

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชี ที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Client's Selection for an Accounting Office Signed in the Memorandum of Understanding for the Cooperation of Teaching-Learning Management in Bachelor of Technology in Accounting (Continuing Program) at Chetupon Commercial College under Institute of Vocational Education, Bangkok

สุดารัตน์ ป้านสวาสดี¹, ดวงพร ชีระโรจนพงษ์², อมรรัตน์ กริธาธร³

Sudarat Phansaward¹, DuangpornTheararojanapong², Amonrat Kretatorn³

¹นักศึกษา สาขาวิชาการบัญชี สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

Email: Kawe17sudarat@gmail.com

^{2,3}อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

Email: Khunduang.t@gmail.com, Email: Bunchee-50@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชีกับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 286 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ตำแหน่งผู้จัดการ ระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-5 ปี ดำเนินธุรกิจลักษณะซื้อขายไป การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี บริการของสำนักงานบัญชี

Abstract

The objectives of this study were (1) to investigate factors affecting clients' selection for an accounting office, and, (2) to present the guidelines to develop accounting services to meet clients' needs. The population were from the 1,183 corporate clients signed in the Memorandum of Understanding for the cooperation of teaching-learning management in Bachelor of Technology in Accounting (Continuing Program) of Chetupon Commercial College under Institute of Vocational Education, Bangkok. The sample was selected based on a stratified random sampling to be 286. A rating scale questionnaire was used as an instrument to collect data. Data were then analyzed by statistics including percentage, mean and standard deviation.

The results of this study showed that most of the respondents were females, worked as managers for 1-5 year(s), and managed trading business. In overall, it was found that the selection of accounting firm services was at a high level starting from high to low respectively as follows: personnel, process, location and service channel, and, marketing promotion

Keyword: Factors, Accounting, Office Signed in the Cooperation

1. บทนำ

เศรษฐกิจยุคใหม่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศไทยมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นตัวหลักดันเศรษฐกิจทำให้หลายฝ่ายให้ความสำคัญ ปัจจุบันมีปัญหาว่จะทำอย่างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ได้เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ การค้าและการระดมทุนจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง [1] รัฐบาลมีนโยบายและวางแผนเป้าหมายในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) มุ่งเน้นให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยจะต้องมีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถสร้างสรรค์สินค้าบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีมูลค่าสูง แข่งขันได้ทั้งตลาดใน

ประเทศและตลาดโลก เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างแท้จริง [2]

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีการตัดสินใจจากข้อมูลต่าง ๆ อย่างเหมาะสมหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาของข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจทางด้านเศรษฐกิจนั้น ข้อมูลทางบัญชีเป็นข้อมูลที่สำคัญ และเป็นประโยชน์ในการควบคุมการบริหารงานของธุรกิจในปัจจุบัน [3] ประกอบกับด้านกฎหมายบัญชีมีพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2543 ที่กำหนดให้นิติบุคคลที่มีหน้าที่ต้องจัดทำงบการเงินเพื่อยื่นภาษีเป็นประจำทุกปี [4] ส่งผลให้นิติบุคคลจำนวนมากหันมาใช้บริการสำนักงานบัญชีมากขึ้น เนื่องจากได้บริการที่ครบวงจรสามารถลดต้นทุนเกี่ยวกับพนักงานบัญชีได้ และลดปัญหาเกี่ยวกับภาษีอากร ดังนั้น ธุรกิจต้องตัดสินใจว่า



จะดำเนินการจ้างพนักงานบัญชีขึ้นภายในกิจการของตนเอง หรือจะใช้บริการจากสำนักงานบัญชีโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการขนาดเล็กมักไม่จ้างพนักงานเพื่อจัดทำบัญชีภายในของตน เนื่องจากธุรกิจเองอาจไม่มีความชำนาญเพียงพอ และอาจจะเสี่ยงจากการต้องเสียค่าเบี้ยปรับหรือเงินเพิ่มถ้าจัดทำบัญชีหรือเสียภาษีไม่ถูกต้อง ประกอบกับมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเมื่อเทียบกับการใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีให้กับธุรกิจ [5] บริการของสำนักงานบัญชีมีมากที่สุดโดยเฉพาะระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคมของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงยื่นงบการเงินและแบบฟอร์มทางภาษีให้ทันกำหนด จึงเป็นช่วงเวลาตัดสินใจว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงสำนักงานบัญชีหรือไม่จะเห็นได้ว่าเดือนพฤษภาคมของทุกปี สถานประกอบการต่าง ๆ จะมีการยกเลิกสัญญาจากสำนักงานบัญชีเก่าเพื่อหาสำนักงานบัญชีแห่งใหม่มากที่สุด [6]

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลของสำนักงานบัญชีในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้รับบริการต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการทำงาน และด้านบุคลากร

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 1,183 ราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ลูกค้าของสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 286 ราย ได้มาจากการตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาร์ยา มาเน่ ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการทำงาน และด้านบุคลากร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

เพื่อให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์

3. นำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรง

4. นำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบมาปรับแก้ไข

5. นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง

6. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้ (Try out) ไปหาคุณภาพได้ค่าความเชื่อมั่น 0.786

7. ปรับแก้เครื่องมือและนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากวิทยาลัยพณิชยการเซตุน เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

3.4.2 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 286 ชุด ไปยังลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ด้วยตนเอง

3.4.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำนวน 248 ชุด คิดเป็นร้อยละ 86.71

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพณิชยการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลตามลำดับ ดังนี้



ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลสภาพภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
1.1	ชาย	92	37.10
1.2	หญิง	156	62.90
	รวม	248	100.00
2.	ตำแหน่ง		
2.1	กรรมการ/หุ้นส่วน	45	18.15
2.2	ผู้จัดการ	203	81.85
	รวม	248	100.00
3.	ระยะเวลาดำเนินงานกิจการ		
3.1	ต่ำกว่า 1 ปี	29	11.69
3.2	5 ปี – 10 ปี	197	79.44
3.3	มากกว่า 10 ปี	22	8.87
	รวม	248	100.00
4.	ลักษณะธุรกิจ		
4.1	พาณิชย์กรรม	17	6.85
4.2	อุตสาหกรรม	19	7.66
4.3	ให้บริการ	56	22.58
4.4	ซื้อมาขายไป	156	62.90
	รวม	248	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศหญิง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 เพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 ตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 203 คน คิดเป็น ร้อยละ 81.85 กรรมการ/หุ้นส่วน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.15 ระยะเวลาดำเนินงานกิจการ 5-10 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็น ร้อยละ 79.44 ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.69 มากกว่า 10 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.87 ประกอบธุรกิจในลักษณะซื้อมาขายไป จำนวน 156 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.90 ให้บริการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.58 อุตสาหกรรม จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.66 และพาณิชย์กรรม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.85

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพัฒนวิชาการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร

ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
1	ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ	3.72	0.14	มาก
2	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.66	0.08	มาก
3	ด้านกระบวนการ	4.16	0.03	มาก
4	ด้านบุคลากร	4.53	0.06	มากที่สุด
รวม		4.02	0.05	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพัฒนวิชาการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ลูกค้ามีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.53$) ส่วนความคิดเห็นในระดับมากคือ ด้านกระบวนการทำงาน ($\bar{X} = 4.16$) ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 3.72$) และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของลูกค้าสำนักงานบัญชีที่ลงนามความร่วมมือจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี กับวิทยาลัยพัฒนวิชาการเซตุน สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร” มีผลการวิเคราะห์ที่สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

5.1 การอภิปรายรายด้าน ดังนี้

5.1.1 ด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสำนักงานให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง อาจเพราะธุรกิจการให้บริการ การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงเป็นการแสดงถึงความใส่ใจและเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชิตา นาคเถื่อน [4] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการให้บริการให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

5.1.2 ด้านส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการแถมการให้บริการอื่น ๆ เช่น ยื่นประกันสังคม เป็นต้น อาจเพราะสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจการให้บริการ การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของ เอ็ดเซล วอล์คเกอร์ และ สแตนตัน [7] กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ

ในการบริการซึ่งคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ

5.1.3 ด้านกระบวนการทำงาน ลูกค้าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการจัดทำบัญชีถูกต้องครบถ้วนตามหลักการบัญชีและภาษีอากร อาจเพราะวิชาชีพทางบัญชี การจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามกฎหมายเป็นสิ่งสำคัญและมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพร หงษ์ภักดี [5] ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจกรณีศึกษา : เขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวไว้ว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องการให้บริการได้ถูกต้อง

5.1.4 ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากพนักงานมีความรู้ ความชำนาญเฉพาะและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าลูกค้าสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับบุคลากรโดยตรงในการพิจารณาเลือกสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญา แก้วเจริญ [3] ศึกษาเรื่อง มุมมองในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กล่าวว่าการให้บริการโดยพนักงานมีความรู้ความชำนาญและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งที่มีผลต่อปัจจัยในการเลือกสำนักงานบัญชี ทั้งนี้ หากสำนักงานบัญชีสามารถปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้บริษัทของตนมีพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญและมีการพัฒนาพนักงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง ย่อมทำให้สามารถแข่งขันกับสำนักงานบัญชีอื่น ๆ ได้

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

5.2.1 ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บุคคลภายนอกได้รับทราบข้อมูลด้วยสื่อที่หลากหลายหลาย

5.2.2 อบรมพนักงานให้มีความรับผิดชอบ

ต่อการให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

5.2.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

5.2.4 ศึกษาความคาดหวังของการใช้บริการของสำนักงานบัญชี

5.2.5 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนการใช้บริการสำนักงานบัญชี

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธวัช ภูษิตไทยโคย. (2560). วารสารวิชาชีพบัญชี. ฉบับที่ 40 ปีที่ 13
- [2] แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 42560-2564
- [3] ปริญญา แก้วเจริญ. (2555). มุมมองในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- [4] วิชุดา นาคเลื่อน. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
- [5] นภาพร หงษ์ภักดี. (2554). การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจกรณีศึกษา : เขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- [6] พรชิตา นุชสาย. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีรับทำบัญชีกรณีศึกษา จังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- [7] เอ็ดเซล วอล์คเกอร์; และสแตนตัน [ออนไลน์]. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด. [สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2562] จาก <http://www.research-system.siam.edu>.