

การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ

กรณีศึกษา : เขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ

จังหวัดอุบลราชธานี

The Selection of Accounting Services for Business:

A Case Study of Ubon Muang District and Warin District of

Ubon Ratchathani, Thailand

นภาพร หงษ์ภักดี

สาขาการบัญชี คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภวารินชำราบ อุบลราชธานี 34190

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการของแต่ละธุรกิจ จำนวน 206 คน โดยใช้แบบสอบถามสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Anova) โดยตั้งค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี 3 อันดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการที่สำคัญ คือ การให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาและการเก็บรักษาความลับของลูกค้า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ ความถูกต้องของรายงานการทางเงิน ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการจากสำนักงานบัญชี 3 อันดับ ได้แก่ บริการตรวจสอบบัญชี บริการด้านภาษี และบริการจัดทำบัญชี ตามลำดับ ส่วนบริการที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชี 2 อันดับแรก คือ บริการตรวจสอบภายใน ร้อยละ 85.4 บริการวางระบบบัญชี ร้อยละ 77.7 ตามลำดับ

เงินทุนจดทะเบียนมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ลักษณะธุรกิจมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน ในปัจจัยด้านกระบวนการเรื่อง การให้บริการ ถูกต้องรวดเร็ว และทันเวลา โดยกิจกรรมจะให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าธุรกิจบริการและอุตสาหกรรม

ตามลำดับ และระยะเวลาดำเนินการมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง บริการด้านภาษี ปัจจัยด้านราคา เรื่องอัตราค่าบริการ

คำสำคัญ : สำนักงานบัญชี ธุรกิจในเขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ การให้บริการ

Abstract

The main objective of this exploratory research was to study the behaviors in selecting a wide range of accounting services in Ubon Muang District and Warin District, Ubon Ratchathani. Data was collected from a total of 206 managers by completion of a self-administered questionnaire. Descriptive statistical techniques (frequencies, percentages, mathematical means, and standard deviations) and inferential statistical techniques (One-Way ANOVA) were used to analyze the empirical findings with the statistical significance confidence interval of 0.05. Results showed that the most prominent factors in selecting accounting firms were the process (correct service, quick responsiveness, timeliness, confidentiality of customers' information), product (accurate financial statements), and marketing promotion (reputation and expertise). The major accounting services chosen by respondents were auditing, taxation, and preparation of a set of financial statements. On the other hand, services that were not chosen included internal auditing (85.40 %) and accounting system installation (77.70 %). Furthermore, perceptions were relatively different as the result of different registered capital. The managers emphasized product factors, specifically the provision of an external audit by an accounting firm and the accuracy of financial statements. It was also found that the nature of the business was relevant, for example merchandizing firms placed more importance upon process factors than service and manufacturing firms. Additionally, the length of business operation was also an important determinant, particularly with product factors (taxation) and price factors (service fee).

Keywords: Selection of accounting services, Business in Ubon Muang and Warin District, Services

1. บทนำ

วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคม และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลการบัญชีเป็นสื่อภาษาที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปของธุรกิจ ช่วยให้เจ้าของกิจการรับรู้ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินที่เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือควบคุมและสะท้อนถึงข้อบกพร่องในการดำเนินงานของกิจการ ส่งผลให้กิจการสามารถแก้ไขได้ทันที ดังนั้นข้อมูลทางการบัญชีจึงช่วยให้เจ้าของกิจการนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายและประกอบการตัดสินใจบริหารธุรกิจประสบความสำเร็จ อีกทั้งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1196 กำหนดให้บริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้องจัดทำบัญชีครั้งหนึ่งทุกรอบสิบสองเดือนและพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 กำหนดวุฒิการศึกษาของผู้ทำบัญชี ต้องมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยหรือคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) หรือกระทรวงศึกษาธิการเทียบว่าไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชี แต่ผลที่ตามมาของการกำหนดคุณสมบัติของผู้ทำบัญชีจากพระราชบัญญัติ 2543 ดังกล่าว ทำให้จำนวนผู้ทำบัญชีให้แก่กิจการมีจำนวนน้อยลงไปกว่าในอดีต ส่งผลกระทบต่อค่าจ้างหรือเงินเดือนที่ต้องจ่ายให้ผู้ทำบัญชีที่มีคุณสมบัติตามพรบ. 2543 เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า กิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดทำงบการเงินเพื่อยื่นเสียภาษีต่อกรมสรรพากร ขณะเดียวกันก็ต้องการใช้ข้อมูลทางบัญชีเป็นเครื่องมือในการบริหาร ตลอดจนการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ แต่ผู้บริหารของกิจการส่วนมากไม่มีความรู้ทางบัญชีและไม่แน่ใจในคุณภาพของพนักงานบัญชี อีกทั้งความสามารถของผู้จบการศึกษาด้านบัญชียังต่ำกว่าที่คาดหวัง เพื่อจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้องจึงจำเป็นต้องอาศัยบริการจากสำนักงานบัญชี (อัญชนา เหมวงศ์, 2545) โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium: SMEs) ที่ต้องการลดค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริหารมีข้อมูลที่ถูกต้องมาใช้ประกอบการตัดสินใจในเชิงเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจในประเทศไทยร้อยละ 80 เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium: SMEs) และเกือบร้อยละร้อยของธุรกิจ SMEs นั้นใช้บริการสำนักงานบัญชีจัดทำบัญชีและภาษีเพื่อนำส่งรายงานและแบบฟอร์มต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด (ศิริรัฐ โชติเวชการ, 2548) และนิติบุคคลส่วนใหญ่ที่จดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ซึ่งโดยสภาพทางต้นทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก มีข้อจำกัดในการว่าจ้างผู้ทำบัญชีที่มีคุณภาพ เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้มีรายการบัญชีค่อนข้างน้อย ในขณะที่กิจการก็ไม่สามารถจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชีได้เองเพราะต้องใช้ความชำนาญเฉพาะสาขาวิชาชีพบัญชี ส่งผลให้การจัดทำ

บัญชีเป็นปัญหาที่ยากสำหรับธุรกิจ ดังนั้นสำนักงานบัญชีจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการนำเสนอบริการบัญชีให้แก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดทำบัญชี การตรวจสอบบัญชี การวางระบบบัญชี การให้คำปรึกษาปัญหาทางบัญชีและภาษีอากร เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการจัดทำเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีได้อย่างถูกต้อง สมบูรณ์ และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และประมวลรัษฎากร

ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดอุบลราชธานี ปี พ.ศ. 2547 พบว่าสำนักงานบัญชีในจังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนทั้งสิ้น 14 แห่งและมีลูกค้าที่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชีดังกล่าวทั้งสิ้น 1,003 ราย จึงอาจกล่าวได้ว่า สำนักงานบัญชีมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ในฐานะที่ต้องจัดการระบบข้อมูลของกิจการ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสถานะและผลประกอบการของกิจการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจต่างๆ ในเชิงเศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในฐานะเป็นที่ปรึกษาสำคัญต่อการบริหารธุรกิจ นอกเหนือจากการปฏิบัติให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงทราบปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชี ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และยกระดับความสามารถในการประกอบการของสำนักงานบัญชี เพื่อให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งจะสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ ผู้ใช้บริการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและผลวิจัยครั้งนี้จะมีประโยชน์อย่างยิ่งในการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาการเรียนการสอนในหลักสูตรการบัญชี ในฐานะเป็นสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นกำลังหลักในการผลิตบัณฑิตอันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีได้แก่นงลักษณ์ พัฒนบัณฑิตและคณะ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีของบริษัทและห้างหุ้นส่วนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความแตกต่างของขนาดธุรกิจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชี และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีที่มีความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร ความรวดเร็ว ตรงต่อเวลาในการให้บริการ การให้คำปรึกษาเรื่องหลักการบัญชีและระบบบัญชี ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงาน และคุณภาพของการให้บริการ ตามลำดับ ในขณะที่นฤนาถ มาลัยรัตน (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการวางระบบบัญชีของบริษัท สำนักงาน เอสจีวี - ณ ถลาง จำกัด สาขา

ภาคเหนือ พบว่า ปัจจัยทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายามากที่สุดอันดับแรกคือ คุณภาพการให้บริการ การวางระบบบัญชี อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ สถานที่ตั้งตามลำดับและยาวเรศ วัชราคม (2543) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสอบและรับรองบัญชีของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในการเลือกใช้บริการตรวจสอบและรับรองบัญชีของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลจะคำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ ด้านมาตรฐานงานตรวจสอบ ด้านจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบ ปัจจัยด้านราคาที่สำคัญ ด้านอัตราค่าบริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่สำคัญคือ ด้านชื่อเสียงและประสบการณ์ของผู้ตรวจสอบ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญคือ คำนะอำนาจสำนักงานบัญชี ความสะดวกในการติดต่อ และทำเลที่ตั้งของสำนักงานอยู่ในอำเภอและจังหวัดเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการบริการ 7Ps ของ Booms and Bitner (1981), Mohanmmmed Rafiq and Perviz K. Amhed (1995) ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างสูง ซึ่งองค์ประกอบของ 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรเป็น 2 ลักษณะ คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ตั้งกิจการ ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการ และเงินทุนจดทะเบียน และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัย 7Ps ของการบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตและวิธีการวิจัย

ประชากร ได้แก่ บริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัด ในอำเภอเมืองและอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานีที่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชี จำนวน 1,003 ราย ซึ่งเป็นการเลือกพื้นที่ในการศึกษาแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทำการคัดเลือกตัวอย่างโดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้วิธี Taro Yamane (อ้างถึงใน บุญธรรม, 2531) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 206 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้คำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา แล้วนำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขและนำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายกันกับ

ประชากรที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ราย โดยผู้วิจัยเป็นผู้ทดลองด้วยตนเอง เพื่อดูว่าคำถามที่ตั้งขึ้นมานั้นสื่อความหมายหรือไม่ ผู้ตอบมีความเข้าใจแบบสอบถามมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นก็จะนำมาหาค่าความเชื่อมั่นซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.8 ขึ้นไป โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ตั้งของกิจการ ลักษณะธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการ เงินทุนจดทะเบียน จำนวนผู้รับผิดชอบงานด้านบัญชี ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้แก่ บริการตรวจสอบบัญชี บริการตรวจสอบภายใน บริการจัดทำบัญชี บริการวางระบบบัญชี บริการที่ปรึกษาและบริการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชี ในการจัดทำบัญชี เมื่อผ่านขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปใช้กับตัวอย่างในงานวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Anova) โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05

3. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.4) มีอายุระหว่าง 25 -35 ปี (ร้อยละ 33) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 45.6) มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ (ร้อยละ 47.6) มีสถานที่ตั้งของกิจการอยู่ในอำเภอเมือง (ร้อยละ 76.7) มีระยะเวลาดำเนินการกิจการมากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 48.5) มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 1,000,000 บาท (ร้อยละ 31.6) มีผู้รับผิดชอบงานด้านบัญชีจำนวน ต่ำกว่า 5 คน (ร้อยละ 75.5) มีลักษณะกิจการเป็นธุรกิจบริการ (ร้อยละ 56.8) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ - หญิง	112	54.4
- ชาย	94	45.6
อายุ		
- 25 – 35 ปี	68	33.0
- 36 – 45 ปี	58	28.2
- 46 – 50 ปี	36	17.5
- 50 ปีขึ้นไป	35	17.0
- ต่ำกว่า 25 ปี	9	44.0
ระดับการศึกษา		
- ปริญญาตรี	94	45.6
- ปวช.,ปวส.ทางการบัญชีหรือเทียบเท่า	45	21.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	34	16.5
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ เทียบเท่า/ต่ำกว่า	33	16.0
ตำแหน่งงาน		
- กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ	98	47.6
- ผู้จัดการทั่วไป	56	27.2
- ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	37	18.0
- สมุหบัญชี	15	7.3
สถานที่ตั้งของกิจการ		
- อำเภอเมือง	158	76.70
- อำเภอวารินชำราบ	48	23.30
ระยะเวลาดำเนินกิจการ		
- ต่ำกว่า 5 ปี	43	20.87
- 5 -10 ปี	32	15.53
- 11- 15 ปี	31	15.05
- มากกว่า 15 ปี	100	48.55
เงินทุนจดทะเบียน		
- ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	65	31.55
- 1,000,001 - 2,000,000 บาท	44	21.36
- 2,000,001 - 3,000,000 บาท	17	8.25
- 3,000,001 - 4,000,000 บาท	19	9.22
- 4,000,001 - 5,000,000 บาท	20	9.71
- มากกว่า 5,000,000 บาท ขึ้นไป	41	19.91
ผู้รับผิดชอบงานด้านบัญชี		
- ต่ำกว่า 5 คน	178	86.41
- 5 -10 คน	22	10.68
- 10 คนขึ้นไป	6	2.91

ตารางที่ 1 (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะกิจการ		
- ธุรกิจบริการ	117	56.80
- พาณิชยกรรม	71	34.47
- อุตสาหกรรม	18	8.73

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 3.91 และ 3.84 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่การให้บริการได้ ถูกต้อง รวดเร็วและทันเวลา และเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.25 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อกับสำนักงานบัญชี ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานบัญชีอยู่ในอำเภอและจังหวัดเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.03 และ 3.80 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความถูกต้องของรายงานการเงิน สำนักงานบัญชีที่มีการตรวจสอบบัญชี ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี ค่าเฉลี่ย 4.24 4.06 และ 4.05 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านกระบวนการ			
1.1 ให้บริการได้ ถูกต้อง รวดเร็ว และทันเวลา	4.28	0.93	มาก
1.2 เก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	4.25	0.88	มาก
รวมด้านกระบวนการ	4.26		มาก
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
2.1 ความสะดวกในการติดต่อกับสำนักงานบัญชี	4.03	0.89	มาก
2.2 ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานบัญชีอยู่ในอำเภอและจังหวัดเดียวกัน	3.80	0.96	มาก
รวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91		มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ) ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
3. ด้านผลิตภัณฑ์			
3.1 ความถูกต้องของรายงานการเงิน	4.24	0.87	มาก
3.2 สำนักงานบัญชีมีบริการตรวจสอบบัญชี	4.06	0.96	มาก
3.3 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกจากการจัดทำบัญชี	4.05	0.92	มาก
3.4 สำนักงานบัญชีจัดหาผู้สอบบัญชีให้	3.94	1.09	มาก
3.5 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจัดทำบัญชี	3.92	1.02	มาก
3.6 สำนักงานบัญชีที่มีบริการที่ปรึกษา	3.89	1.03	มาก
3.7 บริการด้านภาษี	3.75	1.13	มาก
3.8 มีบริการวางระบบบัญชี	3.59	1.08	มาก
3.9 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบภายใน	3.50	1.01	มาก
3.10 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจดทะเบียน	3.49	1.06	ปานกลาง
รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.84		มาก
4. ด้านราคา			
4.1 อัตราค่าบริการ	3.58	0.91	มาก
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
5.1 ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของสำนักงานบัญชี	4.09	0.87	มาก
5.2 รู้จักกับเจ้าของหรือพนักงานของสำนักงานบัญชีเป็นการส่วนตัว	3.88	0.92	มาก
5.3 คำแนะนำจากหน่วยงานราชการอื่น เช่น สรรพากร	3.65	1.12	มาก
5.4 สำนักงานบัญชีที่ดำเนินกิจการมานาน	3.63	0.96	มาก
5.5 คำแนะนำจากผู้ประกอบการอื่น	3.55	0.94	มาก
5.6 สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ เป็นต้น	2.16	1.02	น้อย
รวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50		ปานกลาง
6. ด้านบุคลากร			
6.1 เจ้าของสำนักงานบัญชีเป็น CPA/Tax Audit	3.90	1.07	มาก
6.2 เป็นบุคคลธรรมดาที่รับทำบัญชี	2.79	1.15	ปานกลาง
รวมปัจจัยด้านบุคลากร	3.35		ปานกลาง
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
7.1 การตกแต่งสำนักงานด้วยอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	2.44	0.97	น้อย
7.2 ความน่าสนใจของการโฆษณา ด้วยป้ายหน้าร้านขนาดใหญ่	2.31	1.04	น้อย
รวมปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	2.30		น้อย

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองและอำเภอวารินชำราบ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานที่ตั้งของกิจการตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอวารินชำราบใช้บริการตรวจสอบบัญชี รองลงมาใช้บริการด้านภาษีและใช้บริการจัดทำบัญชี ร้อยละ 97.1, 93.2 และ 91.3 ตามลำดับ ส่วนบริการที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชี ได้แก่ บริการตรวจสอบภายใน รองลงมา บริการวางระบบบัญชีและบริการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท/ห้างหุ้นส่วน ร้อยละ 85.0, 77.7 และ 72.3 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองและอำเภอวารินชำราบ

ประเภทบริการ	สถานที่ตั้งของกิจการ				รวม	
	อ.เมือง		อ.วารินชำราบ			
	ใช้	ไม่ใช้	ใช้	ไม่ใช้	ใช้	ไม่ใช้
1. บริการตรวจสอบบัญชี	153 (96.8%)	5 (3.2%)	47 (97.9%)	1 (2.1%)	200 (97.1%)	6 (2.9%)
2. บริการด้านภาษี	147 (93.0%)	11 (7.0%)	45 (93.8%)	3 (6.3%)	192 (93.2%)	14 (6.8%)
3. บริการจัดทำบัญชี	144 (91.1%)	14 (8.9%)	44 (91.7%)	4 (8.3%)	188 (91.30%)	18 (8.7%)
4. บริการที่ปรึกษา	62 (39.2%)	96 (60.8%)	18 (37.5%)	30 (62.5%)	80 (38.8%)	126 (61.2%)
5. บริการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท/ห้างหุ้นส่วน	43 (27.2%)	115 (72.8%)	14 (29.2%)	34 (70.8%)	57 (27.7%)	149 (72.3%)
6. บริการวางระบบบัญชี	37 (23.4%)	121 (76.6%)	9 (18.8%)	39 (81.3%)	46 (22.3%)	160 (77.7%)
7. บริการตรวจสอบภายใน	23 (14.6%)	135 (85.4%)	8 (16.7%)	40 (83.3%)	31 (15.0%)	175 (85.0%)

ปัญหาจากการให้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบันมากที่สุด ได้แก่ ความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา ร้อยละ 5.8 รองลงมา คือ ปัญหามนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ร้อยละ 5.0 ส่วนปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบน้อยที่สุดจากการให้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ร้อยละ 8.3 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น ร้อยละ 9.2 การติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบจากการให้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน

ปัญหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม
1. ความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา	7 (5.8)	25 (20.8)	44 (36.7)	30 (25.0)	14 (11.7)	120 (100)
2. มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน	6 (5.0)	24 (20)	40 (33.3)	35 (29.2)	15 (12.5)	120 (100)
3. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า	5 (4.2)	23 (19.2)	35 (29.2)	37 (30.8)	20 (16.7)	120 (100)
4. การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชีการรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น	5 (4.2)	18 (15.0)	44 (36.7)	42 (35.0)	11 (9.2)	120 (100)
5. สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชี	5 (4.2)	13 (10.8)	39 (32.5)	40 (33.3)	23 (19.2)	120 (100)
6. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ	4 (3.3)	29 (24.2)	56 (46.7)	21 (17.5)	10 (8.3)	120 (100)
7. การติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	-	17 (14.2)	59 (49.2)	32 (26.7)	12 (10.0)	120 (100)

ลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$) ในปัจจัยด้านกระบวนการที่สำคัญ คือ การให้บริการได้ ถูกต้องรวดเร็ว และทันเวลา ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี	ลักษณะกิจการ			Mean	p-value*
	ธุรกิจ บริการ n=117	พาณิชย์- กรรม n=71	อุตสาหกรรม กรรม n=18		
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบ บัญชี	4.29	4.23	3.94	4.24	0.289
1.2 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบ ภายใน	4.05	4.06	4.11	4.06	0.970
1.3 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจัดทำ บัญชี	4.11	3.99	3.89	4.05	0.492
1.4 สำนักงานบัญชีที่มีบริการที่ปรึกษา	3.91	4.01	3.89	3.94	0.791
1.5 สำนักงานบัญชีที่มีบริการ จดทะเบียน	3.91	3.94	3.83	3.92	0.919
1.6 สำนักงานบัญชีจัดหาผู้สอบบัญชีให้	3.89	3.96	3.67	3.89	0.562
1.7 มีบริการวางระบบบัญชี	3.78	3.66	3.94	3.75	0.599
1.8 มีบริการด้านภาษี	3.68	3.49	3.39	3.59	0.382
1.9 ความถูกต้องของรายงานการเงิน	3.53	3.39	3.67	3.50	0.505
1.10 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกจาก การจัดทำบัญชี	3.48	3.48	3.56	3.49	0.958
รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					0.872
2. ด้านราคา					
2.1 อัตราค่าบริการ	3.63	3.49	3.56	3.58	0.591
3.ช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 ความสะดวกในการติดต่อสำนักงาน บัญชี	3.97	4.13	4.00	4.03	0.523
3.2 ที่ตั้งของสำนักงานบัญชีอยู่ใน อำเภอและจังหวัดเดียวกัน	3.79	3.80	3.78	3.80	0.995
รวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					0.804

ตารางที่ 5 (ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี	ลักษณะกิจการ			Mean	p-value*
	ธุรกิจ บริการ n=117	พาณิชย์- กรรม n=71	อุตสาหกรรม n=18		
4.1 ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของ สำนักงานบัญชี	4.15	4.07	3.78	4.09	0.226
4.2 รู้จักกับคนในสำนักงานบัญชี เป็นการส่วนตัว	3.93	3.92	3.39	3.88	0.059
4.3 คำแนะนำจากหน่วยงานราชการ เช่น สรรพากร	3.67	3.59	3.78	3.65	0.798
4.4 สำนักงานบัญชีที่ดำเนินกิจการ มานาน	3.62	3.66	3.50	3.63	0.817
4.5 คำแนะนำจากผู้ประกอบการอื่น	3.62	3.49	3.33	3.55	0.412
4.6 สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ เป็นต้น	2.17	2.15	2.11	2.16	0.972
รวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					0.377
5. ด้านบุคลากร					
5.1 เจ้าของสำนักงานบัญชีเป็น CPA/Tax Audit	3.97	3.82	3.83	3.90	0.627
5.2 เจ้าของสำนักงานบัญชีเป็น บุคคลธรรมดา	2.9	2.65	2.67	2.79	0.315
รวมปัจจัยด้านบุคลากร					0.233
6. ด้านกระบวนการ					
6.1 ให้บริการได้ ถูกต้อง รวดเร็ว และ ทันเวลา	4.28	4.41	3.72	4.28	0.018*
6.2 เก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	4.27	4.30	3.89	4.25	0.191
รวมปัจจัยด้านกระบวนการ					0.043*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
7.1 ความน่าสนใจของการโฆษณา	2.35	2.25	2.22	2.31	0.778
7.2 ตกแต่งสำนักงานด้วยอุปกรณ์ สำนักงานที่ทันสมัย	2.46	2.37	2.61	2.44	0.600
รวมปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ					0.754

(p-value < 0.05)

เงินทุนจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$) ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือ มีบริการตรวจสอบบัญชี บริการจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ บริการจัดหาผู้สอบบัญชี ให้บริการด้านภาษี การจัดทำรายงานการเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือ ความสะดวกในการติดต่อสำนักงานบัญชี ทำเลที่ตั้งของสำนักงานบัญชี ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่สำคัญคือ ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของสำนักงานบัญชี ดำเนินกิจการมานาน ปัจจัยด้านกระบวนการที่สำคัญคือ การเก็บรักษาความลับของลูกค้า ให้บริการได้รวดเร็ว ทันเวลาและถูกต้อง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญคือ ความน่าสนใจของการโฆษณาและการตกแต่งสำนักงานที่ทันสมัย ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัย	เงินทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)							p-value*
	<1	1-2	2-3	3-4	4-5	>5	Mean	
1.ด้านผลิตภัณฑ์								
1.1 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบบัญชี	4.00	4.00	4.06	4.53	4.50	3.78	4.06	0.026*
1.2 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบภายใน	3.63	3.32	3.41	3.68	3.75	3.29	3.50	0.281
1.3 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจัดทำบัญชี	4.00	3.93	3.76	4.42	3.62	3.73	3.92	0.142
1.4 สำนักงานบัญชีที่มีบริการที่ปรึกษา	3.92	3.93	4.24	3.89	4.10	3.56	3.89	0.211
1.5 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจดทะเบียน	3.82	3.41	3.47	3.95	2.70	3.22	3.49	0.000*
1.6 สำนักงานบัญชีจัดหาผู้สอบบัญชีให้	4.03	3.73	4.24	4.58	4.20	3.49	3.94	0.003
1.7 มีบริการวางระบบบัญชี	3.58	3.59	3.65	4.00	3.55	3.39	3.59	0.520
1.8 มีบริการด้านภาษี	3.71	3.75	4.06	4.42	3.25	3.63	3.75	0.028*
1.9 ความถูกต้องของรายงานการเงิน	4.35	4.27	4.12	4.53	4.35	3.88	4.24	0.050*
1.10 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี	4.15	4.05	3.88	4.32	4.55	3.59	4.05	0.001*
รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์								0.012*

ตารางที่ 6 (ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัย	เงินทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)						Mean	p-value*
	<1	1-2	2-3	3-4	4-5	>5		
2. ด้านราคา								
2.1 อัตราค่าบริการ	3.72	3.39	3.71	3.63	3.70	3.41	3.58	0.335
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย								
3.1 ความสะดวกในการติดต่อ กับสำนักงานบัญชี	3.97	4.30	3.94	4.16	4.35	3.66	4.03	0.012*
3.2 ที่ตั้งของสำนักงานบัญชี อยู่ในอำเภอและจังหวัด เดียวกัน	3.89	3.77	4.12	4.37	3.50	3.41	3.80	0.003*
รวมปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย								0.018*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด								
4.1 ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญ ของสำนักงาน	4.22	4.09	3.88	4.79	3.90	3.76	4.09	0.000*
4.2 รู้จักเจ้าของ/พนักงานใน สำนักงานบัญชีเป็น การส่วนตัว	3.68	4.07	3.82	4.32	3.75	3.88	3.88	0.780
4.3 คำแนะนำจากหน่วยงาน ราชการอื่น เช่น สรรพากร	3.86	3.41	3.94	3.89	3.60	3.37	3.65	0.103
4.4 สำนักงานบัญชีที่ดำเนิน กิจการมานาน	3.83	3.59	3.65	4.11	3.30	3.27	3.63	0.007*
4.5 คำแนะนำจากผู้ประกอบ การอื่น	3.60	3.73	3.35	3.84	3.40	3.29	3.55	0.168
4.6 สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ เป็นต้น	2.25	2.07	2.12	2.32	2.05	2.12	2.16	0.904
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด								0.008*
5. ด้านบุคลากร								
5.1 เจ้าของสำนักงานเป็น CPA/Tax Audit	3.86	3.89	3.82	4.58	3.75	3.78	3.90	0.118
5.2 เจ้าของสำนักงานบัญชี เป็นบุคลากรธรรมดา	2.89	2.75	2.35	2.32	3.10	2.93	2.79	0.138
รวมปัจจัยด้านบุคลากร								0.805
6. ด้านกระบวนการ								
6.1 ให้บริการได้ ถูกต้อง รวดเร็ว และทันเวลา	4.38	4.39	4.24	4.63	4.50	3.73	4.28	0.001*

ตารางที่ 6 (ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

ปัจจัย	เงินทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)						Mean	p-value*
	<1	1-2	2-3	3-4	4-5	>5		
6.2 เก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	4.25	4.50	4.06	4.68	4.20	3.88	4.25	0.005*
รวมปัจจัยด้านกระบวนการ								0.001*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ								
7.1 การตกแต่งสำนักงานด้วยอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	2.57	1.80	1.76	2.21	2.05	2.83	2.31	0.000*
7.2 ความน่าสนใจของการโฆษณา ด้วยป้ายหน้าร้านขนาดใหญ่	2.45	1.98	2.24	2.53	2.65	2.88	2.44	0.001*

ระยะเวลาดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05) ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือ บริการด้านภาษีและปัจจัยด้านราคาที่สำคัญคือ อัตราค่าบริการ ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ปัจจัย	ระยะเวลาดำเนินกิจการ (ปี)					p-value*
	<5	5-10	11-15	> 15	Mean	
1.ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบบัญชี	4.00	4.00	3.90	4.15	4.06	0.577
1.2 สำนักงานบัญชีที่มีบริการตรวจสอบภายใน	3.58	3.63	3.45	3.43	3.50	0.726
ภายใน						
1.3 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจัดทำบัญชี	3.91	3.81	3.65	4.04	3.92	0.260
1.4 สำนักงานบัญชีที่มีบริการที่ปรึกษา	3.67	4.09	3.97	3.90	3.89	0.343
1.5 สำนักงานบัญชีที่มีบริการจดทะเบียน	3.84	3.34	3.23	3.46	3.49	0.063
1.6 สำนักงานบัญชีจัดหาผู้สอบบัญชีให้	3.72	3.91	3.81	4.09	3.94	0.256
1.7 มีบริการวางระบบบัญชี	3.58	3.63	3.81	3.51	3.59	0.610
1.8 มีบริการด้านภาษี	3.72	4.03	3.16	3.86	3.75	0.009*
1.9 ความถูกต้องของรายงานการเงิน	4.09	4.31	4.26	4.27	4.24	0.667
1.10 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกจากการจัดทำบัญชี	3.88	4.34	3.97	4.05	4.05	0.174
รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						0.640

ตารางที่ 7 (ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ปัจจัย	ระยะเวลาดำเนินกิจการ (ปี)					p-value*
	<5	5-10	11-15	> 15	Mean	
2. ด้านราคา						
2.1 อัตราค่าบริการ	3.28	3.91	3.32	3.68	3.58	0.005*
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1 ความสะดวกในการติดต่อกับสำนักงานบัญชี	3.93	4.22	4.16	3.97	4.03	0.381
3.2 สำนักงานบัญชีอยู่ในอำเภอและจังหวัดเดียวกัน	3.79	4.09	3.81	3.70	3.80	0.255
รวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						0.247
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1 ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของสำนักงานบัญชี	4.14	4.09	4.06	4.08	4.09	0.981
4.2 รู้จักกับเจ้าของหรือพนักงานของสำนักงานบัญชีเป็นการส่วนตัว	3.65	3.84	3.97	3.96	3.88	0.287
4.3 คำแนะนำจากหน่วยงานราชการอื่น เช่น สรรพากร	3.91	3.69	3.45	3.59	3.65	0.314
4.4 สำนักงานบัญชีที่ดำเนินกิจการมานาน	3.63	3.56	3.74	3.61	3.63	0.894
4.5 คำแนะนำจากผู้ประกอบการอื่น	3.63	3.75	3.65	3.42	3.55	2.65
4.6 สื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ เป็นต้น	2.21	2.31	2.45	2.00	2.16	0.118
รวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						0.724
5. ด้านบุคลากร						
5.1 เจ้าของสำนักงานเป็น CPA/Tax Audit	3.81	4.19	3.87	3.86	3.90	0.433
5.2 เจ้าของสำนักงานบัญชีเป็นบุคคลธรรมดา	2.74	3.13	2.55	2.78	2.79	0.244
รวมปัจจัยด้านบุคลากร						0.116
6. ด้านกระบวนการ						
6.1 ให้บริการได้ ถูกต้อง รวดเร็ว และทันเวลา	4.33	4.63	4.03	4.22	4.28	0.064
6.2 เก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	4.42	4.38	4.00	4.21	4.25	0.176
รวมปัจจัยด้านกระบวนการ						0.094
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ						
7.1 ความน่าสนใจของการโฆษณาด้วยป้ายหน้าร้านขนาดใหญ่	2.56	1.94	2.32	2.31	2.31	0.089
7.2 การตกแต่งสำนักงานด้วยอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	2.67	2.28	2.42	2.40	2.44	0.316
รวมปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ						0.103

p-value $\leq$ 0.05

4. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย พบว่า การเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของบริษัทและห้างหุ้นส่วน จะคำนึงถึงปัจจัยสำคัญด้านต่าง ๆ ในระดับมากดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านกระบวนการที่สำคัญคือ การให้บริการถูกต้อง รวดเร็วและทันเวลา เนื่องจากการทำบัญชีต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกระทรวงพาณิชย์และกรมสรรพากร ตลอดจนกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นหากไม่ปฏิบัติตามย่อมได้รับโทษทางกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนงลักษณ์ พัฒนบัณฑิตและคณะ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือความรวดเร็ว ตรงต่อเวลาในการให้บริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤนาถ มาลัยรัตน (2541) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการวางระบบบัญชีของบริษัทสำนักงาน เอสจีวี - ณ ถลาง จำกัด สาขาภาคเหนือ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้ามากที่สุดอันดับแรกคือ คุณภาพการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาและงานวิจัยของต่อลาภ สุขพันธ์ (2546) ที่ศึกษาคุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในจังหวัดลำปาง พบว่า คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ คือ ความซื่อสัตย์ รับผิดชอบทำงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด สามารถให้คำปรึกษาได้และตรงต่อเวลา ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญคือ การตกแต่งสำนักงานบัญชีด้วยอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เจ้าของธุรกิจคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวในระดับน้อย เนื่องจากการงานบัญชีเป็นวิชาชีพที่ต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญเป็นอย่างสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทา ส่งสวัสดิ์ (2540) ได้ศึกษาถึงการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ไม่มีการโฆษณา โดยในส่วนที่โฆษณาจะเลือกใช้สื่อประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มากกว่าด้านอื่น

ธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ ใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในปัจจุบันมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ บริการตรวจสอบบัญชี บริการด้านภาษีและบริการจัดทำบัญชี เนื่องจากต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับบัญชีและกฎหมายภาษีอากรที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด ส่วนบริการที่ธุรกิจใช้จากสำนักงานบัญชีน้อยที่สุดคือ บริการตรวจสอบภายใน รองลงมาคือบริการวางระบบบัญชี ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเจ้าของธุรกิจให้ความสำคัญต่อการจัดทำงบการเงินเพื่อยื่นเสียภาษี แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับบริการตรวจสอบภายในและการวางระบบบัญชี ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ใช้บริการเหล่านี้จากพนักงานบัญชีของตน เพราะพนักงานบัญชีของธุรกิจไม่ได้จัดทำงบการเงิน มีหน้าที่เพื่อรวบรวมเอกสาร

ส่งให้สำนักงานบัญชีเพื่อจัดทำงานการเงิน นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการและเงินทุนจดทะเบียนมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างพบปัญหาจากการให้บริการของสำนักงานบัญชีมากที่สุดในเรื่อง สำนักงานบัญชีขาดความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา ส่วนหนึ่งเป็นเพราะช่วงเวลาของเดือนมีนาคมถึงสิ้นเดือนพฤษภาคมของทุกปี สำนักงานบัญชีจะต้องจัดทำงานการเงินสำหรับรอบระยะเวลา 1 ปี เพื่อให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบและรับรองงบการเงิน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำนักงานบัญชีต้องทำงานอย่างเร่งรีบ ทำให้สำนักงานบัญชีบางแห่งปิดงบการเงินกระชั้นชิด ทำให้ลูกค้าไม่มีโอกาสได้ตรวจสอบตัวเลขก่อนหรือปิดงบให้ลูกค้าไม่ทันทำให้ลูกค้าเสียภาษียิ่งมากขึ้นไป เพราะตัวเลขออกมาช้ามากจนแก้ไขไม่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทาสงสวัสดิ์ (2540) ที่ศึกษา ทศนคติต่อการเลือกผู้สอบบัญชีของธุรกิจในกรุงเทพมหานครพบว่า สำนักงานบัญชีมีปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดบริการ ด้านคุณภาพงานบริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

5. ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้

ด้านผู้ให้บริการ คือ สำนักงานบัญชี ควรพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ โดยรับผิดชอบในงานที่รับมอบหมายและส่งมอบงานให้ตรงเวลา โดยปิดงบการเงินให้ทัน อย่าปิดงบกระชั้นชิด ลูกค้าจะได้มีโอกาสได้ตรวจสอบตัวเลขและสามารถอธิบายตัวเลขที่ทำออกมาให้ลูกค้าเข้าใจได้ กรณีถูกสรรพากรเรียกพบหรือตรวจสอบ สำนักงานบัญชีจะต้องเป็นตัวแทนที่จะประสานงานเพื่อให้การตรวจสอบนั้นเป็นไปด้วยดี มีความรู้ที่จะสามารถโต้แย้งในประเด็นที่สำนักงานบัญชีไม่ผิดและมีทักษะการเจรจาต่อรองให้โทษหนักเป็นเบา นอกจากนี้สำนักงานบัญชียังควรพัฒนาการทำงานให้เป็นมืออาชีพ เสนอบริการใหม่ ๆ เช่น เป็นที่ปรึกษาเรื่องการวางแผนภาษี ทำให้เสียภาษีอย่างถูกต้องแต่ประหยัด สามารถจัดทำงบการเงินให้ลูกค้าทุกเดือนเพื่อให้ได้รายงานทางการเงินตามต้องการและทันเหตุการณ์เพื่อลูกค้าจะได้นำไปประกอบการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้ทันเวลา ช่วยวางระบบโปรแกรมบัญชีให้กิจการ เข้ามาช่วยสอนและตรวจสอบการทำบัญชีและภาษีอากรโดยอาจเข้าไปเดือนละหนึ่งหรือสองครั้ง ตลอดจนให้คำปรึกษาหรือแนะนำช่วยเหลือในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมจากงานจัดทำบัญชี เช่น เมื่อเจ้าของธุรกิจต้องการทำธุรกิจใหม่ ๆ สำนักงานบัญชีสามารถช่วยวางแผนภาษีเพื่อประหยัดภาษีให้ได้มากที่สุด ให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีเรื่องใหม่ ๆ กฎระเบียบต่าง ๆ ทางบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือประกาศเพิ่มเติมให้ลูกค้าทราบเพื่อลูกค้าจะได้ปรับปรุงแก้ไขได้อย่างถูกต้อง

ด้านผู้รับบริการ คือ เจ้าของกิจการ ควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบภายใน เพราะการตรวจสอบภายในเป็นการแจ้งสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าของการทุจริตในธุรกิจ ลดโอกาสความร้ายแรงและป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ช่วยดูแลรักษาทรัพย์สิน ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น ในที่สุดจะส่งผลต่อการได้รายงานการเงินที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ สะท้อนผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินที่แท้จริงของกิจการ อันจะเป็นข้อมูลสำคัญประกอบการตัดสินใจให้กับผู้บริหารต่อไป

ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตสาขาการบัญชี ควรพัฒนาหลักสูตรโดยมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถ เป็นผู้ทำบัญชีได้อย่างมืออาชีพและมีความรู้คุณธรรม มีจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ เน้นการปฏิบัติงานจริงในรูปของกิจกรรมส่งเสริมหลักสูตรให้มากขึ้นและเน้นการฝึกประสบการณ์จากภาคธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงได้มากยิ่งขึ้นเพราะการทำบัญชีเป็นวิชาชีพที่ใช้ทักษะ สามารถเรียนรู้และฝึกฝนได้ เพื่อให้บัณฑิตเป็นผู้ทำบัญชีได้อย่างแท้จริงเมื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานและหน่วยงานภาครัฐต้องให้การสนับสนุนทั้งในด้านการจัดการอบรมความรู้ ด้านบัญชีแก่ผู้ทำบัญชีและผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

6. เอกสารอ้างอิง

- ต่อลาภ สุขพันธ์. 2546. **คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในจังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนงลักษณ์ พัฒนบัณฑิต. 2543. **ปัจจัยในการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีของบริษัทและห้างหุ้นส่วนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤนาถ มัลย์รัตนา. 2541. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการวางระบบบัญชีของสำนักงานเอสจีวี - ณ ถลาง จำกัด สาขาภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทา ส่งสวัสดิ์. 2540. **การดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เยาวเรศ วัชราคม. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสอบและรับรองบัญชีของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริรัฐ โชติเวชการ. 2548. **วิวัฒนาการของการจัดทำบัญชีในธุรกิจ SMEs.**

<http://www.arip.co.th/businessnews.Php?id=409343>. 24 มีนาคม 2553.

อัญชนา เหมวงศ์. 2545. **การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจนิติบุคคลในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

Mary Jo Bitner. 1990. **Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses.** <http://business.highbeam.com>. June 8 2009

Mohammed Rafiq and Pervaiz K. Ahmed. 1995. **Using the 7 Ps as a generic marketing mix: and exploratory survey of UK and European marketing academics.** <http://www.accessmylibrary.com>. May 6 2009.