

การประเมินความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรม
บัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Assessing the Willingness to Pay Additional Money for Purchasing Online
Accounting Program Packages of Entrepreneurs in Bangkok
and Surrounding Areas

จักรพงษ์ สังข์ขาว^{1*} และ ธนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย²

Chakkaphong Sangkao^{1*}, and Thanomsak Sueanno²

** Corresponding Author*

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: Chakkaphong.san@rmutr.ac.th¹, thanomsak.suw@rmutr.ac.th²

Received May 14, 2024; Revised June 27, 2024; Accepted July 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ และ 2) ประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มดังกล่าว ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรอบแนวคิดประยุกต์จากทฤษฎีอุปสงค์และอุปทาน อรรถประโยชน์สูงสุด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และความเต็มใจจ่าย การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ 448 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองเพนัลโลจิสติก ผลการวิจัยพบว่า ความเต็มใจจ่ายเริ่มต้นเฉลี่ยอยู่ที่ 2,903 บาท โดยผู้ประกอบการเต็มใจจ่ายเพิ่มสูงสุดสำหรับจำนวนสิทธิ์ผู้ใช้งาน 10 Users ราคา 2,114 บาท (72.82%) พื้นที่ไฟล์แนบ 5 GB ราคา 951 บาท (32.76%) บันทึกลินค้ายัดโนมัติ ราคา 549 บาท (18.91%) ผลการศึกษาสะท้อนความสำคัญของการกำหนดราคาโปรแกรมบัญชีออนไลน์ต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาที่เหมาะสมและยืดหยุ่น รวมถึงการนำเสนอคุณสมบัติจำเป็นอย่างการบันทึกลินค้ายัดโนมัติ นอกจากนี้ ภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์ให้แพร่หลายมากขึ้น

คำสำคัญ: ราคา; สิทธิ์การใช้งาน; พื้นที่ไฟล์แนบ; บันทึกลินค้ายัดโนมัติ; ความเต็มใจจ่าย; โปรแกรมบัญชี

Abstract

This research aims to 1) identify factors influencing entrepreneurs' willingness to pay for additional features in online accounting software packages and 2) assess the value of this additional willingness to pay among entrepreneurs in Bangkok and its vicinity. The conceptual framework applies theories of supply and demand, utility maximization, rational decision-making, and willingness to pay. This quantitative research employed questionnaires to collect data from 448 entrepreneurs using stratified random sampling and analyzed the data using a panel logit model. The results show that the average initial willingness to pay is 2,903 baht. Entrepreneurs are willing to pay the highest additional amounts for 10 user licenses at 2,114 baht (72.82%), 5 GB of file storage at 951 baht (32.76%), and automatic inventory recording at 549 baht (18.91%). These findings reflect the importance of pricing strategies for online accounting software in entrepreneurs' decision-making processes. The results can be applied to develop appropriate and flexible pricing strategies and to offer essential features such as automatic inventory recording. Additionally, the government should participate in formulating policies to promote the wider adoption of online accounting software among entrepreneurs.

Keywords: price; user rights; attachment storage capacity; automatic product recording; willingness to pay; accounting software

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนทำให้ธุรกิจต่าง ๆ เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Taylor, 2015) ก่อให้เกิดธุรกิจการให้บริการรูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบ เช่น การให้บริการด้านการแพทย์แบบระยะไกล (Telemedicine) การให้บริการธุรกิจด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (TravelTech) การให้บริการด้านการศึกษาออนไลน์ (EdTech) การให้บริการด้านการเงินและการเงินดิจิทัล (FinTech) เป็นต้น (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, and Ministry of Digital Economy and Society, 2022) ซึ่งการให้บริการด้านการเงินและการเงินดิจิทัลได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ประกอบการปัจจุบัน เนื่องจากมีระบบการให้บริการทางบัญชีและการเงินที่ทันสมัยและตอบโจทย์ผู้ใช้งาน โดยเฉพาะโปรแกรมบัญชีออนไลน์เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการทำบัญชีพร้อมทั้งจัดการด้านการเงินของธุรกิจที่มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย (Maruschak, 2021) นอกจากนี้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ (Valerie, Abolade & Rowland, 2019) และทั้งนี้ยังรวมไปถึง

สถานประกอบการและสำนักงานบัญชีเพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการและรักษาสวนแบ่งทางการตลาดในภาคธุรกิจบริการ เนื่องมาจากผู้ประกอบการมีปัญหาเนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นตามวิกฤตเศรษฐกิจผู้ประกอบการในแต่ละประเภทธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจพร้อมให้ความสำคัญ โดยการติดตามผลประกอบการอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (Atinun et al., 2021)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้รายงานสถานการณ์การจัดตั้งธุรกิจใหม่ทั่วประเทศไทย พบว่าปัจจุบันมีธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่ทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 905,544 ราย แบ่งเป็น บริษัทจำกัด 703,449 ราย ห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 200,644 ราย และบริษัทมหาชนจำกัด 1,451 ราย (Bangkokbiz New, 2024) โดยในปี พ.ศ.2566 กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้นมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นมากที่สุด จำนวน 25,120 ราย (ร้อยละ 29) จากจำนวนทั้งสิ้น 85,300 ราย ทั้งนี้ 5 ธุรกิจที่น่าสนใจและมีการอัตราการเติบโตของการจัดตั้งสูงสุด ได้แก่ 1. ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 2. ธุรกิจพับบาร์สถานบันเทิง 3. ธุรกิจขนมอบและเบเกอรี่ 4. ธุรกิจเกม ของเล่น รวมถึงโมเดลสะสม และ 5. ธุรกิจจัดหางาน (Department of Business Development, 2024) จากการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการนั้นทำให้การแข่งขันในภาคธุรกิจต่าง ๆ มีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านการเงินและด้านบัญชี เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึงอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นผลกำไร เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดความเสี่ยงทางธุรกิจ (Kaeoon, 2022)

โปรแกรมบัญชีออนไลน์เป็นที่ยอมรับกันในหมู่ผู้ประกอบการ เพราะโปรแกรมบัญชีออนไลน์เป็นโปรแกรมบัญชีที่ให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงโปรแกรมบัญชีได้จากทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ (Utami & Yulianto, 2019) อีกทั้งโปรแกรมบัญชีออนไลน์มีข้อดีหลายประการ ได้แก่ มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และมีประสิทธิภาพสูง ทำให้งานด้านบัญชีมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองนโยบายรัฐบาลด้านภาษีอากรได้ทันตามเวลาที่กฎหมายกำหนด (Muhrtala & Ogundej, 2014) โดยการศึกษาของ Anisur and Islam (2021) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อโปรแกรมบัญชีออนไลน์ คือ คุณสมบัติ (Spec) และชุดของการทำงาน (Function) ส่วนการศึกษาของ Zotorvie (2017) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทมีความต้องการชุดของการทำงานเฉพาะที่แตกต่างกันและการทำงานที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนก่อนตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมบัญชีออนไลน์ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจต้องการชุดของการทำงานที่ช่วยในการติดตามยอดขายพร้อมทั้งสต็อกสินค้า อีกทั้งยังต้องการระบบช่วยในการออกใบแจ้งหนี้และจัดการลูกค้าสัมพันธ์ นอกจากนี้ Turner, Weickgenannt and Copeland (2020) ยังได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทมีความต้องการ

ชุดของการทำงานที่แตกต่างกันไป ด้วยประสบการณ์การใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์ และความพึงพอใจต่อโปรแกรมบัญชีออนไลน์ มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับค่าโปรแกรมบัญชีออนไลน์

อย่างไรก็ตาม การวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับมูลค่าของราคาที่ผู้ประกอบการเต็มใจจ่ายสำหรับการซื้อโปรแกรมบัญชีออนไลน์มีจำนวนน้อยในต่างประเทศ แต่ไม่มีในประเทศไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาจากงานวิจัยของ Ghaleb (2019) ที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหาความเต็มใจจ่ายเงินสำหรับการใช้บริการตรวจสอบบัญชีนั้นไม่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า แต่เกี่ยวข้องกับบรรดประโยชน์ต่าง ๆ โดยตรง ในขณะที่ Apiwatpaisan (2017) พบว่า ปัจจัยด้านชุดการทำงานและความสามารถของซอฟต์แวร์ ปัจจัยด้านผู้ขาย และปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงช่องว่างและความสำคัญในการศึกษาความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อประเมินความเต็มใจจ่ายของผู้ประกอบการและมีความยินดีที่จะจ่ายส่วนเพิ่มในการซื้อโปรแกรมบัญชีออนไลน์ตามคุณสมบัติและชุดของการทำงาน โดยผลที่ได้รับจากการวิจัยนี้จะสามารถช่วยให้ผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการกำหนดราคาค่าบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีอุปสงค์และอุปทาน (Demand and Supply Theory)

ทฤษฎีอุปสงค์และอุปทานเป็นหลักการพื้นฐานสำคัญในเศรษฐศาสตร์ที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าหรือบริการกับปริมาณความต้องการซื้อและปริมาณความต้องการขายของผู้ผลิตและผู้บริโภค (Lillo, Mike & Farmer, 2005) หลักการสำคัญ ประกอบด้วย ปริมาณความ

ต้องการซื้อยอมแปรผันผกผันกับราคา หมายถึง เมื่อราคาของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคจะลดลง และในทางกลับกัน เมื่อราคาลดลง ปริมาณความต้องการซื้อจะเพิ่มขึ้น (Feng & Shanthikumar, 2018) และปริมาณความต้องการขายแปรผันตรงกับราคา หมายถึง เมื่อราคาของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการขายของผู้ผลิตจะเพิ่มขึ้น และในทางกลับกัน เมื่อราคาลดลง ปริมาณความต้องการขายจะลดลง (Becker, 2017) สอดคล้องกับ Marshall.,(1890) ได้ให้คำจำกัดความของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการในช่วงเวลาที่กำหนด ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าและบริการชนิดนั้นว่าจะต้องประกอบด้วย ความปรารถนาที่จะซื้อ หรือความเต็มใจที่จะซื้อควบคู่ไปกับความสามารถในการซื้อหรืออำนาจซื้อเพื่อตอบสนองต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภค เมื่อราคาสินค้าหรือบริการเปลี่ยนแปลง ย่อมส่งผลกระทบท่อรายได้ที่แท้จริง

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

กฎของอุปสงค์ หมายถึง กฎที่ว่าด้วยระบบความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้ากับปริมาณความต้องการซื้อสินค้านั้น ซึ่งราคาและปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจะลดลง และในทางตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้าหรือบริการลดลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจะเพิ่มสูงขึ้น (Hildenbrand, 1983) โดย Quah (1997) ได้อธิบายถึงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้น ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยความปรารถนาอยากซื้อหรือความเต็มใจอยากซื้อ ความสามารถที่จะซื้อหรืออำนาจซื้อ เพื่อตอบสนองความพอใจ ราคาสินค้าหรือบริการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลทางรายได้ เพราะราคาสินค้าจะสูงขึ้นแต่รายได้ที่แท้จริงลดลง และเมื่อราคาสินค้าสูงมากขึ้นผู้บริโภคจะหาสินค้าอื่นเข้ามาทดแทน ทำให้ปริมาณการซื้อลดลงและผู้บริโภคจะเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อเพื่อเลือกสรรประโยชน์ที่ตนเองพอใจและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง ในขณะที่ Sepulveda (2020) กล่าวว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจะพิจารณาจากราคาก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเลือกจากอรรถประโยชน์สูงสุดและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

แนวคิดความเต็มใจจ่าย (Willingness to pay : WTP)

แนวคิดความเต็มใจจ่าย หมายถึง ผู้บริโภคสินค้ามีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการด้วยความเต็มใจจ่ายจะขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น (Breidert, 2007) โดยเมื่อผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการขึ้นมาอย่างแท้จริงและมีความต้องการในสินค้าหรือ บริการมากจนถึงขั้นยอมสละเงินหรือทรัพย์สินของตนเองเพื่อเอาสินค้าและบริการนั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนแล้วแสดงว่าผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ (Neumann, Cohen & Weinstein, 2014) สอดคล้องกับ แนวคิดของ Zulfakar, Jie and Chan (2012) ที่พบว่า ราคาที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายนั้นขึ้นอยู่กับความตระหนักรู้ในคุณค่าของสินค้าและ

บริการ ที่ได้รับซึ่งแต่ละบุคคลมีเหตุผลแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าคุณลักษณะใดทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ การวัดความเต็มใจจ่ายนั้นสามารถวัดได้ในรูปแบบปริมาณของจำนวนเงินที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งการวัดรูปแบบนี้มีความเที่ยงตรงกว่าการวัดแบบอัตนัยหรือความคิดเห็น (Breidert, Hahsler & Reutterer, 2006)

ดังนั้น การนำแนวคิดความเต็มใจจ่ายมาเชื่อมโยงเกี่ยวกับโปรแกรมบัญชีออนไลน์จะหมายถึงการแสดงออกถึงความยินดีที่ผู้ประกอบการจะจ่ายเงินอย่างเต็มใจด้วยการประเมินเป็นจำนวนเงิน (หน่วยเป็นบาท) ทั้งนี้ราคาที่ผู้ประกอบการยินดีจะจ่ายขึ้นอยู่กับประเมินมูลค่าของโปรแกรมบัญชีบัญชีออนไลน์ตามคุณสมบัติกับชุดการทำงานของโปรแกรมบัญชี

การพัฒนากรอบแนวคิดและสมมติฐาน

การเลือกโปรแกรมบัญชีออนไลน์นั้นส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณสมบัติ (Spec) กับชุดการทำงาน (Function) เพื่อที่จะได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดและเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ดังนั้นการนำกฎของอุปสงค์มาศึกษากับความเต็มใจจ่ายเพื่อให้ได้รับโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่สามารถใช้งานได้ตามความเหมาะสมจะต้องพิจารณาจากอรรถประโยชน์และทางเลือกอย่างมีเหตุผลต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ระดับความพึงพอใจหรือคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง สามารถวัดค่าออกมาเป็นหน่วยตัวเลขได้ (Utility) ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น (Quiggin, 2012) ในขณะที่ทางเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice) หมายถึง มนุษย์จะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง ด้วยการพิจารณาจากผลประโยชน์และต้นทุนของทางเลือกนั้นรวมไปถึงความสามารถในการประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่อย่างรอบคอบ เพื่อเลือกทางเลือกที่คาดว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากที่สุด ก่อนตัดสินใจเลือกทางเลือก (Liebe, 2020) ดังนั้น การตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาจากอรรถประโยชน์และทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดในการทำงาน โดยจะพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Ahmad & Al-Shbiel (2019)

ดังนั้น กฎของอุปสงค์เป็นการอ้างถึงปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคเต็มใจและสามารถซื้อได้ใน แต่ละราคาของผู้ขายสินค้าหรือบริการกำหนดมาให้ ความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความต้องการในขณะนั้น ในมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคสามารถแยกความแตกต่าง ระหว่างความจำเป็นและความต้องการออกมาได้ Demand ใช้เปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันจากผู้ขายต่างกันและเปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันในช่วงเวลาต่างกัน โดยสินค้าทั่วไปมันสร้างมาตรฐานให้กับหน่วย (Standardize Unit) ซึ่งเป็นหน่วยวัดมาตรฐานที่ใช้สำหรับวัดปริมาณของสินค้าหรือบริการโดยมี Standard price per unit ของแต่ละสินค้าหรือราคาต่อหน่วยมาตรฐานหรือราคาเฉลี่ยของสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันต่อหน่วยวัดมาตรฐาน แต่ Law of Demand ในบริบทของโปรแกรมบัญชี (Accounting Program) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพแตกต่าง

กัน(Heterogeneity Quality) ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันที่หน่วยวัดมาตรฐาน (Standardize Unit) ตามคุณลักษณะ (Hedonic Pricing) ของสเปกกับฟังก์ชันของโปรแกรมบัญชีที่ผู้เลือกใช้อย่างได้ตามความเหมาะสม ที่สำคัญในการกำหนดราคาของโปรแกรมบัญชี (Accounting Program) (Prapasawat, 2020) ประกอบด้วย

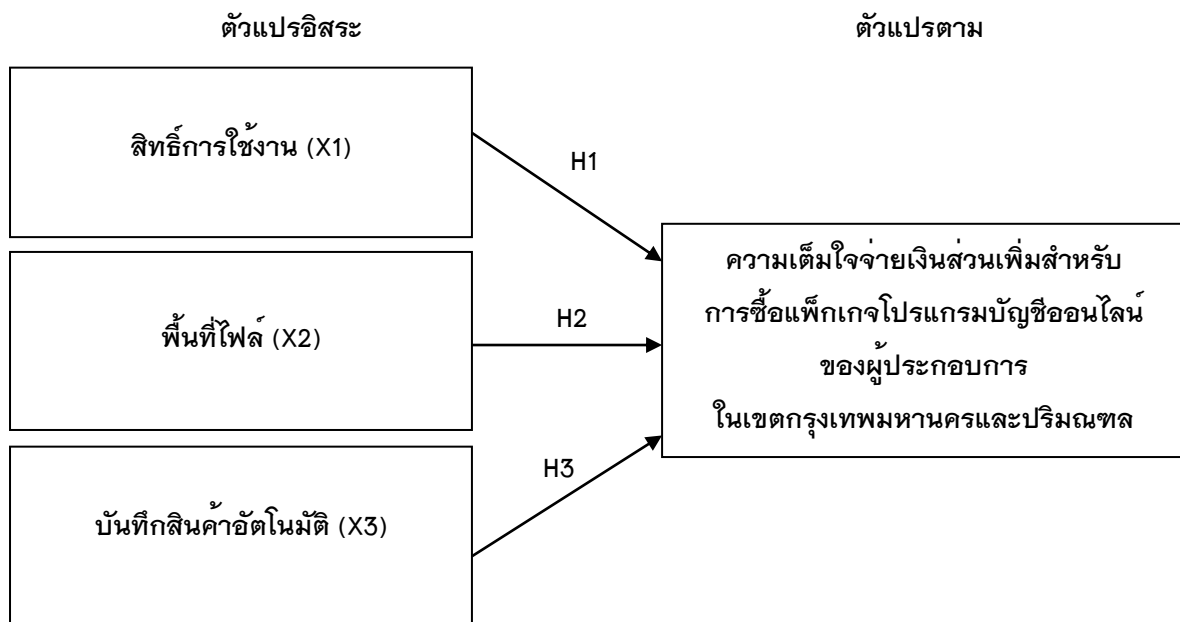
1. สิทธิการใช้งาน หรือจำนวนผู้ใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์ คือ สิทธิในการเข้าถึงและใช้งานโปรแกรมบัญชี ซึ่งกำหนดโดยผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชี โดยสิทธิการใช้งานมักถูกแบ่งออกเป็นระดับตามจำนวนผู้ใช้งานและประเภทการใช้งาน ด้วยการกำหนดสิทธิในการเข้าถึงและใช้งานโปรแกรมบัญชีให้แก่ผู้ใช้งานแต่ละบุคคล โดยกำหนดว่าผู้ใช้งานบุคคลนั้นสามารถทำอะไรได้บ้างในโปรแกรมบัญชี เช่น สามารถดูข้อมูลได้เท่านั้น สามารถแก้ไขข้อมูลได้ สามารถเพิ่มข้อมูลได้ สามารถลบข้อมูลได้

2. พื้นที่ไฟล์แนบ คือ ปริมาณพื้นที่จัดเก็บไฟล์แนบสำหรับเอกสารเกี่ยวข้องกับการทำบัญชี ประกอบด้วย ใบแจ้งหนี้ ใบกำกับภาษี เอกสารประกอบการลงบัญชี ข้อมูลด้านบัญชี ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี เอกสารสัญญา และบันทึกข้อตกลง โดยพื้นที่ไฟล์มักถูกกำหนดเป็นหน่วย GB (กิกะไบต์) โดยผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีจะกำหนดพื้นที่ไฟล์ไว้ตามระดับของโปรแกรมบัญชี การมีพื้นที่ไฟล์เพียงพอจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเก็บรักษาเอกสารได้อย่างครบถ้วนและปลอดภัย

3. บันทึกสินค้าอัตโนมัติ ในระบบช่วยบริหารสต็อกในโปรแกรมบัญชีออนไลน์ คือ ฟีเจอร์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถบันทึกข้อมูลสต็อกสินค้าและวัตถุดิบได้แบบอัตโนมัติ โดยระบบจะทำการบันทึกข้อมูลสต็อกสินค้าและวัตถุดิบตามรายการสั่งซื้อใบส่งของและใบเบิกสินค้า สามารถบันทึกข้อมูลสต็อกสินค้าและวัตถุดิบได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง โดยที่ไม่ต้องป้อนข้อมูลซ้ำซ้อนด้วยตนเองซึ่งช่วยลดภาระงานของพนักงานบัญชีและเพิ่มความแม่นยำของข้อมูลสต็อกสินค้าและวัตถุดิบ

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากอัตราประโยชน์สูงสุดด้วยทางเลือกที่ดีที่สุด ทำให้เห็นว่าความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับคุณสมบัติและชุดการทำงาน ทำให้ส่วนที่จ่ายเพิ่มของผู้ประกอบการคือความแตกต่างระหว่างความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้ประกอบการกับจำนวนเงินที่ผู้ประกอบการจ่ายจริงสำหรับปริมาณที่กำหนดหรือผลประโยชน์ทั้งหมดลบด้วยต้นทุนในการซื้อโปรแกรมบัญชีตามคุณสมบัติและชุดการทำงานทั้งหมด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

H1: โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีลิขสิทธิ์การใช้งานส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H2: โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีพื้นที่ไฟล์แนบส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H3: โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีบันทึกสินค้าอัตโนมัติส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 ถึง เมษายน 2567 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองเพนัลโลจิก โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะทำการศึกษาคือ ได้แก่ ผู้ประกอบการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เคยใช้บริการสำนักงานบัญชี ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัด

นนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดนครปฐม จำนวน 25,120 ราย (Department of Business Development, 2024) ประกอบด้วยธุรกิจ 3 ประเภทดังนี้ ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจการค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ใช้วิธีการคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) ที่เป็นสูตรการคำนวณในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 394 คน แต่เพื่อสำรองความคลาดเคลื่อนในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเพิ่มอัตราการตอบกลับที่ร้อยละ 20 ได้จำนวนทั้งสิ้น 473 ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า แบบสอบถามที่ตอบกลับมามีจำนวน 448 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 95 ซึ่งถือว่ายอมรับได้อยู่ในเกณฑ์ดี (Sombattthira & Thavornpitak, 2015) โดยผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มด้วยการแบ่งกลุ่มละเท่ากันโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย มีขั้นตอนการสุ่มโดยมาจากธุรกิจ 3 ประเภทประกอบด้วย ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจการค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง ด้วยเลือกกลุ่มทุนจดทะเบียนเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ และกลุ่มประเภทธุรกิจ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีองค์ประกอบจากผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมเลือกซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์

สรุป ธุรกิจทั้งสามประเภทนี้ ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง แม้ว่าจะมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ทุกธุรกิจจำเป็นต้องจัดทำบัญชีเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) และผลกำไรจากการประกอบการ (Operating Profit) นอกจากนี้ ธุรกิจเหล่านี้ยังมีหน้าที่ในการยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษี (Tax Filing) ให้แก่กรมสรรพากร (Revenue Department) และนำเสนอการเงิน (Financial Statements) ให้แก่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ข้อมูลผลการดำเนินงานทางการเงินที่ได้จากการทำบัญชี และรายงานทางการเงิน ยังสามารถนำมาใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) และการตัดสินใจทางธุรกิจเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้การสำรวจด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยออกแบบคำถามด้วยการใช้สถานการณ์สมมติจากการตั้งคำถามปลายปิดแบบ Double Bounded Logit Model ใช้การเสนอราคา 2 ครั้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ โดยแบบสอบถามแบ่ง ออกเป็น 4 ส่วน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลพฤติกรรมการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ (3) การประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มในการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ และ (4) ข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ในส่วนที่ 3 ผู้วิจัยได้กำหนดสถานการณ์จำลองไว้ทั้งหมด 8 กรณี และใช้การตั้งคำถาม ลักษณะปลายปิดสองชั้น ภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ณ ระดับราคาตั้งต้น (Initial Bid Price) หากผู้ตอบ แบบสอบถามตอบว่า “ซื้อ” คำถามต่อไปจะเพิ่มจำนวนเงินขึ้นตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกว่าจะซื้อหรือไม่ และหากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า “ไม่ซื้อ” คำถามต่อไปจะลดจำนวน เงินลงตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกว่าจะซื้อหรือไม่ ซึ่งในแต่ละกรณีมีการกำหนด จำนวนเงินที่เสนอครั้งแรก (Initial Bid) และครั้งที่สอง (Second Bid)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ประกอบไปด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 จากนั้นแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.823–0.914 ซึ่งมากกว่า 0.7 ดังนั้น จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Vanichbuncha & Vanichbuncha, 2015)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การคำนวณมูลค่าความเต็มใจจ่ายดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง Panel Random Effects Logit จากวิธีการ Double Bound ที่ให้เลือกราคา 2 ครั้งภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ณ ราคาตั้งต้น (Initial Bid Price) หรือไม่ – หากผู้ตอบแบบสอบถามเลือก “ซื้อ” คำถามต่อไปจะเพิ่มราคาขึ้นเท่าตัว เพื่อให้เลือกว่าจะซื้อหรือไม่ – หากผู้ตอบแบบสอบถามเลือก “ไม่ซื้อ” คำถามต่อไปจะลดราคาลงครึ่งหนึ่ง เพื่อให้เลือกว่าจะซื้อหรือไม่ ดังนั้นในแต่ละสถานการณ์จะมีราคาในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยกำหนดเป็น 3 ระดับราคาสถานการณ์ที่เป็นไปได้สำหรับการประเมินความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ในการซื้อโปรแกรมบัญชีออนไลน์ตามคุณสมบัติกับชุดการทำงาน ซึ่งหากผนวกกับราคาให้เลือกสองครั้ง จะทำให้สถานการณ์ในการวิเคราะห์เป็น $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 16$ สถานการณ์ (Scenario) แบบจำลอง Panel Random Effects Logit ที่ใช้ในการวิเคราะห์สามารถแสดงได้จากการกำหนดให้ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็น Random Utility Function ซึ่งสามารถแสดงได้ ดังนี้

$$U_{is} = \beta_0 + \gamma price_{is} + \sum_{k=1}^K B_k D_{kis} + \sum_{j=1}^J \alpha_j X_{jis} + a_i + \varepsilon_{is}$$

และการตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นตัวแปรตาม $Y=1$ ในกรณีที่ซื้อ และเท่ากับ 0 กรณีที่ไม่ซื้อ และฟังก์ชันความ เป็นไปได้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อ มีลักษณะเป็น Logistic Function

$$P_{is} = \Pr(y = 1 / D_{kis}, X_{jis}) = \frac{1}{1 + e^{-U_{is}}}$$

โดยที่ $price_{is}$	คือ ราคาของผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ i กรณีที่ s
D_{kis}	คือ ตัวแปรหุ่นของปัจจัยที่ k ของผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ i กรณีที่ s
X_{jis}	คือ ตัวแปรควบคุมที่ j ของผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ i กรณีที่ s

α_i	คือ Random Effects ของผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ i
ε_{is}	คือ Random Error ของผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ i กรณีที่ s

การคำนวณความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay: WTP) ของแต่ละปัจจัยสามารถคำนวณได้จาก

$$WTP_k = \frac{\partial price}{\partial D_k} = \frac{\partial U}{\partial D_k} \div \frac{\partial U}{\partial price} = \frac{\beta_k}{\gamma}$$

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตามทุนจดทะเบียนของผู้ประกอบการ และกลุ่มรายได้ของธุรกิจ คือ รายรับบริษัทเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

ทุนจดทะเบียน	ประเภทธุรกิจ			รวม
	ธุรกิจการเกษตร	ธุรกิจค้าส่ง	ธุรกิจก่อสร้าง	
1 แสน – 5 ล้าน	59	43	52	154
	38%	28%	34%	100%
6 ล้าน – 100 ล้านบาทขึ้นไป	82	136	76	294
	28%	46%	26%	100%
รวม	141	179	128	448
	31%	40%	29%	100%

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียน ตั้งแต่หนึ่งแสนบาท ถึง 5 ล้านบาท จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการค้าส่ง 179 ตัวอย่าง และ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 6 ล้านบาท ถึง 100 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 294 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเกษตร จำนวน 141 ราย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความเต็มใจจ่ายสำหรับโปรแกรมบัญชีออนไลน์

Variable	Total	
Price	-0.005	***
สิทธิ์การใช้งาน 10 Users	11.786	***
พื้นที่ไฟล์แนบ 5 GB	5.302	***
บันทึกสินค้าอัตโนมัติ	3.062	***
Constant	16.183	***
Insig2u	3.842	***
Log Likelihood	-2346	
Chi- squared Test	4141.72	***
Rho	0.934	***
Chi2-Compared	813.38	***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการทดสอบความสอดคล้องกลไกของแบบจำลองการวิจัยข้อมูลแบบ Double Bounded Logit Model สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2 พบว่าตามสมมติฐานการวิจัยนี้กับข้อมูลแบบ Double Bounded Logit Model ภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ ภายใต้สถานการณ์นั้น ณ ราคา ตั้งต้นดังนี้ค่าสถิติ Chi-Square (χ^2)_{ms} เท่ากับ 4141.72 โดยมีค่า χ^2_{bs} เท่ากับ 813.38 ซึ่งโดยรวมแล้วมีค่าค่อนข้างสูง

ค่า Constant เป็นเครื่องมือที่ช่วย ประมาณราคาขายที่เหมาะสม สำหรับสินค้าหรือบริการ เกี่ยวกับค่าคงที่ที่เกี่ยวข้องกับความเต็มใจจ่าย หมายถึง จำนวนเงินสูงสุดที่ลูกค้าเต็มใจจ่าย สำหรับสินค้าหรือบริการใดๆ ค่าคงที่ 16.183*** เป็นค่าคงที่เพื่อกำหนดราคาขายที่เหมาะสม สำหรับแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์

ค่า Insig2u ย่อมาจาก log of the variance of the random utility เป็นค่าทางสถิติที่ใช้ใน โมเดลความเต็มใจจ่ายแบบ Random Utility Model (RUM) เป็นโมเดลทางสถิติที่ใช้อธิบายพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภค โดยสมมติว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีค่าความเต็มใจจ่ายที่แตกต่างกัน โดยค่า Insig2u บ่งบอกถึงความแปรปรวนของค่าความเต็มใจจ่าย ของผู้บริโภค 3.842*** แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายที่สูงสำหรับการเลือกแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์

ค่า Log Likelihood เป็น ค่าทางสถิติ ที่ใช้ประเมินว่า โมเดลทางสถิติ สามารถอธิบายข้อมูลด้วยการใช้ประเมินว่า โมเดลความเต็มใจเป็นการคาดการณ์ราคาขายที่เหมาะสมเป็นเครื่องมือที่ช่วย ประเมินประสิทธิภาพของโมเดลความเต็มใจจ่าย วิธีการคำนวณค่า Log Likelihood (1) กำหนดโมเดลความเต็มใจจ่าย ซึ่งโมเดลความเต็มใจจ่ายมักใช้ฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนสินค้า ค่าคงที่ และค่าความเต็มใจจ่าย (2) คำนวณค่าความน่าจะเป็นที่ข้อมูลจะเกิดขึ้น

ภายใต้โมเดลความเต็มใจจ่าย และ (3) ค่าพหุคูณค่า Log Likelihood เพื่อแปลงค่าความน่าจะเป็นผลที่ได้ ออกมา -2346

ค่า Rho ย่อมาจาก Correlation coefficient เป็นค่าทางสถิติที่ใช้วัด ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรสองตัว ในบริบทของความเต็มใจจ่าย ค่า Rho สามารถใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนสินค้าและค่าความเต็มใจจ่ายของผู้ประกอบการในการจ่ายค่าโปรแกรมบัญชีออนไลน์ ที่ค่า Rho 0.934*** บ่งบอกถึง ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างต้นทุนสินค้าและค่าความเต็มใจจ่าย ซึ่งผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่าย เมื่อต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นค่าความเต็มใจจ่ายของผู้ประกอบการก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 3 ความเต็มใจจ่ายสำหรับโปรแกรมบัญชีออนไลน์ ด้วยวิธี Double-bounded Logitfy

ท่านจะซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์	จำนวน	ราคาพื้นฐาน	สิทธิ์การใช้งาน	พื้นที่ไฟล์	บันทึกสินค้าอัตโนมัติ
ท่านยินดีจะจ่ายราคา (บาท)	448	2,903	2,114*** 72.82%	951*** 32.76%	549*** 18.91%

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเต็มใจจ่ายสำหรับซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ มีราคาเริ่มต้นเฉลี่ย 2,903 บาท มีความเต็มใจจ่ายเงินซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีส่วนเพิ่มจำนวนสิทธิ์ผู้ใช้งาน 10 Users สูงที่สุดในราคา 2,114 บาทคิดเป็น 72.82% รองลงมาคือ มีพื้นที่ไฟล์จำนวน 5 GB สูงที่สุดในราคา 951 บาท คิดเป็น 32.76% และมีบันทึกสินค้าอัตโนมัติ สูงที่สุดในราคา 549 คิดเป็น 18.91% ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การประเมินความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ความเต็มใจจ่ายสำหรับซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ มีราคาเริ่มต้นเฉลี่ย 2,903 บาท มีความเต็มใจจ่ายเงินซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีส่วนเพิ่มจำนวนสิทธิ์ผู้ใช้งาน 10 Users สูงที่สุดในราคา 2,114 บาทคิดเป็น 72.82% รองลงมาคือ มีพื้นที่ไฟล์แบบจำนวน 5 GB สูงที่สุดในราคา 951 บาท คิดเป็น 32.76% และมีบันทึกสินค้าอัตโนมัติ สูงที่สุดในราคา 549 คิดเป็น 18.91% ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในหมู่ทฤษฎีเกี่ยวกับอรรถประโยชน์และทางเลือกอย่างมีเหตุผลส่งผลให้เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่ว่าด้วยการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาตามปริมาณความต้องการซื้อสินค้า (Trinh, 2020) ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจ

จ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ เนื่องจากส่วนเพิ่มเหล่านี้มีความเหมาะสมกับธุรกิจ จึงเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ซึ่งเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการสังเกตและผลที่เป็นไปได้ก่อนที่จะเลือกด้วยตัวเลือกสุดท้ายที่ผู้ประกอบการมีอำนาจในการตัดสินใจและผลลัพธ์ที่ดีที่สุดพร้อมด้วยประโยชน์ที่ได้รับสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmad and Al-Shbiel (2019) ที่พบว่า ระบบสารสนเทศทางบัญชีมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร ดังนั้น การตัดสินใจเลือกใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชีที่มีสรรพประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการใช้งานขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ จึงทำให้การลงทุนซื้อโปรแกรมทางบัญชีที่มีราคาสูงขึ้นแต่ครอบคลุมการใช้งานขององค์กรนับว่าการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดของผู้บริหารองค์กร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asatiani et al. (2019) ที่พบว่า การเลือกใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชีบนระบบคลาวด์เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เนื่องจากได้รับคุณสมบัติที่มากกว่าการใช้ระบบบัญชีภายในองค์กร อีกทั้งผู้ให้บริการยังสามารถเพิ่มเติมหรือปรับปรุงระบบสารสนเทศทางบัญชีอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองการใช้ที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

เมื่อจำแนกตามสมมติฐานการวิจัยจะพบว่า ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสิทธิการใช้งาน พื้นที่ไฟล์แนบ และบันทึกสินค้าอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่ให้สิทธิการใช้งานจำนวนมากเป็นส่วนเพิ่มที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้งานโปรแกรมบัญชี อันมีเหตุผลมาจากพฤติกรรมของผู้ประกอบการจะสามารถแบ่งปันข้อมูลและการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ถือหุ้น หัวหน้าแผนกบัญชี และพนักงานต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายขององค์กรในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งยังมอบหมายงานและหน้าที่รับผิดชอบที่เหมาะสมตามกรอบวินัยทางการเงินขององค์กร เพื่อให้เกิดสภาพคล่อง และผลประโยชน์ของธุรกิจ โดยจะพบว่าจำนวนราคาสูงที่สุดที่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินอยู่ที่ 2,114 บาท ดังนั้น การกำหนดราคาของผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์นั้นจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดราคาที่ผู้ประกอบการรู้สึกถึงความคุ้มค่าระหว่างสิทธิการใช้งานกับความเต็มใจจ่ายเพื่อให้ได้รับส่วนเพิ่มนี้สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jasim and Raewf (2020) ที่พบว่า บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศทางบัญชีมีผลต่อการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพในงานทางด้านบัญชีและการเงิน อีกทั้งยังทำให้เกิดความโปร่งใสในการทำธุรกิจ ดังนั้น การเลือกสรรเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับกิจกรรมขององค์กรจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรในการดำเนินกิจการ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทางบัญชียังจะต้องให้ความสำคัญกับการเข้าถึงและสิทธิประโยชน์อันพึงประสงค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Trabulsi (2018).ระบบสารสนเทศทางบัญชีมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะในด้านการปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจ การควบคุมภายใน และคุณภาพของรายงานทางการเงินและสามารถใช้สนับสนุนแนวคิดเรื่องความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นสำหรับสิทธิการใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่ครอบคลุมมากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับประโยชน์ที่องค์กรคาดว่าจะได้รับในด้านการตัดสินใจ การควบคุมภายใน คุณภาพของรายงานทางการเงิน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Mahdi et al. (2021) ระบบสารสนเทศทางบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กร และยังพบว่าการควบคุมภายในมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศทางบัญชีและประสิทธิภาพขององค์กรสนับสนุนแนวคิดเรื่องความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นสำหรับสิทธิการใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับประโยชน์ที่องค์กรคาดว่าจะได้รับในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน การควบคุมภายใน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

ต่อมาในด้านพื้นที่ไฟล์แนบเป็นอีกหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญอันมีผลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากพื้นที่ไฟล์เป็นส่วนสำคัญที่ผู้ประกอบการใช้ในการพิจารณาความเหมาะสมและความคุ้มค่าในการใช้งาน บ่งบอกถึงปริมาณอันจำกัดของพื้นที่ใช้สอยบนเครือข่ายออนไลน์ที่ผู้ประกอบการใช้ได้ ปัจจุบันโปรแกรมบัญชีออนไลน์นั้นไม่ได้ใช้พื้นที่จัดเก็บอยู่ในคอมพิวเตอร์ แต่จะจัดเก็บไวบน Cloud Computing ซึ่งคือ ชุดของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ประเภทต่าง ๆ ที่ทำงานร่วมกันเพื่อส่งมอบหลาย ๆ ด้านของการประมวลผลให้กับผู้ใช้ปลายทางในรูปแบบบริการออนไลน์ (Marston et al., 2011) นอกจากนี้สิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ คือ การที่สามารถเข้าถึงและทำงานได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ที่โปรแกรมบัญชีออนไลน์จะมีความสะดวกและรวดเร็วแล้วนั้น จะต้องสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยด้านข้อมูลให้กับผู้ใช้งานอีกด้วยจึงจะส่งผลให้เกิดการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์มากขึ้น โดยจะพบว่าจำนวนราคาสูงที่สุดที่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อให้ได้พื้นที่ไฟล์แนบจำนวน 5 GB อยู่ที่ 951 บาท ดังนั้น การกำหนดราคาของผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์เพื่อขยายพื้นที่จัดเก็บไฟล์และข้อมูลนั้น จะต้องกำหนดราคาไม่สูงเกินกว่าที่ผู้ประกอบการคาดหวังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hemalatha et al. (2014) ที่พบว่า การที่ระบบสารสนเทศทางบัญชีนั้นช่วยให้เข้าถึงเอกสารประกอบการทำบัญชีได้อย่างง่าย ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการเก็บข้อมูลไฟล์เป็นเหมือนกล่องที่สามารถเก็บข้อมูลด้านบัญชีได้อย่างสะดวก โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการทำงานของธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ไฟล์มีความสำคัญต่อการใช้งานร่วมกับโปรแกรมบัญชีออนไลน์

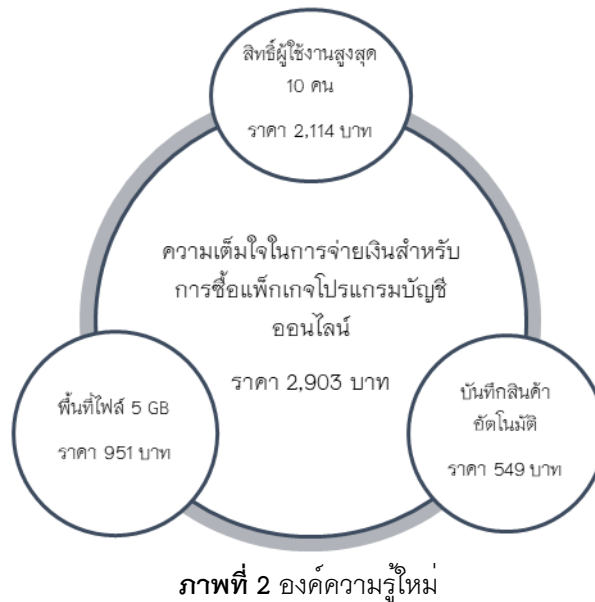
และสุดท้ายด้านบันทึกสินค้าอัตโนมัติเป็นปัจจัยที่ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายเงินส่วนเพิ่มสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์นอกจากจะช่วยเหลืองานทางด้านการเงินและการบัญชีแล้วจะเป็นอย่างยิ่งที่จะสามารถอำนวยความสะดวกในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดบันทึกสินค้า เพราะส่งผลต่อการทำรายการทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายรับและรายจ่ายขององค์กร ซึ่งการบันทึกสินค้าอัตโนมัติเป็นหนึ่งในชุดทำงานที่สำคัญของหลายองค์กร โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ระบบการเงินเข้าสู่ดิจิทัลมากขึ้นส่งผลให้ผู้คนใช้จ่ายผ่านการสแกนจ่าย เพื่อรับสินค้าและบริการทำให้รายการธุรกรรมนี้สามารถเข้าไปอยู่ในระบบของโปรแกรมบัญชีออนไลน์ได้โดยอัตโนมัติ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถทราบรายการสินค้าเข้า-ออกได้ตลอดเวลาผ่านโปรแกรมบัญชีออนไลน์ เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและการจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะ

พบว่า จำนวนราคาสูงที่สุดที่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อให้ได้การบันทึกสินค้าอัตโนมัติ อยู่ที่ 549 บาท ดังนั้น การกำหนดราคาของผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์ เพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสนับสนุนควรมีราคาที่เหมาะสมดังตัวเลขข้างต้น อีกทั้งยังทำให้ลูกค้ายังให้การสนับสนุนและค้นหาเครื่องมือต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในทางธุรกิจอื่น ๆ ได้เพิ่มเติม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Paul, Francis and Ben-Caleb (2020) ที่พบว่า ระบบสารสนเทศทางบัญชีมีส่วนช่วยลดภาระงานของพนักงาน ในด้านการบันทึกสินค้า เช่น การนับสินค้า การบันทึกข้อมูลสินค้า การจัดทำรายงาน เป็นต้น อีกทั้งยังมีความแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmad and Al-Shbiel (2019) ที่พบว่า การบันทึกสินค้าอัตโนมัติ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพระบบการทำงาน ลดค่าจ้างพนักงาน ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ช่วยให้การผลิตมีความแม่นยำและรวดเร็วขึ้นอีกด้วย

องค์ความรู้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ คือ การใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่มีคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น สิทธิการใช้งาน พื้นที่ไฟล์ และการบันทึกสินค้าอัตโนมัติมีผลต่อความเต็มใจในการจ่ายเงินสำหรับการซื้อแพ็คเกจของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าราคาเริ่มต้นที่ผู้ประกอบการยอมรับอยู่ที่ประมาณ 2,903 บาท ส่วนการเพิ่มจำนวนสิทธิผู้ใช้งานสูงสุด 10 คน นั้นมีความเต็มใจจ่ายสูงที่ราคา 2,114 บาท ซึ่งคิดเป็น 72.82% ของราคาเริ่มต้น ขณะที่การเพิ่มพื้นที่ไฟล์ 5 GB และบันทึกสินค้าอัตโนมัติ มีความเต็มใจจ่ายตามลำดับที่ราคา 951 บาทและ 549 บาท โดยมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายเป็น 32.76% และ 18.91% ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ตามทฤษฎีอรรถประโยชน์และการตัดสินใจ อย่างมีเหตุผลที่ผู้ประกอบการพิจารณาตามข้อเท็จจริงและผลประโยชน์สูงสุดที่ได้รับจากการลงทุน

ยิ่งไปกว่านั้น การเพิ่มความสามารถในการใช้งานของโปรแกรมบัญชีที่เชื่อมต่อบนคลาวด์ ไม่เพียงแต่ส่งผลให้การใช้งานเป็นไปอย่างราบรื่นและต่อเนื่องเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแบ่งปันข้อมูลและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กรได้ ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์และนโยบายในการดำเนินธุรกิจได้ตามความต้องการและสถานการณ์ที่แท้จริงขององค์กร ซึ่งเป็นการยกระดับประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน รวมถึงการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีผลต่อผลประโยชน์ประกอบการขององค์กร การพัฒนานวัตกรรมในระบบบัญชีออนไลน์ จึงไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองความต้องการของตลาดเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้เกิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการสินค้าคงคลังและการบันทึกสินค้า การวิเคราะห์นี้ยืนยันว่าการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์มีความสำคัญในการช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มผลกำไรในการดำเนินกิจการ



สรุป

ความเต็มใจในการจ่ายเงินสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า ลิขสิทธิ์การใช้งาน พื้นที่ไฟล์ และการบันทึกสินค้าอัตโนมัติมีผลต่อความเต็มใจในการจ่ายเงินสำหรับการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ โดยที่จำนวนราคาสูงที่สุดที่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อให้ได้จำนวน ลิขสิทธิ์การใช้งาน 10 ผู้ใช้งาน อยู่ที่ 2,114 บาท ในขณะที่ ผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อให้ได้พื้นที่ไฟล์จำนวน 5 GB อยู่ที่ 951 บาท และผู้ประกอบการมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อให้ได้การบันทึกสินค้าอัตโนมัติอยู่ที่ 549 บาท ดังนั้น การปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคาโปรแกรมบัญชีออนไลน์เพื่อเสนอราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานอาจช่วยให้องค์กรขนาดเล็กและกลางมีความยืดหยุ่นในการขยายทีมงานหรือลดจำนวนผู้ใช้งานโดยไม่กระทบต่อต้นทุน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ให้บริการควรปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคาโปรแกรมบัญชีที่แตกต่างกันตามจำนวนผู้ใช้งาน เช่น การเสนอราคาแบบรายเดือนที่สามารถสนับสนุนผู้ใช้งานได้มากขึ้นโดยไม่เพิ่มราคาอย่างมาก ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลางที่ต้องการความยืดหยุ่นในการขยายทีมงานหรือลดจำนวนผู้ใช้งานตามสถานการณ์โดยไม่กระทบต่อต้นทุน โดยที่สิทธิ์ในการใช้งานต่อ 10 ผู้ใช้งาน ราคาไม่ควรสูงเกิน 2,114 บาท

2. ผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์ควรมีการกำหนดราคาตามปริมาณพื้นที่เก็บข้อมูลที่ใช้จริง โดยให้มีโปรแกรมที่เริ่มต้นด้วยพื้นที่น้อย แต่มีตัวเลือกให้เพิ่มพื้นที่ได้เมื่อลูกค้าต้องการ สิ่งนี้จะช่วยให้ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนของตนได้ดีขึ้น และยังช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันได้ โดยที่พื้นที่ไฟล์ต่อจำนวน 5 GB ราคาไม่ควรสูงเกิน 951 บาท

3. ผู้ให้บริการโปรแกรมบัญชีออนไลน์ควรมีการเพิ่มคุณลักษณะที่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยเฉพาะการบันทึกสินค้าอัตโนมัติที่ควรมีราคาที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่มีความต้องการคุณสมบัติพิเศษสามารถเข้าถึงได้โดยไม่รู้สึกรว่าต้องจ่ายเงินมากเกินไป และยังช่วยให้ผู้ให้บริการรักษาระดับรายได้ที่คงที่จากคุณสมบัติเหล่านี้ได้ โดยการเพิ่มคุณลักษณะในการใช้งานนั้นจะต้องมีราคาไม่ควรสูงเกิน 549 บาท

4. รัฐบาลควรมีการกำหนดนโยบายสนับสนุนการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์มากขึ้น โดยที่รัฐบาลเข้าไปมีส่วนช่วยกำหนดมาตรการและมาตรฐานทางบัญชีที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลและภาษีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการจัดบันทึกและการตรวจสอบทางบัญชี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรมีการวิจัยเพื่อตอบคำถามสำคัญบางประการเกี่ยวกับความพร้อมที่จะใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ของผู้ประกอบการในประเทศไทย เช่น ออกใบกำกับภาษีด้วยระบบ e-Tax Invoice ระบบ Auto Key ระบบ Payroll และการชำระเงิน e-Payment เพื่อช่วยในการศึกษาความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับโปรแกรมบัญชีออนไลน์

จากผลการศึกษาจะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความต้องการของแต่ละเงื่อนไขส่วนเพิ่มเท่านั้น ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละเงื่อนไขส่วนเพิ่มยังไม่ได้กล่าวถึงโอกาสในการซื้อแพ็คเกจโปรแกรมบัญชีออนไลน์ และการศึกษาในอนาคต จึงสามารถรวบรวมข้อมูลให้มากเพียงพอและพัฒนาแบบจำลองเพื่อวิเคราะห์ปัญหานี้ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

References

- Ahmad, M. A., & Al-Shbiel, S. O. (2019). The effect of accounting information system on organizational performance in Jordanian industrial SMEs: The mediating role of knowledge management. *International Journal of Business and Social Science*, 10(3), 99–104.
- Anisur, M. R., & Islam, M. S. (2021). Factors influencing willingness to pay premium for customized accounting software: An empirical study on Bangladeshi SMEs. *Journal of Enterprise Computing in Accounting and Finance*, 22(1), 71–92.

- Apiwatpaisan, N. (2017). *Research report on the components of factors influencing the decision to use accounting software programs by businesses listed on the Stock Exchange of Thailand*. Faculty of Management Science, Silpakorn University.
- Asatiani, A., Apte, U., Penttinen, E., Rönkkö, M., & Saarinen, T. (2019). Impact of accounting process characteristics on accounting outsourcing–Comparison of users and non–users of cloud–based accounting information systems. *International Journal of Accounting Information Systems*, 34, 100419.
- Bangkokbiz New. (2024). *In the first two months of the year 2024, 17,000 new businesses were established with an investment of over 45 billion baht*. https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1116222#google_vignette
- Becker, G. (2017). *Economic theory*. Routledge.
- Becker, G. S. (1962). Irrational behavior and economic theory. *Journal of Political Economy*, 70(4), 1–26.
- Breidert, C. (2007). *Estimation of willingness–to–pay: Theory, measurement, application*. Springer Science & Business Media.
- Breidert, C., Hahsler, M., & Reutterer, T. (2006). A review of methods for measuring willingness–to–pay. *Innovative marketing*, 2(4), 8–32.
- Department of Business Development. (2024). *The Department of Business Development reveals 'The most of the year 2023 in investment in Thailand': Thai investors flock to establish new businesses, surpassing 85,000, with a total registered capital of over 560 billion baht*. <https://www.dbd.go.th/news/09230167>
- Feng, Q., & Shanthikumar, J. G. (2018). Supply and demand functions in inventory models. *Operations Research*, 66(1), 77–91.
- Ghaleb, M. M. (2019). Effects of brand characteristics on consumers' willingness to pay (WTP) a price premium: An analysis in audit and accounting services[Doctoral dissertation, Istanbul Aydin University Institute of Social Sciences].
- Hemalatha, N., Jenis, A., Donald, A. C., & Arockiam, L. (2014). A comparative analysis of encryption techniques and data security issues in cloud computing. *International Journal of Computer Applications*, 96(16).
- Hildenbrand, W. (1983). On the" law of demand". *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 997–1019.
- Jasim, Y. A., & Raewf, M. B. (2020). Information technology's impact on the accounting system. *Cihan University–Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1), 50–57.

- Jetiya, A., Kaweewong, N., & Disakulnetiwit, P. (2021). The impact of economic value added and financial ratios on market value added of listed companies in SET100 index. *Academic Journal of Sakon Nakhon Rajabhat University*, 25(2), 1–18.
- Kaeoon, S. (2022). *Accounting with software programs*. Chulalongkorn University.
- Liebe, U. (2020). *Rational choice*. De Gruyter Oldenbourg.
- Lillo, F., Mike, S., & Farmer, J. D. (2005). Theory for long memory in supply and demand. *Physical review e*, 71(6), 066122.
- Mahdi, S. M., Mahdi, A. S., & Abdullah, H. O. (2021). The Effect of Accounting Information System on Organizational Performance: The Moderating Role of Internal Control. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 873–880.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Macmillan and Co.
- Marston, S., Li, Z., Bandyopadhyay, S., Zhang, J., & Ghalsasi, A. (2011). Cloud computing—The business perspective. *Decision support systems*, 51(1), 176–189.
- Maruschak, L. (2021). Accounting software in modern business. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 6(1), 862–870.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, and Ministry of Digital Economy and Society. (2022). *National artificial intelligence action plan for the development of Thailand*. <https://ai.in.th/wp-content/uploads/2022/12/20220726-AI.pdf>
- Muhrta, T. O., & Ogundeji, M. G. (2014). Computerized accounting information systems and perceived security threats in developing economies: The Nigerian case. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 2(1), 16–26.
- Neumann, P. J., Cohen, J. T., & Weinstein, M. C. (2014). Updating cost-effectiveness—the curious resilience of the \$50,000-per-QALY threshold. *N Engl J Med*, 371(9), 796–797.
- Paul, O., Francis, I., & Ben-Caleb, E. (2020). Corporate governance and creative accounting practices in the listed companies in Nigeria. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(4), 1–20.
- Prapasawat, W. (2020). *Principles of Microeconomics*. Chulalongkorn University.
- Quah, J. K. H. (1997). The law of demand when income is price dependent. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1421–1442.
- Quiggin, J. (2012). *Generalized expected utility theory: The rank-dependent model*. Springer Science & Business Media.

- Sepulveda, C. F. (2020). Explaining the demand and supply model with the cost–benefit rule. *International Review of Economics Education*, 35, 100194.
- Sombatthira, K., & Thavornpitak, Y. 2015. (2015). Response rate and factors related to the response rate of questionnaires in data collection by mail surveys in nursing and public health research. *KKU Research Journal*, 15(1), 105–113.
- Taylor, P. (2015). The importance of information and communication technologies (ICTs): An integration of the extant literature on ICT adoption in small and medium enterprises. *International journal of economics, commerce and management*, 3(5), 274–295.
- Trabulsi, R. U. (2018). The Impact of Accounting Information Systems on Organizational Performance: The Context of Saudi SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 8(2), 69–73.
- Trinh, T. H. (2020). Rational choice and market behavior. In *Eurasian Economic Perspectives: Proceedings of the 26th and 27th Eurasia Business and Economics Society Conferences* (pp. 349–361). Springer International Publishing.
- Turner, L., Weickgenannt, A. B., & Copeland, M. K. (2020). *Accounting information systems: controls and processes*. John Wiley & Sons.
- Utami, N., & Yulianto, H. D. (2019). Significant influence of information technology on the use of modern accounting software. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (pp.1–8). IOP Publishing.
- Valerie, O., Abolade, F., & Rowland, W. (2019). Accounting software and resolution to financial insolvency in Nigeria: A meta–analysis. *Covenant Journal of Business and Social Sciences*, 10(2), 45–64.
- Vanichbuncha, K., & Vanichbuncha, T. (2015). *Using SPSS for windows in data analysis*. Samlada.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Harper & Row.
- Zotorvie, J. S. T. (2017). A study of financial accounting practices of small and medium scale enterprises (SMEs) in Ho Municipality, Ghana. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(7), 29–39.
- Zulfakar, M. H., Jie, F., & Chan, C. (2012). *Halal food supply chain integrity: From a literature review to a conceptual framework*. In *Proceedings of the 10th ANZAM Operations, Supply Chain and Services Management Symposium*, (pp.1–23). Monash University, Melbourne, Australia.