



## รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของ  
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

จตุพร กุมทอง

หัวหน้าโครงการวิจัย

นวรรตน์ พิวนวล

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก คณะเทคโนโลยีการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช  
งบประมาณผลประโยชน์ประจำปี พ.ศ. 2553



## บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านของปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต อำเภอเมือง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 137 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ระหว่าง 6-10 ปี
2. ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็น ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน รองลงมา ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมบริการ ด้านการบริการ ด้านกระบวนการออกแบบบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่
3. ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน
4. ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ
5. ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน
6. ปัจจัยด้านส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน
7. ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการยื่นแบบชำระภาษี
8. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการยื่นแบบชำระภาษี
9. ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

## ABSTRACT

This research aimed to study marketing mix factors (7Ps) that affected the decision of small and medium enterprises (SMEs) to selecting the accounting office's service at NaKhon Sri Thammarat Province. A Total 137 of small and medium enterprises at NaKhon Sri Thammarat Province were collected. The research tools were questionnaires. The data obtained to analyze by statistics such as frequency, percentage, standard deviation and Pearson product moment correlation coefficient.

The result indicated as follows:

1. The questionnaire respondents were female, aged between 26-40 years old, completed a Bachelor's degree and working experience between 6-10 years.
2. The majority of user who responded the questionnaire had high level reviews of factors that affected the decision to selecting the accounting office's service at NaKhon Sri Thammarat Province. In consideration each aspect indicated that the users have high level in the image of the office, employees of service providers, service promotion, services, the design processing, price and location respectively.
3. The service factor provided the most affecting for the decision to selecting the accounting office 'service in aspect of financial advice.
4. The price factor provided the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of business accounting system.
5. The location factor employed the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of preparing an accounts and submission of financial statements.
6. The service promotion factor employed the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of preparing an accounts and submission of financial statements.
7. The employees of service provider factor employed the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of submission of tax payment.
8. The image of the office factor employed the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of submission of tax payment.
9. The design processing factor employed the most affecting for the decision to selecting the accounting office's service in aspect of submission of tax payment.

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล-ศรีวิชัย ที่สนับสนุนทุนงานวิจัยงบประมาณประจำปี 2553 ขอขอบคุณเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์

จตุพร กุ่มทอง

นวิรัตน์ ผิวนวล

คณะผู้วิจัย

27 พฤษภาคม 2554



## สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญเรื่อง	ค
สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
สมมติฐานการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs	5
ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานบัญชีและพนักงานบัญชี	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ(7Ps)	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์/การทดสอบสมมติฐาน/การวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล/ผลการทดสอบสมมติฐาน	45

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการวิจัย	72
อภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	ฉ
ภาคผนวก ก	ช
ภาคผนวก ข	ซ



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาจัดตั้งธุรกิจ จำนวนพนักงาน	46
2	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) และเกณฑ์กำหนดระดับความ คิดเห็นการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของสำนักงานบัญชี	51
3	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) และเกณฑ์กำหนดระดับ ความคิดเห็นที่มีผลต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	52
4	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของสำนักงานบัญชี	56





# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน การดำเนินงานทางด้านธุรกิจได้มีการขยายตัวทางการตลาดอย่างกว้างขวางและกระจายออกสู่ทุกภูมิภาคซึ่งการดำเนินธุรกิจต่างก็มีหลากหลายรูปแบบถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยจะประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจและความผันผวนทางการเงินจนทำให้ธุรกิจบางรายต้องปิดตัวลง แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจหลายรายที่ยังคงจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาอย่างต่อเนื่องเพื่อหวังจะสร้างวิกฤตให้เป็นโอกาส ธุรกิจที่จะดำเนินงานอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ผู้บริหารต้องจัดวางระบบผังการดำเนินงาน อย่างมีประสิทธิภาพและรัดกุมเพื่อให้การทำงานนั้นประสบผลสำเร็จและตรงตามเป้าหมาย ซึ่งการประกอบกิจการที่ผู้บริหารให้ความสนใจมากในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ คือ การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีการบริหารจัดการที่ไม่ยุ่งยาก การระดมทุนจดทะเบียนไม่มากนักและรัฐบาลยังให้การสนับสนุนผู้ประกอบการดังกล่าว เพื่อสร้างเสถียรภาพความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้น

ดังนั้น เมื่อผู้ประกอบการเลือกที่จะประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริหารกิจการทุกคนต้องทำ คือ การจัดทำบัญชี แต่ในปัจจุบันเจ้าของธุรกิจหลายรายไม่สะดวกที่จะทำบัญชีด้วยตัวเองหรืออาจจะมีความรู้ทางด้านบัญชีไม่เพียงพอ จึงได้เลือกที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีมาช่วยในการจัดทำบัญชี วางระบบบัญชี จัดทำงบการเงิน ยื่นงบการเงิน และยื่นแบบชำระภาษีต่าง ๆ

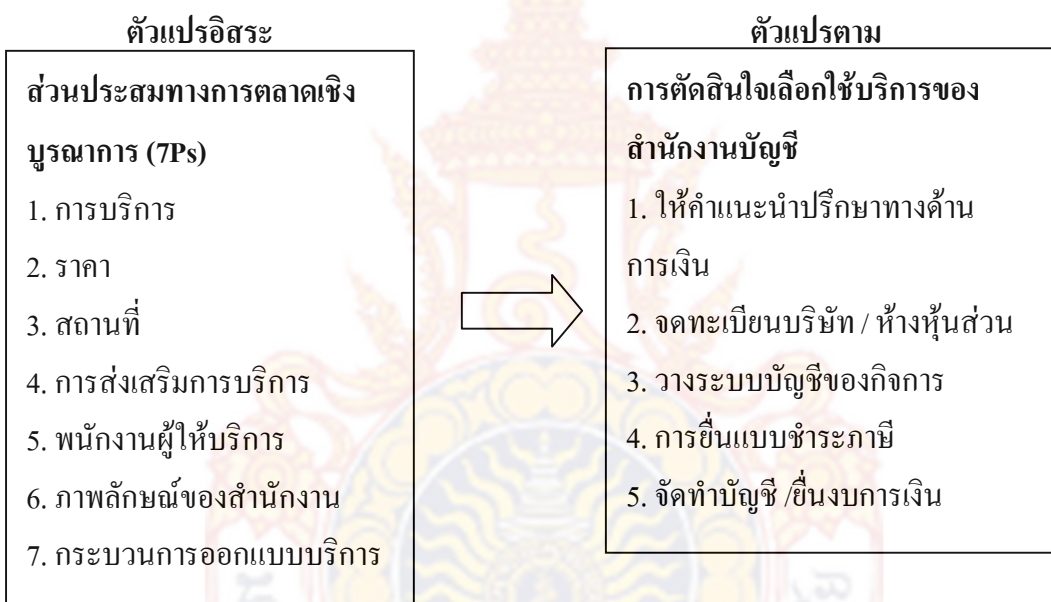
จากเหตุผลข้างต้นผู้ประกอบการจึงต้องเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี ทำให้ธุรกิจให้บริการ เช่น สำนักงานบัญชีเกิดขึ้นหลายแห่ง เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของแต่ละสำนักงาน ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในแต่ละแห่ง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นในส่วน of สำนักงานบัญชีหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจของสำนักงานบัญชี

## วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการของสำนักงานบัญชี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ (Marketing Mix) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
3. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน เพิ่มพูนความรู้แก่นักศึกษาเพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้เมื่อออกไปประกอบอาชีพ

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## สมมติฐานในการวิจัย

จากผลงานวิจัยของ รศ.ดร. อภินันท์ จันตะณี ได้ทำการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นสมมติฐานในการวิจัย เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึงทั้งองค์กร จึงเป็นที่มาของสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. การบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
2. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
3. สถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
4. การส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

5. พนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
6. ภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
7. กระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) สามารถนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสำนักงานบัญชีเป็นข้อมูลให้สำนักงานบัญชีที่จัดตั้งแล้วและที่กำลังจะจัดตั้งขึ้น นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจแข่งขันได้
- 2) สามารถนำผลการวิจัย ไปใช้ในการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่นักศึกษาในวิชาชีพการบัญชีและสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ในอนาคต

### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย  
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในเขต อ.เมืองและอ.ทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้
  - 1). ส่วนประสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ (7Ps)
    - 1.1) การบริการ
    - 1.2) ราคา
    - 1.3) สถานที่
    - 1.4) การส่งเสริมการบริการ
    - 1.5) พนักงานผู้ให้บริการ
    - 1.6) ภาพลักษณ์ของสำนักงาน
    - 1.7) กระบวนการออกแบบบริการ
  - 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
    - 2.1) ให้คำแนะนำปรึกษา ทางด้านการเงิน
    - 2.2) จัดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน
    - 2.3) วางระบบบัญชีของกิจการ
    - 2.4) การยื่นแบบชำระภาษี
    - 2.5) จัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

## นิยามศัพท์เฉพาะ

### 1. ผู้ใช้บริการ

หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มาติดต่อหรือขอรับบริการจากสำนักงานบัญชี ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอทุ่งสง จังหวัด นครศรีธรรมราช

### 2. ส่วนประสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ (7Ps)

หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วน การบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการบริการ พนักงานผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของสำนักงาน และกระบวนการออกแบบ บริการ

### 3. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

หมายถึง ธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้า บริการ ค้าส่งค้าปลีก หรือกิจการอื่นๆ ตามที่รัฐมนตรี ประกาศ ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs
2. ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานบัญชีและพนักงานบัญชี
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ (7Ps)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs

##### 1.1 ความหมายของ SMEs

SMEs (Small and Medium Enterprises) คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจการผลิตสินค้าบริการ ให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรี ประกาศกิจการผลิตสินค้าหมายความครอบคลุมถึงการผลิต ที่เป็นลักษณะของการประกอบการ อุตสาหกรรมทุกประเภท และเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนมาก ประกอบการในรูปของบุคคลธรรมดา คณะบุคคลหรือห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีโชนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือกิจการร่วมค้า ซึ่งจะประกอบธุรกิจขายสินค้า ผลิตสินค้า หรือ ให้บริการ ทุกธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่ทางภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร

การกำหนดลักษณะ SMEs หน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศไทยมักจะใช้กำหนดลักษณะตาม กฎกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม พ.ศ. 2545

สำหรับกรมสรรพากร ประมวลรัษฎากรไม่ได้มีคำนิยาม SMEs ไว้ว่ามีลักษณะอย่างไร แต่ได้อาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากรออกกฎหมายเพื่อสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ SMEs เช่น ลดอัตราภาษีเงินได้ ยกเว้นภาษีเงินได้ การหักค่าเสื่อมและค่าเสื่อมราคาในอัตราเร่ง เป็นต้น

กำหนดลักษณะธุรกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 และกำหนดลักษณะธุรกิจตามประมวลรัษฎากร สรุปได้ดังนี้

1. กำหนดลักษณะธุรกิจ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543

ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 อาศัยอำนาจพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ได้กำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-600
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

2. กำหนดลักษณะธุรกิจที่กรมสรรพากรอาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากรออกกฎหมายเพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

ประมวลรัษฎากรได้กำหนดลักษณะของธุรกิจที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยธุรกิจต้องมีลักษณะ ดังนี้

ลำดับที่	ลักษณะ
1.	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของ รอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท
2.	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาท และจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
3.	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่นำหลักทรัพย์มาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI
4.	เป็น VC (Venture Capital) ที่ถือหุ้นในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 200 ล้านบาท และจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
5.	เป็นกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปีหรือต่อรอบระยะเวลาบัญชี ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

## 1.2. ความสำคัญของ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ

สาระสำคัญของ SMEs ทำให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมดังนี้

1.2.1 SMEs เป็นแหล่งรองรับการจ้างงานขนาดใหญ่และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพราะวิสาหกิจต่าง ๆ ได้เกิดอยู่ในทุกชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่กันเป็นหมู่เหล่า ในปี พ.ศ. 2542 มีการประมาณการว่า SMEs สามารถรองรับในการจ้างงานได้ถึง 4.5 ล้านคน

1.2.2 SMEs สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์รวมทั้งยังทำรายได้นำเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก และยังสามารถผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า อันทำให้ประเทศสามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้จำนวนมากในแต่ละปี

1.2.3 SMEs เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือนักลงทุนหน้าใหม่ จากธุรกิจเล็กๆ และพัฒนาจนเติบโตในที่สุด

1.2.4 SMEs เป็นหน่วยผลิตที่สนับสนุนและเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและหรือกิจการขนาดย่อมด้วยตนเองในรูปแบบของการผลิตเป็นสินค้าวัตถุดิบขั้นต้น ขั้นกลาง ด้วยวิธีการว่าจ้างผลิต หรือการรับช่วงการผลิต

1.2.5 SMEs เป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ภาคการเกษตร ภาคการบริการขนส่ง ภาคการก่อสร้าง ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก

1.2.6 การเกิดขึ้นของ SMEs ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเท่ากับเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อันเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง

## 1.3 ลักษณะเด่นของ SMEs

การประกอบอาชีพใด ๆ ก็แล้วแต่จะมีความแตกต่างกันในสาระของกระบวนการ SMEs ที่มีคุณลักษณะเด่นที่ควรทราบ ดังนี้

1.3.1 การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย เพราะใช้เงินทุนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่มากนัก และเมื่อประกอบการแล้วเกิดมีปัญหาค่าความสูญเสียโอกาสที่จะฟื้นตัวเกิดได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่

1.3.2 มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้ทั่วถึงและใกล้ชิด

1.3.3 ดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ต้องการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิตและการค้าที่มุ่งความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการมากกว่ามุ่งปริมาณ

1.3.4 สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะอย่างเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

1.4. รูปแบบธุรกิจ SMEs การประกอบธุรกิจต่าง ๆ อาจจะกระทำตั้งแต่คนเดียวขึ้นไป หากมีหุ้นส่วนร่วมกันหลายคน ก็มักจัดตั้งในรูปของนิติบุคคลรูปแบบธุรกิจมีลักษณะแตกต่างกัน ปรากฏในตารางดังนี้

ลำดับ ที่	รูปแบบ	ลักษณะ
1.	บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
2.	คณะบุคคลที่มี นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยไม่มีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
3.	ห้างหุ้นส่วน สามัญที่มี นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
4.	ห้างหุ้นส่วน สามัญที่ จดทะเบียน นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
5.	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
6.	บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
7.	บริษัทมหาชน จำกัด	บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชนให้ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดจำกัด ไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ต้องชำระ และบริษัทดังกล่าวได้ระบุนามประสงค์เช่นนั้นไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ (มาตรา 15 พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด)



ลำดับ ที่	รูปแบบ	ลักษณะ
8.	กิจการร่วมค้า	กิจการที่ดำเนินการร่วมกันเป็นทางการค้าหรือหากำไรระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือระหว่างบริษัทและ/หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดาคนละบุคคลที่มีหุ้นนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือนิติบุคคลอื่น เป็นนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร (มาตรา 39)
9.	นิติบุคคลตามกฎหมายต่างประเทศ	บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ
10.	กิจการที่ดำเนินการค้าหรือหากำไรโดยรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การของรัฐบาลต่างประเทศ	เป็นกิจการของรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การของรัฐบาลต่างประเทศ มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร เป็นนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากร (มาตรา 39)
11.	มูลนิธิหรือสมาคม	เป็นนิติบุคคลตามประมวลรัษฎากรและมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลแต่จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ถ้าเป็นมูลนิธิหรือสมาคมที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง การคลังประกาศให้เป็นองค์การสาธารณกุศล

### 1.5 ปัญหาของ SMEs ในภาพรวม

จากการศึกษาวิจัย และเก็บรวบรวมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมตลอดเวลาที่ผ่านมามากกว่า 50 ปีที่ผ่านมา พบว่าปัญหาโดยรวมของ SMEs ที่ประสบอยู่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาพอจะสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

**1.5.1 ปัญหาด้านการตลาด** วิชาสาหกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดในประเทศ ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิชาสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

**1.5.2 ขาดแคลนเงินทุน** วิชาสาหกิจขนาดกลางและย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

**1.5.3 ปัญหาด้านแรงงาน** แรงงานที่ทำงานในวิชาสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูงกล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญงานมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอและการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า

**1.5.4 ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต** โดยทั่วไปวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการ พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

**1.5.5 ข้อจำกัดด้านการจัดการ** วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารในลักษณะนี้แม้มีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึงหากธุรกิจไม่ใหญ่นัก แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

**1.5.6 ปัญหาการเข้าถึงการส่งเสริมของรัฐ** วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์หรือทะเบียนการค้า ดังนั้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ หรือแม้แต่กิจการหรือโรงงานที่มีการจดทะเบียนถูกต้อง ก็มักไม่ค่อยอยากเข้ามายุ่งเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐบาลจะได้ลด

เงื่อนไขขนาดเงินลงทุนและการจ้างงาน หรือมุ่งใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเสนอโครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุนให้มากขึ้น แต่จากข้อมูลการศึกษาวិจัยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง 8.1 % เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล

**1.5.7 ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชน**  
 การส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่ผ่านมา ได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องของบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาในภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจตอบสนองได้ทั่วถึงและเพียงพอ

**1.5.8 ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล** เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป จึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เป็นต้น

## 2. ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานบัญชีและพนักงานบัญชี

**2.1 สำนักงานบัญชี** หมายถึง สำนักงานที่ให้บริการด้านการทำบัญชี ซึ่งสำนักงานบัญชีอาจจัดตั้งในรูปแบบบุคคลธรรมดา คณะบุคคล หรือนิติบุคคลก็ได้ โดยหัวหน้าสำนักงาน หรือผู้เป็นส่วน หรือเป็นกรรมการแล้วแต่กรณี ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านการให้บริการรับทำบัญชีในสำนักงานอย่างน้อย 1 คน ต้องมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชี ปฏิบัติงานเต็มเวลา และแจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีต่อกรมไว้แล้ว และมีผู้ช่วยผู้ทำบัญชีที่มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีอย่างน้อย 1 คนปฏิบัติงานเต็มเวลาสังกัดอยู่

### 2.2 บริการของสำนักงานบัญชี

เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านงานรับทำบัญชี การเสียภาษีอากร การตรวจสอบบัญชี ให้คำปรึกษาด้านบัญชีและกฎหมาย จัดทะเบียนธุรกิจทุกชนิดซึ่งการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีจะจัดทำบัญชีตั้งแต่ขั้นตอนแรกในการทำบัญชี จนกระทั่งการปิดบัญชี ซึ่งจัดว่าสำนักงานบัญชีมีบทบาทหน้าที่หลักทางการจัดทำบัญชีโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ โดยการบริการของสำนักงานบัญชีมีดังนี้

### 2.2.1 บริการด้านบัญชีการเงิน มีดังนี้

1. ให้คำแนะนำปรึกษาในการวางระบบบัญชี การควบคุมภายในด้านบัญชี และการจัดเก็บเอกสารขั้นพื้นฐานแก่กิจการ
2. จินทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีของบริษัทตามที่กฎหมายกำหนด
3. วิเคราะห์รายการเอกสารเพื่อประกอบการบันทึกบัญชีรายได้ ค่าใช้จ่าย และการปรับปรุงบัญชี เช่น ใบส่งของ ใบแจ้งหนี้ ใบเสร็จรับเงิน เอกสารรับชำระหนี้ เอกสารนำฝากธนาคาร การบันทึกค่าเสื่อมราคา ฯลฯ
4. บันทึกรายการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชี ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่กรมสรรพากรรับรองล่าสุด
5. จัดทำสมุดบัญชีต่าง ๆ ให้ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดให้จัดทำ ได้แก่ สมุดเงินสด สมุดเงินฝากธนาคาร สมุดรายวันซื้อ สมุดรายวันทั่วไป สมุดบัญชีแยกประเภท
6. ควบคุมดูแลให้มีการปิดงบการเงินทุกเดือน เพื่อผู้ประกอบการทราบผลการดำเนินงานและสามารถวางแผนภาษีได้อย่างทันทั่วทั้งที่
7. จัดเตรียมงบการเงินประจำปี พร้อมรายละเอียดประกอบงบการเงิน ดังนี้
  1. งบกระทบยอดเงินฝากธนาคารทุกบัญชี (Bank Reconcile)
  2. ทะเบียนทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา (Fixed Assets Register)
  3. รายละเอียดลูกหนี้ – เจ้าหนี้รายตัวคงเหลือ ณ วันสิ้นปี

### 2.2.2 บริการด้านภาษี – ประกันสังคม มีดังนี้

1. จัดเตรียมแบบภาษีที่ต้องยื่นนำส่งสรรพากรรายเดือน พร้อมบริการยื่นชำระภาษี (ถ้ามี) ได้แก่
  - 1.1 แบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหัก ณ ที่จ่ายจากเงินเดือนค้างจ่าย (ภงด.1)
  - 1.2 แบบภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล (ภงด.3, 53)
  - 1.3 แบบภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.30) และรายงานภาษีซื้อ – ภาษีขาย
2. คำนวณและจัดเตรียมแบบนำส่งเงินสมทบประกันสังคมรายเดือน พร้อมบริการยื่นนำส่งจัดเตรียมแบบภาษีที่ต้องยื่นนำส่งสรรพากรรายปี พร้อมบริการยื่นชำระภาษี ได้แก่
  - 2.1 สอบทานการคำนวณภาษีครึ่งปี และจัดเตรียมแบบนำส่งภาษีเงินได้ ครึ่งปี (ภงด.51)
  - 2.2 คำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลประจำปี และจัดเตรียมแบบนำส่งภาษีเงินได้ประจำปี (ภงด.50)

3. จัดเตรียมแบบนำเสนองบการเงินต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ สบข.3, แบบรายชื่อผู้ถือหุ้น (บอจ.5) พร้อมยื่นนำเสนอกระทรวงพาณิชย์

### 2.3 รูปแบบของสำนักงานบัญชี

สำนักงานบัญชีมีการจดทะเบียน 3 รูปแบบ คือ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2549) ดังนี้

2.3.1 สำนักงานบัญชีที่จัดตั้งในรูปคณะบุคคล หรือบุคคลธรรมดา โดยมีบุคคลตั้งแต่สองคน ไม่เกินสามคน (ที่ไม่ใช่สามี ภรรยา) ซึ่งจดทะเบียนสมรสกันตามกฎหมายร่วมธุรกิจประกอบกิจการโดยทำสัญญาตกลงจัดตั้งคณะบุคคล โดยระบุวัตถุประสงค์ที่ต้องการจัดตั้งและต้องมอบหมายให้บุคคลใด บุคคลหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการของคณะบุคคลนี้ โดยยื่นต่อกรมสรรพากรเพื่อขอหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

2.3.2 สำนักงานบัญชีที่จัดตั้งในรูปห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล โดยมีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปลงทุนร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแบ่งผลกำไรขาดทุนระหว่างกันตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งผู้ร่วมลงทุนในกิจการ เรียกว่า “ผู้เป็นหุ้นส่วน”

2.3.3 สำนักงานบัญชีที่จัดตั้งในรูปบริษัท โดยมีบุคคลไม่ต่ำกว่า 7 คน ร่วมลงทุนจัดตั้งกิจการในรูปของนิติบุคคล มีการบริหารงานในรูปของคณะกรรมการ และมีการแบ่งทุนเป็นหุ้นโดยผู้ลงทุน ซึ่งเรียกว่า “ผู้ถือหุ้น” จะรับผิดชอบในหนี้สินของบริษัทไม่เกินจำนวนที่ตกลงซื้อหุ้นไว้และจะได้รับส่วนแบ่งผลกำไรในรูปของ “เงินปันผล”

### 2.4 ขนาดของสำนักงานบัญชี

การกำหนดสำนักงานบัญชี สามารถแบ่งได้ 3 ขนาด ดังนี้

2.4.1 สำนักงานบัญชีขนาดเล็ก ซึ่งอาจพิจารณาจากสำนักงานบัญชีที่ตั้งในรูปคณะบุคคล หรือบุคคลธรรมดา โดยมีเงินลงทุนในการจัดตั้งกิจการ ประมาณ 100,000 – 300,000 บาท

2.4.2 สำนักงานบัญชีขนาดกลาง ซึ่งพิจารณาจำสำนักงานบัญชีที่จัดตั้งในรูปห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท โดยมีเงินลงทุนในการจัดตั้งกิจการ ประมาณ 300,000 – 500,000 บาท

2.4.3 สำนักงานบัญชีขนาดใหญ่ ซึ่งพิจารณาจำสำนักงานบัญชีที่จัดตั้งในรูปบริษัท โดยมีเงินลงทุนในการจัดตั้งกิจการ ประมาณ 500,000 บาท ขึ้นไป

### 2.5 หน้าที่ของสำนักงานบัญชี

2.5.1 ให้คำแนะนำปรึกษาด้านบัญชี – ภาษีและการจัดเก็บระบบเอกสารบัญชีที่จำเป็นในการบันทึกบัญชี

2.5.2 ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีของบริษัทตามที่กฎหมายกำหนด

2.5.3 จัดทำสมุดบัญชีรายวัน สมุดบัญชีแยกประเภท และรายงานทางบัญชีต่าง ๆ ครบถ้วน ตามกฎหมายบัญชีและกรมสรรพากรกำหนด

2.5.4 บันทึกบัญชีด้วยระบบโปรแกรมบัญชีที่กรมสรรพากรยอมรับล่าสุด

2.5.5 จำนวนและจัดเตรียมแบบภาษีที่ต้องยื่นในแต่ละเดือน ได้แก่ งด.1 , งด.3, งด.53 , ภพ.30 , รายงานภาษีซื้อ , รายงานภาษีขาย , พร้อมบริการนำส่งสรรพากร

2.5.6 จัดเตรียมแบบนำส่งเงินสมทบประกันสังคม พร้อมนำส่งสำนักงานประกันสังคม

2.5.7 จัดทำและยื่นแบบประมาณการภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีครึ่งปี (งด.51) ส่งสรรพากร

2.5.8 จัดทำและยื่นแบบงบประมาณการภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีสิ้นปี (งด.50) ส่งสรรพากร

2.5.9 จัดทำบัญชีและปิดงบการเงินด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถรายงานผลการดำเนินงานได้เป็นปัจจุบันทุกเดือน

2.5.10 ปิดงบการเงินรายปีก่อนตรวจสอบ โดยผู้สอบบัญชี พร้อมรายละเอียดประกอบงบการเงินครบถ้วน ได้แก่ งบกระทบยอดเงินฝากธนาคาร รายละเอียดลูกหนี้ – เจ้าหนี้ คงเหลือ, ทะเบียนทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา

2.5.11 จัดหาผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ได้มาตรฐานในราคาพิเศษสำหรับสมาชิก

2.5.12 เข้าพบและให้คำชี้แจง กรณีสรรพากรต้องการข้อมูลเพิ่มเติมทางบัญชี

## 2.6 ลักษณะงานของพนักงานบัญชี

พนักงานบัญชี ทำการบันทึกข้อมูลการเงินขององค์การอย่างสมบูรณ์ตามระบบของการบัญชี และเป็นระเบียบแบบแผน เช่น บัญชีรายรับ หรือบัญชีรายจ่าย เป็นต้น ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร และบันทึกเกี่ยวกับการจ่ายเงิน การรับเงินและธุรกิจการเงินอื่น ๆ และลงบัญชีแยกประเภท ตรวจสอบการลงบัญชี ทำการคำนวณ และรวมยอดเงินเท่าที่จำเป็น ท่างบดุล และรวบรวมรายงานการเงินตามระยะเวลาที่กำหนดเป็นประจำ เพื่อแสดงรายรับรายจ่าย บัญชีรายรับรายจ่าย กำไรขาดทุน และเรื่องราวเกี่ยวกับการเงินอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกัธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ คำนวณและจ่ายเงินค่าจ้าง ทำรายการแสดงฐานะทางการเงิน ทำรายงานแสดงฐานะทางการเงินให้แก่ลูกค้า และปฏิบัติงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำบัญชีทำบันทึกการเงิน โดยใช้ เครื่องทำบัญชีตรวจสอบการลงบัญชี รวบรวมรายงานเสนอตามระยะเวลาที่กำหนดเป็นประจำ ปิดงบการเงินประจำเดือน ทำหน้าที่ให้บริการทางการบัญชีแก่สถานประกอบการธุรกิจ บุคคล สถาบันเอกชน หรือหน่วยงานรัฐบาล รวมถึงการควบคุมดูแลการทำบัญชี และการตรวจสอบบัญชี การตรวจสอบการรับรองความถูกต้อง

สุมาตรา เศรษฐนันท์ (2546 : 28 – 32 ) ได้กล่าวถึงพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 เรื่องผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ตามมาตรา 8 ถึง 18 ว่า ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีที่จัดทำให้มีการทำบัญชีตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2543 ซึ่งได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย และกิจการร่วมค้า โดยหน้าที่ของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีมีดังนี้

1. จัดให้มีการทำบัญชีสำหรับการประกอบธุรกิจของตนโดยมีรายละเอียดหลักเกณฑ์และวิธีการตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

2. ควบคุมดูแลผู้ทำบัญชีให้จัดทำบัญชีให้ตรงต่อความเป็นจริงและถูกต้อง

3. จัดให้มีผู้ทำบัญชี ซึ่งเป็นผู้มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีกำหนดในประกาศกรมทะเบียนการค้า

4. ส่งมอบเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีให้แก่ผู้ทำบัญชีให้ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้บัญชีที่จัดทำขึ้นแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินที่เป็นอยู่ตามความเป็นจริงและตามมาตรฐานการบัญชี

5. เริ่มทำบัญชีตามวันที่กำหนด

6. จัดทำบัญชีและลงรายการในบัญชีจากเอกสารประกอบการลงบัญชีที่กำหนดในประกาศกรมทะเบียนการค้า

7. ปิดบัญชีตามระยะเวลาที่กำหนด

8. จัดทำงบการเงินตามรายการย่อและจัดส่งงบการเงินภายในเวลาที่กำหนด

9. เก็บรักษาบัญชีและเอกสารประกอบการลงบัญชีต้องจัดเก็บ ณ สถานที่ประกอบการไว้ไม่น้อยกว่า 5 ปี นับแต่วันที่ปิดบัญชี และหากเอกสารสูญหายเสียหายต้องแจ้งต่อสารวัตรใหญ่ภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ทราบ

## 2.7 ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี

2.7.1 ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ความโปร่งใส หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน สะท้อนภาพที่แท้จริงภายในเวลา ที่เหมาะสม ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญ ความเป็นอิสระ หมายถึง การปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระ สามารถตัดสินใจโดยไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลใด ๆ หรือ ปัจจัยภายนอกและภายในซึ่งอยู่ภายใต้กรอบวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีและความเป็นอิสระนั้นต้องเป็นที่ประจักษ์ แก่บุคคลทั่วไป เพื่อให้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีเป็นที่เชื่อถือได้ ความเที่ยงธรรม หมายถึง ความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงาน

โดยปราศจากความมื่อคติ ความลำเอียง ความซื่อสัตย์สุจริต หมายถึง การประพฤติตรง จริ่งใจ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง ไม่แสดงตนว่าได้ปฏิบัติงานถ้าไม่ได้ ปฏิบัติจริง ความซื่อตรงต่อวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี

หลักการพื้นฐาน ในการปฏิบัติงาน สำนักงานบัญชีต้องรักษาไว้ซึ่งความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อให้ผลงานเป็นที่เชื่อถือ

ข้อกำหนด มีดังนี้

1) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ไม่ปกปิดข้อเท็จจริง หรือ บิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีต้องมั่นใจว่าข้อมูลที่นำมาใช้ ถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน สะท้อนภาพ ที่แท้จริง เพื่อให้มั่นใจว่างานบริการที่ให้แก่ ลูกค้ามีความถูกต้อง

2) สำนักงานบัญชีต้องไม่รับงานที่ตนขาดความอิสระ ผู้ทำบัญชีต้องใช้ดุลยพินิจในการรับงาน และต้องถอนตัวจากการให้บริการ หรือหยุดการให้บริการชั่วคราวจนกว่าความสัมพันธ์ หรือสถานการณ์ที่กระทบความเป็นอิสระได้ยุติลง

3) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ คงไว้ซึ่งความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงาน สำนักงานบัญชีจะสามารถปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ คงไว้ซึ่งความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานได้ก็ต่อเมื่อสำนักงานบัญชีดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) สำนักงานบัญชีมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ จากระบบการจัดเก็บข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(2) สำนักงานบัญชีสามารถควบคุมการให้บริการให้อยู่ในกรอบของ จรรยาบรรณของวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี

(3) สำนักงานบัญชีต้องหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์หรือสถานการณ์ใดๆ ที่อาจ กดดันให้ผู้ทำบัญชีไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจ

(4) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพใน ด้านการจัดทำบัญชี

## 2.7.2 ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

หลักการพื้นฐาน ในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีต้องใช้ความรู้ความสามารถและความ ซำนาญในวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีด้วยความใส่ใจ เต็มความสามารถ เพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการทางวิชาชีพในด้านการ จัดทำบัญชีที่อยู่บนพื้นฐานของกฎเกณฑ์ และเทคนิคที่เกี่ยวข้อง



การที่จะสามารถปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ ผู้ทำบัญชีต้องวางแผน และควบคุมงานจนสามารถรวบรวมข้อมูลและหลักฐานให้เพียงพอในการปฏิบัติงาน

ผู้ทำบัญชีต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาที่ประกอบวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากงานบริการวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี บนพื้นฐานของการพัฒนากฎเกณฑ์มาตรฐานในการปฏิบัติงานและเทคนิคที่เป็นปัจจุบัน

ข้อกำหนด มีดังนี้

1) ผู้ทำบัญชีต้องไม่รับงานที่เกินความรู้ความสามารถของตนที่จะปฏิบัติงานได้ ในการพิจารณารับงาน ผู้ทำบัญชีต้องมีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจของลูกค้า ลักษณะงานบริการที่ลูกค้าต้องการ และมีความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสำนักงานบัญชีต้องไม่รับงานในปริมาณมากจนไม่สามารถควบคุมการปฏิบัติงานได้

การที่ผู้ทำบัญชีจะมีความรู้ความสามารถในงานที่รับว่าจะให้บริการ ผู้ทำบัญชีจะต้องมีประสบการณ์และการฝึกฝนในการใช้วิจารณญาณการประยุกต์ใช้ความรู้ที่รับว่าจะให้บริการ หรือผู้ทำบัญชีต้องผ่านการศึกษารอบรอบอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาที่ผ่านมา กรณีที่ผู้ทำบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถในงานที่จะให้บริการอย่างเพียงพอ ผู้ทำบัญชีต้องศึกษาค้นคว้าสอบถามจากผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์ หรือหาทีมงานที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานได้

ผู้ทำบัญชีต้องไม่แสดงตนว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องที่ตนเองไม่มีความรู้และความสามารถ ในกรณีนี้ผู้ทำบัญชีควรพิจารณาที่จะรับคำแนะนำหรือใช้ผลงานจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความถนัดในงานดังกล่าว

2) ผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ

ผู้ทำบัญชีต้องใช้ความรู้ตามมาตรฐานการบัญชี วิธีปฏิบัติ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความชำนาญและประสบการณ์ทางวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีด้วยความระมัดระวังรอบคอบ

3) สำนักงานบัญชีต้องควบคุมคุณภาพงานให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ

สำนักงานบัญชีควรมีการอบรมและควบคุมคุณภาพงานของผู้ทำบัญชีและผู้ช่วยผู้ทำบัญชีอย่างเหมาะสม สม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานการบริการทางวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีได้มาตรฐาน

4) ไม่ยินยอมให้ผู้อื่นอ้างว่าตนเป็นผู้ปฏิบัติงาน โดยตนมิได้ปฏิบัติงานหรือควบคุมการปฏิบัติงานนั้น สำนักงานบัญชีต้องไม่ยินยอมให้ผู้อื่นอ้างชื่อว่าเป็นผู้ปฏิบัติหรือควบคุมงาน

ให้บริการทางวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี โดยที่ตนเองมิได้เป็นผู้ปฏิบัติหรือควบคุมงาน ให้บริการอย่างแท้จริง

### 2.7.3 ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ

#### หลักการพื้นฐาน

สำนักงานบัญชีต้องรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติโดยต้องไม่ละทิ้งงานที่ให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีอาจล่วงรู้หรือได้มาซึ่งข้อมูลใด ๆ ที่ต้องถือเป็นความลับของกิจการที่ตนให้บริการ ผู้ทำบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลนั้นไปเปิดเผย ทั้งนี้ รวมถึงการที่ผู้ทำบัญชี ผู้ช่วยผู้ทำบัญชี หรือผู้ร่วมสำนักงานบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลที่ได้มาในระหว่างการปฏิบัติงานไปใช้หรือเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าได้ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลภายนอก เว้นแต่กรณีที่ได้รับคามยินยอมจากลูกค้าหรือกรณีที่ต้องให้ถ้อยคำตามกฎหมาย รวมทั้งกรณีที่เป็นการเรียกตรวจสอบโดยหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีจึงจะเปิดเผยได้

#### ข้อกำหนด มีดังนี้

1) สำนักงานบัญชีต้องไม่เปิดเผยความลับของกิจการที่ตนเองได้รู้มา ในหน้าที่จากการให้บริการเว้นแต่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า ต้องให้ถ้อยคำในฐานะพยานตามกฎหมาย หรือเปิดเผยต่อหน่วยงานที่กำกับดูแลหน้าที่ในการรักษาความลับนั้นยังคงมีอยู่ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างสำนักงานบัญชีและลูกค้าจะสิ้นสุดแล้ว ก็ตามสำนักงานบัญชีต้องควบคุมดูแลผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำบัญชีไม่ให้นำข้อมูลที่ได้มาในระหว่างการปฏิบัติงานไปใช้หรือเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าได้ใช้เพื่อประโยชน์ ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลภายนอก

2) ไม่ละทิ้งการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีที่รับไว้แล้ว โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ในกรณีที่สำนักงานบัญชีได้ตกลงรับงานไว้แล้ว ต่อมาไม่ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามที่ตกลงไว้และได้ละทิ้งงานไปโดยไม่มีเหตุผลสมควร และไม่ได้แจ้งให้ลูกค้าทราบในเวลาอันสมควร เช่น การแจ้งกระชั้นชิด ถือว่าสำนักงานบัญชีขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้า และอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า

### 2.7.4 ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น หุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคล ที่สำนักงานบัญชีปฏิบัติหน้าที่

#### หลักการพื้นฐาน

สำนักงานบัญชีต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่สำนักงานบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้

### ข้อกำหนด

สำนักงานบัญชีต้องรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ทำบัญชีปฏิบัติหน้าที่ โดยมีพฤติกรรมที่ดีเพื่อชื่อเสียงแห่งวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีเสมอ และไม่ปฏิบัติตนในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่วิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี

### 2.7.5 สำนักงานบัญชีต้องไม่ปฏิบัติให้เสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี

#### หลักการพื้นฐาน

สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ เพื่อรักษาชื่อเสียงแห่งวิชาชีพ และงดเว้นการกระทำที่จะนำมาสู่การเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

### ข้อกำหนด

สำนักงานบัญชีต้องไม่กระทำการในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่วิชาชีพในด้านการทำบัญชี

## 2.8 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี

2.8.1 สำนักงานบัญชีต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคิดค่าบริการธรรมเนียม

2.8.2 สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดทำสัญญาที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากลูกค้า

2.8.3 สำนักงานบัญชีต้องกำหนดระยะเวลาจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่ชัดเจน

2.8.4 สำนักงานบัญชีต้องออกหลักฐานการรับเงินให้กับลูกค้าทุกครั้ง

2.8.5 ในกรณีที่ลูกค้ามอบหมายให้สำนักงานบัญชีเป็นผู้กระทำการใด ๆ แทน เช่น การนำส่งภาษีของลูกค้า การนำส่งเงินสมทบกองทุนประกันสังคม เป็นต้น สำนักงานบัญชีต้องนำส่งและดำเนินการให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย

2.8.6 การดูแลทรัพย์สินของลูกค้า สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดทำหลักฐานการส่งมอบและรับมอบทรัพย์สิน รวมถึงการดูแลรักษา การจัดเก็บทรัพย์สินของลูกค้า ทั้งนี้ต้องไม่นำทรัพย์สินของลูกค้ามาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของสำนักงานบัญชี เช่น การยืมบัญชีและเอกสารของลูกค้าไว้โดยไม่ส่งคืนซึ่งผิดกับความต้องการของลูกค้ากฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

## 3. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

### 3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้สามารถเลือกทางใดทางหนึ่งเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

**ไพลิน ผ่องใส** (อ้างถึงใน บาร์นาร์ด 2536:155) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม

**บุษกร คำคง** (อ้างถึงใน เอนนิส 2542 : 13-14) กล่าวว่า การตัดสินใจคือ การคิด วิเคราะห์เป็นการคิดหาเหตุผล คิดแบบไตร่ตรองเป็นการตัดสินใจว่า อะไรควรเชื่อ อะไรควรทำ

**โกวิทย์ กังสนันท์** (2529 : 3) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงสภาวะที่ผู้ตัดสินใจมีหลายๆตัวเลือกหลายๆ ตัว และต้องเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อเลือกตัวเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

**สมยศ นาวิการ** (2524:325-326) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ ผลลัพธ์ต่างๆ ที่เป็นไปได้ขึ้นอยู่กับการกระทำที่เลือก ผลลัพธ์แต่ละอย่างมีความน่าจะเป็นไม่เท่ากันและผู้ตัดสินใจจะต้องพิจารณาถึงคุณค่าประโยชน์หรือความสำคัญของทางเลือกแต่ละอย่างซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าการตัดสินใจของบุคคลนั้นเป็นกระบวนการซึ่งเป็นลักษณะของการใช้เทคนิควิธีการในการจำกัดทางเลือกให้แคบลงเท่านั้นเองดังนั้นการตัดสินใจจึงมีลักษณะเป็นขั้นตอน คือ เริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การกำหนดทางเลือก ข้อจำกัด และสุดท้ายคือการตัดสินใจโดยยึดวัตถุประสงค์

**ณัฐจริยา แสงสว่าง** (2533:8) กล่าวว่า การตัดสินใจคือ การเลือกคิดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติจากหลายๆทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เห็นว่าดีที่สุด

**บุญมี บุญมั่น** (2535:12) กล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคลเป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดจากความคาดหวัง เป้าหมาย แรงจูงใจ การรับรู้ เจตคติ อาชีพ ครอบครัวยุคและด้านอื่นๆ คือตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อม

### 3.2 ประเภทของการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในหน่วยงาน การตัดสินใจอาจกำหนดไว้ล่วงหน้าหรือไม่กำหนดแบบอย่างไว้ล่วงหน้า ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางรูปแบบที่เหมาะสมและสถานการณ์การดำเนินงาน

**ไพรินทร์ แยมจินดา** (อ้างถึงใน ไชมอน 2546 : 21) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (programmed decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ
2. การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบไว้ล่วงหน้า (Nonprogrammed decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหารหรือผู้ตัดสินใจจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้วย

### 3.3 กระบวนการตัดสินใจ

**กฤษดี ไชยันทา** ( อ้างถึงใน พลันเกต และแอดเนอร์ 1994 : 162) กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบแล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าอาการที่ยอดขายลดลงเป็นอาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนที่ต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ 1) ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ตัวอย่างเช่น ถ้าโควตาปกติในการผลิตมอเตอร์ของแผนกผลิตเท่ากับ 500 เครื่องต่อเดือน แต่แผนกผลิตต้องผลิตมอเตอร์ให้ได้ 1,000 เครื่อง ภายในสิ้นเดือนนี้ โดยมีข้อจำกัดด้านต้นทุนขององค์การว่าจะจ่ายค่าจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นไม่เกิน 10,000 บาทเท่านั้น ทางเลือกหนึ่งของการแก้ปัญหาอาจทำได้โดยการจ้างพนักงานทำงานล่วงเวลาในวันหยุดและเวลากลางคืน แต่เมื่อประเมินได้แล้วพบว่าวิธีนี้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 17,000 บาท ผู้บริหารก็ควรตัดทางเลือกนี้ทิ้งไป เพราะไม่สามารถนำมาใช้ได้ภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุน อย่างไรก็ตามทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่งของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื้อในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

### 3.4 ลักษณะของการตัดสินใจ

ลักษณะการตัดสินใจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้ได้แนวทางที่ทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายของบุคคล องค์กร และหน่วยงานต่างๆ

กฤษณี ไชยนันตา (อ้างถึงใน ลูมบา 1978:100-103) ได้สรุปลักษณะของการตัดสินใจ ไว้ดังนี้

1. การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการเปรียบเทียบผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง โดยที่ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์สูงสุด
2. การตัดสินใจเป็นหน้าที่ที่จำเป็น เพราะทรัพยากรมีจำกัด และมนุษย์มีความต้องการไม่จำกัด จึงจำเป็นต้องมีการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับประโยชน์และความพอใจจากการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร
3. ในการปฏิบัติงานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร อาจมีการขัดแย้งกัน เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายการบริหารงานบุคคล แต่ละฝ่ายอาจมีเป้าหมายของการทำงานขัดแย้งกัน ผู้บริหารจึงต้องเป็นผู้ตัดสินใจชี้ขาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยรวม
4. กระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ข้อจำกัด การกำหนดทางเลือก ส่วนที่สอง เป็นการเลือกทางเลือก หรือ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดตามสภาวะการณ์
5. การตัดสินใจมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและลักษณะของปัญหา เช่น อาจแบ่งออกได้เป็นการตัดสินใจตามลำดับขั้น ซึ่งมักเป็นงานประจำ เช่น การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์

ตารางการทำงาน เป็นต้น และการตัดสินใจที่ไม่เป็นไปตามลำดับขั้น เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นประจำ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นนานๆ ครั้ง เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการริเริ่มงานใหม่ เช่น ตั้งคณะใหม่ เป็นต้น

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

##### 4.1 ความหมายของการบริการ

การบริการ (Service) หมายถึง กระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจให้บริการ ได้มีผู้ให้ความหมายของ“การบริการ” หลายท่าน ดังนี้

**วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์** ( อ่างใน สงครามชัย ลีทองดี , 2544 : 14) การบริการ มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆในบริการ มีความหมายถึงกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการนั้นๆบริการที่ดีที่สามารถอธิบายได้โดยใช้ตัวอักษรย่อของคำอธิบายลักษณะเด่นของการบริการ(service)ที่ดีไว้ดังนี้

S = Smiling + Sympathy คือ การยิ้มแย้ม และเอาใจใส่เข้าอกเข้าใจ

E = Early Response คือ การตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันใจได้เอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful คือ การแสดงออกถึงการนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness manner คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ ไม่ใช่ทำแบบเสี้ยมไม่ได้

I = Image Enhancing คือ การแสดงออก ซึ่งการรักษาภาพพจน์ของ ผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy คือ กริยาการอ่อนโยน สุขภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm คือ ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

การอธิบายความหมายของการบริการในรูปแบบนี้จึงเป็นแนวทางที่ควรปฏิบัติเพื่อให้เกิดการบริการที่ดีได้ด้วยอีกทางหนึ่งซึ่งหากองค์กรใดมีลักษณะการให้บริการเช่นนี้ ย่อมถือได้ว่ามีความเป็นเลิศทางการบริการทีเดียว

**ศิริพร ตันติพุลวินัย** ( อ่างถึงในสมจิตร กาหวงค์ , 2540) งานบริการ หมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่น งานอะไรก็ตามที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพึงพอใจ สะดวกสบายงานบริการที่ดี คือการที่ทำให้



ให้ลูกค้าพอใจ (Customer's satisfaction) ซึ่ง ลูกค้าทุกคนมีความต้องการและความคาดหวังต่างกัน ดังนั้น การให้บริการที่ตอบสนองทำให้ลูกค้าพอใจทั้งความต้องการและความคาดหวังจึงจะเป็นงานบริการที่มีคุณภาพปัจจุบันจะเห็นว่าเมื่อผลิตภัณฑ์ดีเยี่ยม การบริการดีเยี่ยม แต่ถ้าไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ก็ไม่สามารถขายสินค้าได้ งานบริการก็เช่นกันถ้าขาดสัมพันธภาพกับผู้มารับบริการงานบริการนั้นก็ จะไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการ ถึงแม้ว่าบริการด้านอื่นๆ จะดีเยี่ยมก็ตาม ดังจะเห็นได้จากการบริการของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งได้ปฏิบัติต่อลูกค้าที่มารับบริการทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความ สะอาด ความรวดเร็ว ความทันสมัยความร่วมมือ และการทำงานเป็นทีม ซึ่งเขาจะมีแนวคิด ใหม่ๆ (New Concepts) มีความรู้ใหม่ (New Knowledge) ประสบการณ์ใหม่ (New Experience) ทักษะใหม่ (New Skill) และทัศนคติใหม่ (New Attitude) นำมาปรับปรุงมาตรฐานการบริการเป็นสิ่ง สำคัญอย่างมากที่จะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของงานบริการของสถานบริการของรัฐ ซึ่งจะวัดได้ จากความรู้สึกของผู้รับบริการ ไม่ใช่วัดจากความรู้สึกของผู้ให้บริการ

**อรพินท์ ไชยพยอม** (อ้างใน Chang, 2542: 7) ได้เสนอแนวคิดในการประเมินคุณภาพ ของการบริการ ประกอบด้วย

1. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) ได้แก่ การรักษาความสะอาด ของสถานที่ การควบคุมเสียง อากาศ แสง และอุณหภูมิที่พอเหมาะ
2. ความเพียงพอของการบริการ (Availability) ได้แก่ ความสามารถในการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้ทันทีการปฏิบัติงานตามเวลาและการให้บริการที่ เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับบริการ
3. ทักษะการให้บริการ (Technical Skills) ได้แก่ บริการที่ตอบสนองความต้องการ พื้นฐานของผู้รับบริการ เช่น อาหาร ความสะอาด ห้องน้ำ กระบวนการดูแลที่มีคุณภาพ เช่น การรักษา ให้ยาทางหลอดเลือดดำ การทำแผล การใช้เครื่องมือในการรักษาพยาบาล รวมทั้งทักษะที่ เชี่ยวชาญ และถูกต้อง คำนึงถึงบริการที่ปลอดภัยต่อผู้รับบริการ
4. ศิลปะการให้การดูแล (Art of care) ได้แก่ อธิษาศัย ความเป็นมิตรความเอาใจใส่ การรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการในการรักษาพยาบาล การรักษาใช้เวลาที่เหมาะสม การเคารพ นับถือ และให้ความเป็นกันเองกับผู้รับบริการ
5. ความต่อเนื่องของการบริการ (Continuity of care) ได้แก่ การดูแลรักษาโดย เจ้าหน้าที่คนเดิม ความเข้าใจสภาพและความต้องการของผู้รับบริการ
6. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะ (Specific outcomes of care) ได้แก่ ความรู้สึกของ ผู้รับบริการหลังจากการรับการรักษา ความรู้สึกสบายและสดชื่นขึ้นรวมถึงความเข้าใจสภาพการ เจ็บป่วย

7. คุณภาพทั่วไป (Overall quality) ได้แก่ ความพึงพอใจ หรือคุณภาพโดยรวม

8. ความตั้งใจของผู้รับบริการ (Future intent) ได้แก่ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการในอนาคต และให้คำแนะนำต่อไปยังญาติหรือเพื่อนๆ

#### 4.2 คุณภาพของการบริการ

คุณภาพของการบริการ เป็นผลรวมของการนำคุณสมบัติต่างๆ มาประสานรวมกันเข้า เพื่อให้งานเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดตามแนวคิด ดังนี้

**สุวลักษณ์ เกตุแก้ว** (อ้างถึงใน วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์ , 2551 : 7) สรุปถึงคุณภาพในการบริการ ดังนี้

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. ระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากการได้รับบริการแล้ว

**รัชยา กุมนานิชไชยนันท์** (อ้างใน Parasuraman, Zeithesel และ Berry , 1990 : 57) ได้กล่าวถึง ลักษณะของผู้นำด้านการบริการ (Characteristics of Service Leaders) ไว้ว่า ควรจะมีลักษณะดังนี้ คือ

1. มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการบริการ (Service Vision) คือ การมองเห็นคุณภาพของการบริการเป็นกุญแจสำคัญ โดยให้บริการนั้นมีคุณภาพอยู่ตลอดเวลา

2. มีมาตรฐานสูง (High Standard) คือ ควรจะให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก ให้ความสนใจในรายละเอียดและความแตกต่างของการบริการต่างๆ เพื่อค้นหาที่จะทำการพัฒนาให้ดีขึ้น องค์การบริการผลิตภัณฑ์บริการ

3. มีแบบอย่างผู้นำในสนาม (In the Field Leadership Style) คือ ผู้นำด้านการบริการ ควรจะมีการลงสู่สนามจริงๆ ไม่ใช่ทำเพียงแค่การวางแผน ควรลงไปใกล้ชิดกับพนักงาน มีการยกย่อง เยินยอ สั่งสอน มีการสังเกตการ ป้อนคำถามและมีการรับฟัง ซึ่งเป็นหนทางที่ดีที่สุดที่จะได้รับข้อมูลต่างๆของการบริการ

4. มีความโปร่งใสและซื่อสัตย์ (Integrity) ผู้นำที่ดีที่สุดควรทำสิ่งที่ถูกต้อง แม้อยู่ในสถานการณ์ที่ลำบากก็ตาม เช่น มีการแจกแจงวัลบนความยุติธรรมและความซื่อสัตย์ โดยมีหลักของความไว้วางใจผู้ร่วมงานเป็นที่ตั้ง

**สมชาติ กิจยรรยง** (2543) ได้กล่าวว่า วิธีการสร้างนักบริการมืออาชีพ องค์การต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติบุคลิกภาพที่เหมาะสม จากนั้นจึงพัฒนาเทคนิคการบริการให้กับบุคลากร ซึ่งในแต่ละเรื่องมีรายละเอียด ดังนี้

1. คุณสมบัติของผู้ให้บริการ สิ่งที่คุณให้บริการควรมีอันดับแรก คือ ความเป็นคนที่รักในงานบริการ เพราะคนที่รักในงานบริการจะมีความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อลูกค้ามีความกระตือรือร้น รื่นที่จะช่วยเหลือลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใส และเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอดทนอดกลั้นเมื่อลูกค้าตำหนิต่อว่านอกจากนี้ พนักงานที่ให้บริการควรเป็นผู้รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีด้วย

2. บุคลิกภาพทั้งลักษณะการแต่งกายที่แลดูสะอาดเรียบร้อย รวมไปถึงอากัปกริยาที่แสดง ออก เช่น การยิ้ม การหัวเราะ การแสดงท่าทางประกอบการพูด สิ่งเหล่านี้ควรเป็นไปตามธรรมชาติ

3. เทคนิคการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนทนาเพราะการสนทนาเป็นสื่อกลางระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการการสนทนาให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

#### 4.3 ความสำคัญของการบริการ

**สัญลักษณ์ เกตุแก้ว** (อ้างใน สมิต สัจฉกร , 2551 : 10-11) การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ โดยในการพิจารณาความสำคัญของการบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร

2. ถ้ามีบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดีแก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ

2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ

3. มีความระลึกถึง และยินดีมาขอรับบริการอีก

4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน

5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ

7. มีการพูดผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ

2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ใช้บริการอีก

3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ที่กล่าวถึงข้างต้นจะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากของการบริการ

#### 4.4 ประเภทของการบริการในธุรกิจ

โดยปกติแล้วในธุรกิจบริการประเภทใดใด ก็ตามสามารถแบ่งแยกออกเป็นการบริการออกได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

4.4.1 การบริการหลัก โดยการบริการนี้ถือเป็นกิจกรรมหลักของธุรกิจ โดยทั่วไปการบริการหลักจะสร้างกำไรให้กับธุรกิจมาก แต่อย่างไรก็ตาม บริการหลักมักจะมีการซับซ้อนในการให้บริการหรือการส่งมอบให้ลูกค้า อาทิ ธุรกิจ โรงแรม ธุรกิจธนาคาร

4.4.2 การบริการเสริม การบริการนี้สร้างรายได้และกำไรให้ธุรกิจได้ แต่น้อยกว่าบริการหลัก เช่น มหาวิทยาลัยให้บริการเสริมการสอนคอมพิวเตอร์ต่อบุคคลทั่วไป

4.4.3 การบริการอื่น ๆ การบริการนี้ไม่ถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจนั้น แต่ขาดไม่ได้เนื่องจากเป็นการบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินไปได้อย่างสะดวก การบริการประเภทนี้มักไม่ทำกำไรให้ธุรกิจ หรืออาจเป็นค่าใช้จ่ายให้ธุรกิจ อาทิ การให้บริการที่จอดรถ การติดตั้งลิฟท์โดยสาร เป็นต้น

### 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงบูรณาการ

#### 5.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์การ หรือบุคคล ในการกำหนด กลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

1.1 การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของกลุ่มแข่งขัน

1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอและภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขัน โดดเด่นและมีมูลค่า/คุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่โดดเด่นและแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งได้แก่

1.3.1 ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

1.3.2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ อันประกอบด้วย คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3.3 ผลิตภัณฑ์ควบ ผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติม ที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น

1.3.4 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากการซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์

1.3.5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

**2. ราคา (Price)** หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง

2.1 การยอมรับของลูกค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.2 ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต

2.3 ลักษณะการแข่งขัน

**3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

3.2.1 การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม

3.2.2 การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติเกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตภัณฑ์ขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและมีในปริมาณที่เหมาะสม

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับการสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า

3.2.5 การบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี

3.2.6 การคลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางเคลื่อนไหวของสินค้าเพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

3.2.7 การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

3.2.8 การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหนและอย่างไรจึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

4.1 การโฆษณา เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลที่ต้องจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ เพื่อนำเสนอ และส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อ ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น 쿠폰 การประกวด การให้ของแถม เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของผลิตภัณฑ์ และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

4.3 การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

4.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถ นำเสนอสินค้า และตอบข้อซักถามให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด

4.5 การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถเจาะให้กับผู้รับแต่ละคนได้

**Kotler** (1991 อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) จากส่วนผสมทางการตลาด 4P ได้ดำเนินการโดยเพิ่มให้เป็น 7Ps เพื่อให้การดำเนินธุรกิจได้ครอบคลุมในด้านการให้บริการอย่างครบถ้วนดังนี้

**1. ทางด้านบริการ (Product)** ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก และบริการเสริมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแข่งขันได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับบริการของคู่แข่ง

**2. ราคาและค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่าย (Price)** ในเรื่องราคาตามปกติที่ผู้บริหารต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาสินค้าแบบเดิม ผู้บริหารยังต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าเสียไปกับการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจที่อาจออกมาในแง่ลบ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้

**3. สถานที่ (Place)** ในการส่งมอบบริการต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาที่สะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการผ่านทาง อีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ก็ได้เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการเป็นปัจจัยสำคัญ

**4. การส่งเสริมบริการและการสื่อสารทางการตลาด (Promotion & IMC)** ไม่มีสินค้าชนิดใดที่ประสบความสำเร็จได้ ถ้าไม่มีโปรแกรมการสื่อสารการตลาดที่ดีซึ่งมีบทบาทให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อบริการเร็วขึ้น แต่หลักการสื่อสารการตลาดของการบริการมักจะเน้นเกี่ยวกับการสอนลูกค้า

เกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้าง เมื่อใดจึงควรจะใช้จะหาได้ที่ไหนและจะต้องทำอย่างไรบ้างในการมารับบริการนั้น ๆ

5. **พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้าที่มีส่วนร่วมในการบริการนั้นด้วย** ส่งมอบบริการ (People) มีบริการหลายชนิดที่เจาะจงให้ลูกค้าและพนักงานต้องมีส่วนร่วมในการบริการร่วมกัน ขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็ไม่ได้ เช่นการให้บริการตัดผม

6. **ภาพลักษณ์ของสำนักงาน** มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ที่ให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม

7. **กระบวนการออกแบบบริการ (Process)** เป็นการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอแต่ถ้าการออกแบบการบริการไม่ดีพอก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญ หรือทำให้ลูกค้าไม่พอใจจนที่ให้เลิกใช้บริการไป

## 5.2 หลักการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

เสรี วงษ์มณฑา (2539) ได้กล่าวถึง หลักการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ดังนี้

1. **การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมของผู้บริโภค (Behavioral Segmentation)** พฤติกรรมของผู้บริโภคถือเป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนจากภายนอกสู่ภายใน ในการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (consumer Profile) จะต้องก้าวไปไกลกว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographic) อีกทั้งยังต้องก้าวต่อไปถึงค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Values and Lifestyles) หรือ VALS ด้วย

2. **การกำหนดวัตถุประสงค์ต้องเน้นถึงพฤติกรรมที่ต้องการ (Behavioral Objective)** มากกว่าที่จะใช้เพียงการรับรู้ (Awareness) และการยอมรับ (Acceptance)

3. **กลยุทธ์การติดต่อสื่อสาร (Communication Strategy)** จะเน้นโอกาสของการได้พบเห็นตราสินค้า (Brand Contact) มากกว่าพิจารณาประสิทธิภาพในการใช้สื่อเพราะการสื่อสารการตลาดจะให้ความสำคัญทั้งกิจกรรมการสื่อสารที่ใช้สื่อ (Media Activity) และกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อ (Non-media Activity) การมุ่งการจัดการเพื่อให้เกิดการพบเห็นตราสินค้า (Brand Contact Management) จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งการพิจารณาเนื้อหาของข่าวสาร (Message Contact) การถือเกณฑ์กลยุทธ์และวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารนั้น นักการตลาดจะต้องมีความชัดเจนและควรที่จะแสดงให้เห็นตัวเลขในเชิงปริมาณ ดังนี้



3.1 เป็นวัตถุประสงค์ที่วัดได้ (Measurable)

3.2 สามารถสร้างให้เกิดการทดลองใช้ (Trial)

3.3 สร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

**4. เครื่องมือการตลาด (Marketing Tools)** จะต้องใช้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับสินค้า (Product) การจัดจำหน่าย (Distribution) และราคา (Price) ซึ่งเป็นรูปแบบการติดต่อกับลูกค้า ผู้วางแผนจะต้องใช้เครื่องมือหรือการประสานเครื่องมือที่ใช้ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการติดต่อกับลูกค้าได้

**5. กลยุทธ์การติดต่อกับสื่อทางการตลาด (Marketing Communication Tactics)** จะช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายการติดต่อกับสื่อ สำหรับผู้วางแผนการติดต่อกับสื่อทางการตลาดควรจะต้องมีจินตนาการในการติดต่อกับสื่อ ซึ่งเทคนิคการติดต่อกับสื่อประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) การจัดกิจกรรมภายในร้านค้าปลีก (In store Retail) การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ฯลฯ

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**กัลยา บุญปีติชาติ (2549 : บทคัดย่อ)** การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภูเก็ตที่ใช้บริการกับ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติในแถบทวีปยุโรป โดยในฤดูกาลท่องเที่ยวมีอัตราการเข้าพักสูงสุด จำนวน 15 วัน น้อยสุด จำนวน 5 วัน ต่อคน สำหรับนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมีอัตราการเข้าพักสูงสุด จำนวน 14 วัน น้อยสุด จำนวน 1 วัน ต่อคน ด้านราคา (Price) พบว่า ธุรกิจโรงแรมเหล่านี้มีนโยบายในการตั้งราคาค่าบริการตามราคามาตรฐาน โดยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวคิดค่าบริการต่อคืนสูงสุดอยู่ที่ 10,000 บาทขึ้นไป และต่ำสุดคือ 1,000 บาท และนอกฤดูกาลท่องเที่ยวค่าบริการสูงสุดที่ 10,000 บาท และต่ำสุด คือ 600 บาท ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะปรับราคาค่าบริการมากขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ธุรกิจที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนขาย มากที่สุด รองลงมา ใช้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ออกบูธ บริษัททัวร์ พนักงานตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ธุรกิจที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้รูปแบบผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ จัดโปรโมชัน และให้ส่วนลด มากที่สุด ด้านพนักงาน (People) พบว่า ธุรกิจที่ศึกษาให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรโดยวิธีการ

ฝึกอบรม มากที่สุด รองลงมา คือ ใช้การจูงใจพนักงานผ่านค่าคอมมิชชั่น อันดับสุดท้าย คือ การปรับเงินเดือน และ เงินพิเศษ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ธุรกิจที่ศึกษามุ่งสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า โดยการพัฒนาคุณภาพ การให้บริการ ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่มีลักษณะการบริหาร จัดการแบบคนเดียว รองลงมา คือว่าจ้างบุคคลที่มีความชำนาญหรือมืออาชีพ และทีมผู้บริหารจาก บริษัทแม่ โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างกำไร ความอยู่รอดของกิจการและความมี ชื่อเสียง โดยให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการมากที่สุด

พเยาว์ สมหมาย (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจ ซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผล ให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลงและภาวะความไม่สมดุลของสุขภาพร่างกายถูกนำมาพิจารณากันมากขึ้น อาหารเสริม เพื่อสุขภาพจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานเอกชน และส่วน ใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยของส่วนประสมทาง การตลาด พิจารณาด้านผลิตภัณฑ์พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของ ผู้บริโภค ในระดับมาก แต่ถ้ามองในด้านการจัดจำหน่ายจะมี ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันนี้ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีแพร่หลายมากขึ้น ผู้บริโภคมีข้อเปรียบเทียบในการ เลือกรับซื้อมากขึ้น เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพด้วยการคล้อยตามผู้อื่น และด้วย ความเข้าใจ โดยพิจารณาจากการที่ผู้ร่วมตัดสินใจคือเพื่อนๆ และมีการพิจารณาข้อมูลจากผู้จำหน่าย ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่น่าสนใจ สำหรับผู้บริโภคเพศหญิงจะบริโภคมากกว่าเพศชาย

พัฒนะ มรกตสินธุ์ ( 2550 : ปริญญาโท ) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็น ของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดงานลีลาศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด 7 Ps เป็นตัวแปร ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่กล่าวว่าเป็นบริการ ฟุ่มเฟือย เป็นบริการที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว แต่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาใช้บริการ แต่จะใช้บริการก็ ต่อเมื่ออยากใช้บริการนั้น ๆ แสดงให้เห็นว่า การจัดงานลีลาศเป็นการบริการที่ผู้บริโภคเกิดความ อยากรับบริการจริง และเป็นความต่อเนื่องจากการเรียนการสอนในสถานลีลาศต่าง ๆ จึงเกิดความ ตื่นตัว ผู้บริโภคจึงมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในความเหมาะสมมาก ด้านราคา ผู้บริโภคมีการ ประเมินด้านราคาและมีการคำนึงถึงการบริการที่ไม่ใช่ตัวเงิน คือเวลาที่ต้องเสียไป ว่ามีความคุ้มค่า หรือไม่ สอดคล้องกับสมพงษ์ พงศ์สถาพร (2550:90-91) ที่กล่าวถึงราคาของสินค้าบริการ

นอกเหนือจากราคาในเรื่องราคาตามปกติที่ต้องตัดสินใจ เหมือนกับราคาของสินค้าแบบดั้งเดิมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน และเวลาที่ผู้บริโภคหรือลูกค้าต้องเสียไป ผู้บริโภคจึงมีความเห็นในด้านราคาอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ด้านสถานที่สอดคล้องกับสมพงษ์ พงศ์สถาพร (2550:90-91) ที่กล่าวถึง เรื่องรูปแบบสถานที่ของธุรกิจบริการ ที่เป็นลักษณะอาศัยปริมาณความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงตั้งในเขตชุมชน การเดินทางสะดวกสบาย ดังนั้นจึงจัดเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่เดินทางได้อย่างสะดวก การเข้าถึงง่าย ผู้ใช้บริการจึงมีความเห็นในด้านสถานที่อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ด้านการส่งเสริมการบริการ ได้รับทราบรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับงานลีลาสมัครประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ด้านพนักงานผู้ให้บริการ การต้อนรับที่สุภาพเป็นกันเอง ความเพียงพอของพนักงานบริการและความใส่ใจกระตือรือร้นในการบริการ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการออกแบบบริการ การให้บริการมีระบบระเบียบ ขั้นตอนการเข้าร่วมงานชัดเจน ความสะดวกสบายต่างๆ ภายในบริเวณงาน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ บุคลากรร่วมงานมีความตั้งใจ และความประทับใจในการจัดตกแต่งภายในงาน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับความเหมาะสมมาก

**เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2551:บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1)นโยบายของสำนักงานบัญชีในทุกๆด้านซึ่งประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร ด้านการสื่อสารภายในองค์กร และด้านการทบทวนการบริการ มีผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 2) จรรยาบรรณของสำนักงานบัญชีในทุกๆด้าน ประกอบด้วยด้านความโปร่งใส อิศระ ที่เที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 3) กระบวนการของสำนักงานบัญชีในทุกๆด้าน ประกอบด้วย ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการติดตามและตรวจสอบและด้านการจัดการเอกสาร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 4) คุณสมบัตินักบัญชีของสำนักงานบัญชีในด้านความรู้ในวิชาชีพและด้านคุณค่าจรรยาบรรณในวิชาชีพส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี

**ราไพ นราเศรษฐ์ศรีสุข (2546: บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดค่าบริการในการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้วิธีวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบหลายตัวแปร(Multiple Regression Analysis) จากข้อมูลที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างโดยส่งแบบสอบถามไปยังสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพฯ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อค่าบริการในการจัดทำบัญชีมากที่สุดได้แก่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ค่าบริการในการจัดทำบัญชีมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี วัดโดยจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการจัดทำบัญชี ปริมาณเอกสารที่ใช้ในการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี วัดโดยรายได้ของธุรกิจที่ใช้บริการจัดทำบัญชี และความถี่ของสำนักงานบัญชี วัดโดยจำนวนพนักงานของสำนักงานบัญชีที่ให้บริการ และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าบริการในการจัดทำบัญชีมีความสัมพันธ์กับยอดขายในการจัดทำบัญชีวัดโดยประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการ

**ศิริรัตน์ ดวงปัญญา (2544:บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการขององค์กรธุรกิจที่มีต่อการบริการสำนักงานบัญชีขนาดย่อมผลการศึกษาพบว่า สาเหตุในการเปลี่ยนสำนักงานบัญชีขนาดย่อมส่วนใหญ่ เนื่องจากไม่ได้รับบริการที่ดีและราคาค่าบริการสูงปัจจัยในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีขนาดย่อมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ส่วนใหญ่ 5 อันดับแรกคือ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่าย มีความเป็นกันเอง เป็นมิตร มีคนรู้จักที่เคยใช้บริการแนะนำหรือชักชวนมา ราคาของการบริการต่ำกว่าสำนักงานบัญชีขนาดอื่น และพบโฆษณาจากหนังสือพิมพ์หรือข่าวและสิ่งพิมพ์อื่นๆตามลำดับ

**สาวารส ยิ้มเจริญ (2552)** ได้ศึกษาวิจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 398 คน จากการศึกษาวิจัยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่องการมีบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) เป็นสำคัญ 2. ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่อง การมีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน เป็นสำคัญ 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่องการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง เป็นสำคัญ 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เรื่อง พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อยเป็นสำคัญ

**สุวลักษณ์ เกตุแก้ว และคณะ (2551:44)** ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย สาขาซอยพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร เกี่ยวกับการให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการมีความพอใจต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย เกี่ยวกับการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่

อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการทำเลที่ตั้งเหมาะสมต่อการมาติดต่อ อยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับมาก

**อิสริยา ปัทมพงศา (2547: บทคัดย่อ)** ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติต่อการใช้บริการของสำนักงานบัญชีและตรวจสอบบัญชีของธุรกิจSME ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุหลักที่ทำให้ SME เลิกใช้บริการของสำนักงานบัญชีก็เพราะว่า ไม่สามารถอธิบายงานที่ทำออกมากับมือให้ผู้ใช้บริการเข้าใจได้ก็เลยรู้สึกว่าการสำนักงานบัญชีแห่งนั้นอาจจะมีความรู้ไม่เพียงพอและการให้บริการต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อกิจการ ส่วนสาเหตุรองลงมาก็คือสำนักงานบัญชีไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วทันกำหนดเวลาหรือทำงานไม่ทันใจลูกค้าและที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ SME ให้ความสำคัญของการให้บริการของสำนักงานบัญชีเพียงใด คำตอบส่วนใหญ่ บอกว่า การให้บริการของสำนักงานบัญชีช่วยเพิ่มศักยภาพ ลดค่าใช้จ่ายและช่วยให้ผู้บริหารมีข้อมูลที่ถูกต้องมาใช้ตัดสินใจในการบริการธุรกิจ

#### **สรุปแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

จากความหมายของการตัดสินใจที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจ เป็นการเลือกทางเลือกอันจะนำไปสู่การปฏิบัติหลาย ๆ ทาง เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เห็นว่าดีและตรงกับความต้องการมากที่สุดและนำไปสู่การบรรลุตรงตามเป้าหมายที่วางไว้

จากคุณภาพของการบริการที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการคือการให้บริการที่ครอบคลุมไปทุกระบบไม่ว่าจะเป็นการจัดระบบการบริการ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมทั้งสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานให้เกิดทั่วทั้งองค์กร

จากทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด เป็นสิ่งที่นำไปสู่การเลือกและการให้บริการที่ดีและมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับ ธุรกิจการจำหน่ายและธุรกิจการบริการเพื่อเป็นสื่อช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าผู้วิจัยส่วนใหญ่ได้นำส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นตัวแปรในการศึกษาเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการและสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานวิจัยด้านอื่น ๆ ต่อไป

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต จ.นครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์/การทดสอบสมมติฐาน/การวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรของการวิจัย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตเมือง และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 210 แห่ง ซึ่งที่มาของประชากร ได้จากข้อมูลทะเบียนธุรกิจ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 137 แห่ง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamana, 1973 p.125)

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือ
2. วิเคราะห์กรอบแนวคิดและจุดมุ่งหมายของการวิจัยรวมทั้งศึกษาและทบทวนแนวคิดทฤษฎีจากตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้นได้นำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน

รูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้ง ทุนจดทะเบียน ประเภทของการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาในการจัดตั้งธุรกิจ จำนวนพนักงาน ปัจจุบันท่านใช้บริการสำนักงานบัญชีมาแล้วกี่ปี ท่านทราบข้อมูลการให้บริการสำนักงานบัญชีจากแหล่งใด เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3. ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยพร้อมปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองแจกให้กับสถานประกอบการจำนวน 30 ชุด และทดลองใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

**ลักษณะของเครื่องมือ** เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List) จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในแต่ละด้านลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating data)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating data)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยแจกแบบสอบถามแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต จ.นครศรีธรรมราช โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในช่วงเดือน พฤษภาคม 2553

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์/การทดสอบสมมติฐาน/การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ เพื่อทำการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

1.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์สถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย Mean เพื่อวัดค่ากลางของข้อมูลและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 แบบสอบถามตอนที่ 4 ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หาค่าความถี่ และสรุปผลออกมาเป็นค่าร้อยละ

การกำหนดคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตรเพื่อกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต อำเภอเมือง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

หลักเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับ

ระดับ 5 หมายถึง มีความพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพอใจน้อยที่สุด

การหาค่าของข้อมูลโดยใช้สูตรทางสถิติ ดังนี้

$$\begin{aligned} 1. \text{พิสัย} &= \text{ค่าสูงสุดของข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดของข้อมูล} \\ &= 5 - 1 \\ &= 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} \div \text{จำนวนชั้น} \\ &= 4 \div 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21- 5.00	จัดอยู่ในระดับความพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41- 4.20	จัดอยู่ในระดับความพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61- 3.40	จัดอยู่ในระดับความพอใจปานกลาง



ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81- 2.60	จัดอยู่ในระดับความพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00- 1.80	จัดอยู่ในระดับความพอใจน้อยที่สุด

3. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของ ครอนบ์ริค (Cronbach) ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา”  $\alpha$

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ $\alpha$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบสอบถามทั้งฉบับ
$k$	แทน	จำนวนข้อของคำถาม
$\sum s_i$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม
$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

4. ค่าร้อยละ ใช้สูตรดังนี้ (พิชิต ฤทธิจรรยา, 2544 : 293)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ที่ต้องการเปรียบเทียบ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100$$

5. ค่าเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544 : 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ตัวกลางเลขคณิตหรือค่าเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล
$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

6. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตรดังนี้

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
$X_i$	แทน	คะแนนข้อมูลดิบแต่ละข้อ

$(\sum X_i)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum X_i$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$n$	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

**สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ( Pearson product moment correlation coefficient)** เป็นการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลสองชุด ข้อมูลนำวิเคราะห์ต้องอยู่ในมาตรา Interval scale และ Ratio scale และข้อมูลทั้งสองต้องเป็นอิสระต่อกัน (Independent sample) สูตรที่ใช้คำนวณ

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	$N$	แทน	จำนวนตัวอย่าง
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากชุด $x$
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากชุด $y$
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองจากข้อมูลชุด $x$
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองจากข้อมูลชุด $y$
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูล $x$ และ $y$

การทดสอบสมมติฐาน ทดสอบโดยใช้สมมติฐานทางสถิติดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

1. การบริการ = A1
2. ราคา = B1
3. สถานที่ = D1
4. การส่งเสริมการบริการ = F1
5. พนักงานผู้ให้บริการ = N1
6. ภาพลักษณ์ของสำนักงาน = R1
7. กระบวนการออกแบบบริการ = S1

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี = 01

### ขั้นตอนในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

1. การบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : A_1 = 0_1$$

$$H_1 : A_1 \neq 0_1$$

2. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : B_1 = 0_1$$

$$H_1 : B_1 \neq 0_1$$

3. สถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : D_1 = 0_1$$

$$H_1 : D_1 \neq 0_1$$

4. การส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : F_1 = 0_1$$

$$H_1 : F_1 \neq 0_1$$

5. พนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : N_1 = 0_1$$

$$H_1 : N_1 \neq 0_1$$

6. ภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

$$H_0 : R_1 = 0_1$$

$$H_1 : R_1 \neq 0_1$$

7. กระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงาน

บัญชี

$$H_0 : S_1 = 0_1$$

$$H_1 : S_1 \neq 0_1$$

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ ซึ่งมีการประมวลข้อมูลเป็นขั้นตอน โดยหลังจากการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และเขียนโปรแกรมสั่งงานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ใช้วิธีหาค่าความถี่ และสรุปผลออกมาเป็นคำร้อยละ
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย  $\bar{x}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*S.D.*)
3. แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัญหา ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)หาค่าความถี่
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการสรุปผล



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต อ. ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อแทนตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต อ. ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$n$	แทนค่า	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทนค่า	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
$S.D.$	แทนค่า	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต อ. ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบคำอธิบาย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยายเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในแต่ละด้าน
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช
- ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

## ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยายเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาจัดตั้งธุรกิจ จำนวนพนักงาน

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	42	30.70
หญิง	95	69.30
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	21	15.30
26-40 ปี	73	53.30
41-55 ปี	32	23.40
56 ปีขึ้นไป	11	8.00
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	24.10
ปริญญาตรี	96	70.10
ปริญญาโท	8	5.80
ปริญญาเอก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>4. ระยะเวลาในการทำงาน</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	38	27.70
6-10ปี	52	38.00
11-20 ปี	30	21.90
21-30ปี	11	8.00
31-40 ปี	4	2.90
41 ปีขึ้นไป	2	1.50
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>5. ประเภทธุรกิจ</b>		
ซื้อมาขายไป	77	56.60
ธุรกิจให้บริการ	39	28.70
ธุรกิจผลิต	19	14.00
อื่นๆ	1	0.70
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>6. ระยะเวลาในการจัดตั้ง</b>		
1-10 ปี	81	59.60
11-20 ปี	34	25.00
21-30 ปี	13	9.60
31 ปีขึ้นไป	8	5.90
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>7. จำนวนพนักงาน</b>		
1-30 คน	122	91.70
31-60 คน	6	4.50
61-90 คน	2	1.50
91-120 คน	0	0
121-150 คน	0	0
151 คนขึ้นไป	3	2.30
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>8. ปัจจุบันใช้บริการมาแล้วกี่ปี</b>		
1. น้อยกว่า 1 ปี	19	14.00
2. 1-2 ปี	18	13.20
3. 3-5 ปี	33	24.30
4. เกินกว่า 5 ปี	66	48.50
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>9. ทราบข้อมูลการให้บริการจากแหล่งใด</b>		
1. เพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน	69	50.40
2. หัวหน้า/พนักงานของสำนักงานบัญชี	57	41.60
3. สื่ออินเทอร์เน็ต	7	5.10
4. อื่นๆ	3	2.20
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>
<b>10. เหตุผลใดที่เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี</b>		
1. เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานบัญชี	27	19.90
2. เพื่อความสะดวกรวดเร็ว	35	25.70
3. ไม่มีความรู้ทางบัญชีอย่างเพียงพอ	28	20.60
4. ลดความยุ่งยากในการยื่นชำระภาษี	45	33.10
5. อื่นๆ	1	0.70
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100</b>



จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 137 แห่ง สามารถอธิบายได้ดังนี้

**เพศ** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.70

**อายุ** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 26-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.40 อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.30 และอายุ 56 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.00

**วุฒิการศึกษาสูงสุด** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.10 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.10 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 5.80 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0

**ประสบการณ์ในการทำงาน** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน อยู่ระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 ประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 ประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00 และประสบการณ์ในการทำงาน 41 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2

**ประเภทของการประกอบธุรกิจ** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจซื้อขายไป คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาประกอบธุรกิจ บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.70 ประกอบธุรกิจการผลิตคิดเป็นร้อยละ 14.00 และประกอบธุรกิจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.70

**ระยะเวลาในการจัดตั้งธุรกิจ** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการจัดตั้งอยู่ระหว่าง 1-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.60 รองลงมามีระยะเวลาในการจัดตั้งอยู่ระหว่าง 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีระยะเวลาในการจัดตั้งอยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.60 และมีระยะเวลาในการจัดตั้ง 31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.90

**จำนวนพนักงาน** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 1-30 คน คิดเป็นร้อยละ 91.70 มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 31-60 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีจำนวนพนักงาน 151 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 61-90 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และมีพนักงานอยู่ระหว่าง 91-120 คน และ 121-150 คนคิดเป็นร้อยละ 0

**ระยะเวลาในการใช้บริการ** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการเกินกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา ระยะเวลาในการใช้บริการ 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.30 ระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.00 และระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.20

**ทราบข้อมูลการให้บริการจากแหล่งใด** ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการให้บริการจากเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมา ทราบข้อมูลการให้บริการจากหัวหน้า/พนักงานของสำนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 41.60 ทราบข้อมูลการให้บริการจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 5.10 และทราบข้อมูลการให้บริการจากแหล่งอื่น คิดเป็นร้อยละ 2.20

**เหตุผลใดที่เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพื่อลดความยุ่งยากในการยื่นชำระภาษี คิดเป็นร้อยละ 33.10 รองลงมา เลือกใช้บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 25.70 เลือกใช้บริการเนื่องจากไม่มีความรู้ทางด้านบัญชีอย่างเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 20.60 เลือกใช้บริการเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 19.90 และเลือกใช้บริการด้วยเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.70



## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในแต่ละด้าน

### 1.2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในแต่ละด้าน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) และเกณฑ์กำหนดระดับความคิดเห็นการใช้บริการด้านต่างๆของสำนักงานบัญชี

การใช้บริการสำนักงานบัญชี	$\bar{x}$	$S.D.$	ระดับการใช้บริการ
1. ด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน	4.26	0.877	มากที่สุด
2. ด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน	3.71	0.859	มาก
3. ด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ	3.32	1.036	ปานกลาง
4. ด้านการยื่นแบบชำระภาษี	4.22	0.872	มาก
5. ด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน	4.08	0.832	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.918</b>	<b>0.895</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตอ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช ในแต่ละด้านของการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.26$ ) ระดับมาก ( $\bar{x} = 4.22$  4.08 และ 3.71) และระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.32$ ) สามารถอธิบายประกอบได้ดังนี้

**ด้านให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.26$ )

**ยื่นแบบชำระภาษี** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.22$ )

**จัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.08$ )

**ด้านจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.71$ )

**วางระบบบัญชีของกิจการ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.32$ )

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต อ. พุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช

### 3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D.$ ) และเกณฑ์กำหนดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	$\bar{x}$	$S.D.$	ระดับ
<b>ปัจจัยด้านการบริการ</b>			
1. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล	4.22	0.717	มากที่สุด
2. การตรงต่อเวลาในการยื่นงบการเงินของสำนักงาน	4.23	0.664	มากที่สุด
3. มีเวลาให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูล	3.97	0.819	มาก
4. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	3.94	0.808	มาก
5. บริการจัดทำบัญชีด้วยระบบบัญชีที่ถูกต้องตามมาตรฐาน	4.27	0.634	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.728</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>			
1. ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.08	0.726	มาก
2. ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ	4.03	0.740	มาก
3. ความซับซ้อนของข้อมูลมีผลต่อราคาค่าบริการ	3.86	0.866	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.01</b>	<b>0.777</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>			
1. ความสะอาดเป็นระเบียบ	4.09	0.865	มาก
2. อากาศถ่ายเทสะดวก	4.05	0.869	มาก
3. ความมีระเบียบในการจัดสำนักงาน	4.09	0.793	มาก
4. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ	4.05	0.782	มาก
5. จัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรอเพื่อรับบริการ	3.90	0.860	มาก
6. มีป้ายประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	3.69	0.879	มาก
7. มีการบริการน้ำดื่มที่เพียงพอ	3.82	0.806	มาก
8. มีสถานที่จัดเก็บเอกสารอย่างเป็นระบบ	4.11	0.727	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.823</b>	<b>มาก</b>

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ</b>			
1. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหลังให้บริการ	4.15	0.706	มาก
2. มีการให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.759	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.733</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ</b>			
1. บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ	4.5	0.756	มากที่สุด
2. การแต่งกายของผู้ให้บริการ	4.14	0.719	มาก
3. ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ	4.25	0.745	มากที่สุด
4. ความนอบน้อมเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	4.11	0.773	มาก
5. ความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน	4.18	0.730	มาก
6. ความถูกต้องของการให้บริการ	4.17	0.743	มาก
7. ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูล	4.10	0.700	มาก
8. ให้ความช่วยเหลือและให้ความสำคัญต่อลูกค้า	4.13	0.778	มาก
9. ความซื่อสัตย์ของเจ้าที่และพนักงาน	4.31	0.707	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.739</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน</b>			
1. การต้อนรับอย่างเป็นกันเองเมื่อมีลูกค้ามาติดต่อ	4.22	0.725	มากที่สุด
2. ความมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	4.14	0.712	มาก
3. ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ	4.19	0.735	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.724</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการ</b>			
1. สำนักงานบัญชีมีการเข้าพบลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำ	4.25	0.758	มากที่สุด
2. สำนักงานมีการบริการลูกค้าโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.86	0.874	มาก
3. สำนักงานบัญชีมีการรักษาคุณภาพของการให้บริการ	4.13	0.704	มาก
4. สำนักงานบัญชีจัดบุคลากร/พนักงานคอยให้บริการลูกค้า	4.04	0.706	มาก
5. สำนักงานบัญชีได้รับตรวจประเมินคุณภาพ	4.12	0.689	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.746</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขต อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช ในแต่ละด้านของปัจจัยอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 4.13$  4.01 3.97 4.15 4.18 4.19 และ 4.08) สามารถอธิบายประกอบได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านการบริการ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อการบริการด้านต่าง ๆ ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ด้านการบริการอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.13$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการให้บริการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีด้วยระบบบัญชีที่ถูกต้องตามมาตรฐาน การตรงต่อเวลาในการยื่นงบการเงินของสำนักงาน ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.27$  4.23 และ 4.22 ตามลำดับ) ส่วนการ มีเวลาให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 3.97$  และ 3.94)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านราคา ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความซับซ้อนของข้อมูลมีผลต่อราคาค่าบริการ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.08$  4.03 และ 3.86 ตามลำดับ)

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านสถานที่ ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 3.97$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีสถานที่จัดเก็บเอกสารอย่างเป็นระบบ ความสะอาดเป็นระเบียบ ความมีระเบียบในการจัดสำนักงาน อากาศถ่ายเทสะดวก ความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ จัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรอเพื่อรับบริการ มีการบริการน้ำดื่มที่เพียงพอ มีป้ายประชาสัมพันธ์ข่าวสาร อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.11$  4.09 4.09 4.05 4.05 3.90 3.82 และ 3.69 ตามลำดับ)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านส่งเสริมการบริการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.15$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบต่อกู้ค่าหลังให้บริการ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.15$  และ 4.15)

**ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านพนักงานผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.18$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ความซื่อสัตย์ของเจ้าที่และพนักงาน ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.50$  4.31 และ 4.25 ตามลำดับ)

ส่วนด้าน ความขี้มึนขี้เม่งมึนไสของพนักงาน ความถูกต้องของการให้บริการ การแต่งกายของผู้ให้บริการ ให้ความช่วยเหลือและให้ความสำคัญต่อลูกค้า ความนอบน้อมเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูล อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.18$  4.17 4.14 4.13 4.11 และ 4.16 ตามลำดับ)

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน ในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การต้อนรับอย่างเป็นกันเองเมื่อมีลูกค้ามาติดต่อ อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.22$ ) ส่วนด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และการรักษาความลับความมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.19$  และ 4.14)

**ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านกระบวนการออกแบบบริการในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.08$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สำนักงานบัญชีมีการเข้าพบลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำก่อนรับทำบัญชี อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.25$ ) ส่วนด้าน สำนักงานบัญชีมีการรักษาคุณภาพของการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ สำนักงานบัญชีได้รับตรวจประเมินคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานบัญชีจัดบุคลากร/พนักงานคอยให้บริการลูกค้าที่มาติดต่ออย่างเพียงพอ สำนักงานมีการบริการลูกค้าโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{x} = 4.13$  4.12 4.04 และ 3.86ตามลำดับ)

#### ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

##### 4.1 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 แสดงค่าความถี่ และร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของสำนักงานบัญชี

ผู้ตอบ / ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	19	13.86
ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	118	86.14
<b>รวม</b>	<b>137</b>	<b>100.00</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จากตารางที่ 4.1.1 พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 137 คนมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 86.14 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 13.86

4.1.2 แสดงค่าความถี่ และร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการของสำนักงานบัญชี

ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัญหาความล่าช้า	7	36.85
2 ไม่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4	21.05
3. การให้รายละเอียดของข้อมูลไม่ครบถ้วน	4	21.05
4. ความรับผิดชอบในการรักษาเอกสาร	4	21.05
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1.2 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้สำนักงานบัญชี ปรับปรุงและพัฒนาการบริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาความล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 36.85 รองลงมาคือ การไม่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 21.05 การให้รายละเอียดของข้อมูลไม่ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 21.05 และความรับผิดชอบในการรักษาเอกสาร คิดเป็นร้อยละ 21.05



4.1.3 แสดงค่าความถี่ และร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ  
ข้อเสนอแนะการให้บริการของสำนักงานบัญชี

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีความรวดเร็วในการส่งงาน	3	15.79
2. ควรเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับกรมสรรพากร	7	36.84
3. ควรมีการติดต่อและพูดคุยกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3	15.79
4. ควรมีการนำข้อมูลและโปรแกรมที่ทันสมัยมาใช้	3	15.79
5. ควรมีการตรวจทานเอกสารทุกครั้งก่อนนำส่ง	3	15.79
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1.3 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ต้องการให้สำนักงานบัญชี ปรับปรุงและพัฒนาการบริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ควรเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับกรมสรรพากร คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมาคือ ควรมีความรวดเร็วในการส่งงาน คิดเป็นร้อยละ 15.79 ควรมีการติดต่อและพูดคุยกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 15.79 ควรมีการนำข้อมูลและโปรแกรมที่ทันสมัยมาใช้ คิดเป็นร้อยละ 15.79 และควรมีการตรวจทานเอกสารทุกครั้งก่อนนำส่ง คิดเป็นร้อยละ 15.79

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐานและสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากร โดยการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 1.1** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.693 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.2** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.310 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.3** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.532 \alpha$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\alpha$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.4** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการ ยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.171 \alpha$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\alpha$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.5** ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.512 \alpha$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\alpha$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.** ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 2.1** ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.546\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่าค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2** ปัจจัยด้านการราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.869\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่าค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3** ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.896  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4** ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านการราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.480  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.5** ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.818  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3.** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 3.1** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.110 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3.2** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.845 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3.3** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.890 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3.4** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.578  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3.5** ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านสถานที่ที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.927  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4.** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 4.1** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.071  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4.2** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.233  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4.3** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.542  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการ จดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4.4** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี



**H0** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.202 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $0.05$

**สมมติฐานที่ 4.5** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.690 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $0.05$

**สมมติฐานที่ 5.** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 5.1** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงาน บัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.389 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 5.2** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.650  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 5.3** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) = 0.117  $\infty$  (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการ จดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 5.4** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.925 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\propto$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $0.05$

**สมมติฐานที่ 5.5** ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.646 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\propto$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $0.05$

**สมมติฐานที่ 6.** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 6.1** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.474 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\propto$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $0.05$

**สมมติฐานที่ 6.2** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.235 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 6.3** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.226 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 6.4** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.918 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 6.5** ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.813 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\propto$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 7.** ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

**สมมติฐานที่ 7.1** ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.005 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  น้อยกว่า ค่า  $\propto$  (เท่ากับSig) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 7.2** ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H0** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

**H1** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.376 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 7.3** ปัจจัยกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H0** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

**H1** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.660 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการ จดทะเบียนบริษัท / ห้างหุ้นส่วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 7.4** ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H0** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

**H1** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.759 \infty$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\infty$  (เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 7.5** ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H0** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
สำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

**H1** : ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน

$P$  (ความน่าจะเป็น) =  $0.405 \propto$  (ระดับนัยสำคัญ) =  $0.05$  ดังนั้น ค่า  $P$  มากกว่า ค่า  $\propto$   
(เท่ากับไม่Sig) นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก H0

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี / ยื่นงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### สรุปผลการวิจัย

วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต อำเภอเมือง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 137 แห่ง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์และอธิบายดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน อยู่ที่ระดับ 4.19 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ที่ระดับ 4.18 ปัจจัยด้านส่งเสริมการบริการ อยู่ที่ระดับ 4.15 ปัจจัยด้านการบริการ อยู่ที่ระดับ 4.13 ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการ อยู่ที่ระดับ 4.08 ปัจจัยด้านราคา อยู่ที่ระดับ 4.01 และปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ที่ระดับ 3.97 เมื่อนำมาหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7Ps กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านต่างๆ ของสำนักงานบัญชีสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางการเงิน ที่ระดับ 0.693 รองลงมาเป็นในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.532 ด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.512 ในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.310 และในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.171

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.896 รองลงมาเป็นในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน



ที่ระดับ 0.869 ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.818 ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ที่ระดับ 0.546 และในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.480

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.927 รองลงมาเป็น ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.890 ในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.845 ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.578 และในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ที่ระดับ 0.110

ปัจจัยด้านส่งเสริมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.690 รองลงมาเป็น ในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.542 ในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.233 ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.202 และในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ที่ระดับ 0.071

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.925 รองลงมาเป็นในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.650 ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.646 ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ที่ระดับ 0.389 และในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.117

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.918 รองลงมาเป็น ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.813 ในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ที่ระดับ 0.474 ในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.235 และในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.226

ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการยื่นแบบชำระภาษี ที่ระดับ 0.759 รองลงมาเป็นในด้านการวางระบบบัญชีของกิจการ ที่ระดับ 0.660 ในด้านการจัดทำบัญชี/ยื่นงบการเงิน ที่ระดับ 0.405 ในด้านการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ที่ระดับ 0.376 และในด้านการให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านการเงิน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ที่ระดับ 0.005

## อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

**ปัจจัยด้านการบริการ** ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล การตรงต่อเวลาในการยื่นงบการเงินของสำนักงานบัญชี มีเวลาให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูล มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีการบริการจัดทำบัญชีด้วยระบบบัญชีที่ถูกต้องตามมาตรฐาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สวลักษณ์ เกตุแก้ว และคณะ (2551:44) ที่กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ และตอบสนองผู้ใช้บริการอย่างเต็มที่ ผู้บริโภคจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

**ปัจจัยด้านราคา** ราคาของการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ และความซับซ้อนของข้อมูลมีผลต่อราคาค่าบริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ พัฒนะ มรกตสินธุ์ (อ้างถึงใน สมวงศ์ พงศ์สถาพร 2550:90-91) ที่กล่าวถึงราคาค่าบริการไว้ว่านอกเหนือจากราคาตามปกติที่ต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาของบริการแบบดั้งเดิมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต้องเสียไปในการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจที่อาจออกมาในแง่ลบ ไม่พอใจต่อบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้น การใช้บริการสำนักงานบัญชี มีความคิดเห็นกับราคาผู้ใช้บริการได้พิจารณาแล้วว่า มีความเหมาะสมกับคุณภาพของงานที่จะได้รับ ผู้ใช้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านราคาอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านสถานที่** ความสะอาดเป็นระเบียบ อากาศถ่ายเทสะดวก ความมีระเบียบในการจัดสำนักงาน ความสะดวกสบายในการเดินทาง การจัดสถานที่สำหรับนั่งรอของลูกค้า มีป้ายประชาสัมพันธ์ข่าวสาร มีบริการน้ำดื่มที่เพียงพอและมีสถานที่จัดเก็บเอกสารอย่างเป็นระบบ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ พัฒนะ มรกตสินธุ์ (อ้างถึงใน สมวงศ์ พงศ์สถาพร 2550:90-91) เรื่องรูปแบบสถานที่ของธุรกิจบริการ ที่เป็นลักษณะอาศัยปริมาณความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จึงตั้งในเขตชุมชน การเดินทางสะดวกสบาย ดังนั้นจึงจัดเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่เดินทางได้อย่างสะดวก การเข้าถึงง่าย ผู้ใช้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการบริการ** มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหลังใช้บริการ มีการให้คำแนะนำลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2549) ที่กล่าวไว้ว่า ไม่มีสินค้าชนิดใดที่ประสบความสำเร็จได้ ถ้าไม่มีโปรแกรมการสื่อสาร การตลาดที่ดีซึ่งมีบทบาทให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้า ตัดสินใจเลือกใช้บริการเร็วขึ้น แต่หลักการสื่อสารการตลาดของการบริการมักจะเน้นเกี่ยวกับการสอนลูกค้ากับการบริการนั้น ว่ามีประโยชน์อย่างไร จะต้องทำอะไรบ้าง ในการมารับการบริการนั้นๆ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านการส่งเสริมการบริการอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ** บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ การแต่งกาย ความน่าเชื่อถือ ความนอบน้อมเอาใจใส่ ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความถูกต้อง รวดเร็ว การให้ความสำคัญกับลูกค้า และความซื่อสัตย์ของเจ้าหน้าที่ พนักงาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สุวลักษณ์ เกตุแก้ว และคณะ (อ้างถึงใน จุฬาลักษณ์ ช่างคำ และคณะ 2551:44) กล่าวว่า หน้าที่ของผู้ให้บริการที่ดี คือ ผู้ให้บริการต้องตรงต่อเวลาต้องแต่งกายให้สุภาพหรือแต่งกายตามระเบียบของหน่วยงานที่วางไว้ กิริยามารยาทและการต้อนรับ ควรต้อนรับผู้ให้บริการด้วยกิริยามารยาทที่ดีและมีน้ำเสียงที่ไพเราะ มีการใช้คำลงท้ายที่สุภาพผู้ให้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงาน** การต้อนรับอย่างเป็นกันเองเมื่อมีลูกค้ามาติดต่อ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2549) ที่กล่าวไว้ว่า การบริการนั้นมีคุณภาพมีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ที่ให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ และความมีชื่อเสียง ผู้ใช้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านกระบวนการออกแบบบริการ** มีการเข้าพบลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำก่อนรับบริการ มีการบริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีการรักษาคุณภาพของการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ จัดบุคลากรพนักงานคอยให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2549) ที่กล่าวไว้ว่า ถ้าการออกแบบการบริการทำได้ดีการส่งมอบการบริการก็จะมีประสิทธิภาพถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอแต่ถ้า การออกแบบบริการไม่ดีพอก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไร้ราคาหรือทำให้ลูกค้าไม่พอใจจนทำให้เลิกใช้บริการไป ผู้ใช้บริการจึงมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านกระบวนการออกแบบบริการอยู่ในระดับมาก

## ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

### ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานบัญชี

1. สำนักงานบัญชีมีความล่าช้าในการยื่นงบการเงิน
2. สำนักงานบัญชีไม่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า
3. สำนักงานบัญชีไม่ให้รายละเอียดของข้อมูลที่ครบถ้วนแก่ลูกค้า
4. สำนักงานบัญชีไม่ค่อยมีความรับผิดชอบในการเก็บรักษาเอกสารของลูกค้า

### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานบัญชี

1. สำนักงานบัญชีควรมีความรวดเร็วในการยื่นงบการเงิน
2. สำนักงานบัญชีควรเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับกรมสรรพากร
3. สำนักงานบัญชีควรมีการติดต่อและพูดคุยกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
4. สำนักงานบัญชีควรมีการนำข้อมูลและโปรแกรมที่ทันสมัยมาใช้ในสำนักงาน
5. สำนักงานบัญชีควรมีการตรวจทานเอกสารทุกครั้งก่อนนำส่งงบการเงิน

### ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำปัจจัยอื่น ๆ มาเป็นตัวแปรในการกำหนดกรอบของการวิจัย นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เช่น หลักการสร้างความเชื่อมั่น 4 M
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่เพื่อให้เห็นการวิจัยมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นในส่วนของสำนักงานบัญชีหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจของสำนักงานบัญชี
3. ควรศึกษาให้แน่ชัดว่าสถานประกอบการใดบ้างที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามเป้าหมาย
4. ส่วนข้อผิดพลาดและปัญหาในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ คือ สถานประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ส่วนใหญ่มักจะไม่ให้ความร่วมมือ เนื่องจากไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูลจึงทำให้การที่จะได้ข้อมูลมานั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงควรมีการจัดทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อชี้แจงรายละเอียดของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการทำวิจัยให้แก่สถานประกอบการรับทราบ

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). **หลักสถิติ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรายทอง วรรณพิศิษฐ์ และปภาดา กันทะอินทร์. **ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์  
ที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานทะเบียนและประเมินผลการศึกษา งานบริการ  
การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม.  
(บริการการศึกษา) เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. **เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ**. นนทบุรี :  
มหาวิทยาลัยฯ, 2542.
- ยุทธ ไถยวรรณ. **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีจำกัด, 2551
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี  
(ไทย-ญี่ปุ่น), 2539.52
- สุมนา อยู่โพธิ์. **หลักการบริการ**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2532
- อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด  
(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(การบริหารธุรกิจ)  
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ภาคผนวก



**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถาม**

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี**

**ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขต**

**จ.นครศรีธรรมราช**



**ภาคผนวก ข**

**การวิเคราะห์ข้อมูล**





## Frequencies

### Statistics

	เพศ	อายุ	ระดับ การ ศึกษา	ประสบ การณ์ใน การ ทำงาน	ประเภท ของการ ประกอบ ธุรกิจ	ระยะเวลา ในการ จัดตั้ง ธุรกิจ	จำนวน พนักงาน	ปัจจุบันใช้ บริการ สำนักงานบัญชี มาแล้วกี่ปี	ทราบข้อมูลการ ให้บริการ สำนักงานบัญชี จากแหล่งใด	เหตุผลใดที่ เลือกใช้บริการ สำนักงาน บัญชี
N Valid	137	137	137	137	136	136	133	136	137	136
Missing	0	0	0	0	1	1	4	1	0	1

### เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	42	30.7	30.7	30.7
	หญิง	95	69.3	69.3	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

### อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 25 ปี	21	15.3	15.3	15.3
	26-40 ปี	73	53.3	53.3	68.6
	41-55 ปี	32	23.4	23.4	92.0
	56 ปีขึ้นไป	11	8.0	8.0	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

## ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	24.1	24.1	24.1
	ปริญญาตรี	96	70.1	70.1	94.2
	ปริญญาโท	8	5.8	5.8	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

## ประสบการณ์ในการทำงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 5 ปี	38	27.7	27.7	27.7
	6-10 ปี	52	38.0	38.0	65.7
	11-20 ปี	30	21.9	21.9	87.6
	21-30 ปี	11	8.0	8.0	95.6
	31-40 ปี	4	2.9	2.9	98.5
	40 ปี ขึ้นไป	2	1.5	1.5	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

## ประเภทของการ ประกอบธุรกิจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ธุรกิจซื้อขายไป	77	56.2	56.6	56.6
	ธุรกิจให้บริการ	39	28.5	28.7	85.3
	ธุรกิจการผลิต	19	13.9	14.0	99.3
	อื่น ๆ	1	.7	.7	100.0
	Total	136	99.3	100.0	
Missing	9	1	.7		
Total		137	100.0		

## ระยะเวลาในการจัดตั้งธุรกิจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-10 ปี	81	59.1	59.6	59.6
	11-20 ปี	34	24.8	25.0	84.6
	21-30 ปี	13	9.5	9.6	94.1
	30 ปี ขึ้นไป	8	5.8	5.9	100.0
	Total	136	99.3	100.0	
Missing	9	1	.7		
Total		137	100.0		

## จำนวนพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-30 คน	122	89.1	91.7	91.7
	31-60 คน	6	4.4	4.5	96.2
	61-90 คน	2	1.5	1.5	97.7
	151 คน ขึ้นไป	3	2.2	2.3	100.0
	Total	133	97.1	100.0	
Missing	9	4	2.9		
Total		137	100.0		

## ปัจจุบันใช้บริการสำนักงานบัญชีมาแล้วกี่ปี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 1 ปี	19	13.9	14.0	14.0
	1 - 2 ปี	18	13.1	13.2	27.2
	3 - 5 ปี	33	24.1	24.3	51.5
	เกินกว่า 5 ปี	66	48.2	48.5	100.0
	Total	136	99.3	100.0	
Missing	9	1	.7		
Total		137	100.0		

ทราบข้อมูลการให้บริการสำนักงานบัญชีจากแหล่งใด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน	69	50.4	50.4	50.4
	หัวหน้า / พนักงานในสำนักงานบัญชี	57	41.6	41.6	92.0
	สื่ออินเทอร์เน็ต	7	5.1	5.1	97.1
	อื่น ๆ ระบุ	3	2.2	2.2	99.3
	5	1	.7	.7	100.0
	Total	137	100.0	100.0	

เหตุผลใดที่เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานบัญชี	27	19.7	19.9	19.9
	เพื่อความสะดวก รวดเร็ว	35	25.5	25.7	45.6
	ไม่มีความรู้ทางด้านบัญชีอย่างเพียงพอ	28	20.4	20.6	66.2
	ลดความยุ่งยากในการยื่นชำระภาษี	45	32.8	33.1	99.3
	อื่น ๆ ระบุ	1	.7	.7	100.0
	Total	136	99.3	100.0	
Missing 9		1	.7		
Total		137	100.0		

### Descriptives

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความรับผิดชอบ	137	2	5	4.15	.706
ข้อสงสัย	136	2	5	4.15	.759
Valid N (listwise)	136				

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
บุคลิกภาพ	136	2	5	4.15	.756
การแต่งกาย	137	2	5	4.14	.719
น่าเชื่อถือ	137	2	5	4.25	.745
นอบน้อม	137	2	5	4.11	.773
ยิ้มแย้ม	137	2	5	4.18	.730
ถูกต้อง	137	2	5	4.17	.743
รวดเร็ว	137	2	5	4.10	.700
ช่วยเหลือ	136	2	5	4.13	.778
ข้อสงสัย	134	2	5	4.31	.707
Valid N (listwise)	132				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ต้อนรับ	137	3	5	4.22	.725
ชื่อเสียง	136	2	5	4.14	.712
รักษาความลับ	136	2	5	4.19	.735
Valid N (listwise)	135				

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
เจ้าพบลูกค้า	136	2	5	4.25	.758
อิเล็กทรอนิกส์	135	1	5	3.86	.874
รักษาคุณภาพ	136	2	5	4.13	.704
จัดบุคลากร	137	2	5	4.04	.706
ประเมิน	136	2	5	4.12	.689
Valid N (listwise)	134				

## nonparametric Correlations

## Correlations

		ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การขึ้น แบบชำระ ภาษี	จัดทำบัญชี ขึ้นงบ การเงิน	รวม บริการ		
Spearman's rho	ให้คำแนะนำ	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.036	
		Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.693	
		N	137	137	137	137	137	125	
	ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.092	
		Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.310	
		N	137	137	137	137	137	125	
	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	Correlation Coefficient	.042	.065	1.000	.005	.118	.056	
		Sig. (2-tailed)	.623	.453	.	.949	.169	.532	
		N	137	137	137	137	137	125	
	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	Correlation Coefficient	-.030	.042	.005	1.000	-.057	.123	
		Sig. (2-tailed)	.728	.623	.949	.	.510	.171	
		N	137	137	137	137	137	125	
	การขึ้น แบบชำระ ภาษี	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	.005	1.000	-.057	.123
		Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.949	.	.510	.171
		N	137	137	137	137	137	137	125
	จัดทำบัญชี ขึ้นงบการเงิน	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	.059	
		Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.512	
		N	137	137	137	137	137	125	
	รวมบริการ	Correlation Coefficient	.036	.092	.056	.123	.059	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.693	.310	.532	.171	.512	.	
		N	125	125	125	125	125	125	

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Correlations

			ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่น แบบชำระ ภาษี	จัดทำบัญชี ขึ้นงบ การเงิน	รวมราคา
Spearman's rho	ให้คำแนะนำ	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.054
		Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.546
	ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	N	137	137	137	137	137	129
	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.015
		Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.869
		N	137	137	137	137	137	129
	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	Correlation Coefficient	-.030	.042	1.000	.005	.118	-.012
		Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.896
		N	137	137	137	137	137	129
	การยื่นแบบ ชำระภาษี	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	1.000	-.057	.063
		Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.480
		N	137	137	137	137	137	129
	จัดทำบัญชี ขึ้นงบการเงิน	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	-.020
		Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.818
		N	137	137	137	137	137	129
	รวมราคา	Correlation Coefficient	.054	.015	-.012	.063	-.020	1.000
		Sig. (2-tailed)	.546	.869	.896	.480	.818	.
		N	129	129	129	129	129	129

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

		ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางการเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่น แบบชำระ ภาษี	จัดทำบัญชี ขึ้นงบ การเงิน	รวม สถานที่	
Spear man's rho	ให้คำแนะนำ	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.139
	ปรึกษา	Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.110
	ทางการเงิน	N	137	137	137	137	137	133
	จดทะเบียน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.017
	บริษัท / ห้าง	Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.845
	หุ้นส่วน	N	137	137	137	137	137	133
	วางระบบ	Correlation Coefficient	-.030	.042	1.000	.005	.118	.012
	บัญชีของ	Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.890
	กิจการ	N	137	137	137	137	137	133
	การยื่นแบบ	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	1.000	-.057	.049
	ชำระภาษี	Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.578
		N	137	137	137	137	137	133
	จัดทำบัญชี	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	-.008
	ขึ้นงบการเงิน	Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.927
		N	137	137	137	137	137	133
	รวมสถานที่	Correlation Coefficient	.139	.017	.012	.049	-.008	1.000
		Sig. (2-tailed)	.110	.845	.890	.578	.927	.
		N	133	133	133	133	133	133

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

			ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่น แบบชำระ ภาษี	จัดทำบัญชี ขึ้นงบ การเงิน	รวม ส่งเสริม
Spear man's rho	ให้คำแนะนำ	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.155
	ปรึกษา	Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.071
	ทางด้าน	N	137	137	137	137	137	136
	การเงิน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.103
	จดทะเบียน	Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.233
	บริษัท / ห้าง	N	137	137	137	137	137	136
	หุ้นส่วน	Correlation Coefficient	-.030	.042	1.000	.005	.118	.053
	วางระบบ	Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.542
	บัญชีของ	N	137	137	137	137	137	136
	กิจการ	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	1.000	-.057	-.110
	การยื่นแบบ	Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.202
	ชำระภาษี	N	137	137	137	137	137	136
	จัดทำบัญชี	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	-.035
	ขึ้นงบการเงิน	Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.690
		N	137	137	137	137	137	136
	รวมส่งเสริม	Correlation Coefficient	.155	.103	.053	-.110	-.035	1.000
		Sig. (2-tailed)	.071	.233	.542	.202	.690	.
		N	136	136	136	136	136	136

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

		ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่น แบบชำระ ภาษี	จัดทำบัญชี ขึ้นงบ การเงิน	รวม พนักงาน	
Spearman's rho	ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	Correlation	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.076
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.389
		N	137	137	137	137	137	132
	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	Correlation	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.040
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.650
		N	137	137	137	137	137	132
	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	Correlation	-.030	.042	1.000	.005	.118	.137
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.117
		N	137	137	137	137	137	132
	การยื่นแบบ ชำระภาษี	Correlation	-.090	.065	.005	1.000	-.057	.008
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.925
		N	137	137	137	137	137	132
	จัดทำบัญชี ขึ้น งบการเงิน	Correlation	.118	-.009	.118	-.057	1.000	-.040
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.646
		N	137	137	137	137	137	132
	รวมพนักงาน	Correlation	.076	.040	.137	.008	-.040	1.000
		Coefficient						
		Sig. (2-tailed)	.389	.650	.117	.925	.646	.
		N	132	132	132	132	132	132

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

		ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางด้าน การเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่นแบบ ชำระภาษี	จัดทำบัญชี ยื่นงบ การเงิน	รวม ภาพลักษณ์	
Spearman's rho	ให้คำแนะนำ	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.062
	ปรึกษา	Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.474
	ทางด้าน	N	137	137	137	137	137	135
	การเงิน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.103
	จดทะเบียน	Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.235
	บริษัท / ห้าง	N	137	137	137	137	137	135
	หุ้นส่วน	Correlation Coefficient	-.030	.042	1.000	.005	.118	.105
	วางระบบ	Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.226
	บัญชีของ	N	137	137	137	137	137	135
	กิจการ	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	1.000	-.057	-.009
	การยื่นแบบ	Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.918
	ชำระภาษี	N	137	137	137	137	137	135
	จัดทำบัญชี	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	.020
	ยื่นงบการเงิน	Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.813
		N	137	137	137	137	137	135
	รวมภาพลั	Correlation Coefficient	.062	.103	.105	-.009	.020	1.000
		Sig. (2-tailed)	.474	.235	.226	.918	.813	.
		N	135	135	135	135	135	135

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

			ให้คำแนะนำปรึกษา ทางการเงิน	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	การยื่นแบบ ชำระภาษี	จัดทำ บัญชี ยื่น งบ การเงิน	รวมออกแบบ
Spear man's rho	ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทางการเงิน	Correlation Coefficient	1.000	.215*	-.030	-.090	.118	.239**
		Sig. (2-tailed)	.	.012	.728	.296	.169	.005
		N	137	137	137	137	137	134
	จดทะเบียน บริษัท / ห้าง หุ้นส่วน	Correlation Coefficient	.215*	1.000	.042	.065	-.009	.077
		Sig. (2-tailed)	.012	.	.623	.453	.913	.376
		N	137	137	137	137	137	134
	วางระบบ บัญชีของ กิจการ	Correlation Coefficient	-.030	.042	1.000	.005	.118	.038
		Sig. (2-tailed)	.728	.623	.	.949	.169	.660
		N	137	137	137	137	137	134
	การยื่นแบบ ชำระภาษี	Correlation Coefficient	-.090	.065	.005	1.000	-.057	.027
		Sig. (2-tailed)	.296	.453	.949	.	.510	.759
		N	137	137	137	137	137	134
	จัดทำบัญชี ยื่น งบการเงิน	Correlation Coefficient	.118	-.009	.118	-.057	1.000	.067
		Sig. (2-tailed)	.169	.913	.169	.510	.	.445
		N	137	137	137	137	137	134
	รวมออกแบ	Correlation Coefficient	.239**	.077	.038	.027	.067	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.376	.660	.759	.445	.
		N	134	134	134	134	134	134

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).