

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
สำหรับผู้ประกอบการ SME ในเขตห้วยหมาก กรุงเทพมหานคร
Factors Influencing the Selection of Accounting Firm Services for
SME Entrepreneurs in Huamark District, Bangkok

ยุทธนา รัชชสิทธิ์¹, อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว²
ริญญารัตน์ เลิศพุทธิกุล³ และ พุทธชาติ แสงรอด⁴

Yuttana Luckcholtee¹, Aniruth Phongpaew²
Rinyarat Lertphudthikul³ and Phutthachad Sangrod⁴

สถาบันรัชต์ภาคย์

Rajapark Institute

Email: aniruth.p@gmail.com

Received September 21, 2022; **Revised** November 29, 2022; **Accepted** December 30, 2022

Abstract

The objectives of this quantitative research were to: 1) study the motivating factors affecting the selection of accounting firm services for SME; 2) compare the selection of accounting firm services for SME; and 3) study the influence of the motivating factors affecting the selection of accounting firm services for SME. The sample consisted of 385 people. The questionnaire was used as a data collection tool. The statistics used were mean, standard deviation, T-test, F-test, and multiple regression analysis. The results showed that: 1) The overall motivation for choosing the service was at the highest level. 2) Entrepreneurs with different educational levels had different choices of accounting firm services, with statistical significance at the 0.05 level. and 3) Influencing factors for the demand for auditing services, corporate image, audit quality, and service quality influence SME entrepreneurs' choice of accounting firm services in Huamark District, Bangkok, and they explained the variability of can jointly explain the variation in the selection of accounting firm services by 56.10%.

Keywords: Factors; accounting firm; SME Entrepreneurs

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME 2) เปรียบเทียบปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ SME จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที่ การทดสอบแบบเอฟ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ปัจจัยจูงใจด้านความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการตรวจสอบบัญชี และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร และสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้ร้อยละ 56.10

คำสำคัญ: ปัจจัย; สำนักงานบัญชี; ผู้ประกอบการ SME

บทนำ

การบัญชีเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ถูกนำมาใช้เพื่อการอธิบายผลการดำเนินงานต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจซึ่งมีหลักฐานสามารถทำการตรวจสอบได้ โดยเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าข้อมูลทางด้านอื่นระบบบัญชี จึงเป็นแหล่งสะสมข้อมูลที่มีความหมาย ต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ข้อมูลรายรับ รายจ่าย ต้นทุนการผลิตจำนวน สินค้าที่จำหน่ายจำนวนสินค้าคงเหลือ เป็นต้น การจัดทาระบบบัญชีที่ได้มาตรฐานจะช่วยแสดงสถานะทางการเงิน สถานการณ์ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบที่ชัดเจนสามารถตรวจสอบการดำเนินการต่าง ๆ ได้ง่ายซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยประกอบการในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคตอีกด้วย (Bootin, 2013)

คุณภาพบริการเป็นการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการวัดระดับความประทับใจ โดยทำการเปรียบสิ่งที่คิดกับการ บริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากบริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง และยังได้กล่าวถึงการวัดระดับความประทับใจว่า “การประเมินความประทับใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับความประเพณีคุณภาพสินค้า” การรับรู้ผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริงซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินมิได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงขั้นตอนของการบริการที่ได้รับ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1985) ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี เป็นเรื่องที่ดีที่ควรมีการรับรองคุณภาพ เนื่องด้วยสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจรูปแบบการให้บริการและมีนิติบุคคลจำนวนมากที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีและงบการเงิน ดังนั้นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สำนักงานบัญชีประสบความสำเร็จทางธุรกิจ คือ 1) คุณภาพ ซึ่งต้องอาศัยความมุ่งมั่น เอาใจใส่ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในสำนักงานบัญชี 2) สำนักงานบัญชีบางส่วนมีความพร้อมต่อการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ได้มีการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่กระบวนการ

การรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี แต่บางส่วนที่ไม่พร้อมในส่วนของการใช้จ่ายที่ต้องเพิ่มขึ้นจากกระบวนการเข้าสู่การรับรองคุณภาพ และ 3) มีสำนักงานบัญชีส่วนน้อยที่มีความต้องการรับความรู้ คำปรึกษา และคำแนะนำตลอดจนการอบรม แก่สำนักงานบัญชีในเรื่องการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี (Upudit, 2019)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME และเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำมาเป็นแนวทางพัฒนารูปแบบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการ และสามารถเกิดประโยชน์สูงสุดอย่างเหมาะสมในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงจิตในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยเชิงจิตในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงจิตที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ SME ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4558 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (1977) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ภายใต้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการตรวจสอบบัญชี แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ขอบเขตด้านพื้นที่ เขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2564 ถึง มีนาคม 2565

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ หมายถึง แนวคิดหลักการดำเนินงานบริการที่ไร้ข้อผิดพลาด และตอบโต้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Crosby, 1979)

คุณภาพบริการ เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในมิติต่าง ๆ ของการบริการ กับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อบริการนั้นจากงานวิจัยพบว่าคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ความจงรักภักดีของผู้บริโภค และความตั้งใจซื้อซ้ำ (Lea & Duck, 1982)

คุณภาพการตรวจสอบบัญชี (Audit Quality) Pattamontri (2015) อธิบายว่า เป็นผลการปฏิบัติงานในการตรวจสอบบัญชีของผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาตที่ถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และครบถ้วนของข้อมูล โดยปราศจากข้อผิดพลาดใด ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน โดยการประเมินคุณภาพการตรวจสอบบัญชี ประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง (Accuracy) ความเที่ยงธรรม (Objectiveness) ความชัดเจน (Clearness) ความรัดกุม (Conciseness) ด้านความสร้างสรรค์ (Creation) ด้านความครบถ้วน (Completion) และด้านความทันกาล (Timeliness) โดยคุณภาพของการตรวจสอบบัญชีบ่งบอกถึงความสามารถของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในการเลือกใช้เทคนิคการตรวจสอบทุจริต เพื่อให้ได้หลักฐานของการตรวจสอบที่มีคุณภาพ มีความครบถ้วนของหลักฐานและผู้สอบบัญชีต้องมีทักษะทางวิชาชีพที่ส่งผลให้ผู้สอบบัญชีมีความเป็นมืออาชีพในการเก็บหลักฐานการสอบบัญชี ได้แก่ ด้านปัญญา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านการสื่อสาร ด้านการจัดบุคลากรและด้านการจัดองค์กร นอกจากนี้ คุณภาพการตรวจสอบบัญชียังแสดงให้เห็นถึงการรายงานการตรวจสอบบัญชี เช่น การรายงานคุณภาพการตรวจสอบของเทคนิคการตรวจสอบของหลักฐานที่พบอย่างเที่ยงธรรม ไม่ลำเอียง หรือมีอคติแต่ละประโยชน์ในรายงานการตรวจสอบและสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน กระชับง่ายต่อการเข้าใจ มีความถูกต้องของข้อความ สามารถรายงานการตรวจสอบข้อเสนอมากกว่าการนำเสนอข้อบกพร่องของกิจการ ในการตรวจสอบและการรายงานเทคนิคการตรวจสอบจะต้องมีทันต่อการใช้งานของผู้เกี่ยวข้องและรายงานของผู้สอบบัญชี (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2020)

Jumnong (2016) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กร มีบทบาทในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมาย พันธกิจขององค์กร ตลอดจนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจว่าองค์กรมีความโดดเด่นด้านใดโดยองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย ผู้บริหาร พนักงาน สินค้า การดำเนินงาน กิจกรรมเพื่อสังคม อุปกรณ์การดำเนินงาน ความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กร 1. ภาพลักษณ์องค์กร คือ ความประทับใจของพนักงานที่มีต่อขององค์กร 2. ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรย่อมส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า 3. ภาพลักษณ์องค์กรแสดงความแตกต่างจากคู่แข่งในมุมของแต่ละบุคคล 4. ภาพลักษณ์องค์กรที่ช่วยกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น 5. ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของธุรกิจทำให้มูลค่าขององค์กรเพิ่มขึ้น (Rittigul et al., 2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า คุณภาพการบริการ คุณภาพการตรวจสอบบัญชี และภาพลักษณ์องค์กร เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญกับการเลือกใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นผู้ประกอบการ SME กรุงเทพมหานคร จำนวน 4,558 คน (The Office of SMEs Promotion (OSMEP), 2021) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (1977) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

การสร้างเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความต้องการ แรงจูงใจ ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการตรวจสอบบัญชี คุณภาพการบริการ

2) จัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ส่วนที่ 3 การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME

3) การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอความเห็นชอบ และเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้บันทึกผลการพิจารณาถึงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน และนำค่าที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดย IOC ที่คำนวณได้ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แล้วนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคคลที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.929

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง และมีผู้ช่วยดำเนินการแจกแบบสอบถาม ได้แบบสอบถาม จำนวน 385 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาบรรยายสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบแบบที่ การทดสอบแบบเอฟ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ดังแสดงผลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยจูงใจ	ระดับความคิดเห็น		ค่าระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1) ความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี	4.40	.396	มากที่สุด
2) ภาพลักษณ์องค์กร	4.30	.345	มากที่สุด
3) คุณภาพการตรวจสอบบัญชี	4.30	.374	มากที่สุด
4) คุณภาพการบริการ	4.32	.347	มากที่สุด
รวม	4.33	.301	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME มีความคิดเห็นในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .301) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = .396) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D.= .347) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= .345) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= .374)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ดังแสดงผลตามตารางที่ 2-3

ตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ	ชาย	88	4.31	0.365	0.113	0.910
	หญิง	297	4.32	0.376		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการ SME ที่เป็นเพศชาย มีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ไม่แตกต่างกับเพศหญิง

ตารางที่ 3 ผลเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME เขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และประเภทรธุรกิจ

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
อายุ	4.34	.359	1.511	.198
ระดับการศึกษา	4.32	.373	3.296	.038*
ประเภทรธุรกิจ	4.37	.397	1.044	.384

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการ SME ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ SME ที่มีอายุและประเภทรธุรกิจต่างก็มีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ดังแสดงผลตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเชิงจิตที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	b	SEeb	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	0.497	0.185		2.689	0.007*
1. ความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี (X_1)	0.117	0.046	0.124	2.560	0.011*
2. ภาพลักษณ์องค์กร (X_2)	-0.142	0.068	-0.131	-2.078	0.038*
3. คุณภาพการตรวจสอบบัญชี (X_3)	0.364	0.050	0.365	7.334	0.000*
4. คุณภาพการบริการ (X_4)	0.544	0.048	0.507	11.385	0.000*

R = 0.749, R² = 0.561, Adjust R² = 0.556, SEEst = 0.248, F = 121.40, Sig.= 0.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเชิงจิตด้านความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี (X_1) ด้านภาพลักษณ์องค์กร (X_2) ด้านคุณภาพการตรวจสอบบัญชี (X_3) และด้านคุณภาพการบริการ (X_4) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรทั้ง 4 สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 56.10 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบแนบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.497 + 0.117X_1 - 0.142 X_2 + 0.364X_3 + 0.544X_4$$

ดังนั้น ความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี (X_1) คุณภาพการตรวจสอบบัญชี (X_3) และคุณภาพการบริการ (X_4) เพิ่มขึ้นส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้น และภาพลักษณ์องค์กร (X_2) ลดลงส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ลดลง

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ค่าระดับตัวแปร พบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย ด้านความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านคุณภาพการบริการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร และด้านคุณภาพการตรวจสอบบัญชี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chaieurponsukh & Sukwattanasinitt (2020) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย ที่พบว่า ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ กระบวนการเกี่ยวข้องกับลูกค้า การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Soonthornvinit & Shoommuangpak (2022) ศึกษาเรื่อง แนวทางการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในภาคตะวันออก ได้แก่ การให้บริการเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า มีการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

2. ผลการเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการ SME ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเพศ อายุ และประเภทธุรกิจ ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sangkaew (2022) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจ ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kaewcharoen (2011) มุมมองในการเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่พบว่า คุณสมบัติของผู้ทำบัญชีเกี่ยวกับการให้บริการของผู้ทำบัญชีที่มีความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ทำบัญชี

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี (X_1) ภาพลักษณ์องค์กร (X_2) คุณภาพการ

ตรวจสอบบัญชี (X_3) และคุณภาพการบริการ (X_4) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรทั้ง 4 สามารถรวมกันอธิบายความผันแปรของการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 56.10 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Panpaibroj (2015) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถของผู้สอบบัญชีและทีมงาน ชื่อเสียงและการยอมรับสำนักงานตรวจสอบบัญชี ความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับผู้สอบบัญชี ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี และสถานที่ตั้งของสำนักงานตรวจสอบบัญชี ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Siewkornburee (2019) เรื่องผลกระทบของเทคนิคการตรวจสอบทุจริตที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ที่พบว่า คุณภาพการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีที่ใช้เทคนิคการตรวจสอบทุจริต ด้านเทคนิคการสัมภาษณ์ และด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความสัมพันธ์กับส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบบัญชี

สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 2) ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้แก่ ความต้องการใช้บริการตรวจสอบบัญชี, ภาพลักษณ์องค์กร, คุณภาพการตรวจสอบบัญชี, และคุณภาพการบริการ โดยสามารถรวมกันอธิบายความผันแปรในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้ร้อยละ 56.10

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

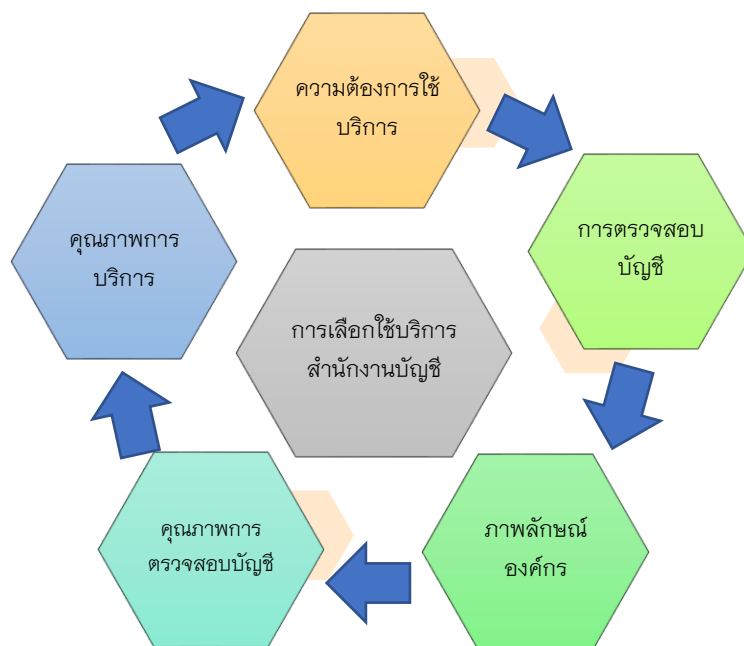
1. ปัจจัยจูงใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับด้านคุณภาพการให้บริการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อเรื่องเกี่ยวกับการใช้บริการตรวจสอบบัญชีที่ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ดังนั้น จึงควรกำหนดนโยบายในการให้บริการที่เน้นคุณภาพการตรวจสอบบัญชี ให้มีการรายงานการตรวจสอบที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาจะแสดงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อให้ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในอัตราที่เพิ่มขึ้น
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในเรื่องเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรที่ลดลง ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ลดลง จึงควรสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการได้รับรู้และเข้าถึงคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีในทุกด้าน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในทางที่ดีของสำนักงานบัญชีให้ผู้ประกอบการรู้จักและนำไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ โดยควรเพิ่มปัจจัยอื่นๆ เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ คุณภาพสำนักงานบัญชี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการนำไปปรับกลยุทธ์ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีประสิทธิภาพต่อไป
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของสำนักงานบัญชี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อที่จะสามารถสร้างโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

องค์ความรู้ใหม่

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความต้องการใช้บริการ การตรวจสอบบัญชี ภาพลักษณ์องค์กรคุณภาพการตรวจสอบบัญชี และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ดังแสดงได้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME ในเขตหัวหมาก กรุงเทพมหานคร

References

- Bootin, S. (2013). *Effects of Accounting Standard Learning on Accounting Practice Efficiency of Bookkeepers in the Northeast*[Master's Thesis, Mahasarakham University].
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

- Crosby, P.B. (1979). *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*. McGraw-Hill.
- Chaieurponsukh, T., & Sukwattanasinitt, K. (2020). Factors Affecting the Success of the Quality Accounting Firm in Thailand. *Journal of Innovative Management Creative Technology*, 19(2), 89-102.
- Department of Business Development. (2019). *Announcement of Department of Business Development: Criteria and Conditions for Accreditation of Accounting Firm Quality B.E. 2558*. Department of Business Development.
- Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King. (2020). *Code of Ethics for Professional Accountants*. <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/132930>
- Jumnong, S. (2016). *Corporate Image and Innovation Affecting Customer's Loyalty on the Usage of Express Mail Service in Bangkok Area*[Master's Thesis, Bangkok University]. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1893/1/sumrit.jumn.pdf>.
- Kaewcharoen, P. (2011). *Attitude for Selection Accounting Outsourcing Firms for Small Medium Enterprise (SME) in Bangkok and Perimeter*[Master's Thesis, Dhurakij Pundit University]. <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/145976.pdf>.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed.). Prentice-Hall.
- Lea, M., & Duck, S. (1982). A Model for the Role of Similarity of Values in Friendship Development. *British Journal of Social Psychology*, 21(4), 301-310. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1982.tb00552.x>
- Ninlapat. R. (2018). *Service Quality and Satisfaction Related to Customer's Repurchase at Paolo Rangsit Hospital Service*[Master's Thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi].
- Panpairoj, A. (2015). *Factors that Influence the Decision to use the Services of an Audit Firm Achome Audit Limited*[Master's Thesis, Silpakorn University]. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/348>.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Pattamontri, U. (2015). *Modern Internal Audit*. Chamchuri Products.

- Rittigul, P., Suttapong, K., Chodchuang, S., & Chumkaew, S. (2017). Corporate Image Management Strategy for Developing the Service Business. *Panyapiwat Journal*, 9(1), 265–276.
- Sangkaew, W. (2022). The Decision to Use the Accounting Office in Khlong Sam Wa Area Bangkok. *The Journal of Development Administration Research*, 12(1), 188. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/256414/170144>.
- Siewkornburee, N. (2019). *Effect of Fraud Detection Techniques on Audit Quality of Certified Public Accountants in Thailand*[Master's Thesis, Mahasarakham University]. <http://202.28.34.124/dspace/bitstream/123456789/522/1/57010950804.pdf>.
- Soonthornvinit, W., & Shoosmuangpak, P. (2022). Guidelines for Service to Create Competitive Advantages of Accounting Firms in the Eastern Region. *Journal of Humanities and Social Sciences Loei Rajabhat University*, 4(2), 40–54.
- The Office of SMEs Promotion (OSMEP). (2021, September). *Data of SMEs Enterprises 2018–2021*. OSMEP. <https://data.go.th/en/dataset/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>
- Upadit, A. (2019). Regulation of Quality Certification Affected to Efficiency of Quality Certification of Accounting Offices in Lampang Province. *FEU Academic Review Journal*, 10(4), 60–71.