

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสมรรถนะของนักบัญชีสู่ความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต

Digital Marketing Strategies and Competencies of Accountants for Operational Success of Phuket Accounting Offices

โสภาพรณ ไชยพัฒน์¹, นิชชา ปะณะรักษ์² และ สุมาลี แก้วเขียว³

Sopaphan Chaipat¹, Nitcha Panarak², and Sumale Khewkhaw³

สาขาวิชาการตลาดดิจิทัลและการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Department of Digital Marketing, Faculty of Administration, Rajapruk University, Thailand

E-mail: nipana@rpu.ac.th, sopachaipat2@gmail.com

Received June 7, 2025; Revised August 29, 2025; Accepted August 31, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และ 2) สมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการผู้จัดการหรือรองผู้จัดการสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต จำนวน 162 ราย ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย และวิธีการจับฉลาก ตามลำดับ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณในการทดสอบ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี พบว่า ระดับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และระดับสมรรถนะของนักบัญชีโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) 2) ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) 3) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ตัวแปรอิสระกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านเว็บไซต์ 1) ด้านเว็บไซต์ 2) ด้านการครองหน้าแรก 3) ด้านการตลาดสื่อสังคม 4) ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ตามลำดับ 4) สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ตัวแปรอิสระสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี 2) ด้านความรู้และทักษะด้าน

บัญชี 3) ด้านการวางแผนและการควบคุมเงิน 4) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ และ 5) ด้านการตรวจสอบภายใน ตามลำดับ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล สมรรถนะของนักบัญชี ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน สำนักงานบัญชี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the digital marketing strategies that affect the success of accounting offices' operations, and 2) the desired competencies of accountants in the digital era affecting the success of accounting offices' operations in Phuket. The sample was 162 entrepreneurs, managers or deputy managers of accounting offices in Phuket by simple random sampling and the lottery, respectively. The questionnaire was the research instrument. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing, the researcher used multiple regression analysis.

The research results found that 1) Digital marketing strategies that affect the success of accounting offices' operations found that the independent variables of digital marketing strategies consisted of (1) website, (2) search engine optimization (SEO), (3) social media marketing, (4) e-mail, and (5) content marketing, respectively. 2) Competencies of accountants in the digital era that affect the accounting offices' operations in Phuket found that the independent variables of accountants' competencies in the digital era consisted of (1) preparation and presentation of accounting information, (2) accounting knowledge and skills, (3) financial planning and control, (4) professional ethics, and (5) internal audit, respectively.

Keywords: digital marketing strategies, accountants' competency, operational success accounting firms

บทนำ

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับนักบัญชีคือการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างคุณค่าและเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยสมรรถนะที่นักบัญชีต้องมีคือทักษะด้านดิจิทัล (การใช้โปรแกรม, วิเคราะห์ข้อมูล) ทักษะการสื่อสารและการเป็นคู่คิดทางธุรกิจ (Business Partner) ที่สามารถนำข้อมูลเชิงลึกไปช่วยวางแผนกลยุทธ์ให้กับผู้บริหาร เพื่อขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กรในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล การดำเนินธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการแข่งขันที่มีความรุนแรงและแตกต่างไปจากเดิม ทำให้ข่าวสารข้อมูลเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากสำหรับการ

ตัดสินใจของบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหาร ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ไร้พรมแดนนอกจากทักษะความรู้ความสามารถของนักบัญชีที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีแล้ว (Laorach, 2021) ธุรกิจจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ทางด้านการตลาดในยุคดิจิทัลในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ สำนักงานบัญชีถือเป็นหน่วยธุรกิจหนึ่ง ไม่ว่ารูปแบบธุรกิจจะเป็นแบบบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด ในการดำเนินธุรกิจย่อมต้องอาศัยการตลาดเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะการตลาดเป็นกิจกรรม ในทางธุรกิจที่เป็นการนำบริการไปสู่ผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจและความสำเร็จของธุรกิจ ปัจจุบันธุรกิจสำนักงานบัญชีมีการแข่งขันสูงผู้ประกอบการจึงต้องกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล การเข้าถึงลูกค้าที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนไปรวดเร็ว ธุรกิจจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนตามให้ทัน หากมีการเปลี่ยนแปลงช้าก็จะมีโอกาสที่จะเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งหากสำนักงานบัญชีใดที่มีวัฒนธรรมองค์การที่ฝังลึกยากแก่การเปลี่ยนแปลงเพราะเชื่อมั่นจากความสำเร็จในอดีตอันยาวนานว่าจะไม่มีองค์กรใดเอาชนะตนเองได้และในที่สุดก็มักจะตกอยู่ในความเสี่ยงที่จะต้องสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันเมื่อต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและมักจะถูกบีบบังคับให้ออกจากตลาดไปในที่สุด (Chitwirat, 2019) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) โดยการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายสร้างการมีส่วนร่วมและนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่เสียไม่ได้สำหรับยุคปัจจุบัน ซึ่งคอนเทนต์ชิฟเป็นสถาบันอบรม ให้ความรู้ได้ การตลาดดิจิทัล ได้กล่าวในเว็บไซต์ว่า Digital Marketing คือ ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงแห่งยุคสมัยจากการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) ที่เรามักจะเห็นโฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ที่มาส่งทุกเช้าบนป้าย Billboard ที่ตั้งอยู่ริมถนนเวลารถติดหรือจะเป็นการส่งจดหมายเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ของตัวเองตามที่อยู่ของลูกค้า เมื่อยุคแห่ง Disruptive Media เข้ามามีบทบาทอย่างมหาศาลในชีวิตของเราทุกคนการทำการตลาดแบบเดิมอาจจะไม่ใช่คำตอบของการเข้าถึงลูกค้าอย่างแท้จริงการเรียนรู้และปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์ย่อมเป็นสิ่งที่บริษัทได้เปรียบในการเข้าถึงลูกค้า (Contentshifu, 2023) และคำกล่าวของนักวิชาการอย่าง Chaffey (2022) ที่ได้กล่าวว่า การตลาดดิจิทัลคือการดำเนินการทางการตลาด โดยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการตลาดสมัยใหม่ ในวิธีการหรือรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการให้กับลูกค้า โดยการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เว็บไซต์ (Website) การตลาดสื่อสังคม (Social Media Marketing) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing) การครองหน้าแรก (Search Engine Optimization: SEO) จึงทำให้เห็นถึงความสำคัญของการทำการตลาดในยุคใหม่ที่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการสำนักงานบัญชี

นอกจากการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้สามารถเข้าถึงการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนไปรวดเร็วแล้ว ธุรกิจจำเป็น

จะต้องพัฒนาสมรรถนะของนักบัญชีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย โดยสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล (Sorasakda, 2019; Chanthachaturaphat, 2020) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีดิจิทัล จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะ สถิติปัญญา ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการคิดวิเคราะห์ ปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชีได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งมีความสามารถด้านการตัดสินใจ วิเคราะห์ความเสี่ยง วัดผลการดำเนินงานการจัดเตรียมรายงาน และทักษะด้านการค้นคว้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติ (Dampitak et al., 2009) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย ทักษะด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน ทักษะด้านการตรวจสอบภายใน ทักษะด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางการบัญชี ทักษะด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี และทักษะด้านจริยธรรมในวิชาชีพ จะเห็นได้ว่าทักษะดังกล่าว เป็นทักษะในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคสมัยใหม่ที่นักบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะให้ทันและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การให้ความสำคัญทั้งกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ย่อมเป็นโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่รุนแรงในยุคปัจจุบันและนำมาซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ดังนั้นในการดำเนินการดังกล่าว จึงมีความน่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการปรับตัวของสำนักงานบัญชี โดยเฉพาะสำนักงานบัญชีในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวระดับโลก และเศรษฐกิจโดยรวมเริ่มกลับมาบูมอีกครั้งหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งจังหวัดภูเก็ตมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมากที่รองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต้องพึ่งพาปรึกษาสำนักงานบัญชีในการยื่นภาษีต่อสรรพากรเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยในปัจจุบันสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ตที่ลงทะเบียนเป็นนิติบุคคล มีจำนวน 280 ราย (Department of Business Development, 2023)

ผู้วิจัยเห็นว่า ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีดิจิทัลของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ว่ามีมากน้อยและส่งผลต่อความสำเร็จต่อธุรกิจเพียงใด ซึ่งจากการศึกษาข้อมูล ยังไม่มีการศึกษางานวิจัยเรื่องดังกล่าวอย่างชัดเจนมากนักโดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสมรรถนะของนักบัญชีสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ตในยุคดิจิทัล เพื่อผู้ประกอบการสำนักงานบัญชีได้นำผลวิจัยที่ได้ครั้งนี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการพัฒนาสมรรถนะของนักบัญชีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการตลาดแบบดิจิทัล

เครื่องมือการตลาดดิจิทัล เป็นแผนการดำเนินงานกิจกรรมด้านการตลาดสมัยใหม่ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวขับเคลื่อนผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ในเวลาที่รวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับความต้องการ มีความเป็นส่วนตัวและใช้ต้นทุน โดยเครื่องมือการตลาดดิจิทัลที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป (Talaprasi, 2016) มีดังนี้ 1) เว็บไซต์ 2) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 3) การตลาดเชิงเนื้อหา 4) การสื่อสารสังคม 5) การครองหน้าแรก

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของนักบัญชีสมัยใหม่

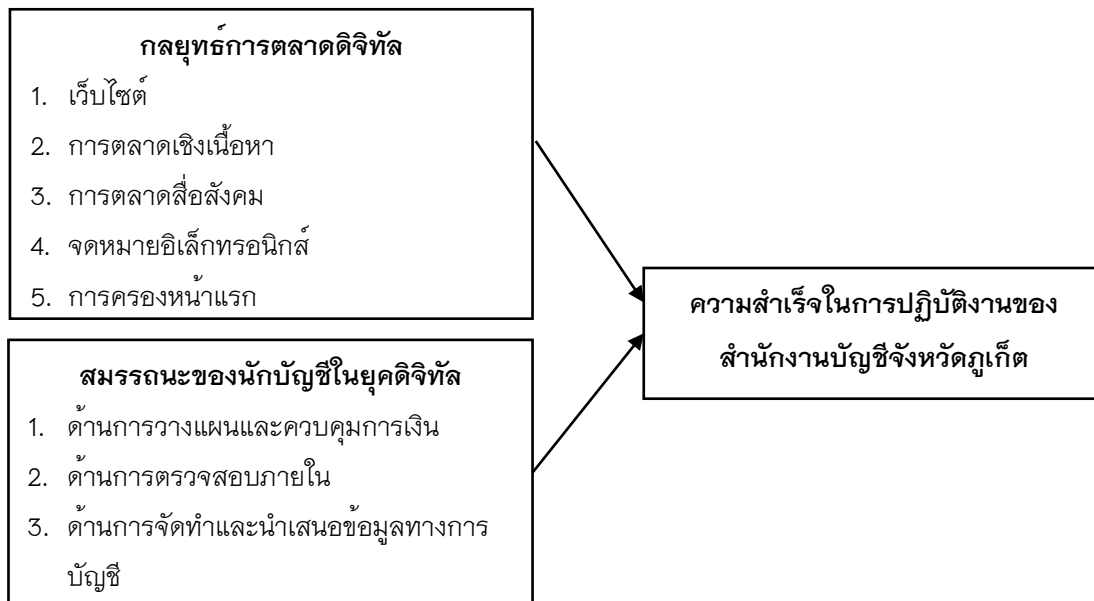
Mesarosova and Mesaros (2012) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สมรรถนะหมายถึง คุณลักษณะที่อยู่ภายใต้บุคคลที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคล ซึ่งเป็นงานเฉพาะเจาะจงได้แก่ ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ ที่จะทำให้การปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จได้ โดยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ (Dampitak et al., 2009) ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน 2) ด้านการตรวจสอบภายใน 3) ด้านการจัดทำ 4) ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี 5) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี

ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เป็นความสำเร็จสมบูรณ์ของงานความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน การมองเห็นผลงานที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมของงาน ซึ่ง ความสำเร็จวัดได้จากความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และทันตามกำหนดเวลา และความพอใจในผลการปฏิบัติงาน (Maichan, 2017)

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและสมรรถนะของนักบัญชีสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แสดงดังรูปต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ศึกษาได้แก่ สำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ที่จดทะเบียนในรูปแบบนิติบุคคล ซึ่งมีจำนวน 280 ราย (Department of Business Development, 2023) กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ คือ ผู้ประกอบการ ผู้จัดการหรือรองผู้จัดการในการเป็นตัวแทนตอบแบบสอบถาม การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) โดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 ราย และใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก เป็นขั้นตอนถัดไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ มีทั้งหมด 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ตอนที่ 2 ข้อมูลกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ตอนที่ 3 ข้อมูลสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ตอนที่ 4 ข้อมูลความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) มีคะแนนอยู่ในช่วงระหว่าง 0.67 – 1.00 ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้วหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ (Cronbach's Alpha) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และสมรรถนะของนักบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.245		6.137	0.002*		
ด้านเว็บไซต์	0.225	0.198	0.955	0.004*	0.978	1.023
ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา	0.053	0.047	0.345	0.012*	0.880	1.121
ด้านการตลาดสื่อสังคม	0.098	0.149	0.546	0.000*	0.964	1.037
ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	0.073	0.094	0.428	0.010*	0.748	1.055
ด้านการครองหน้าแรก	0.137	0.154	0.791	0.007*	0.959	1.043

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 : R-squared (R^2) = 0.63, F = 36.85 Sig< 0.05*

จากตารางที่ 1 การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่า ค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0.748 – 0.978 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.023 – 1.121 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 ดังนั้น แสดงให้เห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต โดยพิจารณาจากค่า P-value < 0.05 ตัวแปรอิสระ ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านการตลาดสื่อสังคม ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการครองหน้าแรก สามารถทำนายตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในทุกด้าน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต ที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ โดยเรียงตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ (Beta) ได้แก่ ด้านเว็บไซต์ (Beta=0.198) ด้านการครองหน้าแรก (Beta=0.154) ด้านการตลาดสื่อสังคม (Beta=0.149) ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Beta=0.094) และด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (Beta=0.047) ซึ่งตัวแปรอิสระที่กล่าวมา สามารถอธิบาย

ความผันแปรของตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 63.0 ($R^2 = 0.63$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 39 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

2. ผลการวิเคราะห์สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	0.952		1.354	0.000*		
ด้านการวางแผนและการควบคุมเงิน	0.231	0.221	0.904	0.010*	0.900	1.131
ด้านการตรวจสอบภายใน	0.021	0.019	0.931	0.022*	1.213	1.023
ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูล	0.612	0.606	0.576	0.009*	0.621	1.011
ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี	0.551	0.532	0.634	0.031*	0.862	1.005
ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ	0.132	0.121	0.432	0.011*	0.741	1.785

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 : R-squared (R^2) = 0.67, F = 27.33 Sig < 0.05*

จากตารางที่ 2 การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่า ค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0.621 – 1.213 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.011 – 1.785 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10 ดังนั้น แสดงให้เห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต โดยพิจารณาจากค่า P-value < 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ ด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน ด้านการตรวจสอบภายใน ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางการบัญชี ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี และด้านจริยธรรมในวิชาชีพ สามารถทำนายตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในทุกด้าน

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยค่าของตัวแปรอิสระสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตในทุกด้านที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ โดยเรียงตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ (Beta) ได้แก่ ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูล (Beta=0.606) ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี (Beta=0.532) ด้านการวางแผนและการควบคุมเงิน (Beta=0.221) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ (Beta=0.121) และ ด้านการตรวจสอบภายใน (Beta=0.019) ซึ่งตัวแปรอิสระที่กล่าวมา สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตในทุกด้าน ได้ร้อยละ 67.0 ($R^2 = 0.67$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 33 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

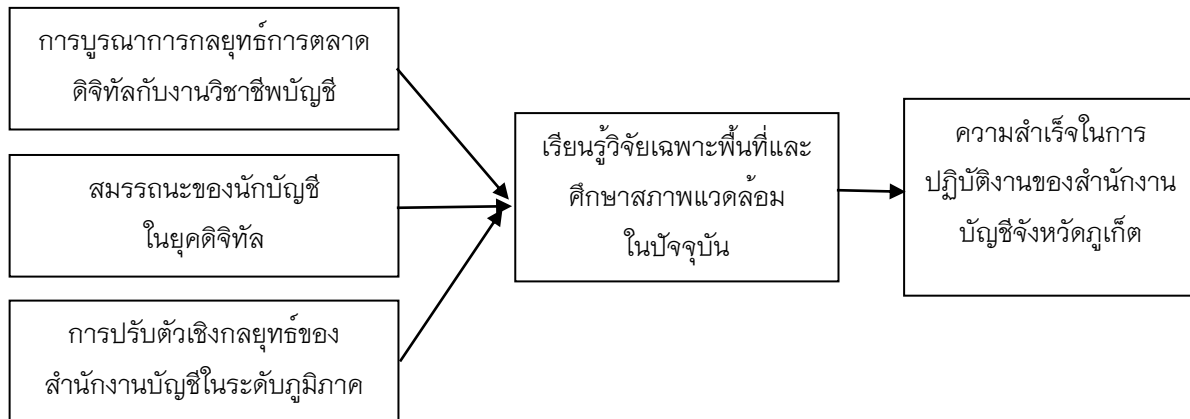
1. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลประกอบด้วย 1) ด้านเว็บไซต์ 2) ด้านการครองหน้าแรก 3) ด้านการตลาดสื่อสังคม 4) ด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ตามลำดับ สามารถทำนายตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในทุกด้าน ซึ่งตัวแปรอิสระที่กล่าวมา สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 63.0 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 39 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีความสำคัญและสามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thomas-Bryant (2020) ที่รายงานโครงการวิจัยนักบัญชีอิสระ “The Practice of Now” โดยพบว่า 66% ของนักบัญชีรู้สึกว่าการบริษัทของพวกเขาจำเป็นต้องเพิ่มความเร็วในการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ 74% ของนักบัญชีได้ทำการตรวจสอบปกติของการปฏิบัติงานธุรกิจในปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกว่าการบัญชีแบบดั้งเดิมและการตลาดแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขัน 83% ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นพ้องกันว่าการลงทุนในเทคโนโลยีและการดิจิทัลเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ทั้งนี้เพราะกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบันมีความสำคัญต่อทั้งในแง่ของผู้บริโภคในการเข้าถึงการใช้บริการของสำนักงานบัญชี รวมสำนักงานบัญชีสามารถใช้เครื่องมือต่าง ๆ ช่วยในการสร้างความน่าสนใจและให้สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าจากผลการวิจัย กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านเว็บไซต์ สามารถทำนายตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ซึ่งได้รับผลกระทบสูงสุด แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เป็นเหมือนหน้าร้านที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ชื่อเสียง คุณภาพ ความไว้วางใจ และความมั่นใจ เว็บไซต์ยังสามารถรวมกับเครื่องมือทางการตลาด เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล และสร้างเครือข่ายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มากขึ้น สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสาร แจ้งโปรโมชั่น และการเสนอบริการของสำนักงานบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Seckler et al. (2015), and Ou and Sia (2010) ที่กล่าวไว้ว่า ลักษณะของเว็บไซต์เป็นปัจจัยสำคัญ ที่กำหนดความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ซึ่งความแข็งแกร่งของตราสินค้า มีผลมาจากความไว้วางใจในเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือจะต้องให้ข้อมูลอย่างซื่อสัตย์และถูกต้อง รวมถึงรูปแบบของ เว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกันกับเว็บอื่นๆ ยังช่วยลดความไม่ไว้วางใจของผู้ใช้ได้อีกด้วย ทั้งนี้เพราะการมีเว็บไซต์ที่มีคุณภาพย่อมเป็นการสร้างตัวตนให้กับตราสินค้าหรือองค์กรให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าเป้าหมายนั่นเอง

2. สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี 2) ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี 3) ด้านการวางแผนและการควบคุมเงิน 4) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ และ 5) ด้านการตรวจสอบภายใน สามารถทำนายตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในทุกด้าน ซึ่งตัวแปรอิสระที่กล่าวมา สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตในทุกด้าน ได้ร้อยละ 67.0 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 33 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sorasakda (2019) เรื่อง สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี ได้แก่ ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี ทักษะความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณและทัศนคติ ประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้าน ความถูกต้อง ความรวดเร็ว ความประหยัด การบรรลุเป้าหมาย การประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ทั้งนี้เพราะการให้บริการของสำนักงานบัญชีในยุคปัจจุบัน สิ่งสำคัญขึ้นกับผู้ให้บริการคือ นักบัญชี หากนักบัญชีมีสมรรถนะที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ ย่อมส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สมรรถนะด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี และด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าทักษะ ความสามารถทั้ง 2 ด้านดังกล่าว เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Dampitak et al. (2009) ที่ได้กล่าวว่า สมรรถนะทางด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี เป็นความสามารถของผู้ทำบัญชีในด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางด้านบัญชี โดยให้มีการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ให้มีความถูกต้องและครบถ้วนตามรูปแบบของธุรกิจ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้จัดทำนั้นมานำเสนอแก่ผู้บริหาร หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ต้องใช้ข้อมูลที่จำเป็นมีความน่าเชื่อถือ เพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ และสมรรถนะด้าน ความรู้และทักษะด้านบัญชี เป็นความสามารถ ในด้านการลงมือปฏิบัติหรือแสดงให้เห็นถึงความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญ โดยทักษะด้านนี้จะต้องคำนึงถึง ทักษะความรู้และความเข้าใจในระบบงานบัญชี รวมทั้งข้อมูลของระบบงานด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบงานด้านบัญชีเป็นอย่างดี สมรรถนะทั้ง 2 ด้าน ถือเป็นทักษะที่สำคัญของนักบัญชีต่อความสำเร็จขององค์กร

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยได้แก่ 1.การบูรณาการกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลกับงานวิชาชีพบัญชี เป็นแนวทางใหม่ที่จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสำนักงานบัญชี โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านอุตสาหกรรม เช่น จังหวัดภูเก็ต 2. สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงทักษะด้านบัญชีเท่านั้น แต่รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูล และความสามารถในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน 3.การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของสำนักงานบัญชีในระดับภูมิภาค เช่น จังหวัดภูเก็ต มีความจำเป็นต้องพิจารณาบริบททางเศรษฐกิจและโครงสร้างอุตสาหกรรมเฉพาะถิ่น เพื่อออกแบบแนวทางการตลาดและการพัฒนาบุคลากรให้เหมาะสม 4.ความสำเร็จของสำนักงานบัญชีในบริบทของจังหวัดท่องเที่ยว ทำให้การวิจัยนี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ และ 5.สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย หรือวางแผนพัฒนาองค์กรของสำนักงานบัญชี เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตในสภาวะที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

สรุป

จากผลการศึกษาพบว่า สำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตมีการปรับใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล โดยเน้นการใช้สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันพบว่าสมรรถนะของนักบัญชีมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะด้านทักษะการวิเคราะห์ ความรู้ทางเทคโนโลยี และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ อย่างไรก็ตามยังมีส่วนที่สำนักงานบัญชีบางส่วนที่ปรับตัวได้ไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการผสมผสาน

ยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลกับการพัฒนาสมรรถนะนักบัญชีอย่างสอดคล้องกัน จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต

2. มีผลกระทบสูงสุด ไปพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ตอย่างเป็นรูปธรรม

3. เป็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยเสนอแนะว่า สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับเว็บไซต์เป็นอันดับแรกๆ ของกลยุทธ์ทั้งหมด โดยวางแผนพัฒนาเว็บไซต์ของสำนักงานบัญชีให้มีความโดดเด่นในด้านการมีฟังก์ชันงานการให้บริการติดต่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ พร้อมทั้งมีแอดมิน (Admin) รวมถึงแชทบอท (Chat Bot) ไว้คอยพร้อมบริการในการตอบคำถามหรือข้อสงสัยของลูกค้า ทั้งนี้ควรนำเสนอหรือทำการโปรโมทให้เป็นจุดเด่นของสำนักงาน นอกจากนี้เว็บไซต์ของสำนักงานบัญชี ควรมีการนำเสนอขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัย พร้อมทั้งปรับแต่งข้อมูล ภาพตัวอักษร เสียงวิดีโอต่าง ๆ มีรูปลักษณ์ รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เพื่อสร้างผลกระทบ (Impact) ต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าเป้าหมายพร้อมๆ กัน เพื่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ ระดับหัวหน้า รวมทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่หลากหลายมิติ จะทำให้ทราบว่ายังมีสาเหตุอื่นใดอีกบ้างที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต

2. การจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี ถือเป็นหนึ่งในสมรรถนะของนักบัญชีที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี ให้มีประสิทธิภาพนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน โดยการเพิ่มสมรรถนะของนักบัญชีในด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชี มุ่งเน้น การจดบันทึกบัญชี จัดทำรายงานทางการเงินบัญชี และวิเคราะห์รายการทางบัญชี รวมทั้งงบการเงินได้อย่างถูกต้อง ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้านการจัดทำบัญชีและ เพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตาม มาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามรูปแบบของธุรกิจ และควรสร้างมาตรฐานให้มีการสอบทานงานเมื่อทำเสร็จทุกครั้ง ก่อนนำเสนอ

ข้อมูลต่อผู้ใช้งาน และมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชี ที่เชื่อถือได้ ครบถ้วน ถูกต้อง และทันต่อเวลา ตามลำดับ

3. ความรู้และทักษะด้านบัญชี เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักบัญชีทุกคนที่ทำงานในสายอาชีพนักบัญชี หากนักบัญชีมีความรู้ มีทักษะทางบัญชียิ่งมากเท่าไร ยิ่งส่งผลต่อการให้บริการแก่ลูกค้าเป้าหมาย ในการให้ข้อเสนอแนะการจัดทำบัญชีและปฏิบัติการทางได้บัญชีมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นการส่งเสริมพัฒนาความรู้และทักษะทางบัญชีของนักบัญชีเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญโดย เริ่มจากการกำหนดแผนและเป้าหมายเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะ การเรียนรู้ รวมทั้งฝึกฝนทักษะทางด้านบัญชีของตนอย่างสม่ำเสมอ มุ่งเน้นการมีความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาส่วนที่เป็นสาระสำคัญของพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับความรู้ในวิชาชีพบัญชี และรวมทั้งการสร้าง ความเข้าใจในระบบงานบัญชี ข้อมูลของระบบงานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบงานด้านบัญชีเป็นอย่างดี

4. การวางแผนและการควบคุมเงิน ผู้ประกอบการสำนักบัญชีควรมีการวางแผนงานก่อนลงมือปฏิบัติ ทั้งในด้านบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ให้ความสำคัญ ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถรวมถึงศักยภาพ ด้านการวางแผนและการควบคุมทางการเงิน และรวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาและคาดการณ์ล่วงหน้าถึง ข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดในการปฏิบัติงาน เพื่อหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไข ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

References

- Chaffey, D. (2022, December 18). *Definitions of E-marketing vs Internet vs Digital marketing*. SmartInsights. <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing/>
- Chanthachaturaphat, N. (2020). The relationship between professional accounting competency focus and performance of accountants in Thailand. *Journal of Accounting and Management, Maha Sarakham University*, 12(1), 112–124.
- Chitwirat, K. (2019). Factors of success in the transformation to a digital Thailand 4.0 organization in the 21st century. *Department of Humanities, Social Sciences and Arts, Silpakorn University*, 12(6), 1796–1816.
- Contentshifu. (2023). *What is digital marketing? How important is it? [Complete foundation]*. <https://contentshifu.com/pillar/digital-marketing-101>

- Dampitak, K., Chaturas, M., Moonmuang, K., Duangdara, W., Bualai, H., & Triammeerit, N. (2009). *The development of accountancy occupational standards relevant to business and industry need*. Faculty of Business Administration. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Department of Business Development. (2023). *Number of accounting offices in Phuket Province that are registered as juristic persons*. <https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Laorach, C. (2021). Success Factors for Transforming into a Digital Organization. *Journal of Information Science Research and Practice*, 39(4), 81–94.
<https://doi.org/10.14456/jiskku.2021.23>
- Maichan, A. (2017). *Factors affecting the performance of employees in the machinery installation industry in Songkhla Province*[Master's Thesis, Prince of Songkhla University].
- Mesarosova, M., & Mesaros, P. (2012). Learning to Learn Competency and its Relationship to Cognitive Competencies of University Students. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 46, 4273–4278.
- Ou, C. X., & Sia, C. L. (2010). *Consumer trust and distrust: An issue of website design*. *International Journal of Human – Computer Studies*, 68(12), 913–934.
- Seckler, M., Heinz, S., Forde, S., Tuch, A. N., & Opwis, K. (2015). Trust and distrust on the web: User experiences and website characteristics. *Computers in Human Behavior*, 45, 39–50.
- Sorasakda, A. (2019). *Competency of accounting professionals in the digital age to develop the quality of accounting offices*[Master's Thesis, Dhurakij Pundit University].
- Talaprasit, P. (2016). *The influence of digital marketing on purchasing decisions of consumers in the e-commerce business group in Bangkok*. Bangkok University.
- Thomas–Bryant, K. (2020). *The Practice of Now 2019: An essential report for accountants*. <https://www.sage.com/en-gb/blog/practice-of-now>