



**ทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการรองรับการชำระเงิน
ผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน ณ ตลาดนัดจตุจักร**

**The Attitude of the Store Entrepreneurs toward the Support for Making Payments via the
Alipay Application of Chinese Customers at Chatuchak Weekend Market**

วิภาวณี น้าแก่ง* สุภักษร วณิชชัศกดิพงษ์ และ สุพิชญา อ้าคิ

Wipawanee Namkaeng* Supaksorn Wanitsakdipong and Supidchaya Amkid

ภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

Chinese Department, Faculty of Liberal Arts Rangsit University, Pathumthani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: Wipawanee.n60@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์โดยรวมเรื่องการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าชาวจีนของผู้ประกอบการร้านค้าประเภทเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูปในตลาดนัดจตุจักร 2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่ผู้ประกอบการร้านค้าประเภทเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูปในตลาดนัดจตุจักร มีการรองรับและไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ประกอบการร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าที่ลายไทยและผลไม้แปรรูปในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 75 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูป ณ ตลาดนัดจตุจักร มีการใช้แอปพลิเคชัน Alipay รองรับการชำระเงินมากกว่าร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงิน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน จำนวน 42 คนและผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน จำนวน 33 คน 2) ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าตัดสินใจเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ปัจจัยด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือปัจจัยด้านตัวแอปพลิเคชัน Alipay และปัจจัยด้านลูกค้า ส่วนสาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้ทำการศึกษาข้อมูลของการรองรับการชำระเงินของแอปพลิเคชัน Alipay จึงทำให้มีข้อมูลไม่เพียงพอต่อการเลือกใช้



งานแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินจากลูกค้าชาวจีน อย่างไรก็ตามในอนาคตผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินหากมีข้อมูลในการทำงานที่เพียงพอและเป็นผลที่ดีแก่ทางร้านค้าของตนเอง

คำสำคัญ:ทัศนคติของผู้ประกอบการ แอปพลิเคชัน Alipay ลูกค้าชาวจีน ตลาดนัดจตุจักร

Abstract

This quantitative research aims to investigate the overall situation of the support for making payments via the Alipay application to facilitate Chinese customers of the store entrepreneurs in the category of fragrances, souvenirs, Thai traditional patterned clothes, and processed fruit at Chatuchak Weekend Market; and to study the attitude toward these store entrepreneurs whether they support payments via the Alipay application. The data were gathered from 75 store entrepreneurs in the category of fragrances, souvenirs, Thai traditional patterned clothes, and processed fruit at Chatuchak Weekend Market. Questionnaires were used as the data collection tool. Besides, percentage, mean and standard deviation were used to analyze the data.

The results revealed as follows: 1) 42 store entrepreneurs in the category of fragrances, souvenirs, Thai traditional patterned clothes, and processed fruit at Chatuchak Weekend Market support payments via the Alipay application to facilitate Chinese customers while other 33 store entrepreneurs do not; 2) The factors that make the store entrepreneurs decide to support payments via the Alipay application in descending order are the technology factor, followed by the Alipay application factor and the customer factor respectively. The reason why other store entrepreneurs do not decide to support payments via the Alipay application is that they have not studied the Alipay application. That causes the 33 store entrepreneurs to have inadequate information to use it. However, these store entrepreneurs tend to use the Alipay application in the future if they have enough information, and it would be beneficial to their own stores.

Keywords: Attitude of the store entrepreneurs, Alipay application, Chinese customers, Chatuchak Weekend Market

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบัน การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และได้เข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ที่เห็นได้ชัดคือ รูปแบบการชำระเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่าง ภาครัฐกิจหรือร้านค้าต่าง ๆ มีการนำรูปแบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจของตนเอง ช่วยให้สามารถเข้าถึง และ สร้างความสะดวกสบาย



ให้แก่ลูกค้ามากขึ้นธุรกิจหรือร้านค้าของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศจีนที่ขึ้นชื่อได้ว่าเป็นสังคมไร้เงินสด ซึ่งหนึ่งในแอปพลิเคชันสำหรับชำระเงินที่เป็นที่นิยมของคนจีน คือ แอปพลิเคชัน Alipay

แอปพลิเคชัน Alipay เป็นแอปพลิเคชันของประเทศจีนช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และ เนื่องจากในเวลานี้นักท่องเที่ยวจีนคือนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย (อิทธิชัย อรรถกระวีสุนทร, 2563) โดยพิจารณาได้จากรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีน จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเมืองไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2559 – พ.ศ.2560 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมากเป็นอันดับ 1 (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2561) จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าต้องรู้ว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนจีนนั้นเป็นอย่างไร วิถีชีวิตของคนจีนกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความเป็นยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เป็นการใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์มือถือในการทำธุรกรรมต่าง ๆ แทนการใช้เงินสด เช่น การซื้ออาหาร การช้อปปิ้ง เป็นต้น โดยคนจีนมีแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินที่เป็นที่นิยม คือแอปพลิเคชัน Alipay แอปพลิเคชัน WeChat Pay เป็นต้น แต่ในประเทศไทยธุรกิจหรือร้านค้ายังไม่มีการรองรับแอปพลิเคชัน WeChat Pay เนื่องจากแอปพลิเคชัน WeChat Pay เป็นระบบชำระเงินที่ยังไม่สามารถเปิดให้บริการในประเทศไทยได้อย่างครอบคลุม แต่แอปพลิเคชัน Alipay ได้เข้ามาในประเทศไทยจากสิงคโปร์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ติดต่อขอรับแอปพลิเคชัน Alipay เข้ามาใช้ร้านค้าและห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ จึงเริ่มมีการขอรับแอปพลิเคชัน Alipay มาใช้ในการรองรับเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (ภาวฐ พงษ์วิทย์ภานุ, 2561)

นอกจากนี้ทางธนาคารในประเทศไทยยังได้มีการจับมือร่วมกันกับทางแอปพลิเคชัน Alipay ประกอบด้วย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ และ ธนาคารกสิกรไทย เพื่อตอบสนองต่อธุรกิจหรือร้านค้าที่สนใจรองรับลูกค้าชาวจีนเรื่องของการชำระเงิน โดยสามารถติดต่อกับทางธนาคารได้โดยตรง ส่งผลให้ประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มมีการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินแก่ลูกค้าชาวจีนเพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าที่ขายสินค้าที่เป็นที่ต้องการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเมืองท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ จากผลสำรวจ GDCI (2561) ได้กล่าวว่า กรุงเทพมหานครได้ขึ้นแท่นเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของโลก และยังเป็นเมืองที่มีการช้อปปิ้งมากที่สุดด้วย ซึ่งสถานที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้งที่เป็นตลาดซื้อขายขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครที่เป็นจุดสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ ตลาดนัดจตุจักร โดยข้อมูลจากกลุ่มมือช้อปปิ้งของ Wongnai (2562) ได้กล่าวว่า ตลาดนัดจตุจักร เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ที่มีทั้งเสื้อผ้า ของกิน ของใช้ ของแต่งบ้าน เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาตลาดนัดจตุจักรมากที่สุด โดยจากการรายงานข้อมูลของสำนักข่าวมติชนออนไลน์ (2561) สินค้าหลักที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาซื้อจากประเทศไทยจะเป็นสินค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าเอกลักษณ์ไทยต่าง ๆ และผลไม้แปรรูป ทั้งนี้ร้านค้าที่ขายสินค้าจำพวกนี้ในตลาดนัดจตุจักร มีทั้งร้านค้าที่รองรับ และไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าหลังจากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจตลาดนัดจตุจักรเบื้องต้น ทำให้ทางผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของ



ผู้ประกอบการร้านค้าต่อการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน ณ ตลาดนัดจตุจักร ว่า ปัจจัยใดที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักรเลือกและไม่เลือกการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้มาสะท้อนให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียของแอปฯ ซึ่งสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ให้กับร้านค้าต่าง ๆ ในตลาดนัดจตุจักรต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์โดยรวมเรื่องการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าชาวจีนของผู้ประกอบการร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูป ณ ตลาดนัดจตุจักร
- 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูป ณ ตลาดนัดจตุจักร มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay และไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าที่ลายไทยและผลไม้แปรรูป ณ ตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยจากจำนวนร้านค้าในตลาดนัดจตุจักรมีจำนวนร้านค้ามากกว่า 8,000 ร้านค้า เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าหลากหลายชนิด แต่ประเภทร้านค้าที่ทางผู้วิจัยเลือกทำการวิจัยมีเพียงร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูป ทางผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลจาก กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งทางกองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร ก็ไม่สามารถระบุจำนวนร้านค้าแต่ละประเภทได้ว่ามีจำนวนเท่าใด ดังนั้นจึงไม่สามารถทราบได้ว่าจำนวนร้านค้าที่ผู้วิจัยเลือกศึกษานั้นมีเท่าใด ทางผู้วิจัยจึงทำการลงพื้นที่สำรวจในตลาดนัดจตุจักร โดยการนับจำนวนร้านค้าด้วยตัวเองแต่เนื่องจาก ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2563 ได้ลงพื้นที่สำรวจนั้นอยู่ในช่วงสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 จึงทำให้มีจำนวนร้านค้าปิดกิจการลงเป็นจำนวนมาก ทำให้ทางผู้วิจัยนับจำนวนร้านค้าที่ต้องการทำการสำรวจทั้งหมดเพียง 75 ร้าน ผู้วิจัยจึงจำกัดจำนวนประชากรในการวิจัยครั้งนี้เพียง 75 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 42 คน และผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 33 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านค้าจำพวกเครื่องหอม ของชำร่วย เสื้อผ้าลายไทยและผลไม้แปรรูป เป็นสินค้าที่ลูกค้าชาวจีนนิยมมาซื้อที่ประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) ได้จำนวน 75 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 42 คน และผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 33 คน โดยจากการลงพื้นที่ ณ วันที่ 24 ตุลาคม 2563 ที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่แจก



แบบสอบถามตามจำนวนประชากรที่นับได้ทั้งหมด และได้รับแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับตามจำนวนประชากรทั้งหมด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นลักษณะของแบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ชุดดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน แบ่งได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ของลูกค้าชาวจีน จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านค้าได้จากการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay และแนวโน้มการเลือกใช้งาน Alipay ในอนาคต จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด เขียนแสดงความคิดเห็นต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay จำนวน 3 ข้อ

ชุดที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิด เขียนแสดงความคิดเห็นถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าไม่รองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ของลูกค้าชาวจีน จำนวน 4 ข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร ที่รองรับและไม่รองรับการชำระเงินจากลูกค้าชาวจีนผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ดังนี้

1) สร้างแบบสอบถามแบบกระจายเป็นเครื่องมือ

2) นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 75 คน ณ ตลาดนัดจตุจักร โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 42 คนและผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีนจำนวน 33 คน ซึ่งผู้วิจัย



จะนำแบบสอบถามไปส่งมอบให้ถึงมือผู้ตอบด้วยตนเอง โดยก่อนการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะแจ้งวัตถุประสงค์ของการทำการวิจัยก่อน แล้วจึงทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทำ

3) ผู้วิจัยรอรับเก็บแบบสอบถามคืนทันทีและตรวจสอบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ทำการตอบคำถามครบถ้วนทุกข้อแล้ว

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล ศึกษาจากบทความ แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่าง ๆ จากระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อนำไปสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรทุกฉบับ

3.4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ของทั้ง 2 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้คำร้อยละ เพื่อนำมาประกอบการอภิปรายผลในการศึกษาค้นคว้า

3.4.3 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่าน Alipay จากลูกค้าชาวจีน มีการคิดร้อยละ ส่วนประเมินค่า 5 ระดับ และคำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายข้อและรายด้าน

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี โดยประเภทร้านค้าที่มีการเข้าร่วมกับ Alipay ให้มีการรองรับชำระเงินจากลูกค้าชาวจีน คือร้านค้าประเภทเครื่องหอม ส่วนร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay คือร้านค้าประเภทเสื้อผ้าลายไทยมากที่สุด ราคาสินค้าขั้นต่ำอยู่ระหว่างราคา 101 – 500 บาท รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามคือ จำนวน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวนลูกค้าชาวจีนเฉลี่ยต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 11 – 20 คน และช่องทางที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าเริ่มรู้จักแอปพลิเคชัน Alipay มากที่สุดก็คือ คำแนะนำจากธนาคาร

ผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay มีจำนวนมากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับ โดยปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าตัดสินใจเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านตัวแอปพลิเคชัน Alipay และปัจจัยด้านลูกค้า ส่วนสาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay อย่างไรก็ตามในอนาคตผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินหากมีข้อมูลในการใช้งานที่เพียงพอและเป็นผลที่ดีแก่ทางร้านค้าของตนเอง



จากผลการวิจัย พบว่า มีผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay มากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับ ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ไม่แตกต่างกัน จึงถือได้ว่าทัศนคติการรองรับแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนลูกค้าชาวจีนเฉลี่ยต่อวัน แต่ในแบบสอบถามชุดที่ 1 พบว่า ประเภทร้านค้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องหอมมากที่สุด และในแบบสอบถามชุดที่ 2 พบว่าเป็นร้านเสื้อผ้าลายไทยมากที่สุด จึงอาจถือได้ว่าร้านเครื่องหอมสมุนไพรมีจำนวนลูกค้าชาวจีนที่ต้องการใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการชำระเงินมากกว่าร้านเสื้อผ้าลายไทย เนื่องจากร้านเครื่องหอมสมุนไพรในตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่เป็นร้านค้าที่มีสินค้าลักษณะเป็นแบรนด์เดียวกัน มีบรรจุภัณฑ์ที่ดูสวยงาม คุณมีมูลค่า ร้านดูมีความทันสมัย บรรยากาศชวนดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้า ส่วนร้านเสื้อผ้าลายไทยส่วนใหญ่จะเป็นร้านที่ไม่มีการตกแต่งมากนักมีทั้งชายปลีกและชายส่ง ผู้ซื้อส่วนมากอาจเป็นเฉพาะกลุ่ม จึงทำให้อัตราการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าลายไทยไม่สูงเท่ากับอัตราการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องหอมสมุนไพร และในแบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้ประกอบการร้านค้ารู้จักการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากช่องทาง การให้คำแนะนำจากธนาคารมากที่สุด เป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะใช้บริการธนาคารที่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการร่วมมือกับแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงินเป็นอย่างดี

ด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงิน พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับ เริ่มต้นใช้งานจากการที่มีลูกค้าชาวจีนต้องการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay เป็นจำนวนมาก และระยะเวลาในการใช้งานส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 4 - 11 เดือน หรือ 1 - 2 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ไม่ยาวนานมาก เนื่องจาก Alipay เพิ่งเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยในปี พ.ศ.2559 จึงยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก แต่ในภายหลังที่แอปพลิเคชัน Alipay เป็นที่รู้จักมากขึ้นและนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยรู้ว่าประเทศไทยมีการรองรับการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชัน Alipay แล้ว จึงทำให้อาจมีความต้องการที่จะใช้แอปพลิเคชัน Alipay ชำระเงินแทนเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Alipay (ปานเทพย์ นิลสินธพ, 2559) ที่ว่าแพทย์สบายได้ร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ Alipay เพราะเห็นถึงโอกาสในการขยายฐานลูกค้าชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของร้านค้าที่ต้องการอำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าแก่ลูกค้าชาวจีน จึงทำให้ Alipay เป็นที่รู้จักมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเหตุผลในการรองรับแอปพลิเคชัน Alipay ในการชำระเงินของผู้ประกอบการร้านค้าประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านตัวแอปพลิเคชัน Alipay 2) ปัจจัยด้านลูกค้า 3) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเป็นเหตุผลสำคัญที่สุด คือผู้ประกอบการต้องการยกระดับร้านค้าให้เป็นการตลาดยุคใหม่ ส่วนปัจจัยด้านตัวแอปพลิเคชัน Alipay และปัจจัยด้านลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ในจำนวนที่เท่ากัน คือ การรองรับการชำระเงินผ่าน Alipay ทำให้ร้านค้าดูทันสมัยและ Alipay ทำให้มีการเข้าถึงลูกค้าชาวจีนได้ทุกเพศทุกวัย ส่งผลให้เห็นว่า สาเหตุทั้ง 3 ปัจจัยมีความสอดคล้องไปในทางเดียวกัน และทำให้เห็นถึงข้อดีของแอปพลิเคชัน Alipay อีกด้วย คือ ผู้ประกอบการร้านค้าต้องการให้ร้านค้าของตัวเองเป็นการตลาดยุคใหม่ที่มีความทันสมัยและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ทุกเพศทุกวัย ซึ่งเป็นการคำนึงถึงผลประโยชน์ของทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า และรายได้ของทางร้าน พบว่าส่วนใหญ่รายได้ดีขึ้น และหากพิจารณาด้านประโยชน์ที่



ได้รับจากการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay สามารถแบ่งได้ดังนี้ 1) ด้านสิทธิประโยชน์ ซึ่งถือเป็นผลประโยชน์จากภายในตัวแอปพลิเคชัน Alipay คือ สามารถดูรายการซื้อขายได้อย่างละเอียด กล่าวได้ว่า เมื่อมีลูกค้าชาวจีนชำระเงินผ่าน Alipay จะมีการแจ้งเตือนทาง SMS แสดงจำนวนเงินในการซื้อขายอย่างถูกต้อง 2) ด้านประโยชน์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ได้รับนอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ คือ ร้านค้ามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายมากขึ้น จึงสามารถตอบสนองความต้องการในปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่ต้องการยกระดับร้านค้าให้เป็นการตลาดยุคใหม่ ไม่ได้มีแค่การรับชำระด้วยเงินสดเพียงช่องทางเดียว ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ไม่มีกรรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Alipay จากคำแนะนำของพ่อค้าแม่ค้าร้านอื่นหรือธนาคาร บางรายรู้จักเป็นอย่างดี บางรายพอทราบเล็กน้อย ซึ่งเหตุผลที่ทางผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่รองรับ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้ทำการศึกษาข้อมูลของการรองรับการชำระเงินของแอปพลิเคชันนี้มากพอ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของธนาคารหรือการโฆษณาการรองรับการชำระเงินของแอปพลิเคชัน Alipay ไม่ได้มีการออกสื่อโฆษณาที่เป็นวงกว้าง ที่จะทำให้ผู้ประกอบการรับรู้ข่าวสารได้ง่าย จึงเกรงว่าจะมีความยุ่งยากและลูกค้าของร้านส่วนใหญ่ต้องการชำระด้วยเงินสด จึงไม่นำมาใช้งาน ส่งผลให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกใช้งาน จำเป็นต้องทำให้กลุ่มคนรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รับรู้ถึงประโยชน์ จึงจะทำให้เกิดการยอมรับได้ ซึ่งร้านค้าที่ไม่มีกรรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ถึงแม้จะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์เหมือนกับผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay แต่ร้านค้าส่วนมากมีการรับชำระผ่านการโอนเงินเข้าธนาคารหรือสแกน QR Code ของธนาคารที่ผู้ประกอบการร้านค้านั้นใช้งานอยู่ด้วย มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ไม่ยุ่งยากเช่นกัน แต่อาจจะไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้เท่าที่ควร

ด้านข้อเสนอแนะต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ส่งผลให้เห็นถึงข้อเสียของแอปพลิเคชัน Alipay อีกด้วย ในการรองรับการชำระเงินในอนาคต พบว่า ข้อบกพร่องที่ควรได้รับการปรับปรุงของแอปพลิเคชัน Alipay คือการเข้าร่วมของแอปพลิเคชัน Alipay ที่เข้าร่วมกับธนาคารในประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่สามารถครอบคลุมได้ทุกธนาคาร บางธนาคารยังไม่มีการเข้าถึงผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึง จึงอยากให้ธนาคารในประเทศไทยทำการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยจากบทความของ Money Duck (2563) ได้มีการระบุว่าธนาคารที่ในปัจจุบันมีการร่วมมือกับ Alipay มีธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกสิกรไทย ส่วนธนาคารที่คนในกรุงเทพมหานครใช้บริการทางการเงินแบบออนไลน์มากที่สุดและยังไม่ได้ร่วมมือกับ Alipay คือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จึงเป็นไปได้ว่ามีจำนวนผู้ประกอบการที่ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและยังไม่สามารถรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ได้นอกจากนั้นยังมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Alipay มากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการร้านค้าอีกหลายท่านที่ยังใช้งานไม่คล่อง หรือบางท่านที่ยังไม่ได้ใช้การเข้ามาให้ความรู้เพิ่มเติม ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่ไม่มีกรรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ให้เกิดการยอมรับในการใช้งาน โดยคาดหวังว่า การเก็บค่าส่วนต่างหรือค่าธรรมเนียมจะลดลงไปด้วยหรือไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay เนื่องจากเป็นสาเหตุหนึ่งที่จะทำให้การรับชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ไม่นำใช้งานเมื่อค่าธรรมเนียมสูงส่งผลให้ลูกค้าไม่ยอมเลือกใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน Alipay โดยผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการ



รองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ยังคงจะใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ต่อไปในอนาคตและอยากแนะนำให้ผู้ประกอบการร้านค้าท่านอื่นเลือกใช้เช่นกัน จึงสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ไม่มีมารองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ที่มีความสนใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay มารองรับการชำระเงินที่ร้านค้าในอนาคต หากว่าทราบข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Alipay เพียงพอ มีความรู้ความเข้าใจถึงคุณสมบัติการใช้งานของแอปพลิเคชัน Alipay ว่าเป็นผลดีกับทางร้าน ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า หากสามารถแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตามคำแนะนำของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ได้ จะทำให้มีผู้สนใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Alipay เพิ่มมากขึ้น และส่งผลดีต่อผู้ประกอบการชาวไทยด้วยเช่นกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ทิศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay และผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีมารองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ในภาพรวมนั้น ทำให้เห็นถึงข้อดีของแอปพลิเคชัน Alipay คือ ร้านค้าได้รับสิทธิประโยชน์และประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ การดูรายการซื้อขายได้อย่างละเอียด ร้านค้ามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายมากขึ้น และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ อย่างไรก็ตาม มีข้อบกพร่องบางประการที่ผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay มีความคิดเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การเข้าร่วมของธนาคารในประเทศไทย ควรมีการเข้าถึงผู้ประกอบการอย่างทั่วถึงและมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น การเก็บค่าส่วนต่างหรือค่าธรรมเนียมควรลดลงหรือไม่ ทำให้เห็นว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay และไม่มีมารองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ล้วนรู้จักแอปพลิเคชัน Alipay จากการได้รับคำแนะนำจากธนาคารหรือคำแนะนำจากผู้ประกอบการร้านค้าท่านอื่น ซึ่งไม่ได้รู้จักด้วยตนเอง ส่งผลให้เห็นว่าผู้ประกอบการได้คำนึงถึงผลประโยชน์ของร้านก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้ใช้งานแอปพลิเคชัน Alipay ในการรองรับการชำระเงิน โดยการมองถึงความสำคัญและความจำเป็นของการใช้งานเป็นหลัก ทำให้การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานมีผลทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชัน Alipay ได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

5. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ทิศนคติของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay จากลูกค้าชาวจีน ณ ตลาดนัดจตุจักร เป็นการศึกษาถึงความคิดเห็นและมุมมองของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการค้าขายสินค้าให้กับลูกค้าชาวจีน ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1) สถานการณ์โดยรวมเรื่องการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay พบว่า มีผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับมากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีมารองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay และทัศนคติไม่ดีขึ้นอยู่กับการแบ่งเพศ อายุ ราคาสินค้า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนลูกค้าชาวจีนเฉลี่ยต่อวัน แต่ขึ้นอยู่กับความจำเป็น ความสนใจและความต้องการส่วนตัวของผู้ประกอบการร้านค้า

2) ทิศนคติที่ผู้ประกอบการร้านค้ารองรับและไม่รองรับมีต่อการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการรองรับ ต้องการให้ร้านค้าของตนเองเป็นการตลาดยุคใหม่ มีความทันสมัยและสามารถ



ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนได้ เป็นเหตุผลให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีการรองรับ เนื่องด้วยคำนี้ถึงผลประโยชน์เป็นหลัก ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่มีการรองรับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Alipay ที่ยังไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้งาน และกลุ่มลูกค้าหลักส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการชำระเงิน ปัจจัยเหล่านี้จึงส่งผลให้ทางผู้ประกอบการร้านค้ายังไม่เลือกตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ระบุว่าส่วนใหญ่รู้จักการรองรับการชำระเงินของแอปพลิเคชัน Alipay จากพ่อค้าแม่ค้าแนะนำ ซึ่งคำแนะนำจากธนาคาร หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาจยังไม่ครอบคลุมร้านค้ามากพอ ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นว่า ผลจากการวิจัยข้อนี้อาจเป็นผลดีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือธนาคารที่ร่วมมือกับแอปพลิเคชัน Alipay หากมีการนำไปปรับปรุง จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ในอนาคต

2) จากผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้ประกอบการร้านค้าที่ไม่มีการรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันที่ยังไม่เพียงพอต่อการเลือกใช้งาน ผู้วิจัยมองเห็นว่า ควรมีการทำตลาดเข้าไปให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้งานให้แก่ผู้ประกอบการได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) สามารถเปลี่ยนกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้ หากร้านค้ามีความหลากหลาย ก็ยังสามารถเปรียบเทียบถึงความแตกต่างกันว่ามีมากน้อยเพียงใด

2) แอปพลิเคชัน Alipay ยังมีคุณสมบัติการใช้งานที่หลากหลาย สามารถศึกษาความสามารถในด้านอื่น ๆ ของแอปพลิเคชัน Alipay เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ การจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

3) สามารถทำการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และ เชิงคุณภาพประกอบกันได้ เช่นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายบุคคล เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแอปพลิเคชัน Alipay

4) ผลการศึกษาสามารถนำไปศึกษาต่อเชิงลึกในเรื่องข้อบกพร่องที่ควรได้รับการปรับปรุงของแอปพลิเคชัน Alipay ได้ ว่าในอนาคตแอปพลิเคชัน Alipay ควรปรับปรุงอะไรบ้าง

6. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ พิสิษฐพัฒน์ ปัญญาเร็ว ทองเปลว อาจารย์รองหัวหน้าภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ และ อาจารย์ ณัฐ บุญธนาธิร โชติ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่คอยให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ชี้แนะและให้คำแนะนำอยู่ตลอดเวลา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้



7. เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2561). อิทธิพลของนักท่องเที่ยวจีนต่อเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563 จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/645188>

ปานเทพย์ นิลสินธพ. (2559). ‘อาลีเพย์’จากจีน จับมือเพย์สบาย เปิดจุดชำระเงิน รองรับนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 22

สิงหาคม 2563 จาก <https://www.naewna.com/business/235007>

ภาวรุช พงษ์วิทย์กานู. (2561). มอง Super App ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก

<https://pawoot.wordpress.com/2017/11/05/open-wechatpay/>

สำนักข่าวมติชนออนไลน์. (2561). ของฝากนักช้อป เจาะตลาด ‘ไทยโปรคักซ์’ ที่สุดสินค้ายอดนิยม ‘คนจีน’นิยมหิ้ว.

สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_1235052

อิทธิชัย อรรถกระวีสุนทร. (2563). นักท่องเที่ยวจีนกลุ่ม FIT ทำไม่ถึงสำคัญกับการท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 19

สิงหาคม 2563 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/649407>

GDCL. (2561). กรุงเทพฯ อันดับ1 เมืองยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/847268>

Money Duck. (2563). ความสำเร็จของ อาลีเพย์ (Alipay) เป็นไปได้อย่างไร?. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2563 จาก

<https://shorturl.asia/e7bDE>

Wongnai. (2562). คู่มือช้อป สวนจตุจักร ตลาดนัดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก

<https://www.wongnai.com/articles/shopping-guide-chatuchak-market>