

กระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์: พัฒนาการของเทคโนโลยีการเงินออนไลน์และ การเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสดในประเทศจีน¹

Alipay Digital Wallet: China's Fintech Development and the Transition towards a Cashless Society

พานิตดา ไสยรส²

Panitda Saiyarod

บทคัดย่อ

การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศจีน ส่งผลให้การซื้อขายสินค้าและการชำระเงินออนไลน์ถูกผนวกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวจีนอย่างแพร่หลาย จากการศึกษาปรากฏการณ์รูปแบบการชำระเงินออนไลน์ของระบบอาลีเพย์ (Alipay) พบว่าการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลแทนเงินสดได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมแลกเปลี่ยนซื้อขายในชีวิตประจำวันของคนจีนในเขตพื้นที่เมือง โดยมีสาเหตุมาจาก 1) กระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์มีบริการที่หลากหลาย ซึ่งตอบสนองวิถีการใช้ชีวิตของคนในเมืองใหญ่ 2) อาลีเพย์ใช้กลยุทธ์ระบบนิเวศทางธุรกิจสร้างเครือข่ายร้านค้าที่หลากหลาย โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และสอดแทรกบริการที่สอดคล้องกับความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้ใช้ทั้งในประเทศและข้ามพรมแดน และ 3) การขยายตัวของเมือง การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางจากการพัฒนาเศรษฐกิจบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของกลุ่มวัยหนุ่มสาวที่คุ้นชินกับเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งการสนับสนุนทางนโยบายจากภาครัฐ

อย่างจริงจัง ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความแพร่หลายของการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลในจีน รวมทั้งเอื้อต่อการเติบโตไปสู่สังคมไร้เงินสดเต็มรูปแบบ

คำสำคัญ: กระเป๋าเงินดิจิทัล, อาลีเพย์, สังคมไร้เงินสด

Abstract

With the rapid increase in China's internet penetration at present, e-commerce has been largely integrated into modern Chinese daily lives. This research selected Alipay digital wallet; the most prevalence of online payment system in China, as a case study to explore the formation of digital culture in using digital wallets as an alternative to cash in Chinese society. The finding of this research indicated that, Alipay digital wallet is most prevalence within urban areas due to 1) Alipay digital wallet has various services range from online payment, wealth management assistant, book medical appointment to view post-consultation medical reports which signify modern urban lifestyle. 2) Alipay employs a business ecosystem strategy to create a wide variety of merchant network in the domestic and international market. Additionally, by leveraging its large customer database, Alipay can analyze consumers' behavior and cater future service accordingly. 3) The important factors such as urbanization, the rise of middle-class consumers, rapid change in digital natives' behavior and government supported policies are facilitating the prevalence of Alipay digital wallet and transforming China into a cashless society.

Keywords: Digital wallet, Alipay, Cashless society

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ความเป็นดิจิทัลได้เข้ามาแทนที่เทคโนโลยีแอนะล็อกจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง ความรุนแรงของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกำลังแทรกซึมอยู่ในกิจกรรมทางสังคมทุกระดับชั้น ส่งผลกระทบตั้งแต่การดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนธรรมดาสามัญไปจนถึงระบบเศรษฐกิจขนาดใหญ่ แทปสก็อต (2539) กล่าวว่า การกำเนิดของอินเทอร์เน็ตจะก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ที่มีฐานอยู่บนเครือข่ายอัจฉริยะ (Network intelligent) ที่เรียกว่า เศรษฐกิจดิจิทัล

ระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา ปรากฏการณ์ “Digital Transformation” และ “Internet of Thing” ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้พิสูจน์แล้วว่าดิจิทัลเทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงสังคมโลก การทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนถูกผูกติดกับอุปกรณ์เครื่องมืออันทันสมัยและเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลา อุปกรณ์การใช้งานในชีวิตประจำวันมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยไม่จำเป็นต้องเป็น PC, Notebook หรือ Smart Phone แต่อาจเป็นนาฬิกา โทรศัพท์ ตู้เย็น หรือแม้กระทั่งรองเท้า ก็สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ทั้งสิ้น จะเห็นได้ว่าเส้นแบ่งระหว่างโลกจริงและโลกเสมือนกำลังพร่าเลือน ความเป็นดิจิทัลแทรกซึมอยู่ในทุกพื้นที่ ผสมผสานอยู่ในความสัมพันธ์และการดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป (แทปสก็อต, 2539)

การก่อตัวของสังคมดิจิทัลในลักษณะดังกล่าวแพร่หลายไปทั่วโลกรวมทั้งประเทศจีนที่ยึดถืออุดมการณ์ตามระบอบสังคมนิยม แม้จะมีรัฐบาลกลางที่เข้มงวดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและจำกัดการไหลเข้าของข้อมูลและวัฒนธรรมต่างชาติ แต่ขณะเดียวกันอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศจีนกลับเพิ่มขึ้นเท่าทวีคูณภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว มีประชาชนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 1994 จำนวน 22 ล้านคน เป็น 710 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2017 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งประเทศ (CNNIC, 2016)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นผลมาจากความสำเร็จในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมทางนโยบายอื่นๆ เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้ปัจจุบันมีการสร้างแพลตฟอร์มใหม่ๆ อาทิ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ตลอดจนระบบกระเป๋าเงินดิจิทัล (digital wallet) เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านการทำงานและรูปแบบการใช้ชีวิตของประชาชน อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นเครื่องจักรใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศท่ามกลางการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า “สภาวะปกติใหม่” (New normal) ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มสัญชาติจีนที่ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อรองรับการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจดิจิทัลในอนาคต (Zhang & Woesler, 2004)

การเบนเข็มทิศทางเศรษฐกิจของประเทศจีนเพื่อลดความอ่อนแอของการขยายตัวทางเศรษฐกิจไปสู่การส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ มุ่งเปลี่ยนสถานะจากโรงงานของโลกไปสู่การเร่งพัฒนานวัตกรรมใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงการหันมาใส่ใจคุณภาพชีวิตประชาชนและลดช่องว่างทางรายได้ระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท ส่งผลให้สังคมจีนกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวาง การเติบโตของธุรกิจหน้าใหม่รายย่อยในจีนมีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในภาคการเงินที่มีการปฏิรูปขนาดใหญ่ ผู้เล่นหน้าใหม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในภาคการเงินที่เรียกว่าเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ซึ่งกลุ่มธุรกิจดังกล่าวในประเทศจีนกำลังเติบโตและทะยานเข้าสู่ตำแหน่งที่หนึ่งของโลกในเวลาอันรวดเร็ว

การขยายตัวของ Fintech กำลังส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของชาวจีนอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะปรากฏการณ์ที่เห็นได้ชัดเจนในปัจจุบันคือ วิธีการแลกเปลี่ยนซื้อขายในชีวิตประจำวันที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมกระทำการผ่านระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลบนแพลตฟอร์มสำคัญ เช่น อาลีเพย์ (Alipay) หรือ 支付宝 (zhi fu bao) ของกลุ่มบริษัทอาลีบาบา และวีแชท (Wechat) หรือ 微信 (wei xin) ของกลุ่มบริษัทเทนเซ็นต์ เป็นต้น การชำระเงินออนไลน์ผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัลถือเป็นวิธีการซื้อขายแลกเปลี่ยนรูปแบบใหม่ที่กำลังเข้ามาแทนระบบซื้อขายเงินสดแบบเดิมด้วยการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้กับระบบการเงิน ถือเป็น การเปิดพื้นที่ธุรกิจการเงินให้กับผู้เล่นหน้าใหม่นอกเหนือไปจากกลุ่มผลประโยชน์เก่า

ปัจจุบันรัฐบาลจีนมีความตื่นตัวในการพัฒนานโยบายและกฎหมายเพื่อกำกับและส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจ Fintech สัญชาติจีนกำลังแผ่ขยายกิจการเข้าไปในหลายประเทศทั่วโลก ในส่วนของประเทศไทยท่ามกลางการโหมกระแสนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ตลอดจนความพยายามของภาคการเงินและรัฐบาลไทยในการผลักดันให้เกิด “สังคมไร้เงินสด” ที่ดูเหมือนว่าจะอยู่เพียงแค่ขั้นเริ่มต้นเท่านั้น การศึกษาตัวอย่างความก้าวหน้าในกรณีอาลีเพย์ในประเทศจีนที่ได้กลายเป็นสังคมไร้เงินสดเต็มรูปแบบแล้วนั้น จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจรูปแบบบริการทางการเงินใหม่ๆ ลักษณะความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของประชาชนจีนที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจการแพร่หลายของวัฒนธรรมดิจิทัลในชีวิตประจำวัน และปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลในเชิงนโยบาย

ดังนั้น บทความนี้จึงใช้มุมมองและแนวคิดทางสังคมศาสตร์ในการทำความเข้าใจเทคโนโลยีกระเป๋าเงินดิจิทัลที่มากไปกว่าการเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานเพื่อทดแทนการเงินแบบเดิม แต่มุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่โยงใยอยู่กับการแลกเปลี่ยนผ่านช่องทางการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลนี้ โดยเฉพาะในมิติของความไว้วางใจระหว่างคู่แลกเปลี่ยน ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และนโยบายของรัฐที่เอื้อให้เกิดสังคมไร้เงินสด โดยนำมุมมองทางสังคมวิทยามาช่วยตอบคำถามงานวิจัยสำคัญคือกระเป๋าเงินดิจิทัลสามารถนำไปใช้ได้ใดในลักษณะใดในชีวิตประจำวันของชาวจีน และเงื่อนไขปัจจัยแวดล้อมใดที่ช่วยส่งเสริมการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลให้เติบโตและแพร่หลายในสังคมจีน โดยมีขอบเขตการศึกษาเป็นแพลตฟอร์มสำคัญอันดับหนึ่งคือ อาลีเพย์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมไร้เงินสดในประเทศจีนผ่านการใช้งานบริการกระเป๋าเงินดิจิทัล

2.2 วิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อความแพร่หลายของวัฒนธรรมดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมดิจิทัลในประเทศจีน

3. ขอบเขตการวิจัย

บทความชิ้นนี้มุ่งเน้นการศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์ในกรอบระยะเวลาตั้งแต่ปี 2004-ปัจจุบัน โดยเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์เริ่มถูกนำมาใช้งาน และเอกสารแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศจีน โดยเฉพาะแผนพัฒนาฉบับปัจจุบันที่ 13 (ปี 2016-2020) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาฯ ฉบับล่าสุด ที่มีการกำหนดทิศทางนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ โดยเน้นเฉพาะประเด็นด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่ส่งผลกระทบทางสังคมและเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มอาลีเพย์ ซึ่งถือเป็นบริษัทรายใหญ่รายแรก ที่ประสบความสำเร็จในประเทศจีน และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดอย่างต่อเนื่อง ก่อนที่จะมีบริษัทรายใหม่ก้าวเข้ามาแข่งขันในภายหลัง

4. แนวคิดและงานวิจัยด้านสังคมวิทยาเกี่ยวกับเงินตราในโลกดิจิทัล

แนวคิด *Multiple monies* และ *special monies* โดย Viviana Zelizer (1994) เป็นกรอบแนวคิดหลักของงานศึกษาชิ้นนี้คือการประยุกต์ใช้แนวคิด “special monies” เพื่อช่วยในการทำความเข้าใจกระเป๋าเงินดิจิทัลโดยการวิเคราะห์ผ่านโครงสร้างทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคมมีผลกระทบต่อการให้ค่าและกำหนดค่าระบบเงินตราที่มีหลากหลายประเภทตามบริบทของวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคม โดยสามารถพิจารณาจาก 1) วิเคราะห์จุดประสงค์ของการใช้เงินตราในการแลกเปลี่ยน 2) ใครเป็นผู้ใช้เงินตรานั้น 3) ระบบการจัดสรรเงินตราและค่าเงิน 4) การควบคุมระบบเงินตรา 5) แหล่งที่มาของเงินตราและความหมายหรือสัญลักษณ์พิเศษของเงินนั้น ซึ่งการวิเคราะห์ระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลในประเทศจีนผ่านแนวคิดดังกล่าวจะช่วยให้เข้าใจความแพร่หลายของวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนโดยใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Viviana Zelizer (1994) ได้นำเสนอแนวคิดที่ว่าเงินตรานั้นมีหลากหลายประเภทและมีลักษณะการใช้ที่แตกต่างกันไปตามแต่วัตถุประสงค์ของผู้ใช้ จากแนวคิด

“Multiple monies” นำไปสู่การเชื่อว่าความแพร่หลายของเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่จะนำมาทดแทนการใช้เงินสด หรือเป็นแค่การเปลี่ยนรูปแบบตัวกลางในการชำระเงินเท่านั้น แต่แนวคิดดังกล่าวนำเสนอว่าผู้คนต่างใช้เงินและแบ่งแยกเงินไปตามประเภทและจุดมุ่งหมาย สำหรับการชำระเงินออนไลน์ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ การใช้เงินดิจิทัลที่เริ่มแพร่หลายในวงกว้าง แนวคิดนี้เสนอว่าเราไม่อาจจะมองปรากฏการณ์ดังกล่าวว่ามีสาเหตุมาจากความสะดวกสบาย ความคล่องตัว หรือค่าบริการที่ถูกลงเท่านั้น แต่ควรพิจารณาถึงเหตุผลที่ผู้คนเลือกใช้เงินดิจิทัล เพราะเป็นวิธีการที่สอดคล้องเหมาะสมกับความหมายทางวัฒนธรรมของพวกเขาด้วย โดย Viviana Zelizer (1994) ได้นำเสนอว่าคุณค่าทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ในสังคมจะเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ปรับแต่งวิธีการเลือกใช้บริการ การบริหารจัดการ หรือการควบคุมเงินประเภทต่าง ๆ

จากแนวคิดดังกล่าว งานศึกษาชิ้นนี้จึงเสนอว่าเราควรทำความเข้าใจสถานะของเงินตราในบริบทสังคมจีนในแง่ที่ว่า เงินตราไม่ได้เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ ชั่ง ตวง วัด เพื่อช่วยส่งเสริมการคิดคำนวณอย่างมีเหตุผลในกิจกรรมของมนุษย์ ที่นำมาทดแทนการปฏิสัมพันธ์ตามความรู้สึกส่วนตัวหรือความรู้สึกผูกพันและอารมณ์ หรือมองว่าเงินตราทำหน้าที่เป็นเพียงสัญลักษณ์ของความเป็นเหตุเป็นผล ความแม่นยำในการคิดคำนวณ ความไม่เป็นส่วนตัวแบบในสังคมตะวันตก³ เพราะในสังคมจีนนับที่แฝงฝังอยู่ในเงินตรามีส่วนสัมพันธ์เชื่อมโยงกับมิตรภาพ ความไว้วางใจในระดับบุคคล ขณะที่ในมิติการพัฒนาระดับชาติ เงินตราคือตัวชี้วัดความทันสมัย ความมั่งคั่งและมั่นคงของชาติ⁴ ซึ่งวิธีคิดเกี่ยวกับเงินตรา มีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย (McDonald, 2016)

แนวคิด *The social life of money* โดย Nigel Dodd (2014) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับเงินตราผ่านมุมมองของนักสังคมวิทยา โดยได้เสนอว่า “เงิน” ไม่ได้มีความหมายจำกัดเพียงแค่สิ่งของวัตถุ เช่น เหรียญ หรือกระดาษธนบัตรอย่างที่คนทั่วไปคุ้นเคย แต่เขาเสนอว่า “เงิน” เป็นกระบวนการประกอบสร้างทางสังคม มีคุณลักษณะที่เป็นพลวัตเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา เงินเป็นผลลัพธ์ที่มาจากการปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม เต็มไปด้วยความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ อำนาจรัฐ ความเชื่อมั่นทางสังคม ความไว้วางใจ วัฒนธรรม ศาสนา ค่านิยม ฯลฯ

การเคลื่อนที่ไปมาของเงินจากการแลกเปลี่ยนของผู้คน คือสิ่งที่ช่วยดำรงรักษามูลค่าของเงินเอาไว้ เพราะมูลค่าของเงินไม่ได้มาจากตัวของมันเอง แต่เกิดขึ้นได้เพราะเงินเป็นส่วนประกอบหนึ่งของระบบความสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งคุณค่านั้นจะมาจากสิ่งที่เงินสามารถดลบันดาลให้ได้ ดังนั้นในทางปฏิบัติไม่ว่าเงินจะมาในรูปลักษณะของเปลือกหอย โลหะ กระดาษ หน่วยวัดบิต (Bits) หรือไบต์ (Bytes) หรือรูปแบบอื่นๆ ตราบใดที่มันยังคงได้รับการยอมรับ เงินจะยังคงเป็นสิ่งที่สามารถส่งต่อมูลค่าและความหมายทางสังคมระหว่างผู้ใช้เสมอ

ดังนั้น ในทัศนะของ Nigel Dodd รัฐชาติจึงมีความสัมพันธ์กับ “เงิน” ในบทบาทของผู้ที่อ้างว่ามีอำนาจชอบธรรมในการจัดการและควบคุมเงินตรา จะเห็นได้จากการควบคุมระบบสกุลเงินของประเทศต่างๆ ที่กระทำโดยรัฐ องค์กรของรัฐ เช่น ธนาคารกลางของประเทศต่างๆ ตลอดจนอำนาจอันท่วมท้นของระบบการเงินของโลกที่แผ่ขยายเหนือประเทศขนาดเล็กและสกุลเงินของประเทศเหล่านั้น เช่น ระบบเงินยูโร ที่กลายเป็นสกุลเงินที่ชาติน้อยใหญ่ในยุโรปตกลงใช้ร่วมกัน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันระบบการเงินที่อาศัยอำนาจรัฐและธนาคารบริหารจัดการกำลังทวีความผิดเคืองและสั่นคลอนแคลนง่อนแง่นในศตวรรษที่ 21 นำมาสู่การตั้งคำถามเกี่ยวกับความชอบธรรมและประสิทธิภาพของรัฐและเหล่าสถาบันธนาคารและการเงินทั้งหลายในการบริหารจัดการเงินแบบดั้งเดิม

Nigel Dodd (2014) เสนอว่าผู้เล่นหน้าใหม่เป็นสิ่งที่จำเป็นและความหลากหลายของรูปแบบของเงินจะนำไปสู่โอกาสในการพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้าต่อไป จะเห็นได้จากความเคลื่อนไหวจากด้านล่างสู่ด้านบน (Bottom up) รูปแบบของเงินและสกุลเงินทางเลือกใหม่ อาทิ ธนาคารเวลา (Time Banking) หรือเงินที่มาจากการใช้เทคโนโลยี เช่น บิตคอยน์ และเทคโนโลยีการเงิน กำลังท้าทายขั้วอำนาจเดิมอย่างกลุ่มธนาคารรูปแบบเก่า ทั้งนี้ เขาย้ำว่ารูปแบบและสกุลเงินใหม่เหล่านี้ไม่ใช่การช่วงชิงหรือมุ่งทำลายระบบเงินตรากระแสหลักเสมอไป แต่เป็นการช่วยเติมเต็มช่องว่างของระบบเดิมและสามารถพัฒนาไปควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม อาจเป็นไปได้ที่ในบางชุมชนที่สกุลเงินใหม่เหล่านี้ได้รับความนิยมมากจนอาจส่งผลต่อระบบธนาคารแบบเก่า เพราะองค์กรการเงินหรือเครือข่ายใหม่ๆ ได้เข้ามาเติมเต็มความ

ต้องการของผู้ใช้ และช่วยขยายขอบแดนของรูปแบบเงินตราให้กว้างขวางขึ้น ข้อเสนอของแนวคิดนี้จึงเห็นต่างจากแนวคิดแบบเดิมที่มุ่งวิพากษ์วิจารณ์ว่าเงินเป็นสิ่งที่กัดกร่อนสังคมและทำลายวัฒนธรรม โดยมองว่าเงินสามารถใช้ในวิถีทางที่จะช่วยบรรลุปเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสังคมได้พร้อม ๆ กัน (Dodd, 2015)

เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ท่าทีของรัฐบาลจีนต่อการแพร่หลายของกระเป๋าเงินดิจิทัล จะเห็นได้ว่าการสำรวจนโยบายของรัฐบาลจีนและอำนาจในการควบคุมหรือสนับสนุนความแพร่หลายของการใช้อัลทิเพย์ ทำให้เห็นว่าในแง่ของธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน รัฐบาลจีนอนุญาตให้มีผู้เล่นหน้าใหม่ นอกจากภาครัฐเข้ามาพัฒนาทางเลือกใหม่ ๆ ช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจีนยังคงสอดส่อง ตรวจสอบ และควบคุมสังคมได้อย่างใกล้ชิดมากขึ้น รัฐบาลจีนยังคงดำรงอำนาจในการปกป้องกลุ่มธนาคารเดิมและอำนาจของรัฐบาลในการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ สะท้อนสถานะการแย่งชิงอำนาจระหว่างกลุ่มผู้เล่นเก่าและใหม่ในระบบการเงินของประเทศจีนในปัจจุบัน

งานศึกษาเรื่อง *Trust and Electronic Money* โดย Singh and Slegers (1997) ได้สรุปผลการสำรวจเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในออสเตรเลีย โดยพิจารณาจากพฤติกรรมและกิจกรรมของผู้บริโภคเป็นหลัก พบว่าผู้คนส่วนใหญ่จะเลือกใช้รูปแบบการชำระเงินที่ตนเองเชื่อมั่น ซึ่งมีคุณสมบัติคือ สามารถเข้าถึงได้ง่าย รูปแบบการชำระเงินนั้นเหมาะสมกับความหมายวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรมของตนและต้องมีความสะดวกสบาย โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้นั้นมีความหมายมากกว่าเพียงแค่ความปลอดภัย แต่หมายรวมถึงระดับที่ผู้ให้บริการสามารถทำให้ผู้ใช้รู้สึกได้ว่าพวกเขาสามารถสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายย้อนหลังได้ ผู้ให้บริการมีการสื่อสาร มีท่าทีเป็นมิตรและสามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้ได้ตรงจุด นอกจากนี้ในแง่ของผู้ให้บริการ จะต้องมีการทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าสามารถควบคุมข้อมูลและการใช้จ่ายของตนเองได้ เพิ่มความสะดวกสบายและง่ายต่อการจัดการ และที่สำคัญคือการแสดงออกว่าผู้ให้บริการมีความใส่ใจผู้บริโภค

หนึ่งในประเด็นสำคัญของผลงานนี้คือ การเกิดขึ้นของ “ความเชื่อมั่น” ต่อการชำระเงินออนไลน์หรือการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล โดย Supriya Sing (1997) แบ่งความเชื่อมั่นออกเป็น 2 ประเภทคือ “Hard trust” และ “Soft trust” กล่าวคือ “Hard trust” เป็นเรื่องของความถูกต้องแม่นยำ การแปลงข้อมูลเป็นรหัส และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ขณะที่ “Soft trust” เป็นเรื่องทางจิตวิทยา ความจงรักภักดีต่อความเชื่อมั่นที่มีต่อตัวระบบการชำระเงินออนไลน์ เป็นการเชื่อมั่นในระบบสัญลักษณ์ของการแลกเปลี่ยนมูลค่าร่วมกัน แต่ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อระบบสัญลักษณ์การแลกเปลี่ยนนั้นถูกทำให้อยู่ในสภาวะไร้ข้อกังขาสำหรับผู้ให้ เช่นเดียวกับการนิยมใช้เงินสดที่แพร่หลายมากกว่าการจ่ายด้วยกระเป๋าเงินดิจิทัลในประเทศไทย เพราะคนส่วนใหญ่ยังไม่เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย (สุริยวงศ์, 2560) แนวคิดดังกล่าวทำให้เห็นถึงยุทธวิธีการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคของอาลีเพย์ที่แพร่หลายในสังคมจีน

สอดคล้องกับงานวิจัย *The Role of Alipay in China* โดย Rong Bing Liu (2015) ได้สรุปบทบาทของอาลีเพย์ในประเด็นชีวิตประจำวันของชาวจีน โดยได้วิเคราะห์บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อให้วัฒนธรรมการชำระเงินออนไลน์แพร่หลายอย่างรวดเร็วคือ (1) ในแง่ของบริบททางเศรษฐศาสตร์มหภาค นวัตกรรมชำระเงินรูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ และการเติบโตที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยนำทาง (2) ในแง่ของความเชื่อมั่น การมีระบบป้องกันที่ปลอดภัย ปกป้องความเป็นส่วนตัวและรักษาทรัพย์สินของผู้รับบริการได้ ถือเป็นหัวใจสำคัญของอาลีเพย์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค (3) ในแง่ของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยอาลีเพย์ได้จัดบริการที่ขยายเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคเสมอ รวมทั้งมีบริการชำระเงินข้ามประเทศที่สะดวกสบาย และที่สำคัญคือความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและเข้าใจความต้องการผู้บริโภคอย่างแท้จริง

แนวทางการศึกษาข้างต้นเป็นกรอบสำคัญในการศึกษาสังคมไร้เงินสดของประเทศไทยที่เดิมรัฐบาลเคยมีอำนาจรวมศูนย์ในการจัดการควบคุมภาคการเงิน

อย่างเข้มข้น แต่ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตและความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลได้เปลี่ยนบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของจีนไปสู่การเปิดกว้างทางการเมืองและธุรกิจภาคการเงินได้อย่างไร และเพราะเงื่อนไขใดที่กระเป๋าเงินดิจิทัลจึงสามารถเติบโตแพร่หลายได้อย่างรวดเร็วในสังคมจีน

5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ประเด็นหลัก อาทิ นโยบายของรัฐบาล บทสัมภาษณ์ของผู้นำทางการเมือง ชาว ความเห็นในสื่อออนไลน์ นโยบายการให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของอาลีเพย์

5.2 นำข้อมูลที่ได้มาประมวล วิเคราะห์ สาเหตุและปัจจัยที่เกื้อหนุนการเติบโตของระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลในสังคมจีน

6. ผลการวิจัย

6.1 บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ และพัฒนาการของอาลีเพย์

ย้อนประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาในกระบวนการซื้อขาย วิธีการจ่ายและชำระเงินของผู้คนในประเทศจีนตั้งแต่ช่วงก่อนการปฏิรูปเศรษฐกิจ สมัยหนึ่งที่ประเทศจีนยังใช้ระบบเศรษฐกิจแบบวางแผนจากศูนย์กลางตามอุดมการณ์สังคมนิยม รัฐบาลมีอำนาจเต็มในการกำหนดระบบการเงินภายในประเทศ ยุคสมัยที่สิ่งของจำเป็นพื้นฐานค่อนข้างขาดแคลนและไม่เพียงพอต่อจำนวนประชาชน รัฐบาลกลางได้มีการออกคูปองสินค้าอุปโภคบริโภค อาทิ คูปองอาหาร คูปองเสื้อผ้า คูปองเนื้อสัตว์ คูปองน้ำมันพืช ฯลฯ เพื่อควบคุมปริมาณสินค้า และการจับจ่ายใช้สอยสิ่งของในชีวิตประจำวันในช่วงปี 1955-1993 เพื่อเป็นการรักษาเสถียรภาพความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม จนกระทั่งในช่วงทศวรรษที่ 1990 ระบบการชำระเงินด้วยคูปองได้ค่อย ๆ หดลง และถูกแทนที่ด้วยธนบัตรเงินสดสกุลเงินหยวน จนกลายเป็นวิธีการชำระเงินที่แพร่หลายของประชาชน (Liu, 2015)

6.1.1 การเปลี่ยนแปลงบทบาทของรัฐในการควบคุมการเงินในประเทศจีน ระยะแรกของการใช้เงินสด มูลค่าสูงสุดของธนบัตรคือ 10 หยวนเท่านั้น และค่อยเพิ่มมูลค่าจนถึง 100 หยวน ในปี 1985 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกบัตรเอทีเอ็มเป็นครั้งแรกและเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป จนถึงปลายปี 2013 พบว่ามีการออกบัตรไปแล้วถึง 4.2 พันล้านใบ ภายในช่วงระยะเวลา 28 ปี บัตรเอทีเอ็มได้กลายเป็นรูปแบบหลักของวิธีการชำระเงินในประเทศจีนในช่วงเวลานั้น ต่อมาด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสัญญาณเครือข่ายไร้สาย 3G และ 4G ส่งผลให้วิธีการชำระเงินออนไลน์กลายมาเป็นรูปแบบใหม่ของการชำระเงิน

จุดเปลี่ยนสำคัญที่รัฐบาลจีนเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในภาคการเงินคือช่วงของศตวรรษที่ 21 ท่ามกลางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอันร้อนแรง รัฐบาลจีนมีนโยบายที่ชัดเจนระบุทิศทางการพัฒนาและเป้าหมายหลักในการพัฒนาประเทศจีนช่วง 5 ปี ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี (NRDRC, 2016) โดยมีเป้าหมายและตัวชี้วัดสำคัญที่จะมีผลกระทบต่อการใช้อัลทิเพย์โดยตรงคือ เป้าหมายการเพิ่มอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแบบที่อยู่อาศัยจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 70 และเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์จากร้อยละ 57 เป็นร้อยละ 85 ซึ่งจะเป็นการเพิ่มจำนวนการเข้าถึงอุปกรณ์การสื่อสารและแนวโน้มการใช้งานอัลทิเพย์ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ มีการกำหนดเป้าประสงค์หลักและกลยุทธ์ของแผนพัฒนาฯ เพื่อสนับสนุนธุรกิจอีคอมเมิร์ซ การทำเกษตรสมัยใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนให้นำเอาระบบข้อมูลสารสนเทศและนวัตกรรมมาใช้เพื่อยกระดับธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน การทำเกษตรอัจฉริยะ (intelligent agriculture) เน้นกระจายสินค้าจากชนบทสู่เมือง ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับปรุงบริการสาธารณะต่างๆ อาทิ สุขภาพ ที่อยู่อาศัย การศึกษา ขณะเดียวกันภาครัฐได้เร่งปรับระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย เพื่อบริการการก่อรูปของธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคภายในประเทศ ตลอดจนแสวงหาโอกาสขยายตลาดเพื่อการส่งออก

จะเห็นได้ว่าข้อมูลจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศที่กำหนดโดยภาครัฐ สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง “รัฐ” กับ “เงิน” โดยการออกนโยบาย มาตรการ ระเบียบ และโครงการอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการชำระเงินออนไลน์ ส่งผลให้การใช้งานอาลีเพย์ขยายวงกว้างมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็เริ่มจำกัดการใช้งานบางลักษณะให้อยู่ภายใต้ระเบียบของรัฐและการจัดการของธนาคารในลักษณะบนลงล่าง พยายามรักษาอำนาจในการบังคับใช้ และกำหนดค่าของเงินตราให้อยู่ภายใต้อิทธิพลของรัฐเพื่อให้สามารถเข้ามาจัดระเบียบ ระบุตัวบุคคล และควบคุมการใช้งานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรัฐ มากกว่าการปล่อยให้ตลาดและภาคเอกชนแข่งขันกันเอง สอดคล้องกับแนวคิดของไนเกล ดอดด์ ที่เสนอว่า “เงินตรา” เป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม เต็มไปด้วยความสัมพันธ์อันสลับซับซ้อน อันจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลของประเทศจีนมีบทบาทอย่างมากในการใช้อำนาจเพื่อควบคุมระบบเงินตราเสมอมา (Dodd, 2015)

อีกทั้ง ความสำเร็จในการพัฒนาทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่ช่วยผลักดันและเสริมความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจจีน และรัฐบาลกลางก็ได้ออกนโยบายสนับสนุนธุรกิจออนไลน์ ส่งเสริมให้บริษัทขนาดเล็กออกไปสร้างพันธมิตรและลงทุนทำธุรกิจข้ามชาติ แม้ว่ารัฐบาลของประเทศจีนจะมีการตรวจตราและควบคุมการแสดงความเห็นทางการเมืองในพื้นที่โลกออนไลน์อย่างเข้มงวด อย่างไรก็ตาม ในแง่ของธุรกิจการค้าออนไลน์ รัฐบาลกลางได้สนับสนุนอย่างเต็มที่ อันเป็นผลดีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจดังกล่าว (Wang, 2015) โดยบริษัท Ant Financial ในเครือของ Alibaba ได้รับการสนับสนุนผ่านการเข้ามาลงทุนในบริษัทจากหน่วยงานด้านการเงินการคลังของรัฐ ในนามกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ⁵ (Cendrowski, 2016)

6.1.2 การเติบโตของกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์ ในประเทศจีน

มา หยุน หรือที่คนไทยและชาวต่างชาติรู้จักในชื่อภาษาอังกฤษคือ แจ็ค มา (Jack Ma) เขาและทีมงานได้เริ่มก่อตั้งบริษัทเถาเป่าขึ้นที่เมืองหางโจวในปี 2003 โดยเริ่มต้นเปิดตัวในรูปแบบเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ www.taobao.com และอาลีเพย์ได้เริ่มต้นเมื่อปี 2004 โดยเป็นระบบที่สร้างขึ้นควบคู่กับเว็บไซต์เถาเป่าในการการันตีการ

จ่ายเงินและส่งของเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ วิธีการใช้งานอาลีเพย์ในช่วงแรกเป็นลักษณะการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านบุคคลที่สาม (Third-party online payment service) โดยทำหน้าที่เสมือนผู้ค้ำประกันการจ่ายเงิน ผู้ซื้อผู้ขายจะต้องมีการลงทะเบียนรายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลและธนาคารเอาไว้กับเว็บไซต์เถาเป่าเพื่อสร้างกระเป๋าเงินของตนก่อน แล้วจึงเริ่มโอนเงินจากบัญชีธนาคารเข้าไปในบัญชีกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์ในเวลาต่อมา ระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์ได้พัฒนาให้สามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ในเครืออาลีบาบา อาทิ ทิมอลล์ (Tmall) และผู้ค้าอื่นๆ ทั่วไป

ปัจจุบันแจ๊คมาและทีมงานได้ขยายธุรกิจออกไปอย่างหลากหลายภายใต้ชื่อของ Alibaba group โดยมีบริษัทที่อยู่ในเครือ เช่น Taobao, Tmall, Aliexpress, 1688, Alibaba cloud, Ant Financial service group เป็นต้น อาลีเพย์บริหารจัดการโดยบริษัทแม่คือ Ant Financial of China ธุรกิจบริการด้านการเงินที่อยู่ในเครือของบริษัทอาลีบาบา ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม ปี 2014 มุ่งให้บริการทางการเงินกับกลุ่มร้านค้าขนาดเล็กและกลุ่มผู้บริโภคภายใต้วิสัยทัศน์ “turn trust into wealth” เปลี่ยนความน่าเชื่อถือให้เป็นความมั่งคั่ง ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีข้อมูลมาใช้เพื่อสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด (Techsauce, 2016)

6.2 ระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business ecosystem) ของอาลีเพย์

การเติบโตของอาลีเพย์เป็นตัวอย่างเชิงประจักษ์ของการสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตทางธุรกิจโดยอาศัยการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งานจากการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน โดย Matthais Hendrichs (2017) ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลของประเทศจีนได้วิเคราะห์เกี่ยวกับระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business ecosystem)⁶ ในประเทศจีน โดยเสนอว่าบริษัทนวัตกรรมแนวหน้าของประเทศจีนอย่าง Tencent ผู้ให้บริการ Wechat บริษัทมือถือ Xiaomi รวมถึง Alibaba ล้วนเติบโตขึ้นด้วยการเชื่อมโยงกิจการหลักของบริษัทเข้ากับธุรกิจอื่นๆ ตามกลยุทธ์ระบบนิเวศทางธุรกิจ (Hendrichs, 2015) โดยบริษัทสามารถที่จะปรับยุทธวิธีการให้บริการให้ตรงใจผู้บริโภคได้ตลอดเวลาจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกที่ได้มาจากพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่นเดียวกับกรณีของอาลีเพย์

ที่เริ่มต้นจากการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจร่วมกัน การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจดังกล่าวจะช่วยอุดช่องโหว่ของกิจการหลักของบริษัท และช่วยให้สามารถเข้าถึงโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจได้อีกด้วย (พสุ, 2555)

จะเห็นได้ว่า บริษัท Ant Financial ได้พยายามสอดแทรกทุกบริการของตัวเองเข้าไปในชีวิตประจำวันของลูกค้า และเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการด้วยการจัดให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยไม่จำกัดอยู่แค่บริการทางการเงิน แต่หมายรวมถึงบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ใช้ ทั้งนี้ อาลีเพย์สามารถจัดหมวดหมู่ตามประเภทกลุ่มบริการได้ดังนี้

6.2.1 อำนาจความสะดวกในการชำระเงิน การซื้อของทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ผ่านการสแกน QR code การสั่งซื้อหรือขายสินค้าออนไลน์และตัดเงินหรือรับเงินผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ การชำระเงินค่าสาธารณูปโภค อาทิ ประปา ไฟฟ้า แก๊ส เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ บัตรเครดิต การชำระค่าน้ำมันเชื้อเพลิง Gasoline และค่าน้ำมันที่ใกล้ที่สุด การบริจาคเพื่อการศึกษา การชำระค่าเดินทาง ตัวเดินทางรถโดยสาร เครื่องบิน การจองโรงแรม การท่องเที่ยวต่างประเทศ ค่ารถแท็กซี่ เติมเงินบัญชีเกมส์ออนไลน์ สลากกินแบ่ง การซื้อตั๋วหนัง เป็นต้น

6.2.2 อำนาจความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงิน การโอนเงินผ่านบัญชี โอนเงินระหว่างบัญชีสมาชิกอาลีเพย์ โอนเงินระหว่างประเทศ International Wire ผ่านบริการ MYBank ธุรกิจธนาคารดิจิทัลของอาลีเพย์ การผูกบัญชีไว้กับบัตรเครดิต บัตรเดบิต รวมทั้งกิจกรรมการบริหารจัดการการเงินส่วนตัว เช่น เครื่องมือช่วยเหลือในการจัดบัญชีรายรับรายจ่ายของเจ้าของบัญชี Family circle การตั้งค่าเพื่อโอนเงินผ่านบัญชีหรือบัตรส่วนลดให้แก่คนในครอบครัว การบริหารจัดการทางการเงินและประกันภัย Ant Fortune ตลอดจนเป็นแอปพลิเคชันช่วยบริหารจัดการทางการเงิน Ant Financial Cloud และระบบ Cloud Computing Service Ant Micro Loan ให้บริการเงินกู้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนบุคคลทั่วไป

6.2.3 ธุรกรรมทางการเงินตามความสนใจและธุรกรรมทางการเงินแบบกลุ่ม *Love pay* การตั้งบัญชีเพื่อจ่ายเงินให้แก่คนพิเศษ โดยตั้งงบประมาณที่จะจ่ายเอาไว้ให้แก่ญาติหรือคนรัก เมื่อมีการชำระเงินสามารถเลือกผู้จ่ายเงินได้ตามที่ได้ตั้งค่าเอาไว้ *Hong bao* หรือ อั่งเปา กิจกรรมจัดการทางการเงินแบบกลุ่ม *Go Dutch* เช่น การแบ่งจ่ายหลังรับประทานอาหาร ตลอดจนการตั้งเป้าเรียไรเงินเพื่อจัดกิจกรรม หรือบริจาค

6.2.4 บริการสาธารณะร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ บริการของคิวโรงพยาบาลและรับรายงานผลตรวจ ภายใต้โครงการ “*Future hospital*” ซึ่งให้บริการตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2014 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่แพทย์และคนไข้ในการจองคิวผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้สามารถจ่ายเงินค่ารักษาพยาบาลและรับผลการวินิจฉัยโรคผ่านแอปพลิเคชัน และยังสามารถดึงข้อมูลการรักษาพยาบาลของคนไข้ผ่านฐานข้อมูลของโรงพยาบาลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาได้ (Lee, 2014) โดยโปรแกรมดังกล่าวกำลังดำเนินการในเมืองใหญ่ภายในประเทศ อาทิ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว ซิดาน และกำลังพยายามขยายผลไปในเมืองทางฝั่งตะวันตกของประเทศ (Cadell, 2015)

6.2.5 บริการชำระเงินในร้านค้าทั่วไป มีส่วนลดพิเศษทั้งในและต่างประเทศจ่ายเงินแทนเงินสดในตลาด ร้านค้าทั่วไป ร้านแฟลกลอย ร้านอาหารตามสั่ง ในตลาดสดบางแห่งเริ่มมีการติดตั้งแท่งอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถแสดง QR Code และให้ผู้ใช้อลิเพย์ชำระเงินได้เลย ซึ่งออลิเพย์มีพันธมิตรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศเพื่อช่วยให้การชำระเงินมีความสะดวกมากขึ้น

ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ออลิเพย์สามารถสร้างบริการที่หลากหลายได้เป็นผลมาจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างละเอียด โดยใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าขนาดใหญ่ที่ตนมีมาประมวล วิเคราะห์ ผสมกับการจัดบริการที่ช่วยลดช่องว่างทางการบริการของภาครัฐ เช่น ด้านสาธารณสุข ด้วยบริบททางธุรกิจขนาดใหญ่ของออลิเพย์ การก้าวเข้ามาของผู้เล่นหน้าใหม่ นอกอุตสาหกรรมการเงินเดิมในประเทศจีน ทำให้ออลิเพย์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอื่นๆ อาทิ กลุ่มร้านค้าปลีก และกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และได้ผนวกตัวเองเข้ากับเทคโนโลยีและ

สร้างผลิตภัณฑ์ทางการเงินแบบใหม่ อาทิ การให้บริการสินเชื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ระบบนิเวศทางธุรกิจขยายตัวมากยิ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว

6.3 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในจีน การก่อตัวของกลุ่มผู้ใช้บริการอาลีเพย์ในจีน มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางสังคมภายในประเทศ และมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจดังกล่าวอย่างรวดเร็ว ดังนี้

6.3.1 การขยายตัวของเมืองและการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคชนชั้นกลาง ในประเทศจีนมีการแบ่งกลุ่มระดับของเมืองเป็น 4 ช่วงชั้นตามระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและความสำคัญทางการเมือง สำหรับช่วงชั้นที่ 1 (Tier-1 cities) มีขนาด GDP > 932 พันล้านหยวน, ช่วงชั้นที่ 2 (Tier-2 cities) มีขนาด GDP 120-932 พันล้านหยวน, ช่วงชั้นที่ 3 (Tier-3 cities) มีขนาด GDP 22-120 พันล้านหยวน, ช่วงชั้นที่ 4 (Tier-4 cities) มีขนาด GDP < 22 พันล้านหยวน โดยเมืองติดชายฝั่งตะวันออก อาทิ เซี่ยงไฮ้ กวางโจว ปักกิ่ง เซินเจิ้น ล้วนถูกจัดอยู่ในกลุ่มเมืองสำคัญชั้น 1 อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของกลุ่มเมืองเล็กชั้น 3 และ 4 ที่ตั้งอยู่ชั้นในของแผ่นดินจีนเริ่มมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น เมืองเจียวเหอในมณฑลจี๋ลีน ที่ตั้งอยู่บนชุมทางการคมนาคมขนส่งและเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติทำให้มีการขยายตัวของเมือง การพัฒนาด้านอุตสาหกรรมส่งผลให้มีจำนวนกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่สูงขึ้น เช่นเดียวกับเมือง Wu Wei ในมณฑลกานซู ซึ่งเป็นพื้นที่ชั้นในที่มีรถไฟความเร็วสูงตัดผ่าน โดยปี 2000 มีเพียง 1,000 จาก 87,000 ครัวเรือนที่อยู่ในกลุ่มชนชั้นกลาง แต่ในปี 2022 คาดการณ์ว่าจะมีครัวเรือนชนชั้นกลางเพิ่มเป็นจำนวน 390,000 ครัวเรือน จากทั้งหมด 650,000 ครัวเรือน (Barton et al., 2013)

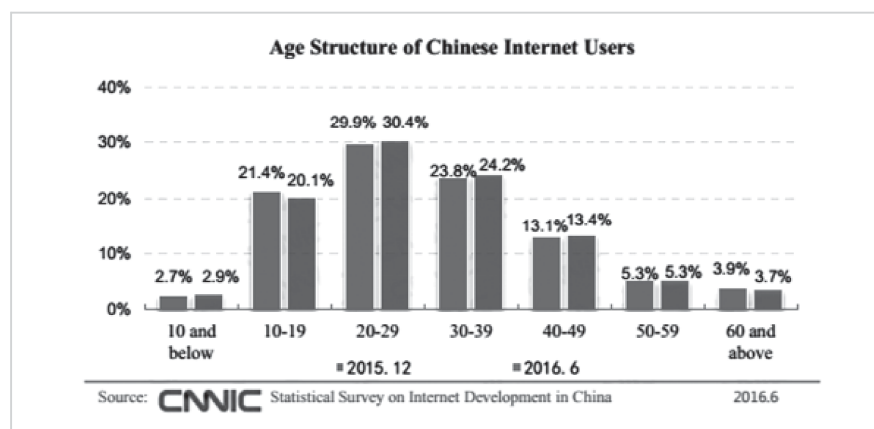
มีการคาดการณ์ว่าการขยายตัวของเมืองจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อและความหลากหลายของผู้บริโภคชนชั้นกลาง สร้างโอกาสการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายในและนอกประเทศ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากข้อมูลรูปแบบการชำระเงินของกลุ่มชนชั้นกลางในเขตเมือง จะพบว่าสัดส่วนที่มากที่สุดคือกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่อาศัยในเขตพื้นที่เมืองใหญ่ ได้เปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้เงินสดมาสู่การใช้

กระเป๋าสตางค์ดิจิทัลผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่า 80% เป็นประชากรในเขตเมืองใหญ่ และยิ่งขนาดเมืองมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจมากการใช้เงินสดยิ่งลดลง โดยช่องทางที่ประชากรกลุ่มดังกล่าวจะนิยมใช้คือการชำระผ่าน อีวอลเล็ต และบัตรเครดิต รวมทั้งบริการส่งสินค้าถึงที่บ้าน ทำให้สะดวกสบาย ช่วยประหยัดเวลาซึ่งตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิตของทั้งในพื้นที่เมืองที่ผู้คนอาจไม่มีเวลาในการเดินทางไปร้านค้า หรือแม้แต่ในพื้นที่ชนบทที่อาจอยู่ห่างไกลจากแหล่งสินค้าก็สามารถใช้บริการซื้อสินค้าที่มีบริการจัดส่งเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปของคนเมืองสอดคล้องกับคำอธิบายในบทความเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบของแอปพลิเคชันมือถือต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้ กรณีศึกษาอีวอลเล็ตโดย Shuai Guo An (2014) ได้อธิบายถึงการประกอบสร้างตัวตนและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวจีนอันเป็นผลจากการหลอหลอมของเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนมีตัวเลือกมากขึ้นในการดำรงชีวิตและการเลือกสรรสินค้าเพื่อแสดงออกฐานะทางการเงิน รวมทั้งการแสดงออกทางชนชั้นผ่านการบริโภคมีเพิ่มมากขึ้น การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านแอปพลิเคชันอีวอลเล็ต เป็นผลมาจากลักษณะวิถีชีวิตการบริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรสินค้าที่ตรงกับความต้องการตัวเองมากที่สุด และพฤติกรรมซื้อของออนไลน์เข้ามาเติมเต็มช่วงเวลาว่างของชีวิต ผ่านการใช้งานอีวอลเล็ตที่ทำให้การจับจ่ายกลายเป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิง และพักผ่อนหย่อนใจของชนชั้นกลางในเมืองใหญ่

6.3.2 สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของคนกลุ่มวัยหนุ่มสาว
 มีงานวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงปี 1990 ที่พยายามใช้มุมมองทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในการอธิบายสาเหตุที่การใช้บัตรเครดิตไม่เป็นที่นิยมมากนักในประเทศจีน เป็นผลมาจากค่านิยมในการบริโภคของสังคมจีนที่มักจะให้คุณค่ากับการเก็บสะสมทรัพย์สินสมบัติก่อนการใช้จ่าย ส่งผลให้กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุขึ้นไปที่มีประสบการณ์กับภาวะตกต่ำทางเศรษฐกิจของประเทศในอดีต มองว่าการนำเงินในธนาคารหรือการใช้จ่ายด้วยการยืมเงินมาใช้นั้นเป็นพฤติกรรมที่ไม่รอบคอบและไม่มั่นคงต่ออนาคต (Worthington et al., 2011)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 10 ปีหลัง มีผลงานวิจัยชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมที่เริ่มเปลี่ยนไปในกลุ่มของผู้บริโภควัยหนุ่มสาวและนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เป็นผลผลิตของนโยบายลูกคนเดียว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ความเป็นปัจเจก และเฉพาะตัวบุคคลมากขึ้น คนวัยหนุ่มสาวกลุ่มนี้เริ่มมีมุมมองต่อการใช้จ่ายบัตรเครดิตในทางบวกเพราะรู้สึกว่าเป็นวิธีการชำระเงินที่แสดงถึงรสนิยมและฐานะที่ดีทางการเงิน ซึ่งสะท้อนค่านิยมการบริโภคที่เน้นเชิงวัตถุนิยมมากขึ้น (Wang, 2009) นอกจากนี้ ผลวิจัยพบว่าค่านิยมทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัยหนุ่มสาวได้มีการปรับตัวไปตามยุคสมัย โดยยังคงยึดถือและให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางการเงิน ความสะอาดสบายในชีวิต และปรารถนาในการมีศักยภาพในการดูแลผู้อื่น แม้ว่าทัศนคติภาพรวมที่มีต่อการใช้จ่ายบัตรเครดิตยังคงเป็นแบบอนุรักษ์นิยม แต่เริ่มมีแนวโน้มที่ชี้ว่ามีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากคนรุ่นพ่อแม่ โดยมีลักษณะที่มีการจ่ายมากกว่าการเก็บออม (Diana et al., 2006)



ภาพที่ 1 แสดงโครงสร้างอายุประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ระหว่างเดือนธันวาคม 2015-มิถุนายน 2016

ที่มา: China internet network information center (CNNIC), Statistical Report On Internet Development in China, 38th, 2016. หน้า 19

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลจากกราฟด้านบน พบว่ากลุ่มที่เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นวัยนักเรียนนักศึกษาประมาณ 25% และกลุ่มวัยทำงาน 22% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มวัยอื่น กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเหล่านี้คือกลุ่มผู้บริโภคซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่า 45% ของมูลค่าการบริโภค ซึ่งกลุ่ม “digital natives”

เหล่านี้ถือเป็นกลุ่มที่เกิดและเติบโตมาพร้อมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงมีความพร้อมที่จะเปิดรับความแปลกใหม่ทางเทคโนโลยีอยู่เสมอ พวกเขามีความกล้าที่จะเผชิญความเสี่ยงทางการเงินและกล้าที่จะใช้จ่ายมากกว่าคนรุ่นก่อนๆ

อย่างไรก็ตาม พวกเขามีลักษณะบุคลิกที่มีความเป็นปัจเจกสูง มีรสนิยมส่วนตัว ต้องการความรวดเร็วและรับรู้ข้อมูลทันที ต้องการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ตลาดต้องปรับตัวตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเหล่านี้ ผู้ใช้กลุ่มนี้จึงมีบทบาทสำคัญมากในการขับเคลื่อนตลาดการค้าปลีกและเป็นกลุ่มที่สามารถรับเอาวิธีการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมาเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตประจำวันได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ใช้กลุ่มนี้ไม่ได้ใส่ใจกับประวัติศาสตร์หรือชื่อเสียงของธนาคารแบบดั้งเดิมมากนัก พวกเขาจึงไม่ยึดติดกับวิธีการชำระเงินแบบเดิม ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงมีความคาดหวังต่อประสบการณ์ในการบริโภคค่อนข้างสูง พวกเขาไม่ลังเลที่จะหันมาใช้เครื่องมือดิจิทัลทดแทนการรับบริการจากธนาคารแบบเก่า อันเนื่องมาจากอัตราผลตอบแทนที่มากกว่า ส่งผลให้มีจำนวนลูกค้าวัยรุ่นหนุ่มสาวเงินที่เลือกเปิดบัญชีการเงินครั้งแรกกับผู้ให้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech platform) มากกว่าธนาคารแบบเดิม

เมื่อนำข้อมูลข้างต้นมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิด “special monies” พบว่าความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางสังคมจีนที่มีกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น และพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของวัยหนุ่มสาวมีผลต่อการให้คุณค่าและวิธีการใช้เงินตราที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะเห็นว่าจุดประสงค์ของรูปแบบการใช้เงินลดลงความนิยมลงในกลุ่มผู้ใช้ในเขตเมืองและกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุน้อย การเลือกใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์หรือบัตรเครดิตที่ให้บริการโดยบริษัทเอกชน เป็นพฤติกรรมที่แฝงความหมายถึงรสนิยมและฐานะทางการเงินที่ดีไม่ใช่เพียงแค่ความสะดวกสบายเพียงอย่างเดียว (Zelizer, 1994)

6.4 นัยเชิงวัฒนธรรมกับความสำเร็จของอาลีเพย์ ความแพร่หลายของระบบกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์เกิดจากความเชื่อมั่นทั้ง 2 ประเภทคือ “Hard trust” และ “Soft trust” กล่าวคือเป็นบริการที่มีความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล

ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการเชื่อมั่นในระบบสัญลักษณ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่บรรจบกัน (Singh and Slegers, 1997) อันเป็นผลมาจากการออกแบบระบบบริการที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ใช้ การจัดระดับคะแนนช่วงชั้นของผู้ขาย และการขยายการให้บริการไปยังร้านค้าทั่วไปและต่างประเทศ ดังนี้

6.4.1 ระบบนับแต้มและการสร้างความน่าเชื่อถือบนโลกดิจิทัล

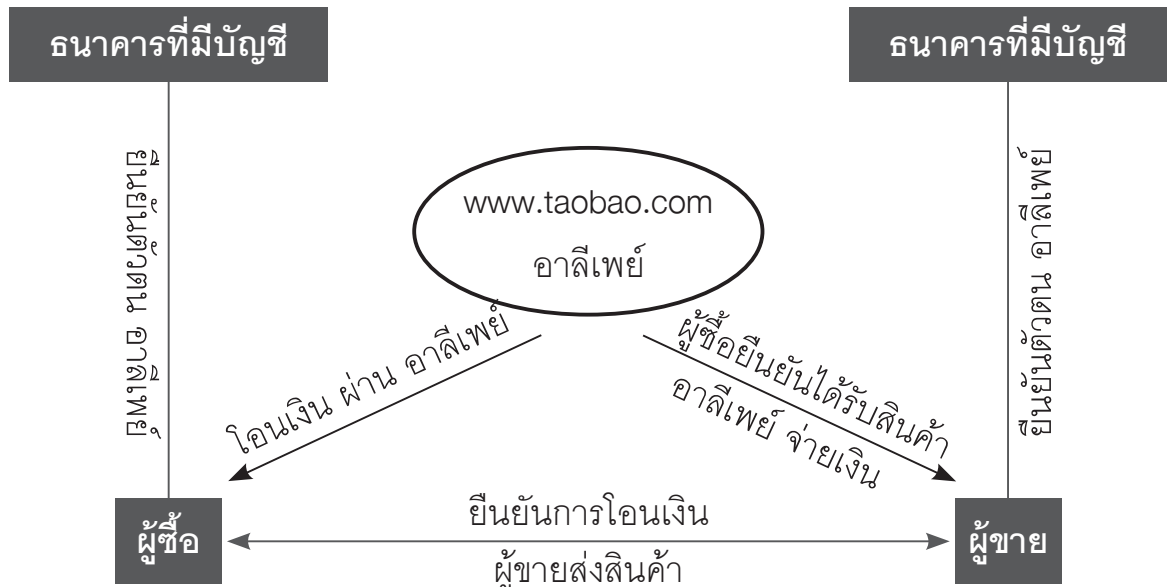
1) **Sesame Credit** เริ่มให้บริการในเดือนมกราคม ปี 2015 โดยการใช้ประโยชน์จาก Big data ที่ได้มาจากช่องทางบริการที่หลากหลายของอาลีบาบาและพันธมิตร รวมทั้งประวัติการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำมาประมวลเป็นระดับความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อและผู้ขาย ด้วยประโยชน์จากข้อมูลจำนวนมหาศาลที่มีอยู่ในระบบนี้ ช่วยให้อาลีบาบาสามารถที่จะประมวลและประเมินผลความน่าเชื่อถือของผู้รับบริการได้อย่างแม่นยำ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการอนุมัติบริการเงินกู้ต่าง ๆ ถือเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาผสานกับบริการทางการเงิน เพื่อแปรรูปกิจกรรมทางการเงินเป็นค่าคะแนน เพื่อบ่งบอกพฤติกรรมผู้ใช้และประเมินความน่าเชื่อถือทางการเงินของบุคคล (Online credit scoring service)

2) **Yu'eBao** เริ่มให้บริการในวันที่ 13 เดือนมิถุนายน ปี 2013 เป็นเครื่องมือการลงทุนทางการเงินที่อยู่ในระบบของอาลีเพย์ ทำหน้าที่นำเงินที่ถูกโอนเข้ามาไปร่วมลงทุนในกองทุนใหญ่โดยอัตโนมัติ ซึ่งสัดส่วนของเงินส่วนใหญ่มักจะถูกนำไปลงทุนพันธบัตรรัฐบาล โดยผู้ใช้อาลีเพย์สามารถลงทุนเพื่อผลกำไรจากอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าธนาคาร ซึ่งในระยะแรกให้ดอกเบี้ยสูงถึงร้อยละ 6.7 และลดลงเหลือประมาณร้อยละ 4 แต่ก็ยังถือว่าน่าดึงดูดใจต่อผู้ลงทุน เนื่องจากไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการลงทุนและให้ดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคาร (Wang, 2015) โดยมีผู้ใช้กว่า 186 ล้านคน และมียอดสินทรัพย์รวมในกองทุน 93 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงปี 2014 และมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนในปี 2016 กองทุนออนไลน์ Yu'e Bao มีลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็น 295 ล้านคน บริหารจัดการเงิน 9.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (DBS, 2016)

6.4.2 อาลีเพย์ ระบบการชำระเงินที่สร้างความเชื่อมั่นระหว่างคู่แลกเปลี่ยน

ความไว้วางใจและความไว้วางใจเป็นคุณลักษณะสำคัญในการแลกเปลี่ยนระหว่างกันในโลกจริงเช่นเดียวกับโลกออนไลน์ การสร้างความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการค้าขายในโลกเสมือน เว็บไซต์เถาเป่ามีการออกแบบระบบและกฎเกณฑ์เพื่อสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือให้ทั้งฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อ เช่น การมีหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งาน ประวัติการซื้อขายครั้งล่าสุด การลงทะเบียนที่ได้แสดงบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนต่อเถาเป่า ระดับความน่าเชื่อถือ (จัดลำดับโดยเถาเป่า) ฯลฯ สำหรับผู้ขายจะต้องมีการแสดงข้อมูล อาทิ ใบรับรองธุรกิจ ที่ตั้งธุรกิจ และประวัติการซื้อขาย ความเห็นของลูกค้า ระยะเวลาการส่งสินค้า เป็นต้น (Dong, 2006)

อาลีเพย์ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากการใช้บริการผ่านระบบดังกล่าว ผู้บริโภคจะได้รับการคุ้มครองเป็นอย่างมาก โดยเมื่อผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าและจ่ายเงินผ่านอาลีเพย์ เงินนั้นจะยังไม่ถูกส่งไปให้แก่ผู้ขายโดยตรง แต่จะถูกเก็บเอาไว้ในระบบและแจ้งเตือนให้ผู้ขายทราบว่าได้มีการจ่ายเงินจากผู้ซื้อแล้ว ผู้ขายจึงจะส่งสินค้าออกไป เมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าและตรวจสอบดูสินค้าเรียบร้อยแล้ว จะทำการยืนยันกลับเข้ามาที่ระบบ อาลีเพย์จึงจะจ่ายเงินออกไปให้แก่ผู้ขาย ขณะเดียวกันก็มีระบบติดตามเพื่อปกป้องผู้ขายเช่นกัน โดยจะมีการตรวจสอบระยะเวลาขนส่งสินค้า สถานะสินค้า เมื่อพบว่าลูกค้าได้รับสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด ระบบจะถือว่าสินค้าถึงมือลูกค้าแล้ว และส่งเงินให้แก่ผู้ขายเช่นกัน (Economist, 2017)



ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการชำระเงินผ่านอาลีเพย์

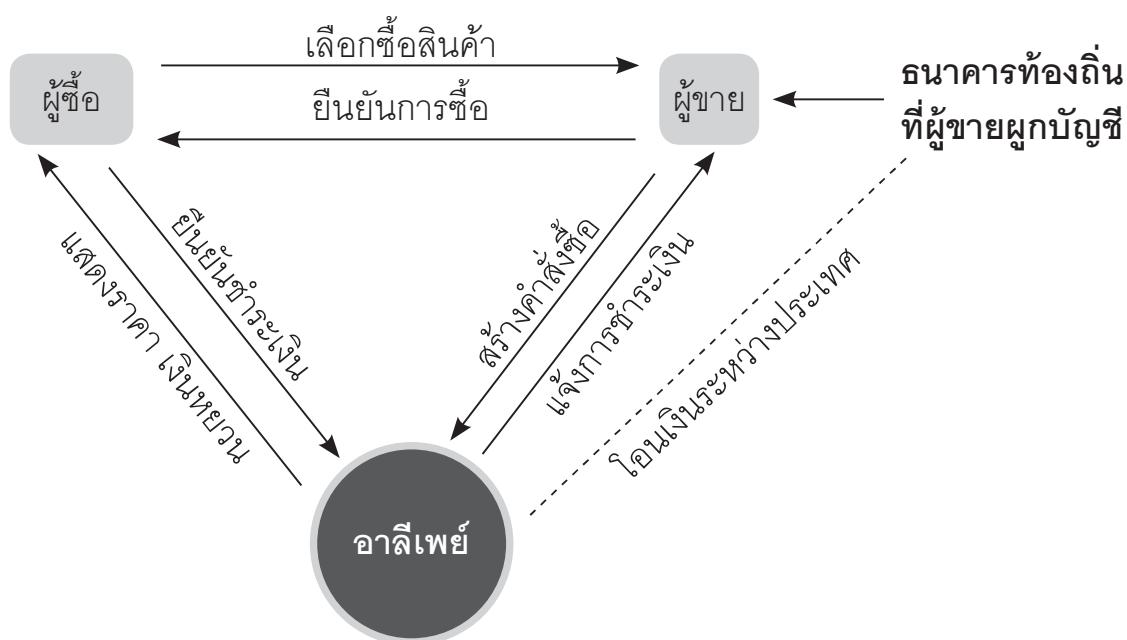
ที่มา: 张艳玲 (Zhang Yanglin, 2014). การปฏิวัติระบบการชำระเงินออนไลน์ของเถาเป่า

6.4.3 อาลีเพย์ ความคุ้นเคยข้ามพรมแดนประเทศ

ตั้งแต่ปี 2015 เราจะเริ่มเห็นการขยายฐานลูกค้าออกมาสู่ประเทศที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มมากขึ้น อาทิ ประเทศในยุโรป เมื่อเดือนพฤศจิกายน ปี 2015 มีจุดรับชำระอาลีเพย์จำนวน 200 แห่ง และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 2,000 แห่ง ในเดือนมีนาคม ปี 2016 กล่าวคือเพิ่มขึ้นจากเดิมกว่า 10 เท่าตัวภายในระยะเวลา 3 เดือน (Li, 2017) ขณะที่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทย อาลีบาบาได้เข้ามาดำเนินธุรกิจและสร้างพันธมิตรกับธนาคารท้องถิ่นเพื่อขยายฐานลูกค้าอาลีเพย์ให้เพิ่มมากขึ้น โดยเข้าซื้อกิจการเว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ ลาซาด้า (LAZADA) และในเวลาไม่นานอาลีเพย์ได้เข้ามาให้บริการในเมืองไทยเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจีน โดยได้ลงนามสัญญาเป็นกับบริษัท พันมิตร อาทิ เซเว่นอีเลฟเว่น บริษัท GHL Thailand บริการชำระเงินในเครือบริษัท GHL Group ของมาเลเซีย ธนาคารกสิกรไทย และเพย์สบาย (TECHSAUCE, 2016)

จะเห็นได้ว่าอาลีเพย์กำลังขยายฐานจำนวนผู้ใช้ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และนักท่องเที่ยวจีนในไทยซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สามารถซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านอาลีเพย์ได้เลยแม้ไม่อยู่ในประเทศตนเอง บริการดังกล่าวได้รับ

ความนิยมสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเนื่องจากคุ้นเคยและสามารถชำระเงินทันที โดยบัญชีที่ถูกผูกเอาไว้ก่อนหน้านี้จะถูกหักตามราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยน อาลีเพย์จะเป็นเสมือนตัวกลางคำนวณราคาเป็นเงินหยวน และผู้ซื้อสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้ทันที ดังตัวอย่างแผนภาพที่จะแสดงการซื้อขายสินค้านอกประเทศ ด้วยสกุลเงินตราต่างประเทศ



ภาพที่ 3 แสดงการชำระเงินระหว่างประเทศผ่านระบบอาลีเพย์

ที่มา: CyberSource.com, 2017

7. สรุปและอภิปรายผล

ประเทศจีนได้เบนเข็มทิศทางการเติบโตทางเศรษฐกิจไปสู่ยุค “New normal” หรือภาวะการเติบโตใหม่ตามข้อเสนอของผู้นำคนปัจจุบัน สี จิ้น ผิง ที่เน้นคุณภาพของการขยายตัวของเศรษฐกิจระยะยาว โดยการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจครั้งใหญ่ ปล่อยให้ภาคการเงินเป็นไปตามกลไกตลาดมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน การคลัง ลดการพึ่งพิงการส่งออก สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง โดยเฉพาะการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการเงิน ส่งผลให้เกิดผู้เล่นหน้าใหม่มากมายที่ไม่จำกัดเฉพาะแค่กลุ่มธนาคารแบบเดิม แรงสนับสนุนจากรัฐที่สอดคล้องกับทิศทางการปฏิวัติทางการเงินของโลก เป็นกำลังส่งให้

ภาคเอกชนในประเทศจีนเร่งพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของตลาด

บริษัทอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่และทรงอิทธิพลอย่างกลุ่มอาลีบาบาได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวงการ Fintech ในประเทศจีน มีบริษัทที่บริหารจัดการดูแลโดยเฉพาะ คือ Ant Financial ทำหน้าที่บริหารจัดการระบบการชำระเงินออนไลน์ อาลีเพย์ และพัฒนาบริการทางการเงินอื่นๆ อันเป็นผลมาจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างละเอียด และสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการและอุดช่องว่างบริการทางการเงินของกลุ่มธนาคารแบบเดิม โดยอาลีเพย์ได้ขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจข้ามอุตสาหกรรมและข้ามพรมแดนประเทศ ด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจที่เข้มแข็งนี้จึงส่งให้อาลีเพย์กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวจีนอย่างขาดไม่ได้

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลอาลีเพย์ในชีวิตประจำวัน และรูปแบบการปฏิสัมพันธ์แบบซึ่งหน้าของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางความแพร่หลายของการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล ประเด็นสำคัญที่สะท้อนผ่านปรากฏการณ์ดังกล่าวคือ การสร้างความเชื่อมั่นด้วยการใช้ความแม่นยำของเทคโนโลยีชำระเงินออนไลน์ในโลกเสมือน เข้ามาแทนที่วิธีการสร้างความเชื่อมั่นแบบการปฏิสัมพันธ์ในโลกจริง กล่าวคือ วิธีการชำระเงินด้วยเงินสดที่เคยเป็นวิธีการแลกเปลี่ยนแบบซึ่งหน้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและขายกำลังถูกแทนที่ด้วยวิธีการชำระเงินแบบที่ผู้ซื้อขายไม่จำเป็นต้องพบปะกันแบบเผชิญหน้าอีกต่อไป

ทั้งนี้ การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในสมัยหนึ่งไม่เป็นที่นิยมเพราะผู้ซื้อขาดความเชื่อมั่น แต่ระบบตัวกลางการชำระเงินที่ปกป้องทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และบริการแชตออนไลน์ระหว่างการซื้อขายของอาลีเพย์ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น กอปรกับความรวดเร็วของการส่งสินค้า ความแม่นยำ และบริการตอบสนองที่ฉับไว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อขายได้รับประสบการณ์ใหม่ที่สามารถสนองตอบต่อความรู้สึกไว้วางใจในการซื้อขายกับคนแปลกหน้าได้มากขึ้น รวมทั้งการเลียนแบบวิธีการสร้างความเชื่อมั่นในโลกจริงที่ผู้ซื้อขายต้องการยืนยันตัวตนบุคคลผ่านการพูดคุย

หรือการมีระบบรวบรวมคะแนนและวิจารณ์สินค้าจากกลุ่มผู้ใช้จริงนี้ จึงเป็นวิธีการที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นได้แทนที่การพูดคุยหรือปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์แบบเดิม สภาวะดิจิทัลทำหน้าที่เพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ขณะเดียวกันก็กำลังลดทอนความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์แบบซึ่งหน้า และการสื่อสารด้วยการสนทนาผ่านวาจา

ขณะที่การขยายบริการชำระเงินแบบออฟไลน์ หรือการซื้อขายในร้านค้าจริง นอกโลกออนไลน์ถือเป็นบริการที่หลุดพ้นไปจากโลกเสมือน ผ่านการสร้างพันธมิตรธุรกิจกับร้านค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยทั้งภายในและต่างประเทศ โดยใช้วิธีการชำระเงินผ่านเครื่องสแกนแทนเงินสด ถึงแม้ว่ารูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายจะยังคงเป็นการพบปะ พูดคุยโดยใช้วาจาเช่นเดิม แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงคือการใช้เทคโนโลยีชำระเงินบาร์โค้ดเพื่อจ่ายเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัล ผู้ซื้อผู้ขายสามารถรับรูดเงินได้ทันที ซึ่งลดความหวาดระแวงการใช้ธนบัตรปลอมที่แพร่หลายในประเทศจีนระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย กระบวนการซื้อขายในลักษณะดังกล่าวสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น โดยสอดคล้องกับบทวิเคราะห์การใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล โดย (Singh and Slegers, 1997) ที่เห็นว่า ความเชื่อมั่นแบบ “Hard trust” จะเกิดจากความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ขณะที่ “Soft trust” เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาจะเกิดขึ้นเมื่อบริการเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน จะเห็นได้ว่าการใช้อัลipay ได้เข้าสู่สภาวะหมดคำถาม นั่นคือผู้ซื้อผู้ขายไม่มีข้อสงสัยหรือข้อกังขาในการใช้บริการของชำระเงินของอาลีเพย์ ซึ่งเป็นการบรรจบกันของ “interpersonal trust” การปฏิสัมพันธ์แบบซึ่งหน้ากับความเชื่อถือในความถูกต้องแม่นยำของระบบชำระเงิน “system trust” จึงส่งผลให้บริการดังกล่าวเป็นที่นิยมแพร่หลายทั่วไป (ผานิตดา, 2560)

ความแพร่หลายของการชำระเงินผ่านอาลีเพย์ในรูปแบบของกระเป๋าเงินดิจิทัล ในโทรศัพท์มือถือของชาวจีนแทนการใช้เงินสด กำลังกลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญของการวิธีการซื้อขายแลกเปลี่ยนในชีวิตประจำวันในประเทศจีน การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภค รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ วิธีการสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันเป็นผลจากเทคโนโลยีการชำระเงินรูปแบบใหม่นี้

มีความเข้มข้นมากในเขตพื้นที่เมืองใหญ่และกลุ่มประชากรวัยรุ่นหนุ่มสาว ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดและมีความคล่องตัวในการใช้เครื่องมือสื่อสาร นอกจากนี้ ด้วยความก้าวหน้าของระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมของภาครัฐ รวมทั้งนโยบายกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรมทางการเงินของภาคเอกชน ส่งผลให้การใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลกำลังขยายวงกว้างออกไปในเขตพื้นที่เมืองอื่นๆ รวมทั้งพื้นที่ชนบททั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

สถานการณ์การขยายตัวของธุรกิจออนไลน์และระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ คือ ตัวอย่างที่สะท้อนความสำเร็จในการผลักดันระบบการเงินของประเทศไปสู่สังคมไร้เงินสด โดยภาครัฐของจีนทำหน้าที่สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน นโยบายและกฎระเบียบต่างๆ เพื่อเอื้อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเติบโตและกำกับดูแลเพื่อให้เกิดความปลอดภัย และเลือกปล่อยให้ภาคเอกชนแข่งขันพัฒนาบริการเทคโนโลยีและคิดค้นนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แนวทางดังกล่าวส่งผลดีต่อโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินแบบเป็นทางการให้เพิ่มสูงขึ้นแก่ประชาชนทั่วไป ขยายโอกาสทางด้านเศรษฐกิจของกิจการรายย่อย และสามารถต่อยอดไปสู่บริการทางสาธารณสุขและสังคมด้านอื่นๆ

ความสำเร็จในความแพร่หลายของการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลของชาวจีนนับตั้งแต่อาลีเพย์เริ่มให้บริการจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 1 ทศวรรษเป็นข้อพิสูจน์ว่าการพัฒนาไปสู่สังคมดิจิทัลเป็นกระบวนการพัฒนาที่ต้องอาศัยองค์ประกอบในหลายมิติ บทบาทของภาครัฐเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จดังกล่าวทั้งในการสนับสนุน บริหาร เชื่อมโยง และกำกับดูแล โดยการทำงานของภาครัฐต้องมีการปรับตัว พัฒนาที่ชัดเจนและต่อเนื่อง การทำงานของรัฐบาลจีนในประเด็นการปฏิรูประบบการเงินแม้จะอยู่ในช่วงระยะเริ่มต้น แต่สะท้อนถึงความพยายามในการปรับตัวโดยไม่ยึดติดกับกฎระเบียบเดิมและมุ่งบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมคือการเป็นสังคมไร้เงินสด

รัฐบาลจีนมีความระมัดระวังในการเข้ามาแทรกแซงในช่วงระยะแรก เนื่องจากต้องการปล่อยให้ตลาดเกิดการแข่งขัน อันจะส่งผลดีต่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ขณะที่บริษัทเอกชนสามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานของรัฐอย่างเต็มที่ มีการพัฒนาบริการตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และนำเอาความเข้าใจในระบบคุณค่าและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผนวกในบริการ การเสนอบริการเพื่ออุดช่องโหว่ของภาครัฐรวมทั้งการลดเงื่อนไขของการเข้าถึงบริการธุรกรรมการเงิน เพื่อเอื้อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการได้ อาทิ การบริการเพื่อแก้ไขปัญหาด้านสาธารณสุข การยกระดับกิจการธุรกิจรายย่อยภายในประเทศ และขยายบริการไปสู่พื้นที่ชนบทห่างไกลซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล

อย่างไรก็ตาม แม้ในภาพรวมนโยบายของรัฐบาลจีนจะให้การสนับสนุนการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีทางการเงินและส่งเสริมการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลให้แพร่หลาย ขณะเดียวกันการออกกฎระเบียบใหม่ในปี 2016 แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลจีนต้องการเข้ามากำกับและควบคุมอย่างเข้มงวดมากขึ้น มีการส่งสัญญาณในการปกป้องกลุ่มธนาคารและบังคับให้มีการระบุตัวตนผ่านเอกสารราชการพร้อมทั้งออกระเบียบเงื่อนไข และกำหนดเพดานการทำธุรกรรมทางการเงินแต่ละครั้งโดยอ้างเหตุผลด้านการฟอกเงิน ความปลอดภัยและหลักฐานในการตรวจสอบย้อนหลัง

ข้อสังเกตสำคัญประการสุดท้ายคือ ปฏิเสธไม่ได้ว่าความสัมพันธ์ของอำนาจรัฐกับการกำหนดค่าเงินในอำนาจแนวคิดแบบเดิมกำลังถูกท้าทายด้วยกลุ่มผู้เล่นหน้าใหม่ในธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน ผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ของคนกับระบบเงินตรา เกิดเป็นระบบความสัมพันธ์ใหม่ในแนวนราบ ที่ปรากฏออกมาในรูปแบบที่หลากหลายของเงินและการก่อตัวของวัฒนธรรมดิจิทัลในการแลกเปลี่ยนซื้อขาย การปรับตัวของอาลีเพย์ในอนาคตจึงต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายอย่างมาก ทั้งในการต่อรองกับอำนาจของรัฐจากธุรกิจที่ขยายวงกว้างของตนเอง การปรับปรุงบริการเพื่อสอดคล้องกับคุณค่าและวัฒนธรรมท้องถิ่นในประเทศอื่นๆ และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรักษาสัดส่วนผู้ใช้บริการในตลาดและต่อสู้กับผู้เล่นหน้าใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

เชิงอรรถท้ายบท

- 1 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพัฒนาการของสังคมดิจิทัลในประเทศจีน: ความแพร่หลายของการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล Alipay ในชีวิตประจำวันของชาวจีน” ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2 อาจารย์ประจำคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 3 เกออร์ก ซิมเมล แปลโดย จามะรี พัทธพงษ์ และวารุณี ภูริสนธิ์. แนวความคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยา ตอน เกออร์ก ซิมเมล ลิวอิส เอ. โคเซอร์. Ebook. 1st ed. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
- 4 เอกสารสรุปประเด็นการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “เทคโนโลยีดิจิทัลกับการเชื่อมโยงถึงกันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: แนววิเคราะห์และวิธีวิจัย” เมื่อวันที่ 6-7 มกราคม 2560 ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หัวข้อการบรรยาย Unfriendly Money? Digital Money, Trust and Sociality among Rural Migrants in China. โดย Tom Mcdonald ในวารสารสังคมวิทยา มานุษยวิทยา ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560)
- 5 หรือ เรียกว่า (Sovereign Wealth Fund China Investment Corp.), China Construction BankCorp, National Social Security Fund
- 6 Ecosystem Strategy กลยุทธ์ดังกล่าวมักนำมาใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบกับระบบนิเวศทางสิ่งแวดล้อม อันมีความหมายว่า สิ่งมีชีวิตในพื้นที่นั้นล้วนมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกัน โดยเมื่อนำมาใช้ในทางธุรกิจ คำว่า Business Ecosystem จึงหมายถึงระบบนิเวศทางธุรกิจหรือบริษัทนั้นๆ ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ เนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความครบถ้วนและมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในตัวธุรกิจ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องออกไปภายนอกระบบนิเวศทางธุรกิจหรือบริษัทเลย

บรรณานุกรม

- ทำความเข้าใจ Ant Financial บริษัทลูก Alibaba ผู้เขย่าโลก Fintech กับมูลค่าสูงสุดของจีน และเตรียมออก IPO ที่ฮ่องกงปีหน้า. 2016. Techsauce. <http://techsauce.co/analysis/ant-financial-plans-to-ipo-in-hongkong-next-year/>, 19 มกราคม 2017.
- เทพสกิจออต, ดอน. 2539. เศรษฐกิจดิจิทัล [Digital Economy] (สงกรานต์ จิตสุทธิภากร, ผู้แปลและเรียบเรียง). (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1994)
- ผานิตดา ไสยรส. 2560. รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาพัฒนาการของสังคมดิจิทัลในประเทศไทย: ความแพร่หลายของการใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล Alipay ในชีวิตประจำวันของชาวจีน. เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พสุ เดชะรินทร์. 2555. *Ecosystem Strategy อีกหนึ่งกลยุทธ์ใหม่ที่น่าจับตามอง*. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ.
- สุริพงษ์ ตันติยานนท์. 27 สิงหาคม 2560. สัมภาษณ์โดย มติชนออนไลน์. เข้าถึงได้จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_644084
- Barton, D., Yougang Chen and Amy Jin. 2013. "Mapping China's Middle Class," *Mckinsey Quarterly* 3: 54-60. <http://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/mapping-chinas-middle-class>, 15 January 2017.
- Cadell, Cate. 2015. Alibaba Affiliate's 'Future Hospitals' Can Access Chinese Medical Data. *Technode*. <http://technode.com/2015/04/24/alibaba-affiliates-future-hospitals-can-access-chinese-medical-data/>, 8 February 2017.
- Cendrowski, Scott. 2016. Ant Financial Is Part Of The Chinese Government's Big Venture Capital Bets. *Fortune.Co*. <http://fortune.com/2016/04/27/ant-financial/>, 8 January 2017.
- Cheng Lu Wang. 2009. "Little Emperors: The Future of China's Consumer Market," *Young Consumers* 10(2): 95-97.

- China internet network information center (CNNIC). 2016. Statistical Report On Internet Development in China, 38th China Internet Network Information Center. CNNIC. <http://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/201611/P020161114573409551742.pdf>, 7 March 2017.
- Cybersource. 2017. Alipay Digital Wallet, 1st ed, https://www.cybersource.com/content/dam/cybersource/อาลีเพย์_Partner_DS.pdf, 15 February 2017.
- DBS. 2016. THE RISE OF FINTECH IN CHINA: Redefining Financial Services. Asian Insights Office DBS Group Research. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-fintech-in-china/\\$FILE/ey-the-rise-of-fintech-in-china.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-fintech-in-china/$FILE/ey-the-rise-of-fintech-in-china.pdf), 8 January 2017.
- Diana, Farrell, Gersch, Ulrich A., and Stephenson, Elizabeth. 2006. The Value Of China’S Emerging Middle Class. Mckinsey & Company. <http://www.mckinsey.com/global-themes/china/the-value-of-emerging-middle-class-in-china>, 19 January 2017.
- Dodd, Nigel. 2014. *The Social Life of Money*. 1st ed. Oxford Shire: Princeton University Press.
- Dodd, N. 2015. Social Theory and the Sociological Imagination [In person]. London School of Economic and Political Science. <http://blogs.lse.ac.uk/researchingsociology/2015/12/08/social-theory-and-the-sociological-imagination-an-interview-with-nigel-dodd-2-of-2/>
- Economist. 2017. Credit in China: Just Spend. Economist.Com. <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21710292-chinas-consumer-credit-rating-culture-evolving-fastand-unconventionally-just>, 7 March 2017.
- Hendrichs, Matthias. 2015. Tech in Asia-Connecting Asia’s Startup Ecosystem. Techinasia.Com. <https://www.techinasia.com/talk/online-payment-provider-อาลีเพย์-chinese-equivalent-paypal>, 15 January 2017.
- Junhua Zhang and Martin, Woesler. 2004. *China’s Digital Dream*. Google Books, 9 January 2017.

- Li Dong. 2013. Alipay's Yu'e Bao Boosts Business. English.Cri.Cn. <http://english.cri.cn/6826/2013/07/22/2701s777267.htm>, 3 January 2017.
- McDonald, Tom. 2016. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.
- Melanie Lee. 2014. China Hospitals Adopting Alipay Mobile Tech To Improve Efficiency. Alizila – News About Alibaba Group, Taobao. Alibaba.Com and China E-Commerce. <http://www2.alizila.com/china-hospitals-adopting-อาลีเพย์-mobile-tech-improve-efficiency>, 19 January 2017.
- Rongbing Liu. 2015. *The Role Of Alipay In China* Master degree, Radboud University Nijmegen. http://www.ru.nl/publish/pages/769526/z01_rongbing_liu.pdf, 6 February 2016.
- Singh, Supriya and Slegers, Claudia. 1997. *Trust and electronic money*. Melbourne, Vic: Centre for International Research on Communication and Information Technologies, CIRCIT.
- Tao Li. 2017. Alipay Expands Its Payment Service To 2,000 European Businesses. South China Morning Post. <http://www.scmp.com/business/companies/article/2076700/อาลีเพย์-expands-its-mobile-app-payment-network-europe-2000-points>, 8 March 2017.
- Wang Wei Wei. 2015. China's Internet Economy Becomes One Growth Engine. English.Cri.Cn. <http://english.cri.cn/12394/2015/02/10/3921s865816.htm>, 8 January 2017.
- Worthington, Steve, Thompson, Frauke Mattison, and Stewart, David B. 2011. "Credit Cards In A Chinese Cultural Context—The Young, Affluent Chinese As Early Adopters," *Journal of Retailing and Consumer Services* 18(6): 534-541.
- Zelizer, Viviana A. Rotman. 1994. *Social Meaning Of Money*. 1st ed. New York: Basic Books.

ภาษาจีน

- 中华人民共和国国民经济和社会发展 第十三个五年规划纲要.
(NDRC). 2016. pp 12-14. <http://www.ndrc.gov.cn/fzgggz/fzgh/ghwb/gjjh/201605/P020160516532684519514.pdf>. 8 January 2017. (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13)
- 董仁涛 (Dong Ren Tao) (四川大学公共管理学院). 2006. 支付宝：从淘宝网雷电子商务支付方式”，《商场现代化》 January, no. 455: 33. (งานวิจัยอาลีเพย์: ศึกษากระบวนการชำระเงินของระบบ e-commerce เกาเป่า)
- 帅国安 (Shuai Guo An). 2014. 浅析手机APP对用户生活方式的影响——以手机支付宝为例. 《艺术科技》 December. <http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-YSKK201412248.htm> (การวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้มือถือต่อไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้ กรณีศึกษา อาลีเพย์)
- 张艳玲 (Zhang Yanglin). 2014. 消费上演“支付革命”——中国消费支付方式变迁_2014全国两会_中国网. News.China.Com.Cn. http://news.china.com.cn/txt/2014-03/03/content_31653928_3.htm, 12 February 2017. (งานวิจัยการปฏิวัติระบบการชำระเงินออนไลน์ของเกาเป่า ปี 2014)