



PHAYAO RESEARCH
CONFERENCE

PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ

พะเยาวิจัย

PHAYAO RESEARCH CONFERENCE

23-24 มกราคม 2563

ณ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา



ISBN (E-book): 978-616-7820-87-3



รายชื่อบรรณาธิการพิจารณาบทความตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) พะเยาวิจัยครั้งที่ 9

- | | |
|---|---|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.दनัย บุญเกียรติ | 50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกชัย ชูเกียรติโรจน์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กวิณ สนธิเพิ่มพูน | 51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุปถัมภ์ นาครักษ์ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช ศรีชัยรัตนกุล | 52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิษณุ อภิสมมาตรโยธิน |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.กิจติ รอดเทศ | 53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัชรพล สำเนียง |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก | 54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรระวี คงสมบัติ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.จรัสวิไล จรุงญโรจน์ | 55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เตมีย์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ชีระภูธร | 56. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา มิ่งฉาย |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ | 57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวภา ไชยวงศ์ |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ทรัพย์บำเรอ | 58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วารุณี อริยวิริยะนันท์ |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ | 59. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย วิชัย |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.เสวียน เปรมประสิทธิ์ | 60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.มนสิข สิทธิสมบูรณ์ | 61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำเงิน จันทร์มณี |
| 13. รองศาสตราจารย์ ดร.มนัส ทิพย์วรรณ | 62. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราภรณ์ ดวงใจ |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แยมเม่น | 63. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์ ทองช่วย |
| 15. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ อนันตลาโกชัย | 64. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล จี๊ฟู |
| 16. รองศาสตราจารย์ ดร.ต้นสนีย์ เขื่อนพันธ์วิริยะกุล | 65. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาคร เมฆรักษาวิช |
| 17. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ กังวล | 66. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ โปธิ |
| 18. รองศาสตราจารย์ ดร.เลมอ ถาน้อย | 67. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ สิ้นค้างาม |
| 19. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทิสา ถาน้อย | 68. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย พิมลศรี |
| 20. รองศาสตราจารย์ ดร.สุขกิจ ยะโสธรศรีกุล | 69. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนรรักษ์ ประสาทเขตร์การ |
| 21. รองศาสตราจารย์ ดร.เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ | 70. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยา สัมจันทร์ |
| 22. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ ดำรงวิริยะกุล | 71. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธิ์ อิ่มแมน |
| 23. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต เทียนหวาน | 72. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ |
| 24. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ ชอลำเจียก | 73. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน กันมา |
| 25. รองศาสตราจารย์ ดร.ไชย์ตัน รัชชกุล | 74. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญภา คล้ายสิงโต |
| 26. รองศาสตราจารย์ ดร.ผณินทรา ชีรานนท์ | 75. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ เป็กทอง |
| 27. รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์จันทร์ วงศ์จันทร์ตา | 76. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ วัฒนมาตร |
| 28. รองศาสตราจารย์ ดร.ภพแก้ว พุทธิรักษ์ | 77. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ว่าที่ร้อยตรี ฉัตรมงคล สุวรรณภูมิ |
| 29. รองศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กิริธาชาติ | 78. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภก.ณัฐกรณ์ ใบแสง |
| 30. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ นพรัก | 79. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รท.หญิงสายศิริ มีระเสน |
| 31. รองศาสตราจารย์ ดร.เชวศักดิ์ รักเป็นไทย | 80. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วีรดา บัวบังใบ |
| 32. รองศาสตราจารย์ กันย์กัญญา ใจการวงศ์สกุล | 81. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิลุบล ประพรม |



- | | |
|--|--|
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม อรุณ | 82. ดร.ปิยรัชฎ์ ปริญญาพงษ์ เจริญทรัพย์ |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติวัฒน์ พิทักษ์ผล | 83. ดร.ปริญญา สร้อยทอง |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ นาสมใจ | 84. ดร.มนตรี แสนวังสี |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนรัฐชลา สุวรรณคนธ์ | 85. ดร.นิยม โย่งสิทธิ์ |
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภกา อำนวยรัตน์ | 86. ดร.วาริษฐ์ มัชฌิมบุรุษ |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์วี ชัยน | 87. ดร.วีระพงษ์ กิตติวงศ์ |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ สงรักษ์ | 88. ดร.วัชรินทร์ แก่นจันทร์ |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศกยภพ ประเวทจิตร | 89. ดร.ธัญทิพย์ คฤหโยธิน |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี นงอลา | 90. ดร.อภิชาติ บัวกล้า |
| 42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จงลักษณ์ พาหะชา | 91. ดร.สุกัลยา ภูทอง |
| 43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ เกตุขาว | 92. ดร.วัชรินทร์ แก่นจันทร์ |
| 44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพบุลย์ ปะนาเส | 93. ดร.ธีรุตม์ หมื่นวงษ์เทพ |
| 45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุจิรา ทาดัน | 94. ดร.สุจิตรา วสุวัต |
| 46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาณิสรา โภชนจันทร์ | 95. ดร.ศานิตย์ ศรีคุณ |
| 47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดาวลัย อุ่นกอง | 96. ดร.ปรัชญา นวนแก้ว |
| 48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติ บุรณะชาติ | 97. ดร.สิทธิชัย สิววัฒนวงศ์ |
| 49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล จีฟู | 98. คุณเบญจมาศ ตีระมาศวนิช |

เลขานุกร

นายจักรพงศ์ มาลีพัตร

ผู้ช่วยเลขานุกร

นางสาวรัชฎาภรณ์ แก้วสืบ

นางสาววริศรา คลังนุ่ม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป ทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี

Marketing Mixes Factor Influencing Accounting Software Package Buying Decision of Business Firms in Phetchaburi

ชนมน ปฐมกนก^{1*}, บุญยารัตน์ ศรีเมือง¹, สุชญา ชัยกิจ¹ และ นภนัท หอมสุต¹

Chanamon Pathomganok^{1*}, Boonyarat Srimuang, Suchaya Chaiyakit¹ and Noppanon Homsud¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ สถานประกอบการในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 67 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับมากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าสถานที่ตั้งสถานประกอบการที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ยกเว้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยยังพบว่า ประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านกระบวนการ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

Abstract

The objective of this research is to study marketing mixes influencing accounting software package buying decision of business firms in Phetchaburi. The sample is 67 business firms in Phetchaburi. The research instrument is questionnaire. The usage statistics are frequency, percentage, mean, standard deviation, and F-test. It was found that the sample has opinion about marketing mixes in high level in all aspects. Hypotheses testing found that the difference in location of business firm did not influence marketing mixes influencing accounting software package buying decision except place and promotion. It was also found that the difference in type of business firm did not influence marketing mixes influencing accounting software package buying decision except process.

Keywords: Marketing mixes, Buying decision, Accounting software package

¹ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี 76120

¹ Program of Accountancy, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi Province 76120

*Corresponding author e-mail: chanamon.bow@gmail.com

บทนำ

ประเทศไทยมีการออกพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชีและมีการจัดตั้งสภาวิชาชีพบัญชีเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพบัญชี รวมทั้งมีการกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี การกำกับดูแลและกำหนดบทลงโทษ เนื่องจากในปัจจุบันนี้การประกอบวิชาชีพบัญชีได้มีการขยายครอบคลุมออกไปหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการทำบัญชี การสอบบัญชี การบัญชีบริหาร การวางระบบบัญชี การบัญชีภาษีอากร การศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี รวมถึงการบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในทางธุรกิจต่างๆอย่างกว้างขวาง จึงจำเป็นต้องให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอยู่ภายใต้การดูแลของสภาวิชาชีพเพื่อให้ผู้ประกอบวิชาชีพมีคุณภาพและมาตรฐาน มีการควบคุมจรรยาบรรณการประกอบวิชาชีพ อันเป็นการลดและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา (จุฑามาศ ทิพยากรณ์กุล, 2547)

เทคโนโลยีมีการพัฒนาจนเกิดมีโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยให้บริษัทหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ นำมาใช้กับนักบัญชีของบริษัทนั้น ๆ อีกทั้งยังช่วยในการพัฒนาความสามารถของนักบัญชีอีกด้วย จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของสถานะแวดล้อมของการแข่งขัน โดยเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจที่เน้นการให้บริการสังคมและอุตสาหกรรม ไปเน้นการให้บริการด้านความรู้และข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรรวมทั้งการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันและอนาคตระบบสารสนเทศจึงได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการติดต่อแลกเปลี่ยนเก็บข้อมูลข่าวสารทั้งในองค์กรและระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการนำระบบสารสนเทศที่ดี ซึ่งจะต้องสามารถนำมาแก้ไขปัญหาคความแตกต่างและปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ได้ (สัลยุทธ์ สว่างวรรณ, 2545)

โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีมีหน้าที่หลักคือ การจัดทำรายงานทางการเงิน ซึ่งเริ่มต้นจากการบันทึกรายการค้า การผ่านรายการไปยังบัญชีแยกประเภท และการจัดทำรายงานทางการเงิน ในการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีให้เกิดประสิทธิภาพนั้น นักบัญชีจะต้องมีความรู้พื้นฐานในเรื่องการบัญชี ความรู้พื้นฐานเรื่องเทคโนโลยี และที่สำคัญต้องเข้าใจธุรกิจที่จะนำไปใช้งานเป็นอย่างดี (สุภาพร เชิงเยี่ยม, 2559)

เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนามาถึงปัจจุบัน สถานประกอบการต่าง ๆ ได้มีการนำโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน การตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปขึ้นอยู่กับหลักการทางการตลาดในการดำเนินงานทางการตลาด โดยนักการตลาดย่อมจะต้องมีวิธีการในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ ด้วยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาเป็นกลยุทธ์เพื่อให้เข้าสู่เป้าหมาย เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมนำมาใช้เพื่อที่จะให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ได้วางเอาไว้ คือ ส่วนประสมการตลาดที่ประกอบไปด้วย 4P's แต่การบริหารด้านการตลาดบริการต่าง ๆ มักจะเพิ่มเครื่องมือเข้าไปอีก 3P's รวมเป็น 7P's (พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต, 2548)

เพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีทั้งหมด 8 อำเภอ เป็นเมืองโบราณที่มีชื่อเสียงในการผลิตน้ำตาลเนื่องจากมีต้นตาลหนาแน่นเป็นเมืองท่องเที่ยวและเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของไทยในกลุ่มหัวเมืองฝ่ายตะวันตก อีกทั้งยังมีอุตสาหกรรมหลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ และ โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ว่าแต่ละสถานประกอบการนั้น สามารถนำไปใช้โดยวิธีใดและใช้ทั้งหมดกี่โปรแกรม และความสามารถในการทำงานของโปรแกรมสำเร็จรูปอันเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดสำหรับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี ตามตัวแปรอำเภอและประเภทอุตสาหกรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี มีหน้าที่หลักการจัดทำรายงานทางการเงิน ซึ่งเริ่มต้นจากการบันทึกทึกรายการค่า การผ่านรายการไปยังบัญชีแยกประเภท และการจัดทำรายงานทางการเงินในการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปให้เกิดประสิทธิภาพนั้น (สุภาพร เริงเยี่ยม, 2559 : 174)กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เลือกจะต้องมีความรู้พื้นฐานในเรื่องการบัญชี ความรู้พื้นฐานเรื่องเทคโนโลยีและที่สำคัญต้องเข้าใจธุรกิจจะนำไปโปรแกรมใช้งานเป็นอย่างดี

โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี เป็นโปรแกรมที่มีวัตถุประสงค์การใช้งานเฉพาะที่ เรียกว่า ซอฟต์แวร์ทางการบัญชี กล่าวคือเป็นซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ทางการบัญชีโดยเฉพาะ ใช้ในการบันทึกข้อมูลทางการบัญชีประมวลผล เพื่อให้ได้สารสนเทศทางการบัญชีในรูปแบบรายงานทางการเงินเพื่อนำเสนอแก่กลุ่มผู้ใช้งานในและกลุ่มผู้ใช้งานนอก ทั้งนี้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชีจะประกอบด้วยระบบย่อย หรือที่เรียกว่า โมดูลแตกต่างกันตามประเภทและขนาดธุรกิจ

แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ยูพาวรรณ วรณวณิช (2548 : 29) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวมทั้งคุณค่าให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิมถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับธุรกิจการผลิตสินค้าที่จับต้องได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์นั้น มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปคือไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้วย ปัญหาของการรักษาคุณภาพของการบริการ คือการควบคุมคุณภาพของการบริการที่ไม่สามารถทำได้เหมือนกับสินค้าที่จับต้องได้ จึงจำเป็นต้องนำเครื่องมือทางการตลาด (7P's) เข้ามาจัดการธุรกิจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต (2548, 48) เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนามาถึงปัจจุบัน สถานประกอบการต่าง ๆ ได้มีการนำโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน การตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปขึ้นอยู่กับหลักการทางการตลาดในการดำเนินงานทางการตลาดโดยนักการตลาดย่อมจะต้องมีวิธีการในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ ด้วยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาเป็นกลยุทธ์เพื่อให้เข้าสู่เป้าหมาย เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมนำมาใช้เพื่อที่จะให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ได้วางเอาไว้ คือ ส่วนประสมการตลาดที่ประกอบไปด้วย 4P's แต่การบริหารด้านการตลาดบริการต่าง ๆ มักจะเพิ่มเครื่องมือเข้าไปอีก 3P's รวมเป็น 7P's

ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยสำหรับงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี มีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการในเขตจังหวัดเพชรบุรีทั้งหมด 654 แห่ง แต่สถานประกอบการในเขตจังหวัดเพชรบุรีที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี โดยเก็บข้อมูลแบบตามสะดวกได้ทั้งสิ้น 67 แห่ง (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี, 2561) ทั้งนี้สาเหตุที่ได้จำนวนไม่มาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ อีกทั้งสถานประกอบการส่วนใหญ่เก็บข้อมูลด้านการบัญชีเป็นความลับทำให้ไม่สามารถให้ข้อมูลได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามของ กันธิมา สมพงษ์มิตร (2553) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของแหล่งอุตสาหกรรมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 6 ข้อ 2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี 5 ข้อ และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ รวมเป็น 21 ข้อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มหลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS โดยส่วนข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ ขณะที่การแปลความหมายระดับความสำคัญซึ่งวัดจากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามจะใช้แนวทางของ ประสพชัย พสุนนท์ (2553)

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ปัจจัยทางสถานที่และประเภทของอุตสาหกรรมของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ขึ้นไป ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test ทั้งนี้การทดสอบสมมติฐานกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 67 ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สถานที่ตั้งอำเภอเขาชัยย่อย ประเภทอุตสาหกรรม ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ทุนจดทะเบียนมากกว่า 1,500,000 บาท รายได้รวมต่อปี มากกว่า 2,000,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี และจำนวนพนักงานบัญชี 1-5 คน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี พบว่า เคยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี จำนวน 1 โปรแกรม โปรแกรมที่นิยมใช้ คือ Easy Accระบบปฏิบัติการ Windows 12 หรือ รุ่นก่อนหน้านั้น ค่าใช้จ่ายซื้อโปรแกรม 20,001 – 30,000 บาท แหล่งข้อมูลที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ค้นหาข้อมูลอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่าง ๆ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับเห็นด้วยมาก รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ					mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์						4.19	0.68	เห็นด้วย
1. ฟังก์ชันการทำงานที่มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบใบสำคัญต่าง ๆ	20 (29.85)	41 (61.19)	6 (8.96)	-	-	4.21	0.58	เห็นด้วย
2. โปรแกรมสามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่น ๆ ได้	15 (22.39)	48 (71.64)	4 (5.97)	-	-	4.16	0.50	เห็นด้วย
3. ทำงานบนระบบเครือข่ายได้	27 (40.30)	28 (41.79)	11 (16.42)	1 (1.49)	-	4.21	0.76	เห็นด้วย
ด้านราคา						4.11	0.78	เห็นด้วย
1. ราคาโปรแกรมอยู่ในระดับมาตรฐาน	30 (44.78)	29 (43.28)	8 (11.94)	-	-	4.33	0.67	เห็นด้วย
2. ค่าใช้จ่ายในการรับบริการหลังการขายเหมาะสม	21 (31.34)	35 (52.24)	11 (16.42)	-	-	4.15	0.67	เห็นด้วย
3. มีการจ่ายชำระเป็นงวด ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	16 (23.88)	30 (44.78)	17 (25.37)	3 (4.48)	1 (1.49)	3.85	0.88	เห็นด้วย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						4.04	0.88	เห็นด้วย
1. มีการไปสาธิตวิธีใช้งานและบริการ ณ สถานที่ประกอบการ	26 (38.81)	24 (35.82)	15 (22.39)	1 (1.49)	1 (1.49)	4.09	0.89	เห็นด้วย
2. มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้ และสามารถติดต่อได้สะดวก	19 (28.36)	28 (41.79)	17 (25.37)	2 (2.99)	1 (1.49)	3.93	0.88	เห็นด้วย
3. สามารถติดต่อซื้อโปรแกรมผ่านอินเทอร์เน็ต	25 (37.31)	28 (41.79)	12 (17.91)	1 (1.49)	1 (1.49)	4.12	0.85	เห็นด้วย
ด้านส่งเสริมการตลาด						3.94	0.81	เห็นด้วย
1. มีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น ลดราคา การแจก การแถม	13 (19.40)	32 (47.76)	21 (31.34)	-	1 (1.49)	3.84	0.78	เห็นด้วย
2. ให้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีทดลองใช้ก่อนการซื้อ พร้อมการแนะนำ	15 (22.39)	40 (59.70)	10 (14.93)	-	2 (2.99)	3.99	0.80	เห็นด้วย

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ					mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
3. การทำการตลาดในด้าน ต่างๆ เช่น การจัดสัมมนา บริการสอนในสถานศึกษา	19 (28.36)	31 (46.27)	15 (22.39)	1	1	3.99	0.83	เห็นด้วย
ด้านบุคคล						4.21	0.70	เห็นด้วย
1. ความเหมาะสมของจำนวน พนักงานที่ให้บริการ	26 (38.81)	29 (43.28)	12 (17.91)	-	-	4.21	0.72	เห็นด้วย
2. ความสามารถและ ประสิทธิภาพในการแนะนำการ ใช้โปรแกรม	30 (44.78)	28 (41.79)	9 (13.43)	-	-	4.31	0.69	เห็นด้วย
3. ความรู้ ความสามารถใน การแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้งานของ พนักงานบริการ	17 (25.37)	41 (61.19)	8 (11.94)	1 (1.49)	-	4.10	0.64	เห็นด้วย
ด้านกระบวนการ						4.21	0.73	เห็นด้วย
1. ความสามารถในการเข้าใจ การใช้โปรแกรม	24 (35.82)	37 (55.22)	6 (8.96)	-	-	4.27	0.61	เห็นด้วย
2. สามารถส่งแฟ้มข้อมูลผ่าน อินเทอร์เน็ตได้	25 (37.31)	33 (49.25)	8 (11.94)	-	1 (1.49)	4.21	0.77	เห็นด้วย
3. ทำการแก้ไขข้อขัดข้องผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ง่าย	24 (35.82)	32 (47.76)	10 (14.93)	-	1 (1.49)	4.16	0.78	เห็นด้วย
ด้านสิ่งแวดล้อม						4.15	0.75	เห็นด้วย
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	30 (44.78)	28 (43.28)	8 (11.94)	-	-	4.33	0.67	เห็นด้วย
2. โปรแกรมได้รับการรับรอง จากกรมสรรพากร	29 (43.41)	28 (41.79)	10 (14.93)	-	-	4.28	0.70	เห็นด้วย
3. สถานที่ฝึกอบรมใกล้และ สะดวก	11 (16.42)	38 (56.72)	16 (23.88)	1 (1.49)	1 (1.49)	3.85	0.75	เห็นด้วย

4. การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี ตามตัวแปรสถานที่ พบว่า สถานที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่า F-statistics และค่าSig. ของการทดสอบสถานที่ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

ส่วนประสมทางการตลาด	F-statistics	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	1.296	0.268
ด้านราคา	2.062	0.062
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.363	0.034
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.512	0.025
ด้านบุคคล	0.900	0.512
ด้านกระบวนการ	1.025	0.423
ด้านสิ่งแวดล้อม	2.077	0.060

5. การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของอุตสาหกรรม จังหวัดเพชรบุรี ตามตัวแปรประเภทของสถานประกอบการ พบว่า ประเภทของสถานประกอบการส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านกระบวนการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่า F-statistics และค่า Sig. ของการทดสอบประเภทของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

ส่วนประสมทางการตลาด	F-statistics	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	1.855	0.115
ด้านราคา	1.049	0.398
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.303	0.909
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.487	0.785
ด้านบุคคล	1.244	0.300
ด้านกระบวนการ	2.510	0.039
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.778	0.570

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตั้งสถานประกอบการในอำเภอเขาชัย้อย ดำเนินธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ทุนจดทะเบียนมากกว่า 1,500,000 บาท รายได้รวมต่อปี มากกว่า 2,000,000 บาท การศึกษาปริญญาตรี มีพนักงานบัญชี 1-5 คน เคยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี 1 โปรแกรม โปรแกรมที่นิยมคือ โปรแกรม Easy Acc ระบบปฏิบัติการ Windows 12 หรือ รุ่นก่อนหน้านั้น ค่าใช้จ่ายซื้อโปรแกรม 20,000-30,000 บาท แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี คือ ค้นหาข้อมูลอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่าง ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับมาก สอดคล้องกับ มนุ อรดีดลเชษฐ์ (2543:19) เรื่องส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่อธิบายไว้ว่า การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารข้อมูลต้องอาศัยเทคนิค การจัดการข้อมูลที่ดีและต้องสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

ด้านราคา พบว่าค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านราคากับการจ่ายชำระเป็นงวด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของจิริระ จริงจิตร์ (2547) ที่ได้กล่าวไว้ว่าแนวโน้มของโปรแกรมมีราคาต่ำลงโปรแกรมมีให้เลือกมากขึ้นทั้งรูปการทำงานและราคา ดังนั้นผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตรงกับความต้องการงบประมาณและเลือกใช้ที่เหมาะสมกับการทำงาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับมาก โดยต้องการให้มีพนักงานไปสาธิตวิธีการใช้ ให้บริการ และช่องทางการสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุตราวดี บัวเทศ (2547) ที่กล่าวว่าผู้ใช้โปรแกรมขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้โปรแกรม เมื่อซื้อโปรแกรมจะคำนึงรูปแบบการให้บริการ

ด้านกระบวนการ พบว่าค่าเฉลี่ยให้ความสำคัญในระดับมาก คือผู้ซื้อต้องสามารถเข้าใจถึงการทำงานของโปรแกรมได้ง่าย ความสะดวกในการส่งข้อมูล เมื่อมีปัญหาจะมีการแก้ไขผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อตุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ความสะดวกที่ได้รับหลังการซื้อมีผลต่อการตัดสินใจ เพราะผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกอยากเลียนแบบ เพื่อให้ได้ความสะดวก

การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี ตามตัวแปรสถานที่ พบว่า สถานที่ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของอุตสาหกรรม จังหวัดเพชรบุรี ตามตัวแปรประเภทของสถานประกอบการ พบว่า ประเภทของสถานประกอบการส่งผลกระทบต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านกระบวนการ

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากซึ่งในปัจจุบันโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีมีจำหน่ายหลายโปรแกรมจึงทำให้นักบัญชีมีวิธีการเลือกที่สะดวกใช้งานง่ายและสามารถเข้าร่วมกับงานได้อย่างง่ายดาย ส่วนวิธีการเลือกซื้อหรือตัดสินใจก็คงอยู่ที่งบประมาณของแต่ละสถานประกอบการแต่ละแห่ง

ดังนั้นข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป จากผลการศึกษาก็พบว่าโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ราคาไม่สูงมากนักและขั้นตอนการขายควรมีการสอนให้ข้อมูลที่ชัดเจนหรือมีการจัดอบรมให้กับผู้ซื้อเพื่อให้ผู้ซื้อได้เข้าใจถึงโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีโปรแกรมสำเร็จรูปควรมีรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าถึงไม่ซับซ้อนมากเกินไปถ้าอย่างง่ายต่อนักบัญชีก็จะทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กันธิมา สมพงษ์มิตร. (2553). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- จิระ จริงจิตร. (2547). เทคนิคเลือกซื้อ ซอฟต์แวร์ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เอ-บู๊ค ดิสทริบิวชั่น.
- จุฑามาศ ทิพยากรณ์กุล. (2545). ผู้สอบบัญชีภาษี อากร วิชาการสอบบัญชี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ แซทไฟร์ พรินติ้ง.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สุสิริยาสาน.
- ประสพชัย พสุนนท์. 2553. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ท้อป พับลิชชิง.
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2548). การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : แม็ค.
- ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. (2548). การจัดการตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : แสงดาว.
- มนู อรดีดลเชษฐ. (2543). การใช้คอมพิวเตอร์ในงานบัญชี. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.