



สารนิพนธ์

เรื่อง แอปพลิเคชันอาลีเพย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้อย่างไร

กรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีน

โดย

นางสาวเสาวนีย์ ทองรัตน์วงศ์

รหัสนักศึกษา 05590653

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชีย

ศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร

ชื่อสารนิพนธ์	แอปพลิเคชันอาลีเพย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและ ควบคุมผู้ใช้อย่างไรกรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐ ประชาชนจีน
ผู้เขียน	นางสาวเสาวนีย์ ทอรัตนวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาตยา อยู่คง
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ “แอปพลิเคชันอาลีเพย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้อย่างไรกรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง และ เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีน ในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาวไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน โดยมีการใช้แนวความคิดทางด้านสังคมศาสตร์ คือ แนวความคิดการเคลื่อนย้ายการลงทุน และ แนวความคิดอำนาจชีวะ เพื่อมาประกอบการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า แอปพลิเคชัน Alipay ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศฮ่องกงมีให้บริการอยู่ทุกร้านค้ารวมถึงประชาชนฮ่องกงหันมาใช้แอปพลิเคชันในชีวิตประจำวันเพราะมีการเปิดตัวแอปพลิเคชัน AlipayHK เพื่อรองรับคนฮ่องกงโดยเฉพาะแต่ในประเทศไทยนั้นประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านผู้ประกอบการแต่ไม่มากนักในด้านประชากรไทยเพราะคนไทยมีแอปพลิเคชันทางการเงินของประเทศตัวเองอยู่แล้ว การติดตั้งแอปพลิเคชันของผู้ประกอบการตามร้านค้าของตุนั้นก็เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและวิธีการนี้ถือเป็นวิธีการที่เพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการค่อนข้างมาก

ในด้านเทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคนั้นผลโดยรวมมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันและไม่ได้รู้สึกการควบคุมต่อให้ผู้วิจัยจะชี้แจงถึงการอาจจะถูกแอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีควบคุมแต่ผู้บริโภคต่างเห็นเป็นเสี่ยงเดียวว่าไม่รู้สึกรอะไรเพราะแลกกับความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันนับว่าคุ้มค่าและยังต้องการให้มีแอปพลิเคชันนี้ในอนาคต

คำสำคัญ : แอปพลิเคชันอาลีเพย์,การเคลื่อนย้าย,การควบคุม

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแอปพลิเคชันอิตาลีเพลย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาตยา อยู่คง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้ เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

เสาวนีย์ ทองรัตนวงศ์

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
สารบัญ.....	ก
สารบัญรูปภาพ.....	ง
สารบัญตาราง.....	5
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	4
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
1.7 แผนการดำเนินงาน.....	5
1.8 แผนการเขียนเนื้อหา.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์.....	8
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเรื่องการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติ.....	8
2.1.2 แนวคิดอำนาจชีวะ.....	10
2.2 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.3 กรอบแนวความคิด.....	15
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	18
3.1 แบบแผนการวิจัย.....	18
3.2 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง.....	18

สารบัญ (ต่อ)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการ.....	19
3.4.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม.....	20
3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม.....	20
บทที่ 4 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์.....	22
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	20
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	20
3.6.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	21
4.1 ข้อมูลทั่วไป.....	22
4.2 วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันอาลีเพย์.....	23
4.2.1 ขั้นตอนการสมัครสมาชิก.....	23
4.2.2 การใช้จ่ายเงินแทนเงินสดโดยแสกน Qr code หรือ ชื่อของออนไลน์.....	23
4.3 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay.....	23
4.3.1 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ ประเทศฮ่องกง.....	24
4.3.2 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีน สู่ประเทศไทยประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกง.....	25
4.4 สรุปท้ายบท.....	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 แอปพลิเคชัน Alipay กับการควบคุมผู้บริโภค.....	27
5.1 ข้อมูลทั่วไป.....	27
5.2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay.....	32
5.3 ผลการสัมภาษณ์แบบสอบถามนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันขณะไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน ถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน Alipay.....	34
5.4 สรุปท้ายบท.....	39
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	40
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	40
6.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	41
6.3 ข้อเสนอแนะผลการวิจัย.....	42
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	45
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	50

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 1 แสดงกรอบการศึกษาและการวิเคราะห์ตามจุดประสงค์ที่ 1.....	16
ภาพที่ 2 แสดงกรอบการศึกษาและการวิเคราะห์ตามจุดประสงค์ที่ 2.....	17

สารบัญตาราง

ตาราง 1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ตาราง 2 แสดงสัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
ตาราง 3 แสดงอายุของผู้.....	28
ตาราง 4 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
ตาราง 5 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ตาราง 6 แสดงรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
ตาราง 7 แสดงระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	30
ตาราง 8 แสดงจำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ตาราง 9 แสดงจำนวนเงินที่ใช้ต่อวันในแอปพลิเคชัน Alipay ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
ตาราง 10 แสดงความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay ชาวจีน.....	32
ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของนักศึกษาแลกเปลี่ยนต่างชาติที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay.....	35-37

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย

ในศตวรรษที่ 21 ต้องยอมรับว่าธุรกรรมทางการเงินที่ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต กำลังแพร่หลาย ทุกสถาบันการเงินเน้นพัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์เพื่อความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน ปัจจุบันกำลังนิยมในทุกประเทศรวมไปถึงประเทศมหาอำนาจอย่างประเทศจีนด้วยที่หันมาใช้ธุรกรรมทางการเงินโดยออกมาในรูปแบบของแอปพลิเคชันที่มีชื่อว่า แอปพลิเคชันอาลีเพย์ Alipay ก่อตั้งขึ้นโดยบริษัทที่เป็นหนึ่งในเครือของบริษัท อาลีบาบา ตัวแอปพลิเคชันช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถผูกกับบัตรเครดิต ผูกกับบัญชีเงินฝากธนาคาร เติมเงิน ถอนเงิน รวมไปถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ในเว็บต่างๆ ของในประเทศจีน หากใครที่สมัครเว็บไซต์ซื้อขายออนไลน์ใหญ่ๆของประเทศจีนเมื่อสมัครเป็นสมาชิกจะมีบัญชีอาลีเพย์ให้เลยส่งผลให้ต้องมีบัญชีอาลีเพย์อย่างเลี่ยงไม่ได้

ตัวแอปพลิเคชันให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยอย่างมากซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้แอปพลิเคชันนี้ได้รับการยอมรับ ความสามารถของแอปพลิเคชันไม่เพียงแค่ชำระสินค้าเท่านั้นแต่ยังสามารถส่งพัสดุผ่านทางไปรษณีย์ เรียกรถแท็กซี่ จองตั๋วเครื่องบินหรือรถไฟ อีกทั้งจองตั๋วภาพยนตร์หากจองผ่านแอปพลิเคชันจะทำให้ได้ราคาถูกลงกว่าครึ่งหนึ่งของการไปซื้อหน้าโรงภาพยนตร์ด้วยเงินสด ซึ่งก็เป็นกลยุทธ์ที่ดึงดูดให้ผู้คนหันมาใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์มากขึ้น แอปพลิเคชันอาลีเพย์ประสบความสำเร็จในประเทศจีนอย่างมากเพราะมียอดผู้ใช้ถึง 520 ล้านคน จากความนิยมดังกล่าวส่งผลให้ยอดการทำธุรกรรมออนไลน์ในจีนปี 2017 มีมูลค่ามากขึ้นถึง 15.50 ล้านล้าน ดอลลาร์สหรัฐ (Trillion) โดยสัดส่วนประมาณ 50% เป็นธุรกรรมที่เกิดจากอาลีเพย์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น (Mr.Messenger, 2562: ออนไลน์)

ซึ่งปัจจุบันแอปพลิเคชันอาลีเพย์ไม่ได้หยุดอยู่ที่แค่ประเทศจีนเท่านั้น แอปพลิเคชันอาลีเพย์ได้ทำการขยายตัวการลงทุนไปในประเทศต่างๆ เช่น ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ อังกฤษ รวมถึง ประเทศไทย รวมแล้วมากกว่า 50 ประเทศ รองรับ 27 สกุลเงิน ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก (ปณชียาร, 2562: ออนไลน์)

ปัจจัยที่เป็นจุดประสงค์หลักของการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศของแอปพลิเคชัน คือ การอำนวยความสะดวกให้แก่คนจีนที่ไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศและสร้างระบบบริการการชำระเงินข้ามพรมแดน (Cross-border Payment Solution) ให้สามารถชำระเงินได้สะดวกมากยิ่งขึ้นโดยปัจจุบันอาลีเพย์ได้ขยายไปกว่า 110 ประเทศทั่วโลกทั้งในแถบตะวันออก ยุโรปและอเมริกา โดยในการขยายตลาดของอาลีเพย์นั้นจะเลือกเป็นพาร์ทเนอร์กับบริษัทใหญ่ที่มีอิทธิพลในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น พาร์ทเนอร์ในประเทศไทยของอาลีเพย์ ได้แก่ ธนาคารต่างๆ, CP (True Wallet กับ 7-Eleven) หรือ พาร์ทเนอร์ในประเทศอเมริกา ได้แก่ First Data บริษัทด้านอีคอมเมิร์ซและชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ ส่วนพาร์ทเนอร์ในประเทศเกาหลี ได้แก่ Kakao

Corporation ผู้ให้บริการ Application Kakao Talk ที่ นอกจากนี้ยังเป็นพาร์ทเนอร์กับ Uber, Grab, Yelp ที่มีให้บริการในหลายๆประเทศ โดยหลังจากที่แอปพลิเคชันอาลีเพย์ได้เข้าไปในต่างประเทศ ก็มีผลตอบรับที่ค่อนข้างดีอ้างอิงได้จากบทความผลการศึกษานวโน้มการชำระเงินผ่านมือถือระหว่างการท่องเที่ยวในต่างประเทศของชาวจีนประจำปี 2561 โดยนิลเส็นบริษัทวิจัยระดับโลกร่วมกับอาลีเพย์เก็บข้อมูลจาก 54 ประเทศที่รับชำระเงินผ่านระบบอาลีเพย์ พบว่าในบรรดาผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามเปิดเผยว่า หลังรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์จำนวนลูกค้าที่เดินเข้าร้านและรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ (ปณชัยาร, 2562: ออนไลน์)

การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศไทย คือ แอปพลิเคชันอาลีเพย์ Alipay บริการจ่ายเงินออนไลน์ยอดนิยมของประเทศจีน ภายใต้บริษัท Ant Financial Services Group ในเครือ Alibaba เข้ามาเปิดตัวในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เข้ามาเซ็นสัญญาเป็น Certified Acquiring Partner กับบริษัทในไทยทั้งหมด 7 ราย ดังนี้ True Money ในเครือ Ascend Group, Counter Service, GHL Thailand บริการจ่ายเงินในเครือบริษัท GHL Group ของมาเลเซีย, ธนาคารกสิกรไทย (Kasikorn Bank), บัตรกรุงไทย (KTC), เพย์สบาย (Paysbuy), พระยาเปย์ (PrayaPay) (Mr.Messenger, 2562: ออนไลน์)

นอกจากนี้ในประเทศไทย Alipay ยังร่วมมือกับสถาบันการเงินยักษ์ใหญ่หลายแห่ง (Licensed Acquirers) ทั้งธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, เคาน์เตอร์เซอร์วิส ฯลฯ รวม 10 เจ้า ซึ่งพาร์ทเนอร์เหล่านี้ก็จะกลายเป็นตัวกลางประสานงานให้เงินจากลูกค้าจีนกลับเข้าสู่กระเป๋าตังค์ผู้ค้าชาวไทยได้เร็วขึ้น ประมาณการอยู่ที่ราวๆ 1-2 วัน โดยคิดค่าธรรมเนียมการใช้เป็นเปอร์เซ็นต์ คล้ายๆ กับการรูดบัตรเครดิต และไม่ต้องไปเปิดบัญชีธนาคารในจีนให้วุ่นวาย Alipay ยังเดินทางทำแคมเปญโฆษณาในตัวแอปฯ ช่วยโปรโมตนักท่องเที่ยวให้แวะมาที่ร้านค้าที่ใช้บริการเพื่อเพิ่มยอด Traffic หน้าร้านได้อีกด้วย ยิ่งร้านไหนที่มีโปรโมชันดี มีส่วนลดเยอะ อัลกอริทึมของ Alipay ก็จะดันลิงค์ร้านค้าให้ขึ้นไปอยู่ในหน้าแรกๆ ได้ สำหรับในประเทศไทย หากแบ่งตามธุรกิจที่มียอดการทำธุรกรรมผ่าน Alipay มากที่สุดจะจำแนกได้เป็น 3 อันดับ ได้แก่ ร้านค้าปลอดภาษีคิง เพาเวอร์ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเครื่องสำอาง (Mr.Messenger, 2562: ออนไลน์)

ประเทศฮ่องกงก็ได้รับอานิสงส์ของ Alipay โดยในประเทศฮ่องกงได้เปิดตัว AlipayHK สำหรับลูกค้าในฮ่องกง นับเป็นการรับลูกค้านอกประเทศจีนเป็นครั้งแรก AlipayHK จะสามารถใช้งานได้จากร้านค้าประมาณ 2,000 ร้านค้าจากร้านที่รับ Alipay 8,000 ร้านทั่วฮ่องกงที่รับ Alipay ของจีน แต่อนาคตร้านที่รับ Alipay จะสามารถใช้งานได้เหมือนกันทั้งหมด เครือข่ายที่รับ AlipayHK แล้ว เช่น Watsons, Chow Tai Fook, Sa Sa, Bonjour Cosmetics, และสวนสนุก Ocean Park นอกจากนี้ยังสามารถจ่ายเงินให้กับบริการออนไลน์อย่าง OpenRice และจะมีบริการจ่ายบิลในอนาคต ตัวบริการ AlipayHK สามารถสร้าง QR เพื่อจ่ายเงินได้โดยไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ฮ่องกงกลายเป็นสนามประลองกำลังของบริการจ่ายเงินจำนวนมาก บริการหลักๆ

ล้วนเปิดในฮ่องกงแล้วทั้งสิ้น ทั้ง Apple Pay, Samsung Pay, WeChat Wallet และ AlipayHK เป็นรายล่าสุด (Lew, 2561: ออนไลน์)

การใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในชีวิตประจำวันนั้นส่งผลให้เกิด อำนวยความสะดวกโดยไม่รู้ตัว เช่น เมื่อมีโทรศัพท์มือถือก็จำเป็นต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Alipay ไว้ในเครื่อง หรือ เพราะสภาพแวดล้อมรอบข้างตามร้านค้าหรือแม้กระทั่งเพื่อนต่างก็ใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการใช้จ่ายเงินจึงจำเป็นต้องมีเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายมากขึ้น ช่วงเวลาไปเที่ยวหรือพักผ่อนหย่อนใจหากไปใช้บริการด้านบันเทิงต่างๆถ้าไม่มีแอปพลิเคชัน Alipay จะค่อนข้างไม่สะดวกหรืออาจจะต้องจ่ายเงินมากกว่าปกติหลายเท่า เช่น การไปดูหนังในโรงภาพยนตร์หากใช้เงินสดจ่ายค่าภาพยนตร์จะมีราคาแพงกว่าใช้ Alipay จ่ายมากกว่าถึง 2 เท่า ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องดาวน์โหลด Alipay ไว้ หรือ การซื้อของทางออนไลน์ค่อนข้างเป็นไปได้ง่ายหากจะจ่ายเงินผ่านทางธนาคารส่งผลให้แอปพลิเคชันชื่อของออนไลน์ส่วนใหญ่เมื่อสมัครแล้วจะทำการสมัครบัญชี Alipay ควบคู่ไปด้วย

จากความสำคัญของ Alipay ที่มีต่อเศรษฐกิจการลงทุนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน โดยผู้วิจัยได้เลือกศึกษา 2 จุดประสงค์นั้นก็คือการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกงว่ามีลักษณะการเคลื่อนย้ายอย่างไรบ้าง ผลลัพธ์จากการเคลื่อนย้ายไปสู่ประเทศที่กล่าวข้างต้นเป็นอย่างไรและในอีกจุดประสงค์คือจะสามารถสังเกตได้ว่าผู้บริโภคกำลังอาจจะโดนแอปพลิเคชัน Alipay ควบคุมในชีวิตประจำวันอยู่หรือไม่ หรือถ้ากำลังถูกควบคุมอยู่นั้นอยู่ในระดับมากน้อยเพียงใดส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจและเลือกศึกษาในหัวข้อของ ผู้ใช้ถูกอำนวยความสะดวกอย่างไรบ้างในการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน ช่วงเวลาไหนมีลักษณะการควบคุมอย่างไร เป็นต้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้ายกรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง

1.2.2 เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีนในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาติไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1.3.1 ได้มีความรู้ถึงวิธีการการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพลย์จากประเทศจีน สู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกงรวมถึงแอปพลิเคชัน Alipay เทคโนโลยีในการควบคุมผู้บริโภค ว่า ควบคุมผู้บริโภคอย่างไร

1.3.2 ได้รับการฝึกฝนทักษะ การคิดวิเคราะห์ การค้นคว้า การอ่าน

1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

ขอบเขตการศึกษาของวิจัยแอปพลิเคชันอาลีเพลย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้อย่างไร กรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีนจุดประสงค์จะแบ่งออกมาเห็นได้อย่างชัดเจน 2 จุดประสงค์นั่นก็คือการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง อีกจุดประสงค์คือแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ควบคุมผู้ใช้อย่างไรบ้างในชีวิตประจำวันโดยสอบถามจากบริโภคนแอปพลิเคชัน Alipay ในเมืองชิงเต่า ประเทศจีน

1.4.1 ด้านพื้นที่แบ่งตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ จุดประสงค์แรกคือ การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay พื้นที่ คือ จากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง จุดประสงค์ที่สองสอบถามแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภค กรณีศึกษา เมืองชิงเต่า ประเทศจีน พื้นที่คือ เมืองชิงเต่า ประเทศจีน

1.4.2 ด้านประชากร สอบถามผู้บริโภคแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ใน เมืองชิงเต่า ประเทศจีน จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็น นักศึกษา อายุ 21-26 ปี เพศหญิงจำนวน 3 คน เพศชายจำนวน 2 คน อาจารย์ อายุ 30-40 ปี เพศหญิง จำนวน 2 คน นักธุรกิจ อายุ 35-40 ปี เพศชาย จำนวน 2 คน อาชีพค้าขาย อายุ 40 ปี เพศหญิง จำนวน 1 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบตามระดับความพึงพอใจ และ แบบสอบถามรูปแบบสัมภาษณ์กับนักศึกษาชาวต่างชาติชาวไทยที่เคยไปศึกษาแลกเปลี่ยนที่ประเทศจีน จำนวน 10 คน

1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แอปพลิเคชันอาลีเพลย์การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้อย่างไรกรณีศึกษาจากผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีนมีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

1.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลตามจุดประสงค์ข้อที่สอง แอปพลิเคชันอาลีเพลย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภค กรณีศึกษา เมืองชิงเต่า ประเทศจีน เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay โดยตรง

1.5.2 ข้อมูลitudinal เก็บข้อมูลตามจุดประสงค์ข้อที่หนึ่ง การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay จากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากเว็บไซต์ธนาคารและเว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจทางเทคโนโลยี

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.6.1 การเคลื่อนย้าย หมายถึง เปลี่ยนตำแหน่งที่ตั้ง, ออกจากตำแหน่งเดิม
- 1.6.2 การควบคุม หมายถึง กลไกซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่าจะประสบความสำเร็จ

1.7 แผนการดำเนินงาน

การศึกษางานวิจัยเรื่อง แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม ทัศนศึกษาผู้ใช้ในประเทศจีน มีระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2562 ถึงเดือนมีนาคม 2563 โดยมีแผนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินงาน										
	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ก.ย. 62	ต.ค. 62	พ.ย. 62	ธ.ค. 62	ม.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	เม.ย. 63	
1. ทบทวน วรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง	←————→										
2. เก็บ รวบรวม ข้อมูล					←————→						
3. วิเคราะห์ ข้อมูล							←————→				
4. สรุป ผลการวิจัย									←————→		
5. จัดทำ รายงานการ วิจัยสมบูรณ์										←————→	

1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ การเคลื่อนย้ายการลงทุน และ การควบคุมผู้ใช้ กรณีศึกษา ผู้ใช้ใน ประเทศจีนมีเนื้อหารวม 7 บทดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย
- 1.4 ขอบเขตของการวิจัย
- 1.5 วิธีการศึกษา
- 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ
- 1.7 แผนการดำเนินงาน
- 1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

บทที่ 2 ทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

- 2.1 แนวคิดทางด้านสังคมศาสตร์
 - 2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเรื่องการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติ (Transnationalism) ของอัฟพาดูร์รี่
 - 2.1.2 แนวความคิดอำนาจชีวะ (Bio power)
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติ
 - 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดอำนาจชีวะ (Bio-power)
- 2.3 กรอบแนวความคิด

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

- 3.1 แบบแผนการวิจัย
- 3.2 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.4.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม
 - 3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

บทที่ 4 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของแอปพลิเคชัน Alipay

4.2 วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันอาลีเพย์

4.3 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay

4.4 สรุปท้ายบท

บทที่ 5 แอปพลิเคชัน Alipay กับการควบคุมผู้บริโภค

5.1 ข้อมูลทั่วไป

5.2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay

5.3 ผลการสัมภาษณ์แบบสอบถามนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันขณะไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีนถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน Alipay

5.4 สรุปท้ายบท

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

6.3 ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

บทที่ 2

ทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้อย่างไร กรณีศึกษา ผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีน” ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิดและศึกษาหาแนวคิดที่เกี่ยวข้องโดยจัดแบ่งเนื้อหาออกได้เป็น แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ดังนี้

2.1 แนวคิดทางด้านสังคมศาสตร์

- แนวคิดทฤษฎีเรื่องการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติของอัฟพาตุรีย
- แนวความคิดอำนาจชีวะ (Bio power)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายการลงทุน
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดอำนาจชีวะ (Bio-power)

2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

2.1 แนวคิดทางด้านสังคมศาสตร์

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเรื่องการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติของอัฟพาตุรีย

อัฟพาตุไร (อ้างใน ดร.อุษามาศ, 2562: ออนไลน์) ได้อธิบายแนวคิดทฤษฎีเรื่องการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติไว้ว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่คนกลุ่มต่างติดต่อเชื่อมโยงผ่านความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ซึ่งมีได้จำกัดอยู่ภายในดินแดนของรัฐชาติใด แต่ติดต่อเชื่อมโยงข้ามอาณาเขตของรัฐชาติสมัยใหม่ อาศัยเทคโนโลยีสื่อสารเข้ามาช่วยในการติดต่อสัมพันธ์ ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น เทคโนโลยีในคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะการขนส่งและการสื่อสาร เช่นเครื่องบิน โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอ ทำให้โลกติดต่อสัมพันธ์กันอย่างเข้มข้น โลกจึงเต็มไปด้วยการหลั่งไหลของผู้คน ภาพลักษณ์ และวัตถุ สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อข้ามพรมแดนและทำให้เกิดข้อถกเถียงใหม่เกี่ยวกับผลกระทบของสินค้า สื่อ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลกซึ่งมีการอพยพย้ายเข้า ย้ายออกของผู้คนภายในรัฐชาติความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงร้อยรัดเข้าด้วยกันที่เกิดขึ้นกับโลกคือการหลั่งไหลทางวัฒนธรรมข้ามพรมแดนซึ่งการศึกษาทางมานุษยวิทยาอาจเรียกว่า ลักษณะข้ามพรมแดนรัฐชาติ (transnationalism)

การศึกษาของ อัจพาดูไร (Arjun Appadurai) อธิบายว่าการข้ามพรมแดนมี 5 ลักษณะ คือ

1. พรมแดนชาติพันธุ์ (Ethnoscapes) เกิดการเคลื่อนไหวของผู้คน เช่น นักท่องเที่ยว คนอพยพ คนถูกเนรเทศ คนย้ายถิ่นอาศัย และคนทำงาน คนอพยพและคนทำงานในที่นี้เกิดขึ้นมากในโลกที่สาม ซึ่งมีแรงงานจำนวนมากย้ายถิ่นไปทำงานในโลกที่หนึ่ง การอพยพแรงงานนี้ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของมวลชนจำนวนมากประเทศอเมริกาและประเทศในยุโรปจะกลายเป็นตัวแบบให้กับโลกที่สาม

2. พรมแดนเทคโนโลยี (Technoscapes) เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารหลังไหลโดยบริษัทการค้าต่างๆ กิจกรรมพาณิชย์เกิดขึ้นในหลายประเทศ เช่น บริษัทผลิตเหล็กในลิเบียอาจได้รับความสนใจจากอินเดีย รัสเซีย จีนหรือญี่ปุ่น

3. พรมแดนการเงิน (Finanscapes) มีการไหลของเงินตราจำนวนมากในตลาดการค้าการลงทุน การเคลื่อนไหวของเงินตรากลายเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดขอบเขต เพราะนายทุนต้องการผลกำไรมากโดยต้องติดต่อกับต่างประเทศ มีไหลลงทุนในประเทศอย่างเดียวยังสิ่งนี้ก่อให้เกิดความขัดแย้งชนิดใหม่ เช่น ชาวออสเตรเลียไม่พอใจชาวญี่ปุ่นที่มาซื้อเมืองของพวกเขาหรือชาวบอมเบย์กังวลเกี่ยวกับเมืองที่เขาอาศัยว่าจะถูกชาวอาหรับจากเปอร์เซียยึดครอง

4. พรมแดนสื่อ (Mediascapes) ภาพลักษณ์ของความจริงถูกสร้างขึ้นและถูกเผยแพร่ออกไปมากมาย โดยหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ พรมแดนสื่อทำให้เรื่องราวของผู้คนจากที่ต่างๆ ทั่วโลกเป็นที่รับรู้ในวงกว้างและทำให้คนท้องถิ่นมีโอกาสเผยแพร่เรื่องราวของตัวเองได้อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน

5. พรมแดนความคิด (Ideoscapes) รัฐบาลได้สร้างความคิดขึ้นมาความคิดที่ถูกสร้างส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความรุ่งเรือง ความเจริญก้าวหน้า อีสรภาพ ภารดรภาพ สิทธิเสรีภาพ ประชาธิปไตย และความเป็นเอกราช ความคิดเหล่านี้มีการต่อสู้แข่งขันกันในภูมิภาคยุโรป อเมริกา และส่วนต่างๆ ของโลก

การศึกษาการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนรัฐชาติในมิติวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ แนวทางแรกอธิบายว่าโลกประกอบด้วยความสัมพันธ์ศูนย์กลาง และชายขอบ ซึ่งถูกครอบงำด้วยทุนนิยมตะวันตก แต่สิ่งที่ทำให้แตกต่างกันคือวัฒนธรรม คำอธิบายแนวนี้อาจเรียกว่าเป็น แนวคิดแบบจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (cultural imperialism) หรือ การทำให้โลกรวมเป็นหนึ่งเดียวซึ่งอธิบายว่าศูนย์กลางอำนาจครอบงำคนที่อยู่ชายขอบผู้ที่มีอำนาจจะทำลายวัฒนธรรมชายขอบให้หมดไปและทำให้กลายเป็นวัฒนธรรมเดียวกัน แนวทางที่สอง อธิบายว่า ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างระหว่างศูนย์กลางกับชายขอบ แต่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ลื่นไหลไปมาข้ามพรมแดนรัฐชาติวัฒนธรรมมิได้ถูกแทนที่หรือถูกทำให้หายไปแต่มันจะแทรกตัวเข้าไปอยู่ในความหมายอื่นๆ อุลฟ์ แชนเนอร์ กล่าวว่า การหลั่งไหลของวัฒนธรรมข้ามชาติต้องมีเทคโนโลยีใหม่และสัญลักษณ์ใหม่ให้กับชุมชนชายขอบคอยรองรับ เช่น ดนตรีหรือวรรณกรรม อาจถูกนำกลับมาใช้ใหม่ผสมเข้ากับวัตถุพื้นเมือง และกลายเป็นของใหม่ที่แตกต่างหลากหลาย เช่น นักเขียนชาวไนจีเรีย โวล โซยีนก้า ได้รับรางวัล

โนเบลสาขาวรรณกรรมในปี ค.ศ.1986 งานเขียนของเขาเป็นการผสมผสานระหว่างความคิดคนเมืองกับจินตนาการเกี่ยวกับตำนานของคนไนจีเรียท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาของแนวคิดการข้ามพรมแดนรัฐชาติ หรือ Transnationalism นั้น แอปพลิเคชัน อาลีเพลย์จะถูกจัดอยู่ในการข้ามพรมแดนโดยเป็นพรมแดนเทคโนโลยี (technoscapes) ซึ่งคือ เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารหลังไหลโดยบริษัทการค้าต่างๆ กิจการพาณิชย์เกิดขึ้นในหลายประเทศ และ การข้ามพรมแดนด้านพรมแดนการเงิน (Finanscapes) มีการหลังไหลของเงินตราจำนวนมากในตลาดการค้าการลงทุน การเคลื่อนไหวของเงินตรากลายเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดขอบเขต เพราะนายทุนต้องการผลกำไรมากโดยต้องติดต่อกับต่างประเทศ มีใช้ลงทุนในประเทศอย่างเดียวยังนี้ก่อให้เกิดความขัดแย้งชนิดใหม่

โดยแอปพลิเคชันอาลีเพลย์เป็นสื่อกลางที่ถูกนำมาข้ามพรมแดนและเป็นสื่อกลางที่ต่างประเทศมีการยอมรับและมีความต้องการให้เกิดการนำเข้ามาในประเทศของตน โดยแอปพลิเคชันอาลีเพลย์เป็นบริษัทที่ก่อตั้งและควบคุมอยู่ในประเทศจีนหลังจากประสบความสำเร็จในประเทศของตนส่งผลให้ผู้ใช้ขยายตัวมากขึ้นทำให้ต่างประเทศเกิดการสนใจถึงตัวแอปพลิเคชันจึงเกิดความต้องการให้นำแอปพลิเคชันเคลื่อนย้ายมาลงทุนที่ประเทศของตนเพื่อหวังหารายได้ต่อยอดขึ้นไปจากตัวแอปพลิเคชันเนื่องจากแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลางที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศที่ติดตั้งได้เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่ทางการเงินที่ประสบความสำเร็จในประเทศจีนประชาชนจีนส่วนใหญ่นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางแอปพลิเคชันอาลีเพลย์เนื่องจากรู้สึกรู้ว่ามีความสะดวกรวดเร็วเพราะฉะนั้นหากประชาชนจีนต้องการจะท่องเที่ยวไปในประเทศไหนก็จะมองหาประเทศที่มีแอปพลิเคชันอาลีเพลย์รองรับเพื่อลดการยุ่งยากในการใช้เงินที่ต้องนำเงินไปแลกเป็นเงินตราตามประเทศที่ตนเองต้องการจะไปออกไปซึ่งทำให้สรุปได้ว่าในหลายประเทศต่างต้องการให้แอปพลิเคชันอาลีเพลย์มาลงทุนในประเทศของตนเพื่อหวังเพิ่มรายได้และเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้ประเทศของตนในทางเดียวกันแอปพลิเคชันก็กำลังต้องการขยายตัวและฐานผู้ใช้ออกไปในต่างประเทศทำให้เกิดกระแสความนิยมเกิดขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน

2.1.2 แนวความคิดอำนาจชีวะ (Bio power)

แนวคิดเรื่อง ‘อำนาจ’ (Power) ที่ Foucault (อ้างใน phornধানai, 2558: ออนไลน์) เสนอได้กลายมาเป็นรูปแบบของอำนาจที่มีลักษณะเฉพาะตัวและฉีกออกไปจากแนวการนำเสนอแนวคิดเรื่องอำนาจในก่อนสมัยใหม่และเป็นอำนาจที่มีกลไกการทำงานซับซ้อนกว่าอำนาจในมุมมองแบบดั้งเดิม ที่ยังคงติดอยู่กับประเด็นเรื่องของการบีบบังคับ (Coercion) การขู่เข็ญ การใช้กำลัง (Hard Power) หรือ แม้แต่การเจรจาต่อรอง จูงใจ ชักจูง หรือใช้เงินในการเป็นเครื่องมือต่อรอง (Soft Power) แต่จะอำนาจจะทำงานในรูปแบบของการควบคุมโดยสร้างกลไกอะไรบางอย่างเพื่อให้ผู้ถูกควบคุมอยู่นั้นมีลักษณะเหมือนกำลังควบคุม บริหารจัดการตนเอง ให้อยู่ภายใต้อำนาจ ซึ่ง Foucault เรียกอำนาจในลักษณะนี้ว่า “Biopower” อันเป็นอำนาจที่

เข้ามาควบคุมกำกับเหนือชีวิต (Power over Life) ของประชากร ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านของเทคนิคของอำนาจที่ควบคุมชีวิตให้เกิดความตายในรูปแบบเก่า มาสู่อำนาจในรูปแบบของการบริหารจัดการร่างกายและกำกับชีวิต (Administration of Bodies and Management of Life) ของประชากร ตั้งแต่ด้านการเกิด ด้านการย้ายถิ่นฐาน ด้านการเรียน ไปจนถึงด้านความเป็นอยู่และสุขภาพ

อำนาจในรูปแบบดังกล่าวนี้จะเข้ามาควบคุมชีวิตในทางอ้อม ผ่านการปลูกฝังองค์ความรู้บางอย่าง (เช่น ความรู้เกี่ยวกับเชื้อโรค ความเจ็บป่วย โรคร้ายไข้เจ็บ ที่จะทำให้คนเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องบีบบังคับ) ผ่านสถาบันทางสังคมรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างให้ประชากรนั้นเกิดวินัยแล้วจัดการควบคุมตนเองผ่านวินัยที่ถูกสร้างขึ้น (Self-Disciplinary) และอำนาจดังกล่าว (Biopower) จะทำให้เกิดการตอกย้ำความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้ามระหว่างความปกติ และผิดปกติ ขึ้นมาหลังการสร้างวินัยและความรู้ที่ได้เข้าไปควบคุมกำกับชีวิตแล้ว สังคมจะกลายเป็นสังคมที่มุ่งหาแต่ความปกติ (ที่ถูกสร้างขึ้น) และจะมองความผิดปกติ (Abnormal) ในฐานะ ‘ความป่วย’ (Illness) ที่จำเป็นต้องถูกกำจัด ถูกบำบัด ให้กลับมามีสถานะเป็นความปกติให้ได้ (Normalization) ด้วยเหตุนี้สังคมจึงกลายเป็นสังคมแห่งการจ้องมอง สอดส่อง แอบดู (Surveillance) เหมือนกับหอสังเกตการณ์นักโทษที่อยู่กลางเรือนจำ (Panopticon) อันเป็นเทคนิคที่ใช้ในการสังเกตการณ์พฤติกรรมของนักโทษ โดยผู้คุมจะสามารถมองเห็นทุกกิจกรรมการเคลื่อนไหวของเหล่านักโทษทำให้นักโทษรู้สึกว่าคุณถูกจ้องมองอยู่ และระแวงสงสัยที่จะกระทำการอันผิดแผกไปจากความปกติ

จากที่กล่าวมานั้นแนวความคิดอำนาจชีวะ หรือ Biopower คือ การกระทำที่เราถูกสิ่งใดสิ่งหนึ่งควบคุมไม่จำเป็นเฉพาะเจาะจงจะต้องเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มนุษย์ หรือ รัฐบาล แต่เป็นสิ่งที่สอดแทรกอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา ทำให้เข้าใจได้ว่าในปัจจุบันเราสามารถพบเห็นการใช้ Biopower ในชีวิตประจำวันได้ โดยที่เราแทบไม่ได้สังเกต ยกตัวอย่างคือ แอปพลิเคชัน Alipay ที่ใช้ในชีวิตประจำวันเพราะเป็นแอปพลิเคชันทางด้านการเงินที่เราใช้จ่ายในทุกวันผู้บริโภคจึงไม่ได้สังเกตถึงการเข้ามาหรือควบคุมเพราะผู้บริโภคเข้าใจว่าไม่ได้ถูกควบคุมเพราะเงินในแอปพลิเคชันก็คือเงินของเราแต่ในความเป็นจริงขั้นตอนการนำเงินเข้าไปในแอปพลิเคชันหรือการนำบัญชีธนาคารผูกกับแอปพลิเคชัน Alipay ก็ถือเป็นการควบคุมอย่างหนึ่ง ทุกครั้งที่ตื่นนอนและต้องซื้อของใช้จ่ายเงินและต้องมองหาร้านที่รองรับการจ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชัน Alipay ก็ถือเป็นการถูกควบคุม

2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดการเคลื่อนย้ายการลงทุน

ประพัฒน์ จริยะพันธุ์ (2550) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศกับตัวแปรทางเศรษฐกิจในประเทศจีน เวียดนาม และ ไทย โดยเนื้อหากล่าวถึง ในช่วงก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจการลงทุนจากต่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่หลายฝ่ายให้ความสนใจเนื่องจากผู้ลงทุนภายในประเทศ

ยังไม่มีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนหนึ่งเป็นเพราะเกิดการขาดแคลนทางด้าน การเข้าถึงเงินทุนของผู้ประกอบการและการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยรวมไปถึงขาดการพัฒนาเพิ่มทักษะของผู้ประกอบการให้มีระดับสากลในอดีตที่ผ่านมาเหตุการณ์ที่สำคัญที่ส่งผลทำให้สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในมืออยู่ 2 เหตุการณ์ด้วยกันเหตุการณ์แรกเกิดขึ้นในปี พ. ศ. 2528 จากผลกระทบของ Plaza Accord ซึ่งส่งผลทำให้หลายประเทศผู้ลงทุนหลักในภูมิภาคเช่นญี่ปุ่นไต้หวันและเกาหลีใต้ต้องทำการปรับค่าเงินของตนให้สูงขึ้นส่งผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันทางด้านต้นทุน (Cost Competitiveness) ของประเทศเหล่านั้นลดลงด้วยสาเหตุดังกล่าวประเทศผู้ลงทุนเหล่านั้นจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตมาในประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าอย่างประเทศไทยส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงนั้นเกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในช่วงประมาณปี 2530-2532 ที่อัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้น (Real GDP) เพิ่มขึ้นสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่า หากมีผลกระทบเกี่ยวกับเศรษฐกิจเกิดขึ้นก็สามารถเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายการลงทุนได้เห็นได้จากที่กล่าวมาข้างต้นเมื่อเกิดผลกระทบของ Plaza Accord ลงทุนหลักในภูมิภาคเช่นญี่ปุ่นไต้หวันและเกาหลีใต้ต้องทำการปรับค่าเงินของตนให้สูงขึ้นส่งผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันทางด้าน ต้นทุน ประเทศผู้ลงทุนเหล่านั้นจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตมาในประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าอย่างประเทศไทยส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงนั้นเกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

ฟิรเดซ ชูเกียร์ดิซจร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นและเอเชียที่มีต่อการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นสู่ 4 ประเทศในอาเซียนและ 3 ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ โดยจากการศึกษาพบว่าหลังจากเหตุการณ์ Plaza Accord ในปี 1985 การลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นได้หันมาให้ความสนใจต่อเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเป็นอย่างมากค่าเงินเยนที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินของประเทศในกลุ่ม ASEAN4 เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการไหลเข้าของการลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นสู่ ASEAN4 เพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้วิกฤตเศรษฐกิจปี 1990 ของประเทศญี่ปุ่นซึ่งทำให้ค่าเงินเยนเมื่อเทียบกับค่าเงินของประเทศเหล่านี้ยิ่งแข็งค่าขึ้นไปอีกนั้นยังได้ส่งผลให้การลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นสู่ประเทศในกลุ่ม ASEAN4 นั้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไปอีกเนื่องจากญี่ปุ่นได้อาศัยความได้เปรียบด้านค่าเงินในการผลิตสินค้าที่มีต้นทุนที่ลดลงซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของกลุ่มประเทศ NIEs3 ซึ่งแม้จะมีค่าเงินที่อ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินเยนแต่ก็แข็งค่าขึ้นไล่ตามค่าเงินเยนเมื่อเทียบกับค่าเงินของประเทศในกลุ่ม ASEAN4 ทำให้การลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นบางส่วนถูกดึงดูดจากกลุ่มประเทศ NIEs3 ไปยังกลุ่มประเทศ ASEAN4 เพราะโอกาสด้านการประหยัดต้นทุนที่มากกว่าอย่างไรก็ตามในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียปี 1997 แม้ค่าเงินของประเทศในกลุ่ม ASEAN4 ได้อ่อนค่าลงเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับค่าเงินเยนก็ตามแต่ในครั้งนี้นี้การลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นนั้นกลับไม่เพิ่มขึ้นมากอย่างในช่วงก่อนทั้งนี้เนื่องมาจากปัญหาความเชื่อมั่นต่อศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ที่ลดลงอันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งแสดงให้เห็นว่าถึงแม้อัตราแลกเปลี่ยนจะเป็นตัวแปรที่ดึงดูดการลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นแต่หากเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่บั่นทอนความเชื่อมั่นในประเทศผู้รับการลงทุนขึ้นแล้วก็จะส่งผลให้การลงทุนทางตรงจากประเทศญี่ปุ่นนั้น ซึ่งจาก

วิจัยบทความนี้สามารถทราบถึงเหตุผลที่การเคลื่อนย้ายการลงทุนเป็นที่ต้องการ อัตราแลกเปลี่ยนของเงินก็อาจจะเป็นหนึ่งในเหตุผลที่มีการเคลื่อนย้ายการลงทุนเกิดขึ้น

สุปราณี ธรรมพิทักษ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ผลประโยชน์ของประเทศไทยจากความตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียนกับฮ่องกงวิเคราะห์กรณีนโยบายและกฎหมายการลงทุน โดยมีพบว่าผลประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับคือ ความตกลงการค้าเสรีนั้นส่งผลให้ภาคเอกชนทำธุรกิจจนได้ประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ภาครัฐมีภารกิจที่ต้องร่วมมือกัน เป็นตัวนำให้ธุรกิจของทั้งฝ่ายไทยและฮ่องกงได้มาพบกันมากขึ้น ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นของทั้งประเทศไทยและประเทศฮ่องกงนั้นเป็นเพราะมาจากการเคลื่อนย้ายการลงทุนระหว่างประเทศอย่างเห็นได้ชัด ประเทศไทยและประเทศฮ่องกงทำธุรกิจร่วมกันเกิดการเคลื่อนย้ายการลงทุนเกิดขึ้นและผลประโยชน์ตามมาสู่ประเทศของตน

จากบทความดังกล่าว สามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์ โครงร่างวิจัยเรื่อง การเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง ซึ่งจากงานวิจัยที่นำมาอ้างอิงนั้นจะเห็นได้ว่าการเคลื่อนย้ายการลงทุนเกี่ยวข้องอยู่ด้วย ซึ่งเหมือนกับแอปพลิเคชัน Alipay ที่มีการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดอำนาจชีวะ (Bio-power)

พรชัย อรรถนายนนท์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบความเชื่อในอำนาจการควบคุมต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยภายในงานวิจัยได้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่ออำนาจการควบคุม เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ เพื่อศึกษาผลกระทบความเชื่อในอำนาจการควบคุมต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยในผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมความคิดเห็นต่อความเชื่อในอำนาจการควบคุมด้านความเชื่อในอำนาจภายนอกตน มีระดับความเชื่อในอำนาจการควบคุมมากเป็นอันดับแรกและความคิดเห็นต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านพฤติกรรม การสำนึกในหน้าที่มีพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ความเชื่ออำนาจภายในตนมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านพฤติกรรม ความสุภาพอ่อนน้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ความเชื่ออำนาจภายในตนมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านพฤติกรรม การมีน้ำใจนักกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4) ความเชื่ออำนาจภายในตนมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านพฤติกรรม การให้ความร่วมมืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) ความเชื่ออำนาจภายในตนมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านพฤติกรรม การสำนึกในหน้าที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 6) ความเชื่ออำนาจภายนอกตนมี

ผลกระทบต่อพฤติกรรมกำเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านพฤติกรรมกำให้ความช่วยเหลืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 7) ความเชื่ออำนาจภายนอกตนมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกำเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านพฤติกรรมกำสำนึกในหน้าที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่าอำนาจการควบคุมหรืออำนาจชีวะมีผลต่องานวิจัยนี้เพราะคนในองค์กรต่างล้วนถูกพฤติกรรมกำเป็นสมาชิกองค์กรที่ดีควบคุมให้ประพฤติตนให้ดีหากอยู่ภายใต้องค์กรนั้นๆ

เลิศชาย เจตนธรรมจักร (2555) ได้ศึกษาทำวิจัยเรื่อง กรณีศึกษาผลกระทบเครื่องแบบที่มีต่อสังคม โดยได้ใช้ แนวความคิด อำนาจชีวะ หรือ Biopower มาบ่งบอกว่าการใช้เครื่องแบบในสังคมเพราะว่า เป็นการควบคุมผู้ใส่เครื่องแบบ เครื่องแบบทั้งหลายนั้นล้วนถูกสร้างขึ้นเพื่อทำลายร่างกายของผู้ใส่ ตัวตนของผู้ใส่หายไป เหลือแต่อวัยวะขององค์กร ดังนั้น องค์กรจึงควบคุมผู้ใส่ได้ง่าย ผู้ใส่ไม่เหลือความเป็นตัวตนอีกแล้ว ซึ่งก็ถูกต้องอย่างที่กล่าว เพราะเมื่อเราใส่เครื่องแบบของสิ่งใดอยู่เราจะไม่เหลือความเป็นตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น เครื่องแบบนักเรียน เมื่อสวมใส่ก็จะรู้ตัวว่าตนเองเป็นนักเรียนตลอดเวลาไม่ควรประพฤติตัวไม่เหมาะสมในที่สาธารณะเพื่อรักษาภาพพจน์ของสถาบัน เป็นต้น

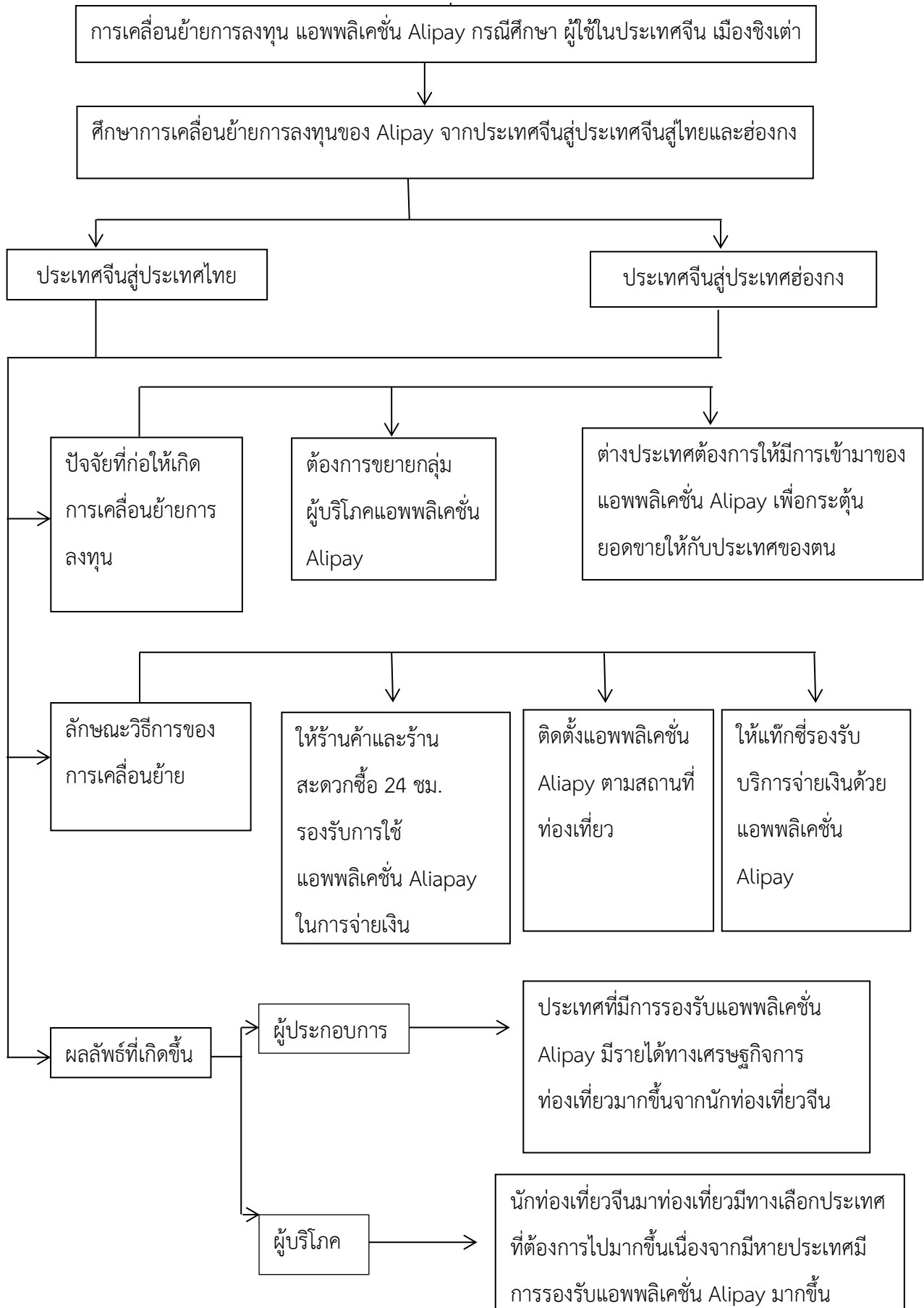
ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2561) ได้เขียนหนังสือเรื่อง “อัตลักษณ์เอกสารวงศาวิทยาการควบคุมประชากรของประเทศไทย” โดยเนื้อหาหลักของหนังสือได้กล่าวถึงหน้าที่และความสามารถของ บัตรประชาชน ที่ประชาชนในประเทศไทยทุกคนต่างต้องมีบัตรประชาชนเพื่อบ่งบอกตัวตน หรือ ได้รับสิทธิในสังคมต่างๆ โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกำที่ประชาชนทุกคนต้องมีบัตรประชาชนเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กำ ยืนยันตัวตนเพื่อทำหนังสือเดินทางเพื่อที่จะได้ไปต่างประเทศ กำรักษาตัวในโรงพยาบาล หรือสิทธิต่างๆ ส่งผลให้ แร่งงานต่างด้าว ต้องการที่จะมีบัตรประชาชนเพื่อให้ได้สิทธิต่างๆในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด อำนาจชีวะ (Bio power) ที่ผู้บริโภคมถูกควบคุมอย่างไม่มีทางเลือก จำเป็นต้องมีบัตรประชาชนเพื่อสิทธิต่างๆ ในชีวิตประจำวันเหมือนที่เรำต้องมีแอปพลิเคชันอาลีเพย์เพื่อเข้าถึงสิทธิทางด้านการเงินต่างๆในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับ แนวความคิดอำนาจชีวะว่าผู้ใส่กำลังถูกสิ่งใดสิ่งหนึ่งควบคุมอยู่ซึ่งจากบทความข้างต้นสิ่งที่กำลังควบคุมผู้ใส่อยู่คือ บัตรประชาชน ซึ่งตรงกับงานวิจัยว่า แอปพลิเคชัน Alipay กำลังเข้ามาควบคุมผู้บริโภค

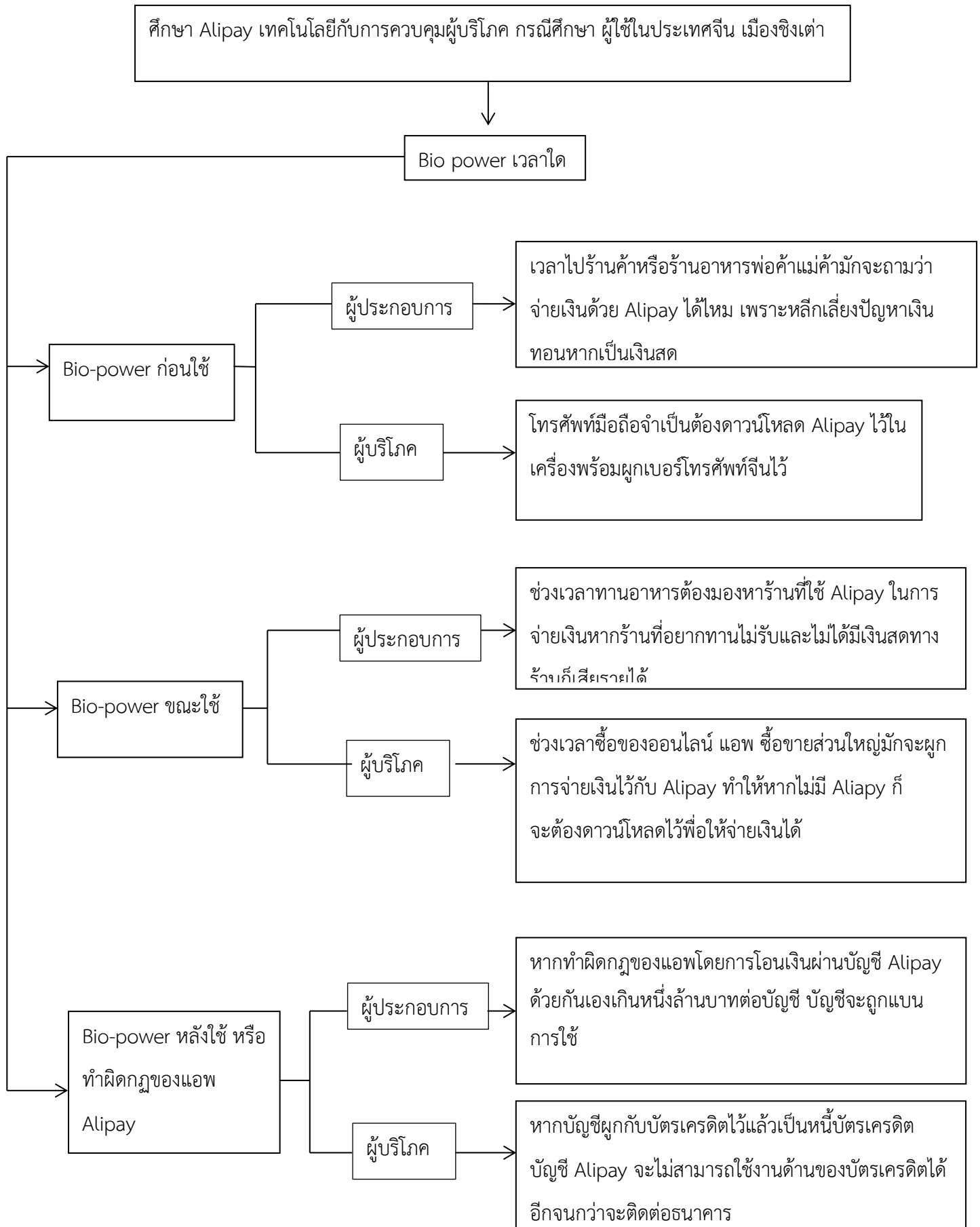
จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์ โครงร่างวิจัยเรื่อง กำเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกำการควบคุมผู้บริโภค กรณีศึกษา เมืองชิงเต่า ประเทศจีน ทำให้เข้าใจได้กำการถูกควบคุมจากอำนาจชีวะนั้นมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นกำการถูกควบคุมจาก รัฐบาล สังคม หรือ กำเมือง ซึ่งแอปพลิเคชัน Alipay ก็เป็นสิ่งที่กำลังควบคุมผู้บริโภคโดยที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัวเมื่อสังคมเริ่มหันมาใช้แอปพลิเคชันใช้จ่ายเงินมากขึ้นส่งผลให้เรำเกิดการกระทำทำตามโดยไม่ได้สังเกตว่าเรำกำถูกควบคุมกำเป็นจะต้องใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันทุกครั้งเพื่อต้องการจ่ายในราคาที่ถูกกว่าจ่ายด้วยเงินสด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน Alipay เป็นหนึ่งใน อำนาจชีวะ

2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

กรอบการศึกษาของวิจัยเรื่อง แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ การเคลื่อนย้ายการลงทุนและควบคุมผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษาผู้ใช้ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยได้ไปศึกษาหาข้อมูลทางด้านสังคมศาสตร์และทบทวนแนวความคิดและข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลกรอบการศึกษาตรงตามจุดประสงค์ที่ต้องการ โดยผู้วิจัยนำแนวความคิดดังต่อไปนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้คือ แนวความคิดการเคลื่อนย้าย ปัจจัยและ ลักษณะ การเคลื่อนย้าย มาใช้ในจุดประสงค์เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง และเพื่อศึกษาแอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีน ในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาติไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน โดยสามารถจัดทำและแนวความคิดอำนาจชี้ว่า ถูกควบคุมอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยพบว่าการเคลื่อนย้ายของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ และเทคโนโลยีกับอำนาจการควบคุมผู้บริโภคเป็นดังนี้

กรอบแนวความคิด





ภาพที่ 2 แสดงกรอบการศึกษาและการวิเคราะห์ตามจุดประสงค์ที่ 2

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังนี้

3.1 แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบและศึกษาถึงการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง และ เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้ใช้ ประชากรชาวจีน เมืองชิงเต่า และ นักศึกษาชาวไทยที่เคยศึกษาในประเทศจีน โดยได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในชีวิตประจำวันทั้งในฐานะประชากรชาวจีนเอง และในฐานะชาวต่างชาติ

3.2 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มประชากร คือ

3.2.1 ประชากรชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศจีน จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็น นักศึกษา อายุ 21-26 ปี เพศหญิงจำนวน 3 คน เพศชายจำนวน 2 คน อาจารย์ อายุ 30-40 ปี เพศหญิง จำนวน 2 คน นักธุรกิจ อายุ 35-40 ปี เพศชาย จำนวน 2 คน อาชีพค้าขาย อายุ 40 ปี เพศหญิง จำนวน 1 คน

3.2.2 นักศึกษาชาวไทยที่เคยไปอาศัยในประเทศจีน มหาวิทยาลัย ศิลปากร ระดับชั้นปี การศึกษาปีที่ 4 จำนวน 10 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือประกอบด้วย แบบสอบถามความพึงพอใจ และ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 ฉบับ

3.3.1 ฉบับที่ 1 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจกับการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ว่ามีความรู้สึกรู้สึกอย่างไรในการใช้แอปพลิเคชันมีความพึงพอใจมากน้อยถึงระดับไหน หรือมีข้อเสนอแนะรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชันมีปัญหาอย่างไรที่ต้องการจะเสนอแนะ

3.3.2 ฉบับที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในฐานะชาวต่างชาติ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) โดยจะสัมภาษณ์นักศึกษาชาวต่างชาติชาวไทยที่ได้ไป

ทำการศึกษาแลกเปลี่ยนที่ประเทศจีนและได้ใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน โดยเกี่ยวกับความคิดเห็นส่วนตัวหลังจากได้ใช้แอปพลิเคชัน Alipay

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยฉบับที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างดังนี้

3.4.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นต่างๆ ในการวิจัย ตลอดจนการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม
2. วิเคราะห์ตัวแปรย่อยของตัวแปร การใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันของประชากรชาวจีน และ นักศึกษาชาวต่างชาติชาวไทย
3. นำตัวแปรชี้วัดไปสร้างเป็นข้อคำถาม (Item) เพื่อสอบถาม ความพึงพอใจของผู้บริโภค แอปพลิเคชันทั้งสองกลุ่มประชากรในด้านของการใช้งานว่ามีความคิดเห็นความพึงพอใจอย่างไร
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content) ตามประเด็นข้อคำถามแต่ละข้อ แล้วทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Concurrence : IOC)
5. พิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป สร้างเป็นแบบสอบถาม ส่วนข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 ทำการปรับปรุงแก้ไขหรือตัดออกตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
6. นำแบบสอบถามที่จัดพิมพ์สมบูรณ์แล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะของแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) ได้แก่ เพศ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน แบ่งเป็น 3 ข้อ คือ ระยะเวลาในการใช้ จำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวัน และ จำนวนเงินที่ใช้ต่อวัน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจขณะใช้แอปพลิเคชัน จำนวน 10 ข้อ แยกเป็น

ด้านกระบวนการติดตั้งแอปพลิเคชัน	จำนวน	1	ข้อ
ด้านการใช้งาน	จำนวน	3	ข้อ
ด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน	จำนวน	3	ข้อ
ด้านการครอบคลุมพื้นที่	จำนวน	2	ข้อ
ด้านความต้องการในอนาคต	จำนวน	1	ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออก เป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าระดับของความพึงพอใจ ดังนี้

มีความพึงพอใจมากที่สุด	ให้ค่าระดับคะแนน	5
มีความพึงพอใจมาก	ให้ค่าระดับคะแนน	4
มีความพึงพอใจปานกลาง	ให้ค่าระดับคะแนน	3
มีความพึงพอใจน้อย	ให้ค่าระดับคะแนน	2
มีความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้ค่าระดับคะแนน	1

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะแนวคำตอบเป็นแบบเติมคำตอบ หากต้องการเสนอแนะ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีจัดทำวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ โดยการจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นจากผู้บริโภคโดยตรงโดยแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นสองกลุ่มคือ ผู้บริโภคชาวจีน และ ผู้บริโภคนักศึกษาแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติเพื่อข้อมูลที่ครอบคลุม โดยจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์

3.5.1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคแอปพลิเคชันชาวจีน 10 คนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 10 ชุด

3.5.2 ตรวจสอบจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาแต่ละฉบับ ผลมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งหมด 10 ชุด

3.5.3 นำแบบสอบถามทั้ง 10 ชุดมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ และแปลผลต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้จัดทำจากแบบสอบถามทั้งหมดสองชุดแบ่งเป็นแบบสอบถามสำหรับความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay ชาวจีน จำนวน 10 คน และ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคนักเรียนแลกเปลี่ยนที่มีโอกาสได้ไปใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันนั้น ใช้วิธีดังนี้

3.6.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ โดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay มีลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้การวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ รายด้าน และภาพรวม ใช้เกณฑ์ของ เบสท์ (John W.Best 1981 : 182) ในการแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตีความตามเนื้อหาข้อมูลของแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ หลังจากนั้นจัดหมวดหมู่ของข้อมูลและจำแนกวิเคราะห์ตามประเด็นเป็นคำถามการวิจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มที่ตรงความต้องการ และ สรุปผลคำตอบออกมาในรูปแบบตารางพร้อมสรุป

บทที่ 4

การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์

ในบทนี้จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการเสนอผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง โดยรวบรวมข้อมูลส่วนใหญ่จากบทความในเว็บไซต์ และมีการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดการเคลื่อนย้ายการลงทุนมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยกลุ่มผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้ หัวข้อที่ 1 จะเป็นข้อมูลทั่วไปของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ หัวข้อที่ 2 วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ และ หัวข้อที่ 3 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

4.1 ข้อมูลทั่วไปของแอปพลิเคชัน Alipay

Alipay หรือ 支付宝 (Zhi Fu Bao) เป็นระบบโอนเงินซึ่งคล้ายกับระบบ Paypal หรือ B/L คืออาลีเพย์นั้นสามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ได้เลยทันที บนเว็บไซต์หลักและทางแอปพลิเคชัน และรวมไปถึงการผูกบัญชีผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต เติมเงิน ถอนเงิน ได้ทันที ซึ่งระบบนี้ได้ถูกก่อตั้งขึ้นโดยบริษัท อาลีบาบา ในปี 2004 โดยช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระค่าการซื้อของออนไลน์จากเว็บไซต์ต่างๆ ของประเทศจีน เริ่มแรกระบบนี้ทำเพื่อประชากรประชาชนชาวจีนโดยเฉพาะ ในปัจจุบันระบบ Alipay นั้นเป็นที่นิยมอย่างมากในจีน ไม่ว่าจะซื้อของออนไลน์จากเว็บไซต์ดังเว็บไซต์ไหนในจีนจำเป็นต้องใช้ระบบ Alipay เพื่อจ่ายเงินทั้งสิ้น อีกทั้งร้านค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าใหญ่หรือร้านค้าเล็กริมข้างทางยังรองรับการชำระเงินด้วย Alipay เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าประชาชนชาวจีนนั้นกำลังในการซื้อค่อนข้างมากพอสมควร เป็นผลจากการที่เศรษฐกิจของประเทศจีนมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างมาก ดังนั้นระบบการทำธุรกรรมทางการเงินนี้จึงจำเป็นอย่างมากเพื่อการพัฒนาประเทศต่อไปด้านเศรษฐกิจ ซึ่งหน้าที่การทำงานเบื้องต้นของแอปพลิเคชัน Alipay มีความคล้ายกับระบบการทำธุรกรรมทางการเงินของระบบอื่นๆ ทั่วไป คือ เป็นแอปพลิเคชันบนมือถือตัวหนึ่ง และเป็น Online Banking หรือธนาคารบนอินเทอร์เน็ตนั่นเอง โดยระบบ Alipay นี้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่างผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้โดยสามารถผูกบัตรเครดิต ผูกกับบัญชีธนาคาร การเติมเงิน การถอนเงิน คล้ายกับ Payment Gateway บริษัทระดับโลกอย่าง Paypal หรือ ที่คนไทยรู้จักกันดีอย่างเช่น Paysabuy แรกเริ่มที่มีการก่อตั้ง Alipay ขึ้นในปี 2004 นั้น ประชาชนชาวจีนยังไม่ให้ความนิยมสักเท่าไรกับการทำธุรกรรมทางการเงินและการจับจ่ายซื้อของผ่านทางออนไลน์จะนิยมใช้เงินสดมากกว่าแต่เมื่อเวลาผ่านไปเพื่อการพัฒนาและความสะดวกรวดเร็วของธุรกิจจึงมีการนิยมใช้ระบบ Alipay เพิ่มมากขึ้น ในปี 2017 มีรายงานหนึ่งได้รายงานไว้ว่า ประชาชนชาวจีนนั้นได้ใช้ระบบ Alipay ในการทำธุรกรรมทางการเงินจำนวน 622 ล้านดาวนโหลด ดังนั้นในปี 2017 มียอดการทำธุรกรรมทางการเงินเพิ่มมากขึ้นจากชาวจีน โดนสัดส่วนการทำธุรกรรมทางการเงินของชาวจีนผ่านช่องทาง

ออนไลน์นั้น 50% ต่อการทำธุรกรรมแบบปกติที่ใช้เงินสด แสดงให้เห็นว่าภายใน 13 ปีนี้ชาวจีนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินอย่างมากอย่างเห็นได้ชัด

4.2 วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันอาลีเพย์

วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันทำธุรกรรมทางการเงิน Alipay สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

4.2.1 ขั้นตอนการสมัครสมาชิก

4.2.2 การใช้จ่ายเงินแทนเงินสดโดยแสกน Qr code หรือ ชื่อของออนไลน์

4.2.1 ขั้นตอนการสมัครสมาชิก

4.2.1.1 ขั้นตอนแรกคือการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Alipay ติดตั้งลงในโทรศัพท์มือถือ

4.2.1.2 เข้าแอปพลิเคชันทำการสมัครบัญชี ใส่ ชื่อ รหัสประเทศ เบอร์โทรศัพท์

รหัสผ่านที่ต้องการตั้ง

4.2.1.3 เมื่อสมัครสมาชิกเสร็จให้ทำการยืนยันตัวตนผ่านพาสปอร์ต โดยทำการถ่ายรูปพาสปอร์ตยืนยันตัวตน และ รอผลการยืนยันภายใน 24 ชั่วโมงจะมีส่งผลการยืนยันกลับว่าผ่านการยืนยันตัวตนสามารถใช้งานได้หรือไม่

4.2.1.4 เมื่อยืนยันตัวตนเรียบร้อยแล้วแอปพลิเคชันจะขึ้นให้เห็นยอดเงินของเราที่ผูกกับธนาคาร หรือที่เราเติมเงินเข้าไป

4.2.2 การใช้จ่ายเงินแทนเงินสดโดยแสกน Qr code หรือ ชื่อของออนไลน์

4.2.2.1 เมื่อสมัครสมาชิกแอปพลิเคชันอาลีเพย์และได้รับการยืนยันตัวตนเรียบร้อยแล้วจะสามารถใช้จ่ายเงินแทนเงินสดได้โดยกดแสกน Qr code ช่องที่เขียนว่า Scan

4.3 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay

จากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง จึงทำให้สามารถแบ่งการเคลื่อนย้ายออกมาได้สองหัวข้อคือ

4.3.1 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกง

4.3.2 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศไทย

4.3.1 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกง

การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay จากประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกงนั้นเริ่มต้นเข้ามาในประเทศฮ่องกงในปี 2017 โดย Ant Financial ได้ขยายบริการไปยังประเทศฮ่องกง ทำการเปิดตัวบริษัท Alipay Payment Services (HK) Ltd. ซึ่งเริ่มแรกแอปพลิเคชัน Alipay ที่ขยายเข้ามาสู่ประเทศฮ่องกงนั้นจัดทำขึ้นเพื่อรองรับประชาชนชาวจีนที่ได้เดินทางไปเที่ยวประเทศฮ่องกงเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น โดยผลตอบรับไปในทิศทางค่อนข้างดี Alipay เผยสถิตินักท่องเที่ยวที่ใช้ Alipay ภายนอกจีนแผ่นดินใหญ่ในช่วงวันหยุดวันแรงงาน (1 พฤษภาคม 2561) พบว่ามีการใช้ Alipay มากที่สุดคือประเทศฮ่องกง โดยใช้ Alipay เพื่อซื้อสินค้าของที่ระลึก ชำระค่าอาหาร ชำระค่าแท็กซี่ ค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ใช้ Alipay ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในมณฑลแถบชายฝั่งทะเลและมณฑลที่เศรษฐกิจดี เช่น นครเซี่ยงไฮ้ กว่างโจว นครปักกิ่ง เมืองหางโจว เมืองฝูโจว เมืองอู่ฮั่น เป็นต้น

ต่อมาเมื่อทางบริษัทค้นพบว่าแอปพลิเคชัน Alipay สามารถต่อยอดทางธุรกิจได้อีกหากนำตัวแอปพลิเคชัน Alipay มารองรับคนฮ่องกงด้วยจึงได้เกิดการปล่อยแอปพลิเคชัน AlipayHK ที่มีหน้าที่และการทำงานคล้ายกับแอปพลิเคชัน Alipay ในประเทศจีน ซึ่งได้ลงทุนร่วมกับบริษัท CK Hutchison Holdings บริษัทที่บริหารจัดการสถานีคอนเทนเนอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกและร้านขายผลิตภัณฑ์สุขภาพและเครื่องสำอางที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยตัวแอปพลิเคชัน AlipayHK จะถูกใช้ในประเทศฮ่องกงเท่านั้นและเปลี่ยนค่าเงินจาก Renmibi เป็น ดอลลาร์ฮ่องกงแทน

นับเป็นการรับลูกค้านอกจีนเป็นครั้งแรก AlipayHK โดยแรกเริ่มแอปพลิเคชัน AlipayHK เริ่มให้บริการตามร้านค้าสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ของฮ่องกง เพื่อให้คนฮ่องกงคุ้นชินกับหน้าตาของแอปพลิเคชัน จากนั้นเริ่มขยายไปยังร้านค้าในห้างสรรพสินค้า เช่น Watsons, Chow Tai Fook, Sa Sa, Bonjour Cosmetics และเมื่อประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง จึงได้เริ่มขยายไปตามร้านอาหารต่างๆ รวมถึงร้านค้ารวม 8,000 ร้านค้าที่สามารถรองรับการจ่ายเงินด้วย AlipayHK ซึ่งยังรวมไปถึง สวนสนุก Ocean Park อีกด้วยแสดงให้เห็นว่า AlipayHK ไม่ได้หยุดแค่ร้านค้าร้านอาหารเท่านั้นยังขยายไปถึงสวนสนุกหรือเครือพาณิชย์ขนาดใหญ่อีกด้วย นอกจากนี้ AlipayHK ยังสามารถจ่ายเงินให้กับบริการออนไลน์อย่าง OpenRice และจะมีบริการจ่ายบิลในอนาคตโดยตัวบริการ AlipayHK สามารถสร้าง QR เพื่อจ่ายเงินได้โดยไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต แต่ยังไม่สำเร็จสมบูรณ์ใช้งานได้เต็มความสามารถของแอปพลิเคชันที่วางไว้

ยอดการใช้จ่ายของแอปพลิเคชัน AlipayHK ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้จ่ายชีวิตประจำวันตามร้านค้า ร้านอาหาร หรือ ค่าเข้าตามสถานที่มากกว่าการใช้จ่ายซื้อของทางออนไลน์ซึ่งต่างกับ Alipay ในประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ที่รายจ่ายส่วนมากมาจากการซื้อของออนไลน์จากแอปพลิเคชันช้อปปิ้ง

จากข้อมูลทั้งหมดของการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay จากประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกงนั้นสามารถสรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน Alipay ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการเคลื่อนย้ายการลงทุนมาประเทศฮ่องกงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจาก AlipayHK มีผลตอบรับที่ค่อนข้างดี มีบริการใช้งานอยู่ในทุกร้านค้าของฮ่องกงสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นการใช้งานของประชากรฮ่องกง โดยวิธีการเคลื่อนย้ายการเข้ามาของแอปพลิเคชัน Alipay นั้นเริ่มแรกคือวางจุดให้บริการของแอปพลิเคชัน Alipay ตามร้านค้าสะดวกซื้อต่างๆ เหมือนประชาชนเริ่มคุ้นชินกับแอปพลิเคชัน Alipay หลังจากนั้นจึงเริ่มวางจุดให้บริการ Alipay ตามร้านค้าต่างๆ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของการใช้งานของผู้บริโภคและยังเป็นการขยายฐานผู้บริโภคให้กว้างขึ้นจากการเข้าถึงง่ายวิธีนี้ด้วย

4.3.2 การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศไทย

แอปพลิเคชัน Alipay ได้เข้ามาในประเทศไทยเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2016 โดยเข้ามาในฐานะบริษัท Ant Financial Services Group ในเครือ Alibaba เพื่อปล่อยตัวแอปพลิเคชัน Alipay เข้ามาใช้งานในประเทศไทยโดยได้เข้ามาทำเช่นสัญญา Certified Acquiring Partner ทำงานร่วมกับ 7 บริษัทในไทย ซึ่งได้แก่ 1.True Money ในเครือ Ascend Group 2.Counter Service, GHl Thailand 3.บริการจ่ายเงินในเครือบริษัท GHl Group ของมาเลเซีย 4.ธนาคารกสิกรไทย (Kasikorn Bank) 5.บัตรกรุงไทย (KTC) 6.เพย์สบาย (Paysbuy) 7.พระยาเปย์ (PrayaPay)

โดยเริ่มแรกจุดที่ให้บริการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชัน Alipay ส่วนใหญ่จะเป็นร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง เช่น 7-11, Family Mart รวมไปถึงร้านอาหารเร่งด่วนอย่าง Mcdonald ด้วย

เมื่อเข้ามาแล้วในประเทศไทยในฐานะคนไทยด้วยกันเองยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักเนื่องจากแอปพลิเคชันเป็นของประเทศไทยทำให้คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่เป็นที่รู้จักอีกทั้งประเทศไทยยังมีแอปพลิเคชันทางการเงินของตนเองไว้อยู่แล้วอยู่หลายบริษัท เช่น True Money, SCB, K-Bank จึงไม่ได้เห็นถึงความจำเป็นมากนักของการนำแอปพลิเคชัน Alipay มาใช้ในชีวิตประจำวัน

แต่ถ้าหากในฐานะเจ้าของธุรกิจ หรือ กิจการห้างร้านต่างๆ แอปพลิเคชัน Alipay จะถือเป็นที่รู้จักอย่างมากในประเทศไทยเพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่ประชาชนชาวจีนมีการเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ เพราะฉะนั้นกิจการห้างร้านต่างๆจึงต้องเตรียมความพร้อม ความต้องการทุกวิถีทางให้ครบถ้วนเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านของตน ซึ่งแอปพลิเคชัน Alipay ก็เป็นหนึ่งในความพร้อมเหล่านั้น เนื่องจากมีผลสำรวจออกมาแล้วว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจะนิยมซื้อของในร้านค้าที่รองรับการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชัน Alipay มากกว่าร้านค้าที่ใช้เงินสด

การเข้ามาของแอปพลิเคชัน Alipay ในประเทศไทยนั้นได้เข้ามาประสานงานคู่กับธนาคารกสิกร หรือ K-Bank เพื่ออำนวยความสะดวกแล้วความง่ายต่อการเปิดบัญชีในฐานะเจ้าของธุรกิจเพียงแค่มียุติบัตรและ มีแอปพลิเคชัน K-Bank ก็สามารถสมัครบัญชี Alipay ผ่านแอปพลิเคชัน K-Bank ได้เลย โดยเมื่อสมัครเสร็จแล้วจะได้ Qr Code ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถสแกนและจ่ายเงินได้เลยเมื่อมาซื้อสินค้าภายในร้าน

4.4 สรุปท้ายบท

จากข้อมูลทั้งหมดของการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay จากประเทศจีนสู่ประเทศไทยนั้นสามารถสรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน Alipay ในฐานะผู้บริโภครออาจยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เพราะประชากรไทยยังไม่คุ้นกับแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินต่างชาติ อีกทั้งประเทศไทยยังมีแอปพลิเคชันธนาคารที่สามารถชำระเงินได้เหมือนกัน แต่ในฐานะผู้ประกอบการถือว่าประสบความสำเร็จค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการต่างเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่าเมื่อร้านค้าต่างๆรองรับการใช้จ่ายด้วยแอปพลิเคชัน Alipay จะรายได้เยอะขึ้นกว่าปกติ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะฉะนั้นการที่มีแอปพลิเคชัน Alipay รองรับตามร้านค้าหรือสถานที่บันเทิงต่างๆถือเป็นการเพิ่มยอดขายหรือรายได้ให้กับร้านค้าต่างๆจำนวนมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมซื้อของฝากจากประเทศไทยกลับไปประเทศจีนในจำนวนที่ค่อนข้างมาก เรียกได้ว่าแอปพลิเคชัน Alipay เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในร้านค้าของตน

จากข้อมูลการเคลื่อนย้ายแอปพลิเคชันอาลีเพย์จากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกงนั้นสามารถสรุปได้ว่า ในประเทศไทยนั้นจะเห็นได้ชัดว่าประสบความสำเร็จทางด้านผู้ประกอบการเพราะการติดตั้งแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ นั้นเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้าของผู้ประกอบการเนื่องจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เข้ามาซื้อของในร้านค้าของตนเนื่องจากการชำระเงินที่ง่ายและสะดวก อีกทั้งวิธีการสมัครแอปพลิเคชันอาลีเพย์เพื่อติดตั้งในร้านของตนก็ไม่ยุ่งยากเพราะมีวิธีการทำงานร่วมกับแอปพลิเคชันธนาคารของประเทศไทยอย่างธนาคารกสิกร แต่ในด้านผู้บริโภครอชาวไทยยังไม่ประสบความสำเร็จมากนักเพราะประเทศไทยมีแอปพลิเคชันทางการเงินของตนอยู่แล้วตามแอปพลิเคชันของแต่ละธนาคารทำให้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนักในแง่ของประชาชนชาวไทย กลับกันในประเทศฮ่องกงนั้นแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ นั้นประสบความสำเร็จทั้งด้านผู้ประกอบการและผู้บริโภค ร้านค้าต่างๆต่างมีแอปพลิเคชันอาลีเพย์รองรับการจ่ายเงินและประชาชนชาวฮ่องกงส่วนใหญ่ก็นิยมใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในการจ่ายเงินเนื่องจากแอปพลิเคชันอาลีเพย์ได้เปิดตัวแอปพลิเคชันอาลีเพย์ฉบับประเทศฮ่องกงโดยเฉพาะอย่าง AlipayHK ทำให้ประชากรชาวฮ่องกงหันมาใช้แอปพลิเคชันนี้อย่างมาก นับว่าแอปพลิเคชันอาลีเพย์ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศฮ่องกง

บทที่ 5

แอปพลิเคชัน Alipay กับการควบคุมผู้บริโภค

ในบทนี้จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการเสนอผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีน ในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาวไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน โดยรวบรวมข้อมูลมาจากการทำแบบทดสอบวัดความพึงพอใจ และความคิดเห็นส่วนตัวของผู้บริโภคที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มผู้บริโภค คือ

1.แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay ประชาชนจีน 2.แบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักเรียนแลกเปลี่ยนที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันขณะไปเรียนแลกเปลี่ยนที่ประเทศจีน

5.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ ผู้แบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศชาย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และเป็นเพศหญิงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	3	30
หญิง	7	70
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ สัญชาติของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีสัญชาติจีน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสัญชาติไทย ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 2 แสดงสัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติจีน	10	100
สัญชาติไทย	0	0
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 21 – 25 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 – 30 ปี อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.3

ตารางที่ 3 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	10
21 – 25 ปี	6	60
26 – 30 ปี	0	0
31 – 35 ปี	2	20
40 ปี ขึ้นไป	1	10
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ปริญญาตรีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามปริญญาเอก ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.4

ตารางที่ 4 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	10
ปริญญาตรี	8	80
ปริญญาโท	1	10
ปริญญาเอก	0	0
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มี นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 พนักงานบริษัทจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.5

ตารางที่ 5 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	5	50
พนักงานบริษัท	1	10
ธุรกิจส่วนตัว	3	30
อื่นๆ	1	10
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 25,000 – 30,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.6

ตารางที่ 6 แสดงรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	1	10
10,000 – 15,000 บาท	4	40
15,000 – 20,000 บาท	1	10
25,000 – 30,000 บาท	3	30
มากกว่า 30,000 บาท	1	10
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ ระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ในครั้งนี้มี น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 3 – 6 เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 1 ปี – 1 ปี 6 เดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 2 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.7

ตารางที่ 7 แสดงระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Alipay	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 เดือน	1	10
3 – 6 เดือน	3	30
6 เดือน – 1 ปี	3	30
1 ปี – 1 ปี 6 เดือน	2	20
2 ปี ขึ้นไป	1	10
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ จำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวันของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มี น้อยกว่า 3 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 5 – 7 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็น

ร้อยละ 50 8 – 10 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 11 – 12 ครั้ง 13 – 15 ครั้ง และ 15 ครั้งขึ้นไปไม่มีผู้ตอบ ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ครั้ง	1	10
5 – 7 ครั้ง	5	50
8 – 10 ครั้ง	4	40
11 – 12 ครั้ง	0	0
13 – 15 ครั้ง	0	0
15 ครั้งขึ้นไป	0	0
รวม	10	100

จากการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ Checklist จากข้อมูลในแบบสอบถามสามารถทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลลัพธ์คือ จำนวนเงินที่ใช้ต่อวันในแอปพลิเคชัน Alipay ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มี น้อยกว่า 100 หยวนจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 100 – 200 หยวนจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 200 – 300 หยวน 300 – 400 หยวน และ มากกว่า 500 หยวนขึ้นไป ไม่มีผู้ตอบ ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนเงินที่ใช้ต่อวันในแอปพลิเคชัน Alipay ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนเงินที่ใช้ต่อวันในแอปพลิเคชัน Alipay	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 หยวน	6	60
100 – 200 หยวน	4	40
200 – 300 หยวน	0	0
300 – 400 หยวน	0	0
มากกว่า 500 หยวนขึ้นไป	0	0
รวม	10	100

5.2 ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay

ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay ชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศจีน จำนวน 10 คน ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 1.10

ตารางที่ 10 แสดงความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้บริโภคแอปพลิเคชัน Alipay ชาวจีน

หัวข้อประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
	5	4	3	2	1		
1. กระบวนการในการติดตั้งแอปพลิเคชัน Alipay ง่ายและเหมาะสม	7	4	-	-	-	4.7	มากที่สุด
2. ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน	8	2	-	-	-	4.8	มากที่สุด
3. ความยากในการใช้งานแอปพลิเคชัน	1	-	2	5	2	2.3	น้อยมาก
4. ความสามารถของแอปพลิเคชัน	7	2	1	-	-	4.6	มากที่สุด
5. ความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน Alipay	6	3	-	1	-	4.4	มาก
6. การป้องกันข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน	6	3	1	-	-	4.5	มาก
7. ความจำเป็นของแอปพลิเคชันในชีวิตประจำวัน	10	-	-	-	-	5	มากที่สุด
8. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในประเทศจีน	9	1	-	-	-	4.9	มากที่สุด
9. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในต่างประเทศ	-	-	2	4	4	1.8	น้อยมาก
10. ในอนาคตยังอยากให้มีการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นหรือไม่	8	2	-	-	-	4.6	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay						4.16	มาก

สรุปผลข้อมูลความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay ตอนที่ 2

เมื่อพิจารณาจากแบบสอบถามที่ผู้บริโภคได้ทำการประเมินแล้วสามารถประเมินได้ว่า มีความพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 จาก 10 คำถาม ดังนี้

1. กระบวนการในการติดตั้งแอปพลิเคชัน Alipay ง่ายและเหมาะสม มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.7 แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันติดตั้งง่ายและเหมาะสม
2. ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.8 แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันมีความสะดวกในการใช้งาน
3. ความยากในการใช้งานแอปพลิเคชัน มีความพอใจน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.3 แสดงให้เห็นว่าตัวแอปพลิเคชันไม่ได้ใช้งานยาก
4. ความสามารถของแอปพลิเคชัน มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.6 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคค่อนข้างพอใจมากกับความสามารถของแอปพลิเคชัน
5. ความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน Alipay มีความพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.4 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคค่อนข้างพอใจและไว้ใจกับความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน
6. การป้องกันข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน มีความพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคค่อนข้างพอใจและไว้ใจกับการป้องกันข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน
7. ความจำเป็นของแอปพลิเคชันในชีวิตประจำวัน มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคต่างเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่าแอปพลิเคชัน Alipay สำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันมาก
8. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในประเทศจีน มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.9 แสดงว่าการควบคุมพื้นที่ในประเทศจีนของแอปพลิเคชัน Alipay ค่อนข้างครอบคลุมมาก
9. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในต่างประเทศ มีความพอใจน้อยมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.8 แสดงให้เห็นว่าการครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในต่างประเทศยังไม่ค่อยครอบคลุม
10. ในอนาคตยังอยากให้มีการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น มีความพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคค่อนข้างมีความต้องการให้มีการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในอนาคต

5.3 ผลการสัมภาษณ์แบบสอบถามนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันขณะไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน ถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน Alipay

โดยผู้ตอบแบบสอบถามสำรวจสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคในฐานะนักเรียนแลกเปลี่ยนต่างชาติที่ได้ไปเรียนแลกเปลี่ยนที่ประเทศจีนและมีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน จากมหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นปีที่ 4 คณะ อักษรศาสตร์ จำนวน 10 คน ที่มีต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ ผ่านแบบสอบถามแบบ ถามตอบ ดังแสดงให้เห็นตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของนักศึกษาแลกเปลี่ยนต่างชาติที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay

ประเด็นคำถาม	คำตอบของผู้ประเมิน	จำนวน
1. ในฐานะนักศึกษาต่างชาติเมื่อเห็นการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในตอนแรกมีความคิดเห็นอย่างไรเนื่องจากประเทศของตนไม่มีการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างแพร่หลายมากนัก	มีความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวัน	10 คน
2. หลังจากทราบถึงความสะดวกสบายในการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในประเทศจีนและมีความจำเป็นจะต้องใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ ในขั้นตอนการสมัครในฐานะชาวต่างชาติมีความยุ่งยากกว่าประชาชนจีนมากไหมอย่างไร	มีความยุ่งยากค่อนข้างมาก	7 คน
	มีความยุ่งยากพอสมควร	2 คน
	มีความยุ่งยากน้อย	1 คน
3. ใช้เวลานานขนาดไหนในการปรับตัวให้ชินกับการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในชีวิตประจำวัน	1 – 3 วัน	5 คน
	4 – 5 วัน	1 คน
	หนึ่งสัปดาห์	2 คน
	หนึ่งสัปดาห์ – สองสัปดาห์	2 คน
4. รู้สึกถึงความปลอดภัยขณะใช้แอปพลิเคชันไหม เพราะแอปพลิเคชันผูกกับบัญชีธนาคารของเรา	ปลอดภัยมาก	9 คน
	ปลอดภัยในระดับปานกลาง	1 คน

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของนักศึกษาแลกเปลี่ยนต่างชาติที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	คำตอบของผู้ประเมิน	จำนวน
5. หากพบเจอปัญหาในการใช้แอปพลิเคชัน ทางแอปพลิเคชันมีการรับมือดี อย่างน้อยแค่ไหนกับชาวต่างชาติ	รับมือกับชาวต่างชาติดีแล้วไม่ จำเป็นต้องแก้ไขอะไร	1 คน
	ต้องการให้เพิ่มตัวเลือกทาง ภาษาให้มากขึ้นใน แอปพลิเคชัน	2 คน
	ต้องการให้มีการรับมือกับ ชาวต่างชาติหากเจอปัญหา ดีกว่านี้	3 คน
	ยังไม่พบเจอปัญหา	4 คน
6. การใช้งานแอปพลิเคชันจะทำให้บริษัทแอปพลิเคชันและธนาคารสามารถ ทราบได้ว่าในชีวิตประจำวันเราใช้จ่ายอะไรไปบ้าง รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย หรือไม่ส่วนตัวอย่างน้อยแค่ไหน มีความกังวลหรือไม่	มีความกังวลนิดหน่อย	5 คน
	ไม่มีความกังวล	5 คน
7. หลังจากใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์แทนเงินสดมีความสะดวกสบายจนใช้เงิน เกินปกติหรือไม่	ใช้จ่ายเกินปกติค่อนข้างมาก	7 คน
	ใช้จ่ายเกินปกติไม่มาก	1 คน
	ใช้จ่ายปกติ	2 คน
8. คิดว่าการที่ร้านค้าบางร้านค้าไม่รองรับการจ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลี เพย์เป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่ทำให้เราไม่ยอมเข้าใช้บริการร้านค้านั้นด้วย หรือไม่	เห็นด้วย	5 คน
	ไม่เห็นด้วย	5 คน

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของนักศึกษาแลกเปลี่ยนต่างชาติที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	คำตอบของผู้ประเมิน	จำนวน
9. ขณะจะทำธุรกรรมทางการเงินแล้วพบว่าหากใช้ทำผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จะมีราคาที่ถูกกว่ามีความคิดเห็นอย่างไร รู้สึกถูกบังคับทางอ้อมให้ใช้แอปพลิเคชันตลอดเวลาหรือไม่	รู้สึกที่ถูกบังคับทางอ้อม	2 คน
	ไม่รู้สึกที่ถูกบังคับทางอ้อม	8 คน
10. มีความต้องการอยากให้ประเทศของตนมีแอปพลิเคชันทางการเงินใช้อย่างแพร่หลายเหมือนแอปพลิเคชันอาลีเพย์ไหม	มีความต้องการค่อนข้างมาก	9 คน
	มีความต้องการพอประมาณ	1 คน

สรุปผลข้อมูลผลการสัมภาษณ์แบบสอบถามนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวันขณะไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน ถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน Alipay เป็นนักเรียนชาวไทยที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 10 คน

จากการสอบถามนักเรียนชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน จำนวน 10 คำถาม โดยได้คำตอบมาดังนี้

1. ในฐานะนักศึกษาต่างชาติเมื่อเห็นการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในตอนแรกมีความคิดเห็นอย่างไร เนื่องจากประเทศของตนไม่มีการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างแพร่หลายมากนัก โดยทั้ง 10 คนมีความเห็นตรงกันว่ามีความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวัน

2. หลังจากทราบถึงความสะดวกสบายในการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในประเทศจีนและมีความจำเป็นจะต้องใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ ในขั้นตอนการสมัครในฐานะชาวต่างชาติมีความยุ่งยากกว่าประชาชนจีนมากไหม อย่างไร โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มีความยุ่งยากค่อนข้างมาก 7 คน มีความยุ่งยากพอประมาณ 2 คน มีความยุ่งยากน้อย 1 คน ตามลำดับ

3. ใช้เวลานานขนาดไหนในการปรับตัวให้ชินกับการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในชีวิตประจำวัน โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาปรับตัว 1 – 3 วัน 5 คน 4 – 5 วัน 1 คน หนึ่งสัปดาห์ 2 คน หนึ่งสัปดาห์ – สองสัปดาห์ 2 คน ตามลำดับ

4. รู้สึกถึงความปลอดภัยขณะใช้แอปพลิเคชันใหม่ เพราะแอปพลิเคชันผูกกับบัญชีธนาคารของเรา โดยส่วนมากมีความรู้สึกที่ปลอดภัยมาก 9 คน ปลอดภัยในระดับปานกลางเพียง 1 คน

5. หากพบเจอปัญหาในการใช้แอปพลิเคชัน ทางแอปพลิเคชันมีการรับมือดีมากน้อยแค่ไหนกับชาวต่างชาติ คำตอบแบ่งเป็น ยังไม่พบเจอปัญหา 4 คน ต้องการให้มีการรับมือกับชาวต่างชาติหากเจอปัญหาดีกว่านี้ 3 คน ต้องการให้เพิ่มตัวเลือกทางภาษาให้มากขึ้นในแอปพลิเคชัน 2 คน รับมือกับชาวต่างชาติดีแล้ว ไม่จำเป็นต้องแก้ไขอะไร 1 คน

6. การใช้งานแอปพลิเคชันจะทำให้บริษัทแอปพลิเคชันและธนาคารสามารถทราบได้ว่าในชีวิตประจำวันเราใช้จ่ายอะไรไปบ้าง รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยหรือไม่ส่วนตัวมากน้อยแค่ไหน มีความกังวลหรือไม่ คำตอบแบ่งเป็น มีความกังวลนิดหน่อย 5 คน ไม่มีความกังวล 5 คน

7. หลังจากใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์แทนเงินสดมีความสะดวกสบายจนใช้เงินเกินปกติหรือไม่ คำตอบส่วนใหญ่คือ ใช้จ่ายเกินปกติค่อนข้างมาก 7 คน และ ใช้จ่ายปกติ 2 คน ใช้จ่ายเกินปกติไม่มาก 1 คน ตามลำดับ

8. คิดว่าการที่ร้านค้าบางร้านค้าไม่รองรับการจ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลีเพย์เป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่ทำให้เราไม่อยากเข้าใช้บริการร้านค้านั้นด้วยหรือไม่ คำตอบแบ่งเป็น เห็นด้วย 5 คน ไม่เห็นด้วย 5 คน

9. ขณะจะทำธุรกรรมทางการเงินแล้วพบว่าหากใช้ทำผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จะมีราคาที่ถูกลงกว่ามีความคิดเห็นอย่างไร รู้สึกถูกบังคับทางอ้อมให้ใช้แอปพลิเคชันตลอดเวลาหรือไม่ โดนส่วนใหญ่รู้สึกว่า ไม่รู้สึกว่าถูกบังคับทางอ้อม 8 คน และ รู้สึกว่าถูกบังคับทางอ้อม 2 คน

10. มีความต้องการอยากให้ประเทศของตนมีแอปพลิเคชันทางการเงินใช้อย่างแพร่หลายเหมือนแอปพลิเคชันอาลีเพย์ไหม โดยส่วนใหญ่มีความต้องการค่อนข้างมาก 9 คน และ มีความต้องการพอประมาณ 1 คน

5.4 สรุปท้ายบท

จากแบบสอบถามที่ได้ทำการรวบรวมมาจากผู้บริโภครองกลุ่มในเรื่องความคิดเห็นส่วนตัวและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ผลลัพธ์ที่ได้สามารถสรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ นั้นสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคนับอย่างเห็นได้อย่างจากการตอบแบบสอบถามมีผู้พึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันคิดเป็น เต็ม 5 คิดค่าเฉลี่ยได้ 4.16 ตัวแอปพลิเคชันไม่ใช่เพียงแค่หน้าที่การจ่ายเงินเท่านั้นที่มีประสิทธิภาพแต่ในเรื่อง ความปลอดภัย การครอบคลุมพื้นที่ การแก้ไขปัญหาหลังการใช้งาน ต่างทำหน้าที่ได้ดีเยี่ยม เต็ม 5 คิดค่าเฉลี่ยได้ 4.6 ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกมีความไว้วางใจอย่างมาก และ ยินดีที่จะใช้ต่อไปในอนาคต ผลเสียอย่างเดียวกับที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นเป็นเสียงเดียวกันคือ ในต่างประเทศตัวแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ยังไม่ครอบคลุมมากนัก อาจจะมีรองรับบ้างในประเทศแถบเอเชียบางประเทศแต่ในฝั่งยุโรปหรือทวีปอเมริกาเหนือหรือใต้ยังไม่ครอบคลุมมากนักทำให้มีปัญหาบ้างในการท่องเที่ยว

ในด้านนักศึกษาชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสใช้แอปพลิเคชันอาลีเพลย์ในชีวิตประจำวันในช่วงที่ได้ไปศึกษาแลกเปลี่ยนที่ประเทศจีนนั้นมีความรู้สึกชอบใช้ในแอปพลิเคชันอาลีเพลย์อย่างมาก เต็ม 5 คิดค่าเฉลี่ยได้ เต็ม 5 เท่ากับว่าไม่มีนักศึกษาคนไหนไม่ชอบใช้เลย อีกทั้งนักศึกษาต่างเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่าอยากให้ประเทศของตนแอปพลิเคชันที่มีความสามารถแบบแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ บ้างในประเทศของตน และจากความสะดวกสบายดังกล่าวทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่สนใจถึงการถูกเทคโนโลยีควบคุมอยู่ จากการสอบถามว่าหากภาครัฐสามารถรับรู้ถึงการใช้จ่ายของเราได้จะรู้สึกกังวลไหมคำตอบที่ได้ก็คือไม่มีความรู้สึกกังวลเพราะเป็นเพียงแค่การใช้จ่ายทั่วไปในแต่ละวัน แสดงให้เห็นว่าความสามารถของแอปพลิเคชันสามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจและไม่กลัวต่อการใช้แอปพลิเคชัน

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1 เพื่อศึกษาการเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทยและประเทศฮ่องกง และ 2. เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันอาลีเพย์ เทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีน ในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาติไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารออนไลน์ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงทำแบบสอบถาม สอบถามผู้บริโภคแอปพลิเคชันอาลีเพย์ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียง และวิเคราะห์ตามแนวความคิดที่ได้ใช้ในการศึกษาสามารถสรุปการศึกษาได้ ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน จากผลการศึกษาของบทที่ 4-5 สามารถสรุปได้ดังนี้

การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชันอาลีเพย์ผลของการเคลื่อนย้าย กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศไทย มีข้อค้นพบว่า ประสบความสำเร็จในด้านผู้ประกอบการ เพราะต้องการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อเพิ่มยอดขายให้ทางร้านแต่ในฐานะผู้บริโภคชาวไทยยังไม่ประสบผลสำเร็จเพราะประชาชนไทยยังไม่นิยมใช้เนื่องจากประเทศไทยมีแอปพลิเคชันทางการเงินอยู่แล้วคือแอปพลิเคชันจำพวกธนาคารในประเทศไทย และใน กรณีศึกษา การเคลื่อนย้ายการลงทุนจากประเทศจีนสู่ประเทศฮ่องกง มีข้อค้นพบว่า แอปพลิเคชันอาลีเพย์ประสบผลสำเร็จอย่างมากทั้งในด้านผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในด้านผู้ประกอบการตามร้านค้า หรือ สถานที่ต่างๆ ต่างมีการติดตั้งแอปพลิเคชันอาลีเพย์รองรับการจ่ายเงิน และในด้านผู้บริโภคประชาชนชาวฮ่องกงก็ประสบผลสำเร็จเนื่องจาก แอปพลิเคชันอาลีเพย์ ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน AlipayHK เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวฮ่องกงโดยเฉพาะ ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวฮ่องกงนิยมใช้เนื่องจากมีความรู้สึกไว้วางใจเพราะตัวแอปพลิเคชันเป็นของประเทศฮ่องกงไม่ใช่ของประเทศจีน

และในด้านของเทคโนโลยีกับการควบคุมผู้บริโภคจากกลุ่มผู้บริโภค ชาวจีน ในเมืองชิงเต่าและนักศึกษาต่างชาติชาติไทยที่เคยไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ประเทศจีน โดยในด้านผู้บริโภคชาวจีนเมื่อพิจารณาจากแบบสอบถามที่ผู้บริโภคได้ทำการประเมินแล้วสามารถประเมินได้ว่า มีความพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 โดย กระบวนการในการติดตั้งแอปพลิเคชัน Alipay ง่ายและเหมาะสม มีความพอใจมากที่สุด แสดงให้

เห็นว่าแอปพลิเคชันติดตั้งง่ายและเหมาะสม ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน ตัวแอปพลิเคชันไม่ได้ใช้งานยาก ผู้บริโภคค่อนข้างพอใจมากกับความสามารถของแอปพลิเคชัน และพอใจและไว้วางใจกับความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน อีกทั้งผู้บริโภคค่อนข้างพอใจและไว้วางใจกับการป้องกันข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน และต่างเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่าแอปพลิเคชัน Alipay สำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันมาก การควบคุมพื้นที่ในประเทศจีนของแอปพลิเคชัน Alipay ค่อนข้างครอบคลุมมากแต่ในต่างประเทศยังไม่ค่อยครอบคลุม และในอนาคตผู้บริโภคค่อนข้างมีความต้องการให้มีการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในอนาคต ส่วนในนักศึกษาต่างชาติให้ความคิดเห็นในการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ว่ามีความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวันแต่ขั้นตอนการสมัครในฐานะชาวต่างชาติมีความยุ่งยากกว่าประชาชนจีน โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาปรับตัวในการใช้แอปพลิเคชัน 1 – 3 วัน ส่วนในด้านความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน โดยส่วนมากมีความรู้สึกว่าจะปลอดภัยมาก ไม่พบเจอปัญหา และ นักศึกษาแลกเปลี่ยนทั้ง 10 คนมีความต้องการอยากให้ประเทศของตนมีแอปพลิเคชันทางการเงินแบบ อาลีเพย์ บ้าง แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันอาลีเพย์ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการใช้บริการ

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยและวิเคราะห์เรื่อง การเคลื่อนย้ายการลงทุน แอปพลิเคชัน อาลีเพย์ กรณีศึกษา ผู้ใช้ในประเทศจีน สามารถเห็นถึงประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปราย ดังต่อไปนี้

ในปัจจุบันที่สังคมส่วนใหญ่กลายเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ทุกสิ่งในโลกไม่ว่าจะอยู่ห่างไกลกันเพียงใดสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้โดยผ่านระบบสื่อสารที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในประเทศจีนเป็นที่นิยมอย่างมาก แอปพลิเคชันอาลีเพย์เป็นแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินที่ค่อนข้างมีความสามารถและมีความเสถียรและรวดเร็วอย่างมาก จนสามารถเคลื่อนย้ายแอปพลิเคชัน อาลีเพย์ มาต่างประเทศได้ ซึ่งแอปพลิเคชันอาลีเพย์สามารถปกป้องบทบาทและอำนาจของประเทศจีนได้อย่างดี ดูได้จากกลยุทธ์ที่สามารถทำให้ประชาชนหันมาใช้ได้นั้นคือ แรกเริ่มแอปพลิเคชันอาลีเพย์ออกมาก็ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักเพราะผู้คนยังชินกับการใช้เงินสดแต่ต่อมาเมื่อการซื้อของทางออนไลน์เป็นที่นิยม ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่เป็นแหล่งส่งออกสินค้าขนาดใหญ่ทำให้ประเทศจีนมีสินค้าหลากหลายรูปแบบให้เลือกซื้อ และมีสินค้ามากมายให้เลือกซื้อทางออนไลน์ โดยเว็บไซต์ซื้อของออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่สุด คือ เทาเป่า ส่งผลให้บริษัทมีกลยุทธ์คือ เมื่อสมัครสมาชิกเทาเป่าจะต้องจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันอาลีเพย์เท่านั้น ส่งผลให้ประชาชนที่ซื้อของทางเว็บไซต์นี้ต้องมีบัญชีอาลีเพย์อย่างเลี่ยงไม่ได้และเมื่อประชาชนเริ่มใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในการจ่ายเงินทางเว็บไซต์แล้วจึงได้เริ่มนำมาใช้จ่ายตามร้านค้าต่างๆจนเป็นที่นิยมอย่างในปัจจุบัน

ไม่เพียงแต่บทบาทและอำนาจของประเทศจีนจะอยู่เพียงในแต่ประเทศของตนเท่านั้นแต่ทว่ายังเคลื่อนย้ายอำนาจไปยังประเทศอื่นได้ด้วยเห็นได้จากประเทศต่างชาติหลายประเทศมีความต้องการให้แอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ เคลื่อนย้ายเข้าไปอยู่ในประเทศของตนเพื่อที่จะได้ติดตั้งแอปพลิเคชันในร้านค้าหรือธุรกิจต่างๆเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เข้ามาในประเทศของตน จากความต้องการนี้ก็นับได้ว่าเป็นบทบาทและอำนาจของประเทศจีนอย่างหนึ่ง

สำหรับผู้วิจัยที่อยู่ในฐานะผู้ศึกษาค้นคว้าแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ นั้น แอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ถือเป็นแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินที่น่าสมัยและกำลังเปลี่ยนเศรษฐกิจของประเทศจีนแต่ตัวแอปพลิเคชันไม่หยุดอยู่แค่ประเทศจีนกลับขยายเคลื่อนย้ายมายังประเทศอื่นๆ นับว่าเป็นก้าวที่ยิ่งใหญ่อีกก้าวหนึ่งของประเทศจีน

6.3 ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ประเทศไทยควรมีแอปพลิเคชันทำธุรกรรมทางการเงินที่ความสามารถเทียบเคียงแอปพลิเคชัน อาลีเพลย์ ใช้ ต้องยอมรับว่าประเทศไทยมีแอปพลิเคชันทำธุรกรรมทางการเงินของตนแล้วซึ่งเป็นของธนาคารต่างๆแต่ความสามารถหรือความเสถียรของแอปพลิเคชันยังมีมากไม่เท่าแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ หากประเทศไทยเริ่มมีแอปพลิเคชันที่มีความสามารถและความเสถียรแบบแอปพลิเคชันอาลีเพลย์ รวมไปถึงเริ่มให้ร้านค้าต่างๆ เริ่มติดตั้งการรองรับแอปพลิเคชันนั้นๆ ในการจ่ายเงินได้เพียงแค่สแกน จะทำให้สามารถดึงดูดประชาชนชาวไทยหันมาใช้แอปพลิเคชันทำธุรกรรมทางการเงินแนวนี้ได้เมื่อแอปพลิเคชันเริ่มประสบความสำเร็จก็สามารถขยายไปประเทศอื่นๆได้โดยเริ่มแรกควรเริ่มเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยว อย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศฮ่องกง เพื่อจะได้รองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยเวลาไปเที่ยวต่างประเทศได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จารุณี วงศ์ละคร. (2562). **อำนาจชีวะในทัศนะของ มิเชล ฟูโกต์**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
คณะ มนุษยศาสตร์
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2561). **อัตลักษณ์เอกสารวงศาวิทยาการควบคุมประชากรของรัฐ
ไทย**. ศูนย์บริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พรชนก พลาบุลย์ (2560). **การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีและ
พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรม
ทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย**. มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ
- ไพบูลย์ เสงสุวรรณ (2561). **การช่วงชิงพื้นที่ในสังคม โดยใช้บทความที่เกี่ยวข้องกับ
แนวคิดกระเป๋าสตางค์ดิจิทัลอาลีเพย์ : พัฒนาการของเทคโนโลยีการเงิน.**
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เลิศชาย เจตนธรรมจักร (2555). **กรณีศึกษาผลกระทบเครื่องแบบที่มีต่อสังคม**. สาขาวิชา
ทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สายพิน ศุภุทมงคล (2545). **คุกก๊อบคน: อำนาจและการต่อต้านชัดเจน**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สิริรัฐ สุกันธา (2557). **การเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติสัญชาติพม่าในเขตภาคเหนือ
ตอนบนของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ

เว็บไซต์

การย้ายถิ่นระหว่างประเทศ พัฒนาการและแนวความคิด. (2562). เรียกใช้เมื่อ 16 สิงหาคม

2562 จาก. https://waymagazine.org/the_border/

ชาติพันธุ์ข้ามรัฐ วิชาการข้ามพรมแดน ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ข้ามชาติและบริบทที่มี

ผลต่อการดำเนินการของรัฐไทย. เรียกใช้เมื่อ. 29 ตุลาคม 2562 จาก.

http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=182698

พรมแดนของวิถีวิทยา วิถีวิทยาที่พรมแดน ไทย. เรียกใช้เมื่อ. 29 ตุลาคม 2562 จาก.

<http://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2017/07/JSA-35-1-editorial.pdf>

มอง Alipay ในวันที่เป็นมากกว่าแอปฯ จ่ายเงินคนจีน และครุณะแนวของ TrueMoney

Wallet. (2562). เรียกใช้เมื่อ. 16 สิงหาคม 2562. จาก <https://thestandard.co/alipay/>

ปรากฏการณ์ Alipay ในจีน กำลังจะกระจายไปทั่วโลก. (2562). เรียกใช้เมื่อ 16 สิงหาคม

2562. จาก.

<https://www.finnomena.com/mr-messenger/alipay-effect/>)

Lew. (2561). เรียกใช้เมื่อ. 20 ตุลาคม 2562 จาก.

<https://www.blognone.com/node/92693>

Michel-Foucault. (2558). เรียกใช้เมื่อ. 29 ตุลาคม 2562 จาก.

<http://www.oldsrsrc.mbu.ac.th/index.php/2014-06-30-09-07-44/2015-07-03-13-56-29/269-michel-foucault>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ความคิดเห็นความพึงพอใจกับการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าวิจัย การเคลื่อนย้ายการลงทุนของแอปพลิเคชัน Alipay โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ สอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Alipay ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันว่ามีความคิดเห็นหรือความพึงพอใจอย่างไร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | | |
|----------------|--|---|--|
| เพศ | <input type="radio"/> เพศหญิง | <input type="radio"/> เพศชาย | <input type="radio"/> อื่น ๆ |
| สัญชาติ | <input type="radio"/> จีน | <input type="radio"/> ไทย | <input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) |
| อายุ | <input type="radio"/> ต่ำกว่า 20 ปี | <input type="radio"/> 21 – 25 ปี | <input type="radio"/> 26-30 ปี |
| | <input type="radio"/> 31-35 ปี | <input type="radio"/> 40 ปี ขึ้นไป | |
| ระดับการศึกษา | <input type="radio"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="radio"/> ปริญญาตรี | <input type="radio"/> ปริญญาโท |
| | <input type="radio"/> ปริญญาเอก | | |
| อาชีพ | <input type="radio"/> นักศึกษา | <input type="radio"/> พนักงานบริษัท | <input type="radio"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| | <input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | | |
| รายได้ต่อเดือน | <input type="radio"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="radio"/> 10,000 - 15,000 บาท | <input type="radio"/> 15,000 - 20,000 |
| | <input type="radio"/> มากกว่า 30,000 บาท | | |

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน

ระยะเวลาในการใช้

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 3 เดือน | <input type="radio"/> 3 เดือน - 6 เดือน | <input type="radio"/> 6 เดือน - 1 ปี |
| <input type="radio"/> 1 ปี - 1 ปี 6 เดือน | <input type="radio"/> 2 ปีขึ้นไป | |

จำนวนครั้งของการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ต่อวัน

- | | | |
|--|-----------------------------------|--|
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 3 ครั้ง | <input type="radio"/> 5 - 7 | <input type="radio"/> 8 - 10 ครั้ง |
| <input type="radio"/> 11 - 12 | <input type="radio"/> 13-15 ครั้ง | <input type="radio"/> มากกว่า 15 ครั้ง |

จำนวนเงินที่ใช้ต่อวัน

- | | | |
|---|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 100 หยวน | <input type="radio"/> 100 - 200 หยวน | <input type="radio"/> 200 - 300 หยวน |
| <input type="radio"/> 300 - 400 หยวน | <input type="radio"/> มากกว่า 500 หยวนขึ้นไป | |

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและความพึงพอใจขณะใช้แอปพลิเคชัน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจตามความเป็นจริงเกี่ยวกับกิจกรรมนี้ โดยแต่ละหมายเลข มีความหมายดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ประเด็น/คำถาม					
1. กระบวนการในการติดตั้งแอปพลิเคชัน Alipay ง่ายและเหมาะสม					
2. ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน					
3. ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน					
4. ความสามารถของแอปพลิเคชัน					
5. ความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน Alipay					
6. การป้องกันข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน					
7. ความจำเป็นของแอปพลิเคชันในชีวิตประจำวัน					
8. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในประเทศจีน					
9. การครอบคลุมพื้นที่ของแอปพลิเคชัน Alipay ในต่างประเทศ					
10. ในอนาคตยังอยากให้มีการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นขนาดไหน					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหาการใช้แอปพลิเคชัน

.....

.....

.....

.....

4.2 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

.....

.....

.....

.....

แนวคำถามสัมภาษณ์นักศึกษาที่ไปแลกเปลี่ยนการศึกษาที่ เมือง ชิงเต่า ประเทศจีน

ความคิดเห็นความพึงพอใจกับการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในชีวิตประจำวัน

1. ในฐานะนักศึกษาต่างชาติเมื่อเห็นการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในตอนแรกมีความคิดเห็นอย่างไรเนื่องจากประเทศของตนไม่มีการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างแพร่หลายมากนัก
2. หลังจากทราบถึงความสะดวกสบายในการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในประเทศจีนและมีความจำเป็นจะต้องใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ ในขั้นตอนการสมัครในฐานะชาวต่างชาติมีความยุ่งยากกว่าประชาชนจีนมากไหมอย่างไร
3. ใช้เวลานานขนาดไหนในการปรับตัวให้ชินกับการใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์ในชีวิตประจำวัน
4. รู้สึกถึงความปลอดภัยขณะใช้แอปพลิเคชันไหม เพราะแอปพลิเคชันผูกกับบัญชีธนาคารของเรา
5. หากพบเจอปัญหาในการใช้แอปพลิเคชัน ทางแอปพลิเคชันมีการรับมือดีมากน้อยแค่ไหนกับชาวต่างชาติ
6. การใช้งานแอปพลิเคชันจะทำให้บริษัทแอปพลิเคชันและธนาคารสามารถทราบได้ว่าในชีวิตประจำวันเราใช้จ่ายอะไรไปบ้าง รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยหรือไม่ส่วนตัวมากน้อยแค่ไหน มีความกังวลหรือไม่
7. หลังจากใช้แอปพลิเคชันอาลีเพย์แทนเงินสดมีความสะดวกสบายจนใช้เงินเกินปกติหรือไม่
8. คิดว่าการที่ร้านค้าบางร้านค้าไม่รองรับการจ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชันอาลีเพย์เป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่ทำให้เราไม่ยอมเข้าใช้บริการร้านค้านั้นด้วยหรือไม่
9. ขณะจะทำธุรกรรมทางการเงินแล้วพบว่าหากใช้ทำผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จะมีราคาที่ถูกลงกว่ามีความคิดเห็นอย่างไร รู้สึกถูกบังคับทางอ้อมให้ใช้แอปพลิเคชันตลอดเวลาหรือไม่
10. มีความต้องการอยากให้ประเทศของตนมีแอปพลิเคชันทางการเงินใช้อย่างแพร่หลายเหมือนแอปพลิเคชันอาลีเพย์ไหม

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวเสาวนีย์ ทองรัตน์วงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	15 ตุลาคม 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 21 ซอย นาคนิवास 2 เขต ลาดพร้าว แขวง ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
ประวัติการศึกษา	
2560 – ปัจจุบัน	ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์ คณะ อักษรศาสตร์ สาขา เอเชียศึกษา ภาษาเลือกจีน
2560 – 2555	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสตรีวิทยา ๒ สาย ศิลป์ – ภาษาจีน

