

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดีในการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สุภาพร เฟ่งพิศ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (3) ศึกษาความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 411 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียมนิยมนั้น มีอิทธิพลในทางบวกกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี (2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียนิยมนั้น มีอิทธิพลในทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี (3) ความไว้วางใจที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี นอกจากนี้ยังพบว่า การให้บริการของสำนักงานบัญชีส่งผลต่อความภักดีไม่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับ การให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ทำให้เกิดความไว้วางใจสูงจะส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการอยู่ในระดับสูงด้วย

คำสำคัญ: ความไว้วางใจ; การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี; ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถนน พุทธมณฑลสาย 5, อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: Supaporn.Phe@rmutr.ac.th

Influential Factors Toward Trust and Loyalty in The Selected Accounting Firms for Small and Medium Enterprise in Bangkok Metropolitan and Perimeter

Supaporn Phengpis¹

Abstract

The purposes of this research were to study (1) influential factors toward trust in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter (2) influential factors toward loyalty in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter (3) the trust that influences toward loyalty in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter.

The research instrument was a questionnaires. The samples, randomized by simple random sampling, were 411 small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter. The statistical used to analyze the data were Percentage, Mean, Standard Deviation, Elements confirmation analysis.

The research findings were as follows (1) the factors on services quality, job performances, knowledge, fees influence in positive direction toward trust in the selected accounting firms (2) the factors on services quality, job performances, knowledge, fees influence in positive direction toward loyalty in the selected accounting firms (3) trust influences in positive direction towards loyalty in the selected accounting firms. In addition, the finding found that the services in the selected accounting firms effect in less potential to the loyalty. The comparison upon the services in the selected accounting firms with high-trust will effect to the loyalty in high level as well.

Keywords: Trust loyalty; The Selected Accounting Firms; Small and Medium Enterprise

Type of Article: Research Article

¹ College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3 Phutthamonthon Sai 5 Road, Phutthamonthon District , Nakhon Pathom 73170, Thailand
E-mail: Supaporn.Phe@rmutr.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคของความก้าวหน้าทางด้านการแข่งขันทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ทำให้การให้ต้องมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโดยเพื่อสามารถดำเนินงานที่มีการสื่อสารได้ในเวทีโลก (World Economic Forum) การแข่งขันทางเศรษฐกิจ การตลาด การบริการในยุคปัจจุบัน ต้องให้ความอยู่รอด และเติบโต และสามารถสร้างความมั่นคงให้องค์การและประเทศได้ สำหรับประเทศไทยย่อมมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกองค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ทันกับความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านต่างๆ ขององค์กร ประกอบกับความสามารถทางด้านการใช้บุคลากรที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ (Human Capability) มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ โดยมุ่งเน้นให้เห็นถึงความสำคัญด้านการให้บริการ (Organization Service Orientation) ส่งเสริมให้มีทัศนคติ และพฤติกรรมที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูง ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี (Beatson et al., 2008)

ในบริบทของการให้บริการทางด้านการบัญชีและบุคลากรทางการบัญชีที่จะต้องรองรับธุรกิจต่างๆ ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ตลอดจนชื่อเสียง ความมั่นใจในการทำงานที่ถูกต้อง ให้กับผู้ใช้บริการ หลายองค์กรต้องปิดลงเนื่องจากขาดการปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และบางองค์กรไม่สามารถเติบโตได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้สำนักงานบัญชีอื่น หรือสำนักงานที่ให้คำแนะนำและเชื่อถือได้ จึงต้องพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Service Quality) คุณภาพงานด้านความรู้ความสามารถ (knowledge Competency) ด้านราคา หรือค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ควรศึกษาเพื่อสนับสนุน และหาแนวทางในการช่วยให้สำนักงานบัญชีในประเทศไทย มีคุณภาพเกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ทำให้เกิดความภักดีและความผูกพันกับองค์กรและความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและบอกต่อให้กับบุคคลอื่นได้ทราบ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า คุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี ความภักดีของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สำนักงานบัญชีพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการได้รับบริการ ในการคงอยู่และบอกต่อในการใช้บริการสำนักงานบัญชีจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรักษาเพิ่มสัดส่วนผู้ใช้บริการได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยบริการ ได้แก่ (1) ด้านคุณภาพการบริการ (2) ด้านคุณภาพงาน (3) ด้านความรู้ความสามารถ (4) ด้านค่าธรรมเนียม ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2) เพื่อศึกษาปัจจัยบริการ ได้แก่ (1) ด้านคุณภาพการบริการ (2) ด้านคุณภาพงาน (3) ด้านความรู้ความสามารถ (4) ด้านค่าธรรมเนียม ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3) เพื่อศึกษาความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัย ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ ด้าน

ค่าธรรมเนียม ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี และความภักดีในการเลือกใช้บริการ การใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (sampling) โดยสุ่มจาก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) จำนวน 411 ตัวอย่าง ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน กรุงเทพมหานคร จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี และ จังหวัดสมุทรปราการ ขอบเขตด้านระยะเวลา ลงพื้นที่ภาคสนามและวิเคราะห์ผล ระหว่างเดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนธันวาคม 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) นำผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการบริการ คุณภาพงาน ความสามารถ ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มาปรับปรุงให้ได้รับความพึงพอใจจากผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ และมีความจงรักภักดีในการใช้บริการ ได้อย่างยั่งยืน

2) นำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาส่งเสริมการให้บริการสำนักงานบัญชี ให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ และสร้างความภักดีในการใช้บริการ โดยการแสดงทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมที่ดีของผู้ประกอบการในการใช้บริการของสำนักงานบัญชี

3) สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปต่อยอด พัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เปิดดำเนินการเป็นจำนวนมากในประเทศ ประกอบการในรูปแบบบุคคล

ธรรมดา คณะบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือกิจการร่วมค้า ซึ่งดำเนินธุรกิจขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือให้บริการ (กรมสรรพากร) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และตามประมวลรัษฎากรจากข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2554 การเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้า มีความมุ่งมั่น และมีความสามารถในการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ภายใต้การคาดการณ์ รวมถึงการยอมรับจากสังคม และมีส่วนเกี่ยวข้องโดยต้องใช้สติปัญญา ความมานะอดทน ความพยายาม และมีแนวคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจที่มีความเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี

การทำบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย และมาตรฐานการบัญชีนั้น สำนักงานบัญชีมีบทบาทในการให้บริการในด้านการจัดทำบัญชี เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกิจการ ซึ่งจะต้องถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชีที่ได้รับรองทั่วไป และการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีเพื่อให้เกิดสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพ โดยให้สำนักงานบัญชียึดหลักในการปฏิบัติตาม (Ministry of Commerce, Department of Business Development, 2000)

การบัญชีและเอกสารทางการบัญชี มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเอกสารทางการบัญชี คือ (1) ในการจัดทำบัญชี ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีจะต้องส่งมอบเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีให้ผู้ทำบัญชีถูกต้องครบถ้วนตามความเป็นจริงและตามมาตรฐานการบัญชี (2) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีต้องเก็บรักษาบัญชี และเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีไว้ ณ สถานที่ทำการ (3) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีต้องเก็บรักษาบัญชี และ

เอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี (4) ถ้าบัญชีและเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีสูญหาย หรือเสียหาย ให้ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีแจ้งต่อสารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่อธิบดีกำหนดภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ทราบหรือควรทราบถึงการสูญหายหรือเสียหายนั้น (5) ในกรณีที่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีตรวจพบว่า ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีมิได้เก็บรักษาบัญชีและเอกสารที่ต้องประกอบการลงบัญชี ซึ่งเป็นสาระสำคัญแก่การจัดทำบัญชีไว้ในที่ปลอดภัย (6) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีเลิกประกอบธุรกิจด้วยเหตุใดๆ โดยมิได้มีการชำระบัญชี ให้ส่งมอบบัญชีและเอกสารที่ค้างใช้ประกอบการลงบัญชีแก่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีภายใน 90 วัน นับแต่วันเลิกประกอบการ (7) งบการเงิน บัญชี และเอกสารที่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีได้รับ และเก็บรักษาไว้ ผู้มีส่วนได้เสียหรือบุคคลทั่วไปอาจขอตรวจดู หรือขอภาพถ่ายสำเนาได้ โดยเสียค่าใช้จ่ายตามที่อธิบดีกำหนด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ปัจจัยการบริการ (Service) หมายถึง ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียม ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพการบริการ (service quality) หมายถึง คุณภาพการให้บริการ มีแนวศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ ที่เรียกว่า SERVQUAL และได้กล่าวกันว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับการเป็นเลิศของการบริการ (Wisher & Corney, 2001) และหมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า เป็นทางหนึ่งในการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ได้มีนักวิชาการได้พัฒนาเครื่องมือชี้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ใน 5 มิติ ได้แก่ (1) ตอบสนองต่อลูกค้า / ความรับผิดชอบ ต่อลูกค้า (Responsiveness) (2) ความเชื่อมั่น

ต่อลูกค้า (Assurance) (3) ดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) (4) ภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Tangibles) (5) ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ (Reliability) และมีมิติของการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดี และความสามารถในการพัฒนาด้วยตัวแบบคุณภาพการให้บริการเป็นเครื่องมือพื้นฐานการตรวจวัดคุณภาพการบริการขององค์กร (Service Quality Diagnostic Tool) ได้ 2) ด้านคุณภาพงาน (quality) คุณภาพงานเกี่ยวกับการบัญชี ต้องการความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของงบการเงิน ดังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณภาพงาน เรื่องความถูกต้องและเชื่อถือได้ คุณภาพของงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสำนักงานบัญชี (Sands & McPhail, 2003; Beattie & Fearnley, 1995) ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงการเลือกสำนักงานบัญชี คือ การเอาใจใส่ในคุณภาพงาน ความเป็นระบบระเบียบ ความระมัดระวังในการทำบัญชี และการรายงานงบการเงิน เพื่อให้การจัดทำบัญชีตรงตามมาตรฐานการบัญชี (Dickins & Higgs, 2006; Beh, Carcello & Hermancon, 1997; Behn, Shroeder, Solomen & Vickery, 1986; Phengpis, 2010). ลักษณะเชิงคุณภาพที่ได้รับ ที่มีคุณภาพของงานในสำนักงานบัญชี ได้แก่ (1) ด้านความเข้าใจได้ (2) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (3) ด้านความน่าเชื่อถือ (4) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ (5) ด้านปฏิบัติตามมาตรฐาน ซึ่งมีการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบคุณภาพรายงานทางการเงิน (Costello & Moerman, 2009) ที่มีคุณภาพของงานในสำนักงานบัญชี 3) ด้านความรู้ความสามารถ (knowledge competency) หมายถึง ความรู้ความสามารถเฉพาะทางของวิชาชีพบัญชี ผู้ที่ทำบัญชีเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ ความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในงานบัญชี และมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพได้ ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกผู้สอบบัญชี ระบุถึงความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ประสบการณ์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ

ในความรู้ ความสามารถที่สำนักงานบัญชีสามารถให้บริการได้ (Sands & McPhail, 2003) 4) ด้านค่าธรรมเนียม (professional fee) หมายถึง การพิจารณาความเสี่ยงในการรับงานสอบบัญชี มีงานวิจัยที่กล่าวถึงค่าธรรมเนียมในการเลือกสำนักงานสอบบัญชี (Sands & McPhail, 2003); (Kirkos, Spathis & Manolopoulos, 2007) ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการสอบบัญชี งานวิจัยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกผู้ตรวจสอบบัญชี คือ ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีโดยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีต้องมีความเหมาะสม และไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง (Dickins & Higgs, 2006) ผลงานวิจัยที่พบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในการใช้บริการเมื่อเทียบกับค่าธรรมเนียมที่จ่ายไป ค่าธรรมเนียมจึงเป็นสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงการใช้บริการ และเป็นปัจจัยหลักในการรักษาสถานภาพของการบริการ (Stefanie, 2007) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม (Audit Fee) มีผลต่อการยอมรับงาน การกำหนดราคาต่อค่าบริการต้องครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด ให้มีบริการและความเสี่ยงที่คาดว่าจะได้รับจากการให้บริการ (Sylvia Veronica Siregar, L. Sensi Wondabio, S. Nurwahyu Harahap & Ratna Wardhani, 2009) ราคาการบริการทางบัญชีสำนักงานบัญชีจะมีการกำหนดราคาไว้นั้น ต้องมีความเหมาะสม (Stimpson, 2008) (1) ด้านปริมาณงาน (2) ด้านความเหมาะสมการให้บริการ (3) ด้านระยะเวลาในการให้บริการกับที่สำนักงานบัญชีให้บริการ (4) ด้านการเปรียบเทียบราคา (5) ด้านความพอใจในการชำระค่าธรรมเนียมให้กับสำนักงานบัญชี

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (trust)

ความไว้วางใจ (trust) เป็นความเชื่อ ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใดๆ (Whitney, 1996) ความคาดหวังในทางบวก ไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ ผลสะท้อนให้

เกิดความเชื่อมั่น การตัดสินใจที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส (Marshall, 2000) ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ที่เกิดจากความสัมพันธ์ในการให้บริการไว้ 5 องค์ประกอบ คือ (1) ความไว้วางใจในการบริการ (2) ความไว้วางใจในสำนักงานบัญชี (3) ความไว้วางใจในพนักงาน (4) ความไว้วางใจในการรักษาข้อมูล (5) ความไว้วางใจในการเป็นมืออาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี (Loyalty)

ความภักดี (Loyalty) หมายถึง ความสำเร็จในสินค้าหรือบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นกลยุทธ์สำคัญต่อการสร้างความภักดีให้กับผู้บริโภค (Kim, Morris & Swait, 2008) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืน เป็นรากฐานที่สำคัญในความภักดี ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการซ้ำ (Mohammed, & Rashid, 2012; Sukkawan et al, 2017) ความภักดีสรุปได้ว่า ความภักดีต่อสินค้าและบริการ มี 2 ลักษณะ ด้านทัศนคติ (attitude loyalty) ด้านพฤติกรรม (behavior loyalty) 1) ด้านทัศนคติ (attitude) หมายถึง ความรู้สึกทางด้านในความเชื่อมั่น ที่อยู่ในระดับสูงและมีทัศนคติที่เข้มแข็ง (Attitude Strength) เท่านั้น (Kim, Morris & Swait, 2008) มีการตอบสนองให้มีการใช้บริการซ้ำ (Gomez, Arraz & Cillan, 2006; Zajonc & Markus, 1982) 2) ด้านพฤติกรรม (behavior) หมายถึง เป็นการแสดงออกของผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อสินค้าหรือบริการ เช่น การทดลองซื้อ การซื้อซ้ำ การบอกต่อ การยอมรับในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นักวิชาการได้ศึกษาเกี่ยวกับมิติพฤติกรรม (Behavioral Dimension) ของความภักดี พบว่าพฤติกรรมและความรู้สึกที่มีความภักดีเป็นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเดิมไว้ การแสดงพฤติกรรมในความภักดี โดยการกลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีก (Gomez, Arraz & Cillan, 2006)

สมมุติฐานการวิจัย

H₁: ด้านคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อปัจจัยการบริการของสำนักงานบัญชี

H₂: ด้านคุณภาพงาน มีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัย การบริการของสำนักงานบัญชี

H₃: ด้านความรู้ความสามารถ มีอิทธิพลทางบวก ต่อปัจจัยการบริการของสำนักงานบัญชี

H₄: ค่าธรรมเนียม มีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัย การบริการของสำนักงานบัญชี

H₅: ปัจจัยบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความ ไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

H₆: ปัจจัยบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

H₇: ความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (population) ประชากรที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง (sample) การวิเคราะห์ตัวแบบ จำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) การวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งต้องใช้จำนวนตัวอย่างมาก พอ เพื่อให้ค่าพารามิเตอร์จากผลการวิเคราะห์เชื่อถือ ได้ ซึ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ได้แก่ (1) การระบุคุณลักษณะตัวแบบ จำลองที่ผิดพลาด (2) ขนาดของตัวแบบจำลอง (3) การ เบี่ยงเบนจากค่าปกติ และ (4) กระบวนการประมาณ โดย Golob (2003, p. 9) การวิเคราะห์ตัวแบบจำลอง สมการโครงสร้าง โดยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ควรมีขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 12 เท่า จากตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของการ วิจัยในครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 35 ตัวแปร

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างควรมีขนาดตัวอย่าง 385 คน โดย การเลือกสถานประกอบการในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี สมุทรสาคร และนครปฐม

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จะดำเนินการ ใน 2 ลักษณะ คือ การตรวจสอบก่อนนำไปทดลอง ใช้ (try out) และตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นหลังจากการไป ทดลองใช้คือ การตรวจสอบความเที่ยง (reliability)

ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีดังนี้ ความเที่ยง (reliability) แบบสอบถามที่ได้ ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (try-out) กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006, p. 137; Nunnally, 1978, p. 245) และค่าจำแนก รายข้อ (corrected item-total correlation) ของ แต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 หากมีข้อคำถาม ใดทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรใดๆ ต่ำกว่า 0.70 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถามใดๆ ต่ำ กว่า 0.30 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข หรือตัดข้อถาม นั้นออก ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยได้ตรวจสอบ ความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ (n = 30) และข้อมูลที่เก็บ จริงของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n = 411) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.886 ถึง 0.959 ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ข้อกำหนด ข้างต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติแบบพหุตัวแปร (multivariate statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ได้แก่ (1) ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด (measurement model) และ (2) การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36 - 45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการบริหาร หรือเจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่ 5 - 10 ปี ระยะเวลาที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน อยู่ระหว่าง 3 - 5 ปี ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 50,000 - 100,000 บาท

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการบริการ ความไว้วางใจ ความภักดี

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	M	SD	CV	แปลผล
ปัจจัยการบริการ (FA)				
- ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality)	4.20	0.76	0.18	มาก
- ด้านคุณภาพงาน (Quality)	4.09	0.69	0.17	มาก
- ด้านความรู้ความสามารถ (Knowledge Competency)	4.17	0.74	0.18	มาก
- ด้านค่าธรรมเนียม (Professional Fee)	4.17	0.74	0.18	มาก
ความไว้วางใจ (Trust)	4.17	0.74	0.18	มาก
ความภักดี (Loyalty)	3.94	0.74	0.18	มาก

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นในการรักษาความลับของลูกค้าของสำนักงานบัญชี ด้านคุณภาพงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลงานที่ได้รับจากสำนักงานบัญชี สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเปรียบ

เทียบ ข้อมูลเพื่อการบริหารธุรกิจได้ ด้านความรู้ความสามารถ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับทีมงานของสำนักงานบัญชี ที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับระบบบัญชี ด้านค่าธรรมเนียม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสำนักงานบัญชีอื่นที่มีขนาดใกล้เคียงกัน ด้านความไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ ในสำนักงานบัญชี ในการรักษาข้อมูลของธุรกิจ ด้าน ความรักดี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ ความสำคัญลำดับแรก 2 ข้อ คือ ความพึงพอใจในการ ใช้บริการของสำนักงานบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และการ ทำงานของสำนักงานบัญชีมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพ งาน ด้านความรู้ความสามารถ และค่าธรรมเนียมน มีค่า เฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจ และ ความรักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี มีค่า เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม ด้วยเช่นกัน

การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดย พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรต่างๆ

ตาราง 2

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของ ตัวแปรปัจจัยบริการ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพ งาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียมน ตัวแปรความไว้วางใจ และตัวแปรความรักดี

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	χ^2	df	χ^2/df	p-value	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
- Service Quality	4.84	2	2.42	0.088	0.999	0.995	0.965	0.0489
- Quality	1.14	1	1.14	0.285	1.000	0.929	0.983	0.0185
- Knowledge Competency	3.55	1	3.55	0.059	1.000	0.999	0.997	0.048
- Professional Fee	0.98	1	0.98	0.323	1.000	0.999	0.986	0.000
- Trust	2.74	3	0.91	0.434	1.000	0.997	0.987	0.000
- Loyalty	22.75	19	1.19	0.249	1.000	0.989	0.968	0.022

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัว แบบจำลองการวัดด้านคุณภาพบริการพบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยการ ดำเนินงานของสำนักงานบัญชีเป็นไปตามข้อตกลงใน สัญญา สามารถตอบสนองความต้องการได้ มีน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด ด้านคุณภาพงาน พบว่า ค่า น้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ความสามารถนำเสนอการเงินให้ผู้ใช้อ้างอิงทางบัญชี ต่างๆ ได้เข้าใจเนื้อหาประเด็นต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ด้านความรู้ ความสามารถ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ทีมงานของสำนักงานบัญชี มีความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

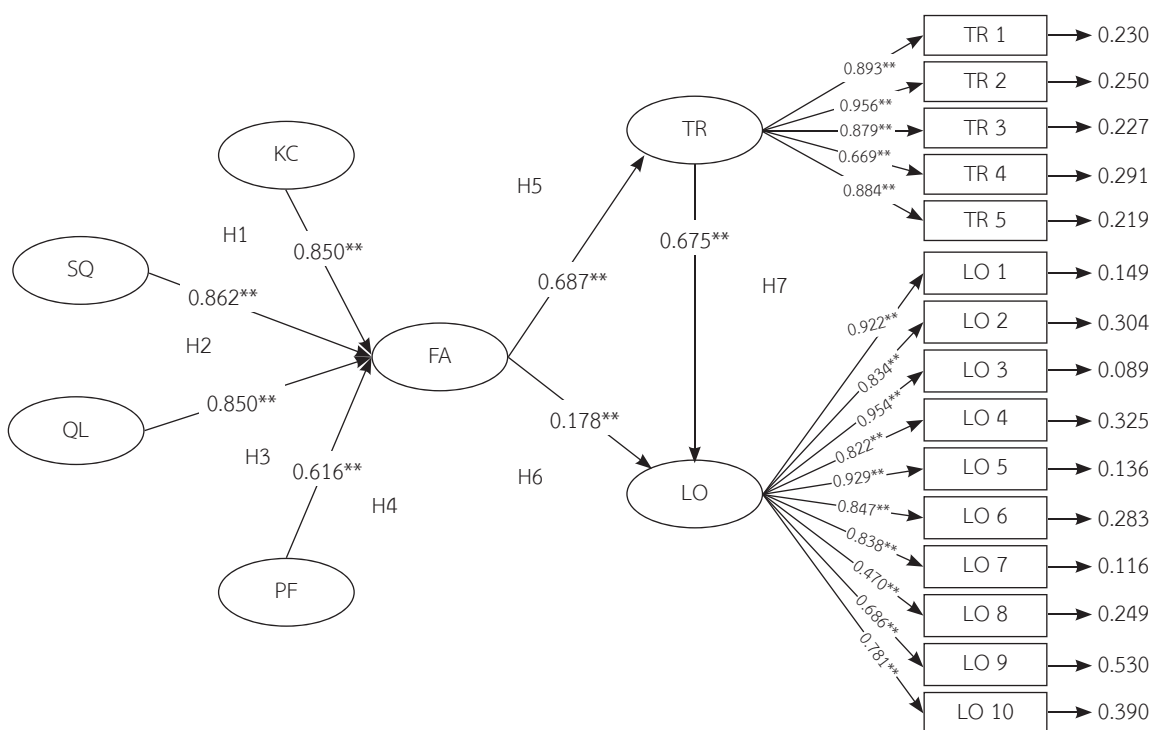
คอมพิวเตอร์ และนำมาใช้กับธุรกิจได้ มีน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด ด้านค่าธรรมเนียมน พบว่า ค่า น้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ค่า ธรรมเนียมนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาการให้บริการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ความไว้วางใจในการ ใช้สำนักงานบัญชี พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุก ค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ความไว้วางใจในพนักงาน ของสำนักงานบัญชี มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ความรักดีในการใช้สำนักงานบัญชี พบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย การทำงาน ของสำนักงานบัญชีทำให้รู้สึกถึงความผูกพัน และยินดีที่ จะร่วมงานด้วย มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

สรุปภาพรวมการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ควรผ่านเกณฑ์กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า Average Variance Extracted ควร มี ค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Hair et al., 2006, pp. 777 - 779) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ตัวแปรแฝงทุกตัว มีค่า Average Variance Extracted ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงรวม (composite reliability) มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ในขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปทั้งหมด เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นตามรายละเอียดของน้ำหนัก องค์ประกอบมาตรฐาน ค่า Average Variance Extracted (AVE) และค่าความเที่ยงรวม (CR) ของงานวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเชิง สาเหตุ



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเสนอผลการ วิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยน แสดงการปรับตัวแบบจำลองเพื่อให้กรอบแนวความคิด สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความ

คลาดเคลื่อน (error variance) มีความสัมพันธ์กัน ได้ ตามความเป็นจริง รายละเอียดของการวิเคราะห์ ดัง แสดงในภาพ 2 และตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน และค่า t value ตัวแบบจำลองสมการ โครงสร้าง ($n = 411$)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t -value
LAMBDA-Y			
TR $\longrightarrow$ TR1	0.893**	0.039	13.880
TR $\longrightarrow$ TR2	0.956**	0.035	13.069
TR $\longrightarrow$ TR3	0.879**	0.027	13.778
TR $\longrightarrow$ TR4	0.669**	0.029	13.835
TR $\longrightarrow$ TR5	0.884**	0.033	13.908
LO $\longrightarrow$ LO1	0.922**	0.031	13.254
LO $\longrightarrow$ LO2	0.834**	0.033	12.403
LO $\longrightarrow$ LO3	0.954**	0.040	13.428
LO $\longrightarrow$ LO4	0.822**	0.035	12.482
LO $\longrightarrow$ LO5	0.929**	0.035	13.450
LO $\longrightarrow$ LO6	0.847**	0.029	12.584
LO $\longrightarrow$ LO7	0.838**	0.026	13.915
LO $\longrightarrow$ LO8	0.470**	0.034	14.057
LO $\longrightarrow$ LO9	0.686**	0.049	11.345
LO $\longrightarrow$ LO10	0.781**	0.033	12.109
LAMBDA-X			
FA $\longrightarrow$ SQ	0.862**	0.059	20.664
FA $\longrightarrow$ QL	0.850**	0.188	20.069
FA $\longrightarrow$ KC	0.850**	0.188	20.069
FA $\longrightarrow$ PF	0.616**	0.030	13.423
BETA			
TR $\longrightarrow$ LO	0.675**	0.051	13.188
GAMMA			
FA $\longrightarrow$ TR	0.687**	0.050	13.778
FA $\longrightarrow$ LO	0.178**	0.048	13.254

หมายเหตุ: Path Diagram คือ แผนภาพเส้นทาง, Path Coefficients คือ สัมประสิทธิ์เส้นทาง * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$), ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t\text{-value} \geq 2.576$)

ตาราง 4

อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	FA			TR			LO		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SQ	0.862** (0.059)		0.862** (0.059)						
QL	0.850** (0.188)		0.850** (0.188)						
KC	0.850** (0.188)		0.850** (0.188)						
PF	0.616** (0.300)		0.616** (0.300)						
FA				0.687* (0.050)	0.687** (0.050)	0.178** (0.048)	0.464** (0.047)	0.641** (0.048)	
TR							0.675** (0.051)	0.675** (0.051)	
ตัวแปรสังเกตได้	QM	QL	KC	PF	TR1	TR2	TR3	TR4	TR5
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.743	0.722	0.722	0.380	0.770	0.750	0.773	0.709	0.781
ตัวแปรสังเกตได้	LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.851	0.696	0.911	0.675	0.864	0.717	0.884	0.751	0.470
ตัวแปรสังเกตได้	LO10								
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.610								
ตัวแปรแฝงภายใน		TR			LO				
ค่าความเที่ยง R^2		0.472			0.652				

$\chi^2 = 206.368$, $df = 181$, $\chi^2/df = 1.140$, $p\text{-value} = 0.0950$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.967$, $AGFI = 0.931$, $RMSEA = 0.018$

จากตาราง 4 ค่าอิทธิพลทางตรงทางบวกของ ปัจจัยการบริการ ทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ด้านคุณภาพ การบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียม โดยมีค่าขนาดอิทธิพล 0.862, 0.850, 0.850 และ 0.616 ตามลำดับ ค่าอิทธิพล ของปัจจัยการที่ส่งผลโดยตรงกับความไว้วางใจ และ ความภักดี โดยมีขนาดอิทธิพล 0.687 และ 0.178 ค่าอิทธิพลปัจจัยการที่มีผลทางอ้อมต่อความภักดี

มีขนาดอิทธิพล 0.464 ส่วนค่าอิทธิพลทางตรงของความไว้วางใจต่อความภักดี มีขนาดอิทธิพล 0.675 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ตัวแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 206.368 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 181 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.095 ค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.140 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.931 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.931 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.018 แสดงว่าตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้ร้อยละ 65.20

การอภิปรายผล

1. ความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ได้ร้อยละ 65 แสดงว่า ตัวแบบจำลองโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกันค่อนข้างมาก ซึ่งสามารถอธิบายผลของอิทธิพลที่มีต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีได้เป็นอย่างดี

2. ด้านคุณภาพบริการ และคุณภาพงาน มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกมากที่สุดด้วยขนาดอิทธิพล 0.850 ตัวแปรปัจจัยการบริการ ทั้ง 2 ตัวแปร แสดงว่าคุณภาพการบริการและคุณภาพงาน เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในองค์ประกอบปัจจัยบริการ รองลงมาเป็นด้านความรู้ความสามารถ มีขนาดอิทธิพล 0.850 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wisher and Corney (2001) ที่กล่าวถึงความเป็นเลิศของการบริการ และสอดคล้องกับงาน

วิจัยของ Sands and McPhail (2003) เรื่อง ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงการเลือกสำนักงานบัญชี คือ การเอาใจใส่ในคุณภาพงาน ความเป็นระบบระเบียบ ความระมัดระวังในการทำบัญชี และการรายงานงบการเงิน

3. ปัจจัยการบริการ มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกมากที่สุดกับความไว้วางใจ ด้วยขนาดอิทธิพล 0.687 แสดงว่าปัจจัยต่างๆ มีผลกับการไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี และมีค่าอิทธิพลในทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ขณะที่ค่าอิทธิพลทางตรงในทางบวกของปัจจัยการบริการมีขนาดอิทธิพลต่อความภักดี ด้วยขนาดอิทธิพล 0.178 แสดงว่า ปัจจัยการบริการส่งผลทางตรงกับความไว้วางใจ และยังส่งผลทางอ้อมกับความภักดี ในระดับค่าอิทธิพลที่สูง ซึ่งปัจจัยการบริการมีอิทธิพลตรงทางบวกต่อความภักดีน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Mishra (1996) เกี่ยวกับการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความไว้วางใจ การแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร

4. ความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อความภักดี ด้วยขนาดอิทธิพล 0.675 แสดงว่า เมื่อการให้บริการของสำนักงานบัญชีในด้านต่างๆ สร้างความไว้วางใจให้กับผู้ประกอบการแล้ว จึงเกิดความไว้วางใจในการให้บริการ ความไว้วางใจจะส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าทำให้มีการบอกต่อ และยังคงใช้บริการของสำนักงานบัญชีอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gomez, Arraz & Cilla (2006) ศึกษาเกี่ยวกับมิติพฤติกรรม (Behavioral Dimension) ของความภักดี ความสัมพันธ์ทางทัศนคติเพื่อเสริมแรงทางบวกให้กับการแสดงพฤติกรรมในความภักดี โดยการกลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีก

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

1. ควรมีการจัดประชุม อบรมทักษะการดูแลให้กับพนักงานในสำนักงาน ให้สามารถสร้างความเชื่อมั่น

ในการรักษาความลับของลูกค้า และมีความสามารถในการดูแล เอาใจใส่ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้ธุรกิจได้ด้วยความรวดเร็ว และเป็นที่พึงพอใจในการใช้บริการ

2. ควรจัดให้พนักงานบัญชีได้รับการอบรมในส่วน of ข้อเสนอแนะที่ให้ผู้ใช้บริการ สามารถนำงบการเงินตามมาตรฐานการบัญชีที่ได้รับรองทั่วไป ประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ หรือเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้

3. ควรมีการสำรวจค่าธรรมเนียมนៃของสำนักงานบัญชี โดยการเปรียบเทียบเกี่ยวกับปริมาณ การบริการ ระยะเวลา และคุณภาพการบริการ กับสำนักงานบัญชีทั่วไป เพื่อปรับปรุงให้มีค่าธรรมเนียมนៃที่เหมาะสมให้กับผู้ให้บริการ และเป็นข้อมูลให้ผู้ให้บริการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี

4. ควรจัดเอกสารเผยแพร่ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อให้ผู้ให้บริการได้ทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ให้กับผู้ประกอบการและผู้รับผิดชอบในส่วนงานบัญชี ให้

เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความรู้สึกรักมั่นใจ ในบริการ และกลับมาใช้บริการอีก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรมีการเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการสำนักงานบัญชีเพิ่มเติมเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัย และศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการทำงานด้านความรู้ความสามารถในการทำบัญชี ด้านการให้บริการ ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในองค์การ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยประจำการศึกษา 2560 และบทความวิจัยในครั้งนี้

Reference

- Beatson, A., Lings, I., & Gudergan, S. P. (2008). Service staff attitudes, organizational practices and performance drivers. *Journal of Management and Organization*, 14(2), 168-179.
- Beattie, V., & Feamley, S. (1995). The importance of audit firm characteristic and the drivers of auditor change in UK listed companies. *Accounting and Business Research*, 25(100), 227-239
- Gomez, B. G., Arranz, A. G., & Cillan, J. G. (2006). The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 387-396
- Golob, T. F. (2003). Structural equation modeling for travel behavior research. *Transport Research*, 37(1), 1-25.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kim, J., Morris, J. D., & Swait, J. (2008). Antecedents of true brand loyalty. *Journal of Advertising*, 37(2), 99-117.
- Kirkos, E., Spatis, C., and Manolopoulos, Y. (2007). *Applying Data Mining Methodologies of Auditor Selection*. Technological Educational institution of Thessaloniki and Aristotle University of Thessaloniki, Thessaloniki, Greece.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th edition), New York: Prentice- Hall.
- Marshall, E. M. (2000). *Building trust at speed of change; The centrality of trust*. The power of relationship-based corporation. New York: Amoco.
- Ministry of Commerce, Department of Business Development. (2000). *Accounting Act A.D. 2000*. Bangkok: Author. [In Thai]
- Mohammed, A. A., & Rashid, B. B. (2012). Customer relationship management (CRM) in hotel industry: A framework proposal on the relationship among CRM dimensions, Marketing capabilities and hotel performance. *International Review of Management and Marketing*, 2(4), 220-230.
- Phengpis, S. (2010). Problems on bookkeeping of the accounting offices in Bangkok metropolitan area. *Saint Johns Journal*, 13(14), 61-74
- Sands, J., & McPhall, J. (2003). Choice criteria of listed Australian public Companies for selecting and auditor: An exploratory study. *International journal of business studies*, 11(1), 109-133
- Stimpson, J. (2008). Applying criteria to client acceptance. *The Practical Accountant*, 41(10), 18-32.
- Stefanie, (2007). Auditor change and Auditor Choice in Nonprofit Organizations false Tate. *Press the Escape key to close. Auditing*, 26(1), 47-70.

- Sukkawan, M., Meejaiseur, P., Jarupathirun, S., & Panthai, K. (2017). The influence of organizational culture perception, job satisfaction and organizational commitment on employees' performance: A case study of hotels in phuket province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 7(3), 109-121. [In Thai]
- Sylvia Veronica Siregar., L. Sensi Wondabio., S. Nurwahyu Harahap., & Ratna Wardhani. (2009). *Evaluation of Risk Factors in Client Acceptance Decisions: Evidence from Public Accountants in Indonesia*. Department of Accounting, Faculty of Economics, University of Indonesia.
- Whitney, J. O. (1996). *The Economic of Trust: Liberating Profits and Restoring Cover Aerate Validity*. New York: McGraw-Hill.