



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

The Decision Making Using the Services of Accounting Firms For Limited Companies in Suratthani การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พุกษา แก้วสาร¹ อรุณ คงรุ่งโชค²

ABSTRACT

The objectives of this study were to study the levels of importance of marketing mix and the relationships between marketing mix and decision making to choose the services of accounting firms for limited companies in Suratthani; 380 limited companies are registered on the Office of Suratthani Business Development which was collected through the use of questionnaires. Basic statistics were used for analysis namely Mean and Standard Deviation; while Chi-Square test was employed to exam data comparison. As a result of study found that the use of the services of accounting firms in terms of the pattern of services was the monthly and annual services of accounting preparation as entrepreneurs have not had accounting knowledge.

The service quality and reliability of accounting preparation was also considered by self-entrepreneurs to choose those services as well as accounting firms will mostly obtain monthly service fees among 2,001 Thai Baht to 3,000 Thai Baht. At the same time, employees,

physical environment, service procedures, products/services, service routes, prices, and marketing promotion were the marketing mix which was the most important to decide using the services of accounting firms as well.

Furthermore the decision making of these companies to use the services of accounting firms in Suratthani has together had the positive relationships with the marketing mix at significance level of 0.05. Suggestions accounting office should give priority to small businesses first. According to the needs of each business; focusing on the development of consulting service, Entrepreneurs will ultimately decide the Accounting office service quality; in order to cover the accounting services and increased market shares for small and medium-sized accounting firms for limited companies in Suratthani.

Keywords: Accounting Firm, Decision Making, Limited Companies, Services of Accounting

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 84100

โทร 08-1959-7960 โทรสาร 0-7736-3743 อีเมลล์:

P_Kaewsan@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี อีเมลล์: knop.poo@gmail.com



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนพาณิชย์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 380 คน โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลอันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในขณะที่สถิติทดสอบที่ใช้คือ สถิติทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า การใช้บริการจัดทำบัญชีเป็นแบบรายเดือน และแบบรายปี ซึ่งการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการสืบเนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านบัญชี ดังนั้นการใช้บริการสำนักงานบัญชีผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเป็นสำคัญ ตามที่ผู้ประกอบการจะเข้าติดต่อเพื่อใช้บริการด้วยตัวเอง ส่วนอัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชีจะอยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท ขณะเดียวกันพนักงาน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ ผลลัพธ์หรือบริการที่ให้ ช่องทางการให้บริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้ใช้บริการสำนักงานบัญชีเช่นกัน นอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ข้อเสนอแนะสำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดเล็กเป็นอันดับแรก โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาให้คำปรึกษาด้านต่างๆ ตามความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภท ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงนำเสนอกระบวนการทางด้านการตลาด เพื่อให้ครอบคลุมงานด้านการบริการรับทำบัญชี และเป็นการ

เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้มากขึ้น

คำสำคัญ: การใช้บริการสำนักงานบัญชี, การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี, สำนักงานบัญชี, บริษัทจำกัด

บทนำ

สำนักงานบัญชีมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตตามการเติบโตของธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจสำนักงานบัญชีจะสามารถอยู่รอดได้ จำเป็นต้องเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเลือกใช้ใช้บริการสำนักงานบัญชีซึ่งรับทำบัญชีให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งเป็นธุรกิจส่วนใหญ่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อที่จะพยายามลดต้นทุนการบริหาร โดยเฉพาะการจ้างพนักงานบัญชีที่มีคุณภาพในการจัดทำบัญชีของธุรกิจซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง กลยุทธ์ที่องค์กรธุรกิจเลือกดำเนินการก็คือ การว่าจ้างสำนักงานบัญชี ในการจัดทำบัญชีและนำเสนองบการเงิน จึงถือเป็นโอกาสของสำนักงานบัญชีในการที่จะพัฒนาคุณภาพงานเพื่อประโยชน์ทางการแข่งขัน ซึ่งสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่จะให้บริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน และเป็นสำนักงานบัญชีที่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ตามที่มีการให้บริการที่ค่อนข้างไม่ทันสมัยทำให้ผู้ประกอบการ (บริษัทจำกัด) หลายรายในจังหวัด สุราษฎร์ธานี หันไปใช้บริการสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้น การให้บริการของสำนักงานบัญชี จึงจำเป็นต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและหากสำนักงานบัญชีต้องการรักษาลูกค้าและเป็นผู้ดำเนินการให้บริการรวมทั้งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สำนักงานบัญชีจำเป็นต้องสร้างควมมีประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จำเป็นต้องสอดคล้องเป็นไปตามทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) (ฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วรวินิช, 2551 :50-62) จึงเป็นเหตุผลของ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยครั้งนี้นำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสำนักงานบัญชีรวมทั้งยกระดับความสามารถในการประกอบการของสำนักงานบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้รับบริการด้านวิชาชีพบัญชีและสามารถรักษาลูกค้าเก่าในขณะที่ยังสามารถแสวงหาลูกค้าใหม่ได้จากการปรับปรุงการให้บริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การประกอบธุรกิจสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบไม่ว่าการเป็นเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัดก็ตาม (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557) โดยส่วนใหญ่กิจการมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรจากการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินจำเป็นต้องถูกจัดทำบัญชีโดยเป็นไปตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ตามที่บริษัทจำกัดเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะจัดให้มีสำนักงานบัญชีเพื่อช่วยในการจัดทำบัญชีให้กับตน ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงเข้ามามีบทบาทอย่างมาก โดยเฉพาะสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในขณะเดียวกัน การแข่งขันของสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556: 25) ทวีความรุนแรงเชิงประจักษ์ตามที่สำนักงานบัญชีแต่ละแห่งนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาใช้ในการรักษาลูกค้าและการแสวงหาลูกค้าใหม่ ปัจจุบันการให้บริการของสำนักงาน

บัญชีจึงจำเป็นต้องให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างหลากหลายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งงานวิจัยของปิยรัตน์ คุณรงค์นันทกุล (2552) พบว่า สาเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี คือ การมีบริการที่หลากหลายครบวงจร ส่วนผู้ประกอบการที่เลือกใช้บริการด้านบัญชีกับผู้ทำบัญชีอิสระให้เหตุผลว่า รู้จักกับผู้ทำบัญชีเป็นการส่วนตัว โดยผู้ประกอบการเห็นว่าคุณสมบัติที่ดีของผู้ทำบัญชี ต้องมีความรู้และความชำนาญในด้านบัญชีและภาษีอากร ในขณะที่ วิชา วังศิริกุล (2552) ศึกษาแล้วพบปัญหาในการใช้บริการสำนักงานบัญชี คือ สำนักงานบัญชีไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย สถานที่ตั้งสำนักงานบัญชีไกลไม่สะดวกต่อการติดต่อการให้คำปรึกษาทางด้านบัญชีและภาษีไม่มีประสิทธิภาพ ขาดประสบการณ์และความชำนาญทางด้านบัญชีและภาษีอากร ดังนั้น จึงได้เปรียบเทียบการแข่งขัน สำนักงานบัญชีต้องสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้ได้

นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555: 94-96) จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่เหมาะสม (ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วรรณิช, 2551: 50-62) อย่างไรก็ตามการควบคุมคุณภาพสำหรับสำนักงานบัญชีที่ให้บริการด้านการตรวจสอบและการสอบทานงบการเงินและงานให้ความเชื่อมั่นอื่นตลอดจนบริการเกี่ยวเนื่อง เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะยกระดับสินค้าหรือบริการของสำนักงานบัญชีรวมทั้งสามารถรับรองความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าสำนักงานและบุคลากรของสำนักงานบัญชีปฏิบัติตามมาตรฐาน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

วิชาชีพและข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำไปสู่การสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในที่สุด (สภานิติบัญญัติในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557) ตามที่กระบวนการตัดสินใจเป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงไปสู่การเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ ซึ่งเป็นไปตามการบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ฉัตยาพร เสมอใจ และ วุฒินันท์ วรวินิช, 2551: 50- 62) ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ดีจะนำไปสู่การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีความคุ้มค่ามากที่สุด นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงการบริการหลังการใช้บริการว่าได้รับบริการที่ดีหรือไม่ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555: 94-96) ตามที่สำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจที่ให้บริการ ดังนั้นถ้าผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงผู้ประกอบการอย่างแท้จริงจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจเพราะเป็นการเข้าถึงความต้องการของผู้ประกอบการและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการซึ่งเป็นลูกค้าได้อย่างสูงสุด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการสามารถแสดงออกในรูปของพฤติกรรม การเลือกใช้บริการ (Consumer behavior) ขึ้นอยู่กับรูปแบบการเลือกใช้บริการของธุรกิจในแต่ละประเภทสาเหตุหรือเหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีปัจจัยที่คำนึงถึงในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้แนะนำในการใช้บริการที่พึงถึงความน่าเชื่อถือ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ระยะเวลาในการรับบริการ และลักษณะสำคัญที่เป็นจุดเด่นของสำนักงานบัญชีที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี การวิจัยนี้ประยุกต์

โมเดลที่เรียกว่า 7Os Model หรือที่เรียกว่า 6Ws 1H ในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีลักษณะเป็นคำถามและคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องค้นหาคำตอบให้ได้ (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555 : 94-96) เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้ามากที่สุด รวมถึงการสื่อสารทางการตลาด ระยะเวลาในการส่งเสริมการขายหรือวิธีการรับชำระเงินจากลูกค้าให้เกิดความสะดวกที่สุดในการตัดสินใจของบริษัทจำกัดเพื่อเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี และมุ่งเน้นไปยังการใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในการตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น มาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบที่สอดคล้องกับจรรยาบรรณของผู้ทำบัญชี เช่น การรักษาความลับของลูกค้า การให้คำแนะนำหรือการให้คำปรึกษา ความถูกต้องในการจัดทำภาษีทุกประเภท รวมไปถึงการบริการที่ครบวงจร ด้านราคา คือ การกำหนดหรือการวางมาตรฐานของการให้บริการที่มีความชัดเจน สมเหตุสมผลและสอดคล้องกับงานบริการที่ให้บริการด้านช่องทางการให้บริการ ประกอบด้วย ความสะดวกต่อการติดต่อประสานงาน ที่มีช่องทางการติดต่ออย่างหลากหลาย เช่น ติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้ตลอดเวลา ติดต่อผ่านเว็บไซต์ หรือตลอดจนการเข้าพบปะลูกค้าโดยตรง ด้านส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ การสร้างชื่อเสียงให้กับสำนักงานบัญชีเพื่อให้เป็นที่รู้จักพร้อมทั้งความสามารถของพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถแก้ปัญหาได้



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ด้านพนักงานจะให้ความสำคัญด้านบุคลิกภาพที่ดี พุดจาดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีความรู้ความชำนาญสามารถแก้ปัญหาได้ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นกระบวนการที่บ่งบอกถึงการปฏิบัติงานที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ต่อผู้ประกอบการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จะเป็นการแสดงถึงความพร้อมในการปฏิบัติงานไม่ว่าจะเป็นการจัดทำบัญชีที่ใช้คอมพิวเตอร์ (ฉัตรยาพร เสมอใจและฐิตินันท์ วรวิณิช, 2551: 50-62)

การวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีผ่านกระบวนการวิจัยอย่างเป็นระบบ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อใช้สืบหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนพาณิชย์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 7,528 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2557) โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 380 ราย โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1967, p.258) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูล โดยมีการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับบริษัทจำกัดที่

ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ จำนวน 30 ชุด โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้รับค่าเท่ากับ 0.9547 การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติขั้นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย อันได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในขณะที่สถิติทดสอบที่ใช้คือ สถิติทดสอบไค-สแควร์ เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีสมมติฐานการวิจัยประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 380 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการที่มีขนาดเล็ก ตามที่มีจำนวนพนักงานและลูกจ้างต่ำกว่า 10 คน และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี ซึ่งมีผลประกอบการน้อยกว่า 1 ล้านบาท

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของผู้ประกอบธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของผู้ประกอบการธุรกิจ
ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านพนักงาน	4.46	0.61	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	4.43	0.64	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.42	0.65	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	4.40	0.65	มาก
ด้านช่องทางการ ให้บริการ	4.37	0.67	มาก
ด้านราคา	4.11	0.72	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.90	0.84	มาก
รวม	4.30	0.68	มาก

ตามตารางที่ 1 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านราคา และด้านการ

ส่งเสริมการตลาด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยตามตารางที่ 1 แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจให้ความสำคัญทุกปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีภาพรวม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ					
	ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	ประเภทของธุรกิจ	ขนาดของธุรกิจ	จำนวนพนักงานและลูกจ้าง	ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ	ผลประกอบการ (กำไร) สำหรับรอบปีปัจจุบัน
การจัดทำบัญชีรายเดือน	8.04	10.39	2.34	9.02	9.02	4.27
การจัดทำบัญชีรายปี	48.81*	8.90	5.71	23.26*	18.15*	3.02
จัดทำแบบแสดงรายการภาษีพร้อมยื่น	28.40*	21.66*	5.83	21.66*	9.41	7.65*
การสอบบัญชี	11.26*	16.40*	0.69*	21.91*	1.84	0.98
ที่ปรึกษาด้านบัญชี						
และภาษีอากร	13.91*	17.80*	6.25*	25.62*	2.15	0.68
จัดทำงบรายไตรมาส	17.20*	9.61	7.66*	6.98	3.64	6.35*
วางระบบบัญชี	19.80*	22.29*	0.65	4.98	9.64*	4.12
การตรวจสอบบัญชีภายใน	13.88*	29.16*	8.18*	19.81*	19.81*	2.07
จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน	23.61*	43.31*	4.89	32.53*	5.73	12.03*
เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	226.91*	20.36	22.74*	98.26*	30.37*	37.78*
ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ	212.04*	26.16*	17.06*	111.21*	66.53*	50.07*
ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการ	179.09*	98.42*	18.63*	69.67*	82.12*	92.28*
อัตราค่าบริการรายเดือน	198.93*	72.67*	67.97*	164.47*	177.47*	238.15*
ระยะเวลาในการใช้บริการ	132.93*	129.36*	69.73*	127.65*	79.82*	76.26*
ลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี	120.26*	73.17*	32.01*	37.14*	33.87*	71.85*

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัด ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้น การจัดทำบัญชีรายเดือนที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในขณะที่ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการ จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร วางระบบบัญชี การตรวจสอบบัญชีภายใน จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สำหรับขนาดของธุรกิจ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยประกอบไปด้วยงานให้บริการ 10 ด้าน อันได้แก่ การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร จัดทำงบรายไตรมาส บัญชีภายใน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเช่นกัน จำนวนพนักงานและลูกจ้าง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านงานให้บริการ 12 ด้าน อันได้แก่ การจัดทำบัญชีรายปี จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร การตรวจสอบบัญชีภายใน จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับ

สำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนประสมการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในส่วนของการให้บริการ 9 ด้าน

ประกอบด้วย การจัดทำบัญชีรายปี วางระบบบัญชี การตรวจสอบบัญชีภายใน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเช่นกัน ผลประกอบการ (กำไร) สำหรับรอบปีปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีเกี่ยวกับการให้บริการ 9 ด้าน อันได้แก่ จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น จัดทำงบราย ไตรมาส จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชีด้านใดมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่บริการจัดทำบัญชีรายเดือนและการจัดทำงบรายไตรมาส ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีภาพรวม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ส่วนประสมทางการตลาด						
	ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ด้านราคา	ด้านช่องทางการให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงาน	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
การจัดทำบัญชีรายเดือน	9.89*	12.10*	9.40*	8.88*	17.53*	0.60	16.56*
การจัดทำบัญชีรายปี	9.50*	0.92	29.17*	3.74	9.33*	2.15	28.12*
จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น	3.98	3.54	12.39*	13.18*	13.19*	8.57*	25.28*
การสอบบัญชี	17.76*	20.74*	25.18*	8.58*	34.91*	27.77*	45.07*
ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร	4.42	15.90*	26.17*	8.90*	17.34*	14.82*	27.56*
จัดทำงบรายไตรมาส	13.10*	17.16*	11.14*	6.94	13.87*	24.36*	1.67
วางระบบบัญชี	7.02*	2.78	7.10*	4.99	15.78*	2.17	0.86
การตรวจสอบบัญชีภายใน	37.16*	46.32*	45.09*	1.74	28.81*	23.82*	1.08
จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน	1.69	8.95*	11.18*	16.35*	19.36*	5.29	23.96*
เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	80.42*	101.73*	32.12*	39.68*	77.90*	81.39*	24.99*
ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ	41.30*	38.41*	28.43*	46.76*	54.36*	38.87*	15.79*
ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการ	25.68*	68.85*	114.94*	112.55*	106.56*	69.27*	73.53*
อัตราค่าบริการรายเดือน	60.70*	80.42*	111.47*	69.42*	64.79*	75.52*	34.59*
ระยะเวลาในการใช้บริการ	144.53*	97.78*	145.01*	234.25*	100.86*	185.18*	110.03*
ลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี	72.63*	75.06*	44.08*	43.91*	35.67*	92.63*	27.54*

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายเดือน การจัดทำบัญชีรายปี การสอบบัญชี จัดทำงบรายไตรมาส วางระบบบัญชี การตรวจสอบบัญชีภายใน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในขณะที่ ด้านราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายเดือน การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร จัดทำงบรายไตรมาส การตรวจสอบบัญชีภายใน จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบัน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี
ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการ
กับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้
สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงาน
บัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สำหรับ ด้านช่องทางการ
ให้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับ การจัดทำบัญชี
รายเดือน การจัดทำบัญชีรายปี จัดทำแบบแสดงรายการ
เสียภาษีพร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและ
ภาษีอากร จัดทำงบรายไตรมาส วางระบบบัญชี
การตรวจสอบบัญชีภายใน จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อ
จากสถาบันการเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการ
สำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่
แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตรา
ค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลา
ในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และ
ลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ .05 และเช่นกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า
มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงาน
บัญชีในด้านเกี่ยวกับ การจัดทำบัญชีรายเดือน จัดทำแบบ
แสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษา
ด้านบัญชีและภาษีอากร จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อ
จากสถาบันการเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการ
สำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่
แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการ
รายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้
บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญ
ของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
สำหรับ ด้านพนักงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับ การ

จัดทำบัญชีรายเดือน การจัดทำบัญชีรายปี จัดทำแบบ
แสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษา
ด้านบัญชีและภาษีอากร จัดทำงบรายไตรมาส วางระบบ
บัญชี การตรวจสอบบัญชีภายใน จัดทำงบเพื่อขออนุมัติ
สินเชื่อจากสถาบันการเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการ
สำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการใช้บริการ ผู้ที่
แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการราย
เดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการ
ของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน และลักษณะสำคัญของ
สำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในขณะที่
ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับ
จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษีพร้อมยื่น การสอบ
บัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษีอากร จัดทำงบราย
ไตรมาส การตรวจสอบบัญชีภายใน เหตุผลในการ
เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่คำนึงถึงในการ
ใช้บริการ ผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับสำนักงานบัญชี
อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี
ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน
และลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ .05 และเช่นกัน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สำนักงานบัญชีในด้านเกี่ยวกับ การจัดทำบัญชีรายเดือน
การจัดทำบัญชีรายปี จัดทำแบบแสดงรายการเสียภาษี
พร้อมยื่น การสอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านบัญชีและภาษี
อากร จัดทำงบเพื่อขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน
เหตุผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยที่
คำนึงถึงในการใช้บริการผู้ที่แนะนำมาใช้บริการกับ
สำนักงานบัญชี อัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้
สำนักงานบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการของสำนักงาน
บัญชีในปัจจุบันและลักษณะสำคัญของสำนักงานบัญชี



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในขณะเดียวกัน จะเห็นได้ว่าการจัดทำรายไตรมาส การวางระบบบัญชี และการตรวจสอบบัญชีภายในไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แสดงว่าผู้ประกอบการจะไม่นำมาพิจารณาร่วมกันในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อย่างไรก็ตาม ราคาในการเรียกเก็บจากการให้บริการแก่ลูกค้าและกระบวนการการให้บริการไม่สัมพันธ์กับกิจกรรมการให้บริการด้านการจัดทำบัญชีรายปี การจัดทำแบบแสดงรายการภาษีพร้อมยื่น และการวางระบบบัญชี นั้นหมายความว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในด้านดังกล่าวข้างต้นโดยไม่สนใจเรื่องราคาและกระบวนการแต่จะเน้นไปเรื่องคุณภาพและความน่าเชื่อถือได้ของการทำงานของสำนักงานบัญชี

สรุปผลการวิจัยและอภิปราย

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการที่มีขนาดเล็ก โดยกิจการมีจำนวนพนักงานและลูกจ้างต่ำกว่า 10 คน มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วง 1 - 5 ปี และมีผลกำไรไม่เกิน 1 ล้านบาท ต่อรอบการดำเนินการ 1 ปี โดยอำนาจการตัดสินใจส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับผู้จัดการฝ่ายบัญชี ตามที่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกร วรจิตติมงคล (2553) ซึ่งพบว่า บริษัทจำกัดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจบริการ ที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน และมีผลประกอบการไม่เกิน 1 ล้านบาท นอกจากนี้ ผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นเฉพาะบริษัทจำกัด ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเลือกใช้กลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยให้ความสำคัญทุกปัจจัยในระดับมากไม่ว่า ด้านผลิตภัณฑ์

หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา วังศิริกุล (2552) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญทุกปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด คือ การให้บริการการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีอื่นที่เกี่ยวข้องในอัตราค่าบริการที่พิจารณาที่เนื้องานและข้อตกลงเป็นสำคัญโดยสำนักงานบัญชีต้องมีสถานที่ตั้งที่ง่ายต่อการเข้าถึง ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีจะพิจารณาเรื่องคุณภาพและความน่าเชื่อถือได้เป็นสำคัญ รวมทั้งพิจารณาจากพนักงานควรมีความสุภาพและเป็นกันเอง และที่สำคัญสำนักงานบัญชีต้องมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลและความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี และจะเห็นว่าผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ตามที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี จากผลการวิจัยข้างต้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญาภรณ์ กองประดิษฐ์ (2553) พบว่าการบริการทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกล่าวคือ หากลูกค้าได้รับบริการจัดทำบัญชีมีความเห็นว่าการบริการที่ได้รับมีคุณค่าหรือความพึงพอใจที่ได้รับในระดับมากลูกค้าจะมีแนวโน้มเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีอย่างต่อเนื่อง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจขนาดเล็กจะเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพื่อลดต้นทุนของกิจการในการจ้างพนักงานบัญชีที่มีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดเล็กเป็นอันดับแรก โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาให้คำปรึกษาด้านต่างๆ ตามความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภท และจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงนำเสนอกระบวนการทางด้านการตลาด เพื่อให้ครอบคลุมงานด้านการบริการรับทำบัญชี และเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้มากขึ้น โดยเริ่มจาก สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญตั้งแต่การรับพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของสำนักงานบัญชี มีการอบรม ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ นอกจากนี้ ควรนำระบบสารสนเทศที่เชื่อถือได้และปลอดภัยในการทำงานที่ไม่ทำให้เกิดความเสียหายทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ปัจจุบันกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีระบบเทคโนโลยีใหม่ที่เรียกว่า Extensible Business Reporting Language (XBRL) ซึ่งเป็นระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการส่งงบการเงิน จึงอาจส่งผลกระทบต่อภาระงานของผู้ประกอบการและสำนักงานบัญชีในที่สุด ซึ่งผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการนำ XBRL เข้ามาใช้ อาจเป็นประเด็นในการดำเนินการวิจัยต่อไปในอนาคต ตามที่อาจกระทบถึงองค์ความรู้และความสามารถของนักบัญชี สำนักงานบัญชี และผู้ประกอบการ ต่อเทคโนโลยี XBRL ที่จะนำมาใช้ในอนาคตอันใกล้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). **คู่มือสิ่งที่ต้องรู้&ทำเมื่อเป็นห้างหุ้นส่วนบริษัทมหาชนจำกัด**. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ทวีวิช. (2551). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น. ธนกร วรกิตติมงคล. (2553). **พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรการเมือง) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปิยรัตน์ คู่ณรงค์นันทกุล. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา**. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ปัญญาภรณ์ กงประดิษฐ์. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง**. วิทยานิพนธ์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557). **มาตรฐานการควบคุมคุณภาพฉบับที่ 1 การควบคุมคุณภาพสำหรับสำนักงานที่ให้บริการด้านการตรวจสอบและการสอบทานงบการเงินและงานให้ความเชื่อมั่นอื่นตลอดจนบริการเกี่ยวเนื่อง**. [Online]. เข้าถึงได้จาก www.fap.or.th. [2557, ตุลาคม 4]



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

- Addams, H. Lon & Davis, Brain. (1995). **Privately held companies report reasons for selecting and switching auditors.** CPA Journal. UMI Company.
- Yamane, Taro. (1967). **Statistics: An introductory analysis.** Second Edition. New York: Harper and Row, p 258.
- EkremCengiz. (2007). **The effect of marketing mix on positive word of mouth communication : evidence from accounting offices in Turkey.** Innovative Marketing.
- Gronroos, Christian. (1990). **Service Management and Marketing : Managing the Moments of Truth in Service Competition.** Lexington, Massschusetts : Lexington Books.
- Helmkamp, John G., Leroy F. Imdieke and Ralph E. Smith. (1983). **Principles of Accounting.** (2nd.ed.). New York : John Wiley & Sons,.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management: analysis, planning, implementation and control.** (9thed.). New Jersey : A Simon & Schuster Company.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (1996). **Principles of Marketing.** (7thed.). N.J. : Prentice-Hall International, Inc..
- Lynch, J. & Schuler, D. (1990). Consumer evaluation of the quality of hospital services form an economics of information perspective. **Journal of health care marketing.** 10 (6), 16 - 22.