอน	2	10
อื่นๆ	1	1
รวม	20	100

#### 4.3.14 ประเภทของสินค้าที่นักท่องเที่ยวเงินเลือกซื้อจากร้านค้ามากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ อาหาร ,เครื่องดื่ม และขนม จำนวน 11 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 55 อันดับที่ 2 คือ ประเภทสินค้าอื่นๆ ได้แก่ กระเป๋า,คอนแทคเลนส์,บริการทัวร์,บริการนวดและบริการถักผม จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับที่ 3 คือ ของที่ระลึก จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับกับ ยารักษาโรค จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับที่ 4 คือ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ซึ่งเท่ากับกับ เครื่องประดับ จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนประเภทของชำไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ตารางแจกแจงความถี่ประเภทของสินค้าที่นักท่องเที่ยวเงินเลือกซื้อจากร้านค้ามากที่สุด

ประเภทของสินค้า	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ของที่ระลึก	3	15
ของชำ	0	0
อาหาร ,เครื่องดื่ม และขนม	11	55
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	2	10
เครื่องประดับ	2	10
ยารักษาโรค	3	15
อื่นๆ	5	25
รวม	20	100

#### 4.3.15 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ 301-500 บาท จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับ  
ที่ 2 คือ 100-300 บาท จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งเท่ากับ 501-999 บาท จำนวน 4 ร้าน  
คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 3 คือ ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากับ  
1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15 ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ตารางแจกแจงความถี่ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผ่าน  
แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	3	15
100-300 บาท	4	20
301-500 บาท	6	30
501-999 บาท	4	20
1,000 บาทขึ้นไป	3	15
รวม	20	100

#### 4.3.16 ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวจีนเมื่อเห็นแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) ให้บริการภายในร้าน

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ประทับใจ จำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับ  
ที่ 2 คือ เฉยๆ ไม่มีปฏิกริยาใดๆ จำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45 อันดับที่ 3 คือ ประหลาดใจ จำนวน 1  
ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ตารางแจกแจงความถี่ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวจีนเมื่อเห็นแอปพลิเคชันอาลีเพย์  
(Alipay) ให้บริการภายในร้าน

ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวจีน	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ประทับใจ	10	50
ประหลาดใจ	1	5
เฉยๆ ไม่มีปฏิกริยาใดๆ	9	45
รวม	20	100

4.3.17 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) เมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ส่วนใหญ่ต้องการใช้ จำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับที่ 2 คือ ประมาณครึ่งหนึ่ง จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 4 คือ ส่วนน้อยที่ต้องการใช้ จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนไม่ต้องการใช้ไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ตารางแจกแจงความถี่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) เมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ส่วนใหญ่ต้องการใช้	8	40
ประมาณครึ่งหนึ่ง	6	30
ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง	4	20
ส่วนน้อยที่ต้องการใช้	2	10
ไม่ต้องการใช้	0	0
รวม	20	100

4.3.18 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆเมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ส่วนน้อยที่ต้องการใช้ จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 2 คือ ประมาณครึ่งหนึ่ง จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 ซึ่งเท่ากับ ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับที่ 3 คือ ส่วนใหญ่ต้องการใช้ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนไม่ต้องการใช้ไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ตารางแจกแจงความถี่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆเมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆ	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ส่วนใหญ่ต้องการใช้	4	20
ประมาณครึ่งหนึ่ง	5	25
ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง	5	25
ส่วนน้อยที่ต้องการใช้	6	30
ไม่ต้องการใช้	0	0
รวม	20	100

#### 4.3.19 กลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าร้านค้ามากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง จำนวน 15 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 75 อันดับที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ตารางแจกแจงความถี่กลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าร้านค้ามากที่สุด

กลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวจีน	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์	5	25
นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง	15	75
รวม	20	100

#### 4.3.20 ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาในร้านมากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ ครอบครัว จำนวน 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 60 อันดับที่ 2 คือ เพื่อน จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ อื่นๆ ได้แก่ กรุ๊ปทัวร์ และ ทุกข้อที่กล่าวมา จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนลูกค้าทางธุรกิจ และชาวไทยหรือชาวต่างประเทศไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 20



ตารางที่ 20 ตารางแจกแจงความถี่ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาในร้านมากที่สุด

ผู้ร่วมเดินทาง	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
ครอบครัว	12	60
เพื่อน	6	30
คู่ค้าทางธุรกิจ	0	0
ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ	0	0
อื่นๆ	2	10
รวม	20	100

## 4.3.21 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)ในร้านค้ามากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า อันดับที่ 1 คือ วัยทำงาน จำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45 อันดับที่ 2 คือ วัยรุ่น จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับที่ 3 คือ วัยกลางคน จำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนวัยเด็กและวัยสูงอายุไม่มีร้านใดเลือก ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)ในร้านค้ามากที่สุด

ช่วงอายุ	ความถี่ (ร้าน)	ร้อยละ
วัยเด็ก	0	0
วัยรุ่น	6	30
วัยทำงาน	9	45
วัยกลางคน	5	25
วัยสูงอายุ	0	0
รวม	20	100

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการ นักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงศึกษาตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ผลจากการศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจ แจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ร้านค้า และการสังเกตการณ์ ในร้านค้าตัวอย่างที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) จำนวน 20 ร้านบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ สามารถนำมาสรุปผลการวิเคราะห์และอภิปรายผลได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 สรุปผลการศึกษาประเภทและลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

ร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนใหญ่คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา คือ ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านขายของที่ระลึก ประเภทบริการต่างๆ และประเภทร้านขายยา ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่บริเวณท่ามหาราช บริเวณนี้ประเภทร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) โดยส่วนใหญ่คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และประเภทร้านขายของที่ระลึก รองจากบริเวณท่ามหาราช คือ บริเวณถนนข้าวสาร ส่วนใหญ่คือประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านขายของที่ระลึก และ ประเภทร้านบริการนวดและสปา ถัดจากบริเวณถนนข้าวสาร ได้แก่ บริเวณถนนหน้าพระลานตรงทางเข้าพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีร้านค้าที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม และประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ บริเวณต่อมาคือ ถนนตะนาว มีร้านค้าที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ประเภท

เดียว คือ ประเภทร้านขายของที่ระลึก นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าที่อื่นๆบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ได้แก่ ถนนพระอาทิตย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ถนนมหาราช โดยส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม และ ประเภทร้านขายแว่น

ลักษณะของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) นั้นส่วนใหญ่เป็นตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ มีทั้งแบบย้อนยุคและแบบสมัยใหม่ ในบางพื้นที่ไม่สามารถดัดแปลงโครงสร้างตึกได้ เนื่องจากมีพื้นที่จำกัดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ ร้านส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ 1 คูหา เพราะพื้นที่มีจำกัด แต่ในบริเวณอื่นๆ อาจมีขนาดใหญ่ขึ้นตามงบประมาณและความนิยมของร้าน ร้านค้าบริเวณนี้มีลักษณะเด่น คือ ได้บรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยา ได้ชมทัศนียภาพของพระบรมมหาราชวังและวัดต่างๆ สำหรับเรื่องราคาของสินค้าในร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) นั้น มีความหลากหลายของราคาสินค้า ด้านการบริการภายในร้าน มีทั้งเจ้าของร้านเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยตัวเอง และมีร้านที่มีพนักงานคอยให้บริการแก่ลูกค้า แต่ละร้านให้บริการได้อย่างดีเยี่ยม ใส่ใจต่อลูกค้า ตอบคำถามลูกค้าได้ดี ทำให้เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวได้มาก และในส่วนที่เหมือนกันของร้านค้าที่มีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ ทุกร้านเป็นร้านแบบปิด มีเครื่องปรับอากาศ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงามตามลักษณะของสินค้าและบริการของแต่ละร้าน

5.1.2 สรุปผลการศึกษาดำเนินการที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการศึกษาดำเนินการที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่บริเวณด้านที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากบริเวณนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้นจึงมีร้านค้ามาเปิดบริการมากกว่าอีกด้านหนึ่งของเกาะรัตนโกสินทร์ โดยร้านค้าที่ติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช ได้แก่ ร้าน Sense of Thai ร้าน Pomme Accessory ร้าน Favour'café ร้าน Health me ท่ามหาราช ร้าน Creamery ร้าน Itim Lamoon ร้าน โนอะ โนอะ (Noa Noa) ร้าน Chaopraya tourist boat ร้าน Supatra Boat และร้าน Dunkin's Donut สาขา ท่ามหาราช รองลงมา คือ บริเวณถนนข้าวสาร ได้แก่ ร้าน ข้าวสารสปา ร้าน Bee Hair Shop และร้าน Alpaca / Thaiyarin ต่อมาคือ บริเวณหน้าวัดพระแก้ว ได้แก่ ร้าน NaRaYa สาขาหน้าพระลาน และร้าน Baskin-Robbins สาขาหน้าพระลาน และอยู่ที่บริเวณถนนตะนาว ได้แก่ ร้าน Mommade shop และร้าน 20twenty นอกจากนี้ยังมีร้านค้าที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) กระจายตัวตามสถานที่ต่างๆของเกาะรัตนโกสินทร์ คือ บริเวณท่าพระจันทร์ ถนนมหาราช ได้แก่ ร้าน แว่นตาเวียงไทยคอมพิวเตอร์

บริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ได้แก่ ร้าน Café Velodome และบริเวณถนนพระอาทิตย์ ได้แก่ ร้าน Edible Café

5.1.3 สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

5.1.3.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยดูจากความถี่ที่สูงที่สุดในแต่ละข้อ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 40 ที่ตั้งของร้านค้าส่วนมากอยู่บริเวณท่ามหาราช คิดเป็นร้อยละ 50 ระยะเวลาที่เปิดร้าน คือ ระยะเวลา 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 70 ระยะเวลาที่เริ่มติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ ระยะเวลา 7 เดือน - 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 สาเหตุที่ติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน คิดเป็นร้อยละ 95 ปัญหาที่เคยได้รับเกี่ยวกับการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ ปัญหาเกี่ยวกับระบบของแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 40 ธนาคารที่ใช้บริการในการดำเนินการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ส่วนใหญ่คือ ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 70 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ร้านค้าส่วนใหญ่รู้สึกสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 85 ข้อดีหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ สะดวกในการซื้อขายมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 75 ข้อเสียหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ เสียเวลาในการตรวจสอบ คิดเป็นร้อยละ 50

5.1.3.2 พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยดูจากความถี่ที่สูงที่สุดในแต่ละข้อ พบว่า ความถี่ของนักท่องเที่ยวจีนที่มาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในร้านค้า คือ นักท่องเที่ยวมาใช้บริการทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งเท่ากับ นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 35 วันที่นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุด ส่วนใหญ่คือ ไม่นานอน คิดเป็นร้อยละ 60 ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุด คือ ช่วงเวลาบ่าย 12.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 45 ประเภทของสินค้าที่นักท่องเที่ยวจีนเลือกซื้อจากร้านค้ามากที่สุด คือ อาหาร เครื่องดื่ม และขนม คิดเป็นร้อยละ 55 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนเมื่อเห็นแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ให้บริการภายในร้านส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) คิดเป็นร้อยละ 40 นักท่องเที่ยวจีนส่วนน้อยที่ต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 30 กลุ่มของนักท่องเที่ยวจีนที่เข้าร้านค้ามากที่สุด คือ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 75 ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาในร้านมากที่สุด คือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 60 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในร้านค้ามากที่สุด คือ วัยทำงาน คิดเป็นร้อยละ 45

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาประเภทของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ส่วนใหญ่ คือ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา คือ ร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ร้านขายของที่ระลึกและของฝาก นอกจากนี้ยังมีร้านแว่นตา ร้านนวดและสปา ร้านบริการทัวร์นักท่องเที่ยว และร้านขายยา ร้านค้าประเภทต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นร้านค้าที่เปิดบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นประเภทร้านค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าใช้บริการหรือซื้อสินค้าเวลามาท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีน ทำให้ร้านค้าประเภทดังกล่าวมีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากกว่าร้านค้าประเภทอื่นๆ เห็นได้ว่าการเข้ามาของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เริ่มมีการให้บริการในประเภทร้านค้าที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และร้านค้าในบริเวณ โดยรอบมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การใช้ Alipay ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของเมิ่ง ยู่ (2561) ที่กล่าวไว้ว่า ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของประเทศจีน และมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ระบบการชำระเงินออนไลน์ของจีนจึงเริ่มเติบโตขึ้นในประเทศไทย และสอดคล้องกับบทความ เรื่อง ขอดธุรกรรมผ่าน Alipay ในต่างประเทศช่วง Golden Week เติบโตแบบจุดไม่อยู่ ของเว็บไซต์ brandinside.asia เขียนโดย matemate (2560) กล่าวไว้ว่า การใช้งาน Alipay มีในทุกรูปแบบ ทั้งที่พัก ร้านค้าปลอดภาษี หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านกาแฟ ดังนั้นร้านไหนที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าคนจีน การรองรับระบบ Alipay คือโอกาสทางธุรกิจครั้งสำคัญ

5.2.2 ผลการศึกษาตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการนำแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่อยู่บริเวณด้านที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาของเกาะรัตนโกสินทร์ เนื่องจากบริเวณนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย และเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากกว่าอีกด้านหนึ่งของเกาะ ตำแหน่งที่ตั้งที่มีร้านค้าที่ให้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) กระจุกตัวอยู่มากที่สุด คือ บริเวณศูนย์การค้าท่ามหาราช รองลงมาคือ ถนนข้าวสาร ถนนหน้าพระลาน ถนนตะนาว ถนนพระอาทิตย์ ถนนมหาราช และท่าพระจันทร์ ตามลำดับ เห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเน้นไปท่องเที่ยวบริเวณวัดพระแก้วและพระบรมมหาราชวัง มากที่สุด รองลงมาคือบริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ของสรพรเพชญ

ภูมรินทร์ และอานนท์ สักดิ์วีระชัย, (2560) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมไปที่กรุงเทพฯ มักเป็นการชมวิถีชีวิต วัฒนธรรม และแสงสียามค่ำคืนในกรุงเทพฯ

5.2.3 ผลการศึกษาสาเหตุที่ติดตั้งบริการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่ติดตั้งเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน รองลงมา คือ เพื่อตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และเพื่อความปลอดภัยทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในการใช้บริการ ALIPAY ที่ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร ของผกามาส แสงสว่าง สุชาติ วัฒนกานนท์ และมรกต กำแพงเพชร (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ประเทศไทยมีการติดตั้งระบบการชำระเงินในรูปแบบดังกล่าว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจีนและดึงเงินตราเข้าประเทศ ซึ่งการเปิดช่องทาง ALIPAY ในประเทศไทยนั้นก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามายังประเทศไทย

5.2.4 ผลการศึกษาปัญหาที่เคยได้รับเกี่ยวกับการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ ปัญหาเกี่ยวกับระบบของแอปพลิเคชัน รองลงมา คือ ปัญหาเรื่องอุปกรณ์สื่อสาร ปัญหาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันของลูกค้า ซึ่งถูกกล่าวถึงในบทความเรื่อง สงคราม Mobile Wallet แทนการชำระเงินด้วยเงินสด ของ ผศ.ดร.รัฐกร พูลทรัพย์ (2560) โดยกล่าวว่า ข้อเสียก็คือการชำระเงินผ่าน Mobile Wallet นั้นทำให้ชีวิตของเราต้องไปพึ่งพาโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ตัวอย่างเช่นหากโทรศัพท์มือถือแบตเตอรีหมด หรือผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Wallet นั้นมีปัญหาขัดข้องในการใช้งาน อาจทำให้ไม่สามารถชำระเงินซื้อสินค้าได้

5.2.5 ผลการศึกษาเรื่องธนาคารที่ร้านค้าใช้บริการในการดำเนินการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ใช้บริการจากธนาคารกสิกรไทย รองลงมา คือ ธนาคารกรุงเทพ และ ธนาคารไทยพาณิชย์ เห็นได้ว่า แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ได้ร่วมมือกับหลากหลายหน่วยงานและองค์กรในไทย เพื่อขยายบริการมายังประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทความเรื่อง สงคราม Mobile Wallet แทนการชำระเงินด้วยเงินสด ของ ผศ.ดร.รัฐกร พูลทรัพย์ (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่า สำหรับในประเทศไทย ผู้ประกอบการต่างๆ ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม เริ่มมีความสนใจที่จะพัฒนา Mobile Wallet เพื่อการชำระเงิน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธนาคาร กลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม กลุ่มอีคอมเมิร์ซ หรือกลุ่มสตาร์ทอัพ การแข่งขันเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และจากการที่ธนาคารกสิกรไทยได้รับความนิยมนจากร้านค้าไทยในการเป็นตัวแทนดำเนินการรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์ (Alipay) เป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับบทความ เรื่อง

ตามติด Cashless Society ในตลาดจตุจักร เมื่อลูกค้าชาวจีนจ่ายด้วย Alipay ผ่าน K PLUS SHOP ของเว็บไซต์ brandinside.asia เขียนโดย Branded Content (2560) กล่าวไว้ว่า “K PLUS SHOP เป็นแอปพลิเคชันของธนาคารรายแรกในประเทศไทยที่สามารถรับชำระเงินจาก Alipay ได้ ประกอบกับการใช้งานที่ง่าย เพียงเปิด K PLUS SHOP ใส่ราคาสินค้า แล้วกดยิง QR Code ของลูกค้าชาวจีนที่ใช้ Alipay ก็รับชำระเงินจากช่องทางนี้ได้ทันที โดยตัวเงินจะส่งมายังบัญชีที่ผูกกับ K PLUS SHOP ไว้” ด้วยความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากมายในการติดตั้ง ทำให้ KBank สามารถขยายจำนวนผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และตอนนี้ก็เริ่มเข้าไปทำตลาดกับลูกค้าในตลาดนัดจตุจักรเป็นพื้นที่แรก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวจีนมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ก็มีสวนช่วยเพิ่มโอกาสการขายได้มากขึ้น

5.2.6 ผลการศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการสมัครใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ร้านค้าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 85 กล่าวว่าแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) สะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ บทความเรื่อง การใช้ Alipay ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของเมิ่ง ยู่กู่ (2561) ที่กล่าวไว้ว่า Alipay เป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ผ่านฝ่ายที่สามที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศจีนและก็เป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ที่มีความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย จึงได้รับความนิยมและการยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดี คนที่นิยมใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ของ Alipay ไม่เพียงแต่เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคนไทยที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวจีนอีกด้วย

5.2.7 ผลการศึกษาข้อดีหลังจากให้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกสะดวกในการซื้อขายมากขึ้น และไม่ต้องกังวลเรื่องการทอนเงินหรือธนบัตรปลอม และทำให้นักท่องเที่ยวจีนเกิดความประทับใจ โดยบางร้านได้ให้สัมภาษณ์ว่า นักท่องเที่ยวจีนจะเลือกใช้บริการร้านค้าที่มีอาลีเพย์ (Alipay) มากกว่าร้านที่ไม่มี ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยสำรวจแนวโน้มการท่องเที่ยวและการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนในต่างประเทศ ประจำปี 2560 (Outbound Chinese Tourism and Consumption Trends: 2017 Survey) ของ Nielsen และอาลีเพย์ (Alipay) (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 90% มีแนวโน้มจะซื้อเพิ่มขึ้น จากผู้ประกอบการที่เปิดรับชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในต่างประเทศ และยังคงกล่าวอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 94% บอกว่าจะซื้อสินค้า-บริการในต่างแดน ถ้ามีการรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์ ส่วน 92% จะพิจารณาเป็นพิเศษเมื่อทางร้านจะรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์

5.2.8 ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในร้านค้ามากที่สุด คือ วัยทำงาน รองลงมา คือ วัยรุ่น และวัยกลางคน ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยสำรวจแนวโน้มการท่องเที่ยวและการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนในต่างประเทศ ประจำปี 2560

(Outbound Chinese Tourism and Consumption Trends: 2017 Survey) ของ Nielsen และอาลีเพย์ (Alipay) (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนยุค 90s เป็นช่วงอายุที่ใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในต่างประเทศเยอะที่สุดกว่า 71% จากการสำรวจ และสอดคล้องกับบทความเรื่อง สงคราม Mobile Wallet แทนการชำระเงินด้วยเงินสด ของ ผศ.ดร.รัฐกร พูลทรัพย์ (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ประชาชนชาวจีนมีความตื่นตัวในการใช้งาน โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานกิจการ รวมถึงใช้งานในชีวิตประจำวัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ให้กับร้านค้าต่างๆ มากขึ้น เพื่อให้ร้านค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมากได้ทราบเกี่ยวกับประโยชน์ของแอปพลิเคชันดังกล่าว และสามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนและทำให้ร้านค้าสะดวกต่อการซื้อขายมากขึ้น

2. ควรทำให้ขั้นตอนการสมัครหรือการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของผู้ประกอบการร้านค้ายุ่งยากน้อยลง เพื่อให้ร้านค้าขนาดเล็ก เช่น ร้านค้าริมทาง ร้านค้าแบบรถเข็น ร้านค้าในตลาด ฯลฯ สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันนี้ได้ดียิ่งขึ้น และส่งผลให้ร้านค้าขนาดเล็กขายสินค้ากับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้สะดวกมากขึ้น

3. ควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ต่อผู้ประกอบการร้านค้า เนื่องจากมีบางร้านค้าให้สัมภาษณ์ว่า ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ต้องศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแอปพลิเคชันด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีร้านค้าให้สัมภาษณ์อีกว่า ไม่ทราบข้อมูลโปรโมชั่นในแอปพลิเคชัน เมื่อลูกค้าใช้บริการแล้วจะได้รับการตอบแทน ด้วยเหตุนี้อาจทำให้ร้านค้าบางร้านอาจได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและแม่นยำ หรืออาจโดนเอาเปรียบ เนื่องจากไม่มีความรู้เรื่องแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีเจ้าหน้าที่สำหรับให้คำแนะนำเรื่องดังกล่าวโดยเฉพาะ

4. จากการสัมภาษณ์ร้านค้าบางร้าน กล่าวว่า เคยพบเจอปัญหาเกี่ยวกับการสมัครใช้จ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ผ่านเอเจนซี่รายหนึ่ง ไม่ได้ติดต่อกับธนาคารโดยตรง ซึ่งทำให้ร้านค้าได้รับเงินจากการโอนเงินของเอเจนซี่ไม่ครบถ้วน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลแก้ไขและจัดการเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวอย่างเข้มงวด



### ด้านผู้ประกอบการร้านค้า

ร้านค้าที่อยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยว ควรติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากทำให้ชาวจีนตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านอย่างง่ายดาย เพียงแค่เห็นสัญลักษณ์ของอาลีเพย์บริเวณหน้าร้าน และทำให้ร้านค้ามียอดขายที่ดีขึ้นกว่าก่อนติดตั้ง เป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ไม่นิยมพกเงินสด หากเจอร้านค้าที่รองรับแอปพลิเคชันดังกล่าว อาจทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่ลังเลที่จะซื้อสินค้าในร้านนั้น นอกจากนี้ร้านค้าบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ยังมีน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในบริเวณนี้ จึงควรมีการติดตั้งแอปพลิเคชันดังกล่าวให้มากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจและร้านค้าบริเวณนี้มีผลประกอบการที่ดีขึ้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในประเทศไทย บริเวณแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยการสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อความชัดเจนด้านข้อมูลมากยิ่งขึ้น
2. ควรทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในประเทศต่างๆ รวมถึงในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ กิจการ และร้านค้าต่างๆ ในอนาคต
3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องแอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆ ของประเทศจีน เช่น Wechat pay ที่ให้บริการในร้านค้าไทย เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)
4. ควรมีการศึกษาถึงเรื่องสังคมไร้เงินสดในประเทศจีน ว่าส่งผลอย่างไรต่อประเทศอื่นๆ ในโลก และประเทศเหล่านั้นควรรับมือกับพฤติกรรมดังกล่าวของชาวจีนอย่างไร ทั้งการไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน และการที่ชาวจีนไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ

## บรรณานุกรม

### สารนิพนธ์และงานวิจัย

- ผกามาศ แสงสว่าง, สุชาติ วัฒนากานนท์ และมรกต กำแพงเพชร. (2560). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในการใช้บริการ ALIPAY ที่ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร.” งานวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมิ่ง ยู่กู่. (2561). “การใช้ Alipay ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย.” วารสารวิชาการ สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น วรรณพร หวลมานพ. (2558). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สรรพชญ ภูรินทร์ และอนันท์ สักดิ์วีระวิญญ์. (2560). “การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.” วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ Nielsen, Alipay. (2560). “2017 OUTBOUND CHINESE TOURISM AND CONSUMPTION TRENDS.” Survey report, Nielsen company

### ข้อมูลจากเว็บไซต์

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). สถานที่ท่องเที่ยววัดอรุณราชวราราม. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยว/วัดอรุณราชวราราม-82>
- คชราช วาริสุนทร. (2561). จีนเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เมื่อคนจีนกำลังคลั่งไคล้ประสบการณ์รับและจ่ายด้วย QR Code. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.ceoblog.co/china-cashless/>
- ท่องเที่ยวไทย ปี 60 ต่างชาติคืบคั้ง จีนอันดับ 1. (2560). เข้าถึงเมื่อ 21 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.ddproperty.com/ข่าวอสังหาริมทรัพย์-บทความ/2017/8/158097/>

- ธนาคารกรุงไทย. (2560). **บริการรับชำระเงิน ALIPAY**. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.ktc.co.th/sites/ktc/merchant/alipay/index.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2555). **Mobile Payment เทรนด์มาแรงที่ทุกคนต้องรู้**. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Phrasiam/Documents/Phrasiam\\_4\\_2555/19.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Phrasiam/Documents/Phrasiam_4_2555/19.pdf)
- นักท่องเที่ยวจีนทำสถิติเที่ยวไทยเดือนเดียวเกือบ 9 แสนคน. (2561). เข้าถึงเมื่อ 21 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.springnews.co.th/global/290413>
- ฝ่ายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2542). **ระบบการชำระเงินในประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/Documents/หนังสือระบบชำระเงิน.pdf>
- มหานครสาส์น. (2549). **MOBILE PAYMENT** อนาคตของการชำระค่าสินค้าและบริการ. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://research.it.mut.ac.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=68:mobile-payment-&catid=48:information-and-network-security&Itemid=72](http://research.it.mut.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=68:mobile-payment-&catid=48:information-and-network-security&Itemid=72)
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด. (2559). **ประเทศไทยได้อะไรจากนวัตกรรมการเงินของนักท่องเที่ยวจีน** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/638034>
- รัฐกร พูลทรัพย์. (2560). **สงคราม Mobile Wallet** แทนการชำระเงินด้วยเงินสด. เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://as.nida.ac.th/gsas/articleสงคราม-mobile-wallet-แทนการชำระเงิน/>
- ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์. (2558). **ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์ที่ตั้งและอาณาเขต**. เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน พ.ศ. 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.resource.lib.su.ac.th/rattanakosin/index.php/overview/2014-10-29-03-30-34>
- ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์. (2558). **ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์เส้นทางคมนาคม**. เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน พ.ศ. 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.resource.lib.su.ac.th/rattanakosin/index.php/overview/2014-10-29-03-32-45>

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2559). **ถนนพระอาทิตย์**.

เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/ถนนพระอาทิตย์/>

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2559). **พระบรมมหาราชวัง**.

เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/พระบรมมหาราชวัง/>

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2559). **มิวเซียมสยาม**. เข้าถึง

เมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/มิวเซียมสยาม/>

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2559). **วัดพระเชตุพนวิมลมัง**

**คณาจักรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/วัดโพธิ์/>

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2559). **วัดพระศรีรัตนศาสดา**

**ราม (วัดพระแก้ว)**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://rattanakosinilandguide.wordpress.com/วัดพระแก้ว/>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2559). **ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ**. เข้าถึงเมื่อ 21

ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.royin.go.th/wp-content/uploads/2017/01/ภาษาไทยภาษาสื่อ-ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ.pdf>

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. (2556). **ระบบการชำระเงินทาง**

**ออนไลน์ของจีน**. เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.ditp.go.th/files/ALIPAY.pdf>

อัฐานวัฒน์ ภัคภูริวัฒน์. (2561). **เรียนรู้พัฒนาการสังคมไร้เงินสดจากจีนกับ Alipay**. เข้าถึง

เมื่อ 3 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://themomentum.co/cashless-china-alipay/>

อุไรพร ชลศิริรุ่งสกุล. (2560). **สังคมไร้เงินสด**. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/642527>

เอื้อ อนันต์. (2553). **ตลาดวังหลัง (ศิริราช) กรุงเทพมหานคร**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้

จาก <http://www.9anant.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539393471>

**Application แอปพลิเคชัน คืออะไร.** (2561). เข้าถึงเมื่อ 21 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้

จาก <http://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/3647-application-แอปพลิเคชัน-คืออะไร.html>

**Branded Content.** (2560). ตามติด **Cashless Society** ในตลาดจตุจักร เมื่อลูกค้าชาวจีนจ่ายด้วย **Alipay** ผ่าน **K PLUS SHOP**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://brandinside.asia/cashless-society-alipay-with-kplus-shop/>

**matemate.** (2560). ยอดธุรกรรมผ่าน **Alipay** ในต่างประเทศช่วง **Golden Week** เติบโตแบบคูณไม่อยู่. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://brandinside.asia/alipay-golden-week-in-other-country/>

**Taste THE RIVER LIFE** ต้มด่ำ...กับสุนทรียะริมฝั่งเจ้าพระยา. (2561). เข้าถึง

เมื่อ 1 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://www.thamaharaj.com/about\\_us.php](http://www.thamaharaj.com/about_us.php)

**Thai Publica.** (2559). **The China Wave : คลื่นจีนบุกไทย.** เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <http://thaipublica.org/2016/04/the-china-wave-1>

**Tonhom**[นามแฝง]. (2560). **วิธีสัมคร Alipay.** เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://promotions.co.thโปรมอชั่นอื่นๆ/investment/finance/online-payment/วิธีสัมคร-alipay.html>

**Tourism Media.** (2561). **ถนนข้าวสาร.** เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.expedia.co.th/Khaosan-Road-Bangkok.d6051388.Place-To-Visit>

**WP** [นามแฝง]. (2560). เจาะลึกทุกมุม “นักท่องเที่ยวจีนสไตล์ FIT” โอกาสมหาศาลของ “แบรนด์ไทย” ที่ไม่ควรมองข้าม!! เข้าถึงเมื่อ 20 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.brandbuffet.in.th/2017/05/chinese-tourist-trends-and-opportunities-for-thai-brand/>

ภาคผนวก

ลำดับที่.....



### แบบสอบถาม

เรื่อง : การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของร้านค้าไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน :  
กรณีศึกษาบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี รายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

แบบสอบถาม 1 ชุด มีจำนวน 6 หน้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของร้านค้า

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนภายในร้าน

เก็บข้อมูล ณ.....วันที่.....

บันทึกข้อมูล ณ วันที่.....

นางสาว อุมภรณ์ ทองเขียว

นักศึกษาปริญญาตรี อักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของร้านค้า

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง □ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

#### 1. ชื่อร้านค้าของท่าน

.....

#### 2. ประเภทของร้านค้า

- ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
- ร้านเสื้อผ้า
- ร้านขายของที่ระลึกและของฝาก
- ร้านขายยา
- ร้านขายของชำ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 3. ร้านค้าของท่านตั้งอยู่บริเวณใด

- ท่ามหาราช
- ถนนข้าวสาร
- ตลาดวังหลัง
- ถนนหน้าพระลาน
- ถนนตะนาว
- บริเวณวัดโพธิ์
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 4. ร้านของท่านเปิดมานานเท่าใด

- น้อยกว่า 1 ปี
- 1-5 ปี
- 6-10 ปี
- มากกว่า 10 ปี

#### 5. ท่านเริ่มติดตั้งบริการการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay)มานานเท่าใด

- 1-3 เดือน
- 4-6 เดือน



- 7 เดือน – 1 ปี
- 1-2 ปี
- มากกว่า 2 ปี
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. เพราะเหตุใดร้านค้าของท่านจึงตัดสินใจติดตั้งบริการการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์

(Alipay) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน
- เพื่อตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป
- เพื่อความน่าเชื่อถือของร้านค้า
- เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ
- เพื่อความปลอดภัยทางการเงิน
- เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว
- เพื่อการแข่งขันทางการค้า
- เหตุผลอื่นๆ โปรดระบุ

.....

.....

7. ร้านค้าของท่านเคยประสบปัญหาใดบ้างเกี่ยวกับการรับชำระเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลี

เพย์(Alipay) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ปัญหาเกี่ยวกับระบบของแอปพลิเคชัน
- ปัญหาเรื่องอุปกรณ์สื่อสาร
- ปัญหาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันของลูกค้า
- การรับโอนเงินไม่ครบหรือการรับโอนเงินเกิน
- ปัญหาเรื่องราคาขั้นต่ำในการรับชำระสินค้า
- ไม่พบปัญหา
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....

8. ร้านค้าของท่านใช้บริการของธนาคารใดในการดำเนินการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน

อาลีเพย์(Alipay)

- ธนาคารกสิกรไทย

- ธนาคารกรุงไทย
- ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารไทยพาณิชย์
- ธนาคารทหารไทย
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....

9. ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)ของร้านค้าท่านสะดวกหรือไม่

- สะดวกรวดเร็ว
- ยุ่งยากวุ่นวาย
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....

10. หลังจากร้านค้าของท่านให้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)แล้ว ได้รับข้อดีอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สะดวกในการซื้อขายมากขึ้น
- นักท่องเที่ยวเงินเกิดความประทับใจ
- ไม่ต้องกังวลเรื่องการทอนเงินหรือธนบัตรปลอม
- ปลอดภัยจากการโกงเงิน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. หลังจากร้านค้าของท่านให้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)แล้ว ได้รับข้อเสียอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีความยุ่งยากในการใช้
- ไม่มีนักท่องเที่ยวเงินมาใช้บริการ
- รู้สึกปลอดภัยน้อยกว่าการรับเงินสด
- มีต้นทุนค่าใช้จ่าย
- เสียเวลาในการตรวจสอบ
- ไม่มีข้อเสีย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

.....

**ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวจีน ภายในร้าน**

คำชี้แจง: กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ของนักท่องเที่ยวจีนภายในร้าน โดยทำเครื่องหมาย  ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. มีนักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในร้านของท่านบ่อยครั้งเพียงใด
  - ทุกวัน
  - สัปดาห์ละ 4-6 วัน
  - สัปดาห์ละ 1-3 วัน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. นักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) มากที่สุดในวันใด
  - ทุกวัน
  - วันธรรมดา
  - วันหยุดเสาร์-อาทิตย์
  - วันหยุดนักขัตฤกษ์
  - ไม่แน่นอน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
3. นักท่องเที่ยวจีนมักใช้บริการแอปพลิเคชันอาลีเพย์ (Alipay) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด
  - เช้า 06.00-09.00 น.
  - สาย 09.01-12.00 น.
  - บ่าย 12.01-15.00 น.
  - เย็น 15.01-18.00 น.
  - ค่ำ 18.01-22.00 น.
  - ทุกเวลา
  - ไม่แน่นอน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. นักท่องเที่ยวจีนมักเลือกซื้อสินค้าประเภทใดจากร้านค้าของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - ของที่ระลึก

- ของชำ
- อาหาร ,เครื่องดื่ม และขนม
- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- เครื่องประดับ
- ยารักษาโรค
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) โดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

- ต่ำกว่า 100 บาท
- 100-300 บาท
- 301-500 บาท
- 501-999 บาท
- 1,000 บาทขึ้นไป

6. นักท่องเที่ยวเงินมีปฏิกริยาอย่างไรเมื่อเห็นแอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) ให้บริการภายในร้านของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ประทับใจ
- ประหลาดใจ
- เฉยๆ ไม่มีปฏิกริยาใดๆ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. นักท่องเที่ยวเงินต้องการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay) เมื่อเข้ามาซื้อสินค้าในร้านของท่านหรือไม่

- ส่วนใหญ่ต้องการใช้
- ประมาณครึ่งหนึ่ง
- ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง
- ส่วนน้อยที่ต้องการใช้
- ไม่ต้องการใช้

8. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าในร้านของท่านต้องการใช้แอปพลิเคชันจ่ายเงินอื่นๆ มากน้อยเพียงใด

- ส่วนใหญ่ต้องการใช้
- ประมาณครึ่งหนึ่ง
- ประมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่ง
- ส่วนน้อยที่ต้องการใช้
- ไม่ต้องการใช้

9. นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มใดที่เข้าร้านค้าของท่านมากที่สุด

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง

10. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าร้านของท่าน ส่วนใหญ่เดินทางมากับใคร

- ครอบครัว
- เพื่อน
- คู่ค้าทางธุรกิจ
- ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. นักท่องเที่ยวชาวจีนในช่วงอายุเท่าใดที่ใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์(Alipay)ในร้านค้าของท่านมากที่สุด

- วัยเด็ก
- วัยรุ่น
- วัยทำงาน
- วัยกลางคน
- วัยสูงอายุ

โอกาสนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวอุมาภรณ์ ทองเขียว

**ประวัติผู้วิจัย**

<b>ชื่อ-สกุล</b>	นางสาวอุมาภรณ์ ทองเขียว
<b>วันเกิด</b>	8 พฤษภาคม พ.ศ.2540
<b>ที่อยู่</b>	บ้านเลขที่ 13/1 หมู่ 4 ตำบลเกาะจันทร์ อำเภอสระหวัด จังหวัดนครศรีธรรมราช 80180
<b>ประวัติการศึกษา</b>	
ปีการศึกษา 2558	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสตรีพัทลุง จังหวัดพัทลุง
ปีการศึกษา 2561	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจาก คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม