

**คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี
ของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี**
Accounting Firms Attributes Affecting Customers' Loyalty

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์¹ บุญยวีร์ โชคประเสริฐสม² สมบัติ วรินทรนุวัตร³ ไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์⁴
Rungarun Khasasin, Bunyawee Chokprasertsom, Sombat Warintornnuwat
Kairung khasasin

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี 2) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อสำนักงานบัญชี และ 3) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อสำนักงานบัญชี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 223 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีในความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ความใส่ใจและการตอบสนองลูกค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนความจงรักภักดีในด้านพฤติกรรมการบอกต่อความตั้งใจซื้อ ความอ่อนไหวต่อราคา และพฤติกรรมการร้องเรียนอยู่ในระดับมากเช่นกัน ผลการศึกษาวិเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ ด้านความใส่ใจ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ

คำสำคัญ (Keywords): คุณลักษณะ; สำนักงานบัญชี; ความจงรักภักดี

Received: 2023-02-24 **Revised:** 2023-03-08 **Accepted:** 2023-03-10

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น Faculty of Business Management, Thai-Japan Institute of Technology. Corresponding Author e-mail: rungarun@tni.ac.th

² คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น Faculty of Business Management, Thai-Japan Institute of Technology

³ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น Faculty of Business Management, Thai-Japan Institute of Technology

⁴ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี Faculty of Business Administration and Accounting Pathumthani University

Abstract

The research aims to 1) study the level of accounting user's opinion on the characteristics of the accounting 2) to determine the level of loyalty of service users towards the accounting firm and 3) to study the characteristics of the accounting firms that affect the loyalty of service users towards the accounting firm. The sample consisted of 223 accounting firm users. The tools used in the study were questionnaires. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis test using the multiple regression analysis. The research found that the sampling group had a high level of opinion on the accounting firm's characteristics of reliability, confidence, tangible, empathy, and responsiveness. In addition, loyalty in terms of word-of-mouth behavior, intention to purchase, price sensitivity, and complaints behavior were also high. The results of multiple regression analysis found that all aspects of the accounting office's characteristics were reliability responsiveness confidence empathy (and tangible statistically significant at 0.05. The best predictors were confidence.

Keywords: Attribute; Accounting Office; Loyalty

บทนำ (Introduction)

บัญชีมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน โดยเฉพาะในปัจจุบันการเปิดกว้างของธุรกิจเพื่อก้าวไปสู่ระบบการค้าเสรี ซึ่งหมายถึง การที่ธุรกิจต่าง ๆ ทั่วโลกจะกลายเป็นธุรกิจไร้พรมแดน ไม่มีกำแพงภาษีเป็นเครื่องมือกีดขวางทางการค้าหรือทำธุรกิจระหว่างประเทศ กิจกรรมทางเศรษฐกิจก็จะมีควมซับซ้อนและพัฒนาก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ ประกอบกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2547 ก่อให้เกิดการขยายวิชาชีพบัญชีออกไปหลายด้าน ซึ่งได้แก่ การทำบัญชี การสอบบัญชี การบัญชีบริหาร การวางระบบบัญชี การบัญชีภาษีอากร การศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี และการบริการเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง (พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี, พ.ศ. 2547) ซึ่งทำให้ความต้องการใช้บริการด้านบัญชีซึ่งเป็นแกนหลักในการสนับสนุนธุรกิจสูงตามไปด้วย

มาตรฐานการบัญชีนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินที่แท้จริงของกิจการได้ จึงมีนิติบุคคลจำนวนมากที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีและงบการเงิน จะเห็นได้ว่าสำนักงานบัญชีมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจจัดทำงบการเงินอย่างครบถ้วน ถูกต้อง สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแก่ผู้ใช้บริการเงินในด้านการตัดสินใจการลงทุน ซึ่งจะเป็นผลกระทบในภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน สำนักงานบัญชี (Accounting Firms) เป็นสำนักงานที่ประกอบธุรกิจ

เกี่ยวกับการให้บริการด้านการจัดทำบัญชีและจัดหางบการเงิน โดยลักษณะธุรกิจประกอบไปด้วย ส่วนของการให้คำปรึกษาด้านการวางระบบบัญชี การให้คำปรึกษาด้านบัญชี การวางแผนภาษีและการจัดทำภาษี แต่ธุรกิจหลัก คือ การให้บริการจัดทำบัญชี ปัจจุบันเรียกได้ว่าอยู่ในโลกของการแข่งขัน ซึ่งสำนักงานบัญชีอาจจัดตั้งในรูปแบบบุคคลธรรมดา คณะบุคคลหรือนิติบุคคลก็ได้ โดยหัวหน้าสำนักงานหรือผู้เป็นหุ้นส่วนหรือเป็นกรรมการแล้วแต่กรณี ในด้านส่วนงานการจัดทำข้อมูลทางบัญชานั้น ผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานการบันทึกบัญชีให้เป็นไปตามหลักการบัญชี มาตรฐานการบัญชีและแม่บทการบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King) กำหนด รวมถึงการปฏิบัติตามขั้นตอนระบบการควบคุมภายในของแต่ละองค์กรนั้นได้กำหนดขึ้น เพื่อลดปัญหาหรือข้อผิดพลาดอันส่งผลต่อข้อมูลทางการเงินและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำข้อมูลทางบัญชีและข้อมูลทางการเงินทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับงบการเงินและสื่อสารสนเทศทางการเงินที่ได้มีการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2547)

การสอบบัญชี (Auditing) เป็นการตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชีและหลักฐานอื่น ๆ โดยผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีตามแนวทางปฏิบัติงานวิชาชีพได้กำหนดเป็นมาตรฐานไว้ เพื่อให้ผู้สอบบัญชีจะสามารถวินิจฉัยและแสดงความเห็นได้ว่างบการเงินที่กิจการจัดทำขึ้นมีความถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปเพียงใดหรือไม่ และงบการเงินดังกล่าวได้แสดงข้อมูลที่จำเป็นเพื่อผู้อ่านงบการเงินได้ทราบอย่างเพียงพอแล้วหรือไม่ นอกจากนั้นผู้สอบบัญชียังเสนอข้อสังเกตต่อผู้บริหารงานของกิจการเพื่อให้ทราบถึงข้อบกพร่องเกี่ยวกับการควบคุมภายในของกิจการ และบางครั้งการตรวจสอบยังช่วยให้ผู้สอบบัญชีสามารถรายงานการทุจริตในกิจการให้ผู้บริหารได้ทราบ ด้วยการตรวจสอบบัญชีมีความสำคัญต่อวงการธุรกิจ เมื่อได้รับความเชื่อถือจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ความเห็นของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับงบการเงินย่อมสืบเนื่องมาจากความเชื่อถือในคุณสมบัติและความสามารถของผู้สอบบัญชีในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี (อารีรัตน์ พันธุ์โพธิ์จรณ์, 2558)

แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันธุรกิจการสอบบัญชี มีการแข่งขันที่มากยิ่งขึ้น ทำให้ต่างพยายามหาจุดเด่นของตน เพื่อสร้างความดึงดูดใจผู้ใช้บริการให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม วิธีการบริหารจัดการจะต้องปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงให้ทันกับโลกธุรกิจในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจการสอบบัญชีควรตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อตนเอง ซึ่งถือเป็นกระบวนการสำคัญที่จะส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการต่อไปในระยะยาว ความภักดีของผู้ใช้บริการถือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดการสร้างผู้ใช้บริการใหม่ (Aaker, 1991) การรักษาสถานะผู้ใช้บริการไว้นั้นยังเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนและแพร่กระจายข่าวสารแก่บุคคลอื่น ๆ ให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี รวมทั้งทำให้เกิดผู้ใช้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้น ย่อมได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน เมื่อผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีก็จะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บริการและหาก

เกิดความพึงพอใจก็จะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีจนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอด้วยความยินดี

ดังนั้นจากความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุรินทร์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยต้องการทราบว่าผู้ประกอบการมีปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุรินทร์ ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยอื่นที่ทำการศึกษาหรือไม่และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาศักยภาพของสำนักงานบัญชี ให้สอดคล้องกับความรู้สึกรักใคร่และความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นและเป็นการรักษาลูกค้าเดิม ลดต้นทุนการหาลูกค้าใหม่ และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอย่างมั่นคงต่อไปได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี
2. เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 20 แห่ง จำนวน 508 ราย และกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 20 แห่ง จำนวน 223 ราย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารทางวิชาการ และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงพื้นที่ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) สร้างแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำราวิชาการ แลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

2) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยกำหนดประเด็นเนื้อหา และขอบเขตที่ต้องการประเมิน คำถามหลัก คำถามย่อย ให้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามความคิดเห็น และเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

1) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เก็บตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 223 ชุด โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 - 30 ธันวาคม 2564

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

3.4.1 ค่าร้อยละ (percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้ในการจำแนกและแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ

3.4.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้ควบคู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

3.4.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis) จะใช้เมื่อตัวแปรทำ นาย (X, predictor) มีมากกว่า 1 ตัวแปร และตัวแปรเกณฑ์ (Y, predicted) 1 ตัว

3.4.5 นำเสนอในรูปแบบความเรียง แบบตาราง และการพรรณนา

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี มีดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 -10 ปี จำนวน 105 ราย (คิดเป็นร้อยละ 47.1) รองลงไปน้อยกว่า 5 ปี และ 11-15 ปี จำนวน 72 และ 28 ราย (คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ 12.6) ตามลำดับ ส่วนที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยที่สุด ได้แก่ 16-20 ปีกับ 20 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คือ อย่างละ 9 ราย (คิดเป็นร้อยละ 4.0)

2. ประเภทในการดำเนินธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำธุรกิจประเภทค้าส่ง จำนวน 62 ราย (คิดเป็นร้อยละ 27.8) รองลงไป ได้แก่ ธุรกิจผลิตสินค้า การบริการและค้าปลีก จำนวน 59, 58 และ 36 ราย (คิดเป็นร้อยละ 26.5, 26.0 และ 16.1) ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ ประเภทอื่นๆ จำนวน 8 ราย (คิดเป็นร้อยละ 3.6)

3. ระยะเวลาในการใช้บริการสำนักงานบัญชีแห่งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการที่สำนักงานแห่งนี้มาเป็นระยะเวลาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี จำนวน 93 ราย (คิดเป็นร้อยละ 41.7) รองลงไป ได้แก่ มากกว่า 3-5 ปี, มากกว่า 1- 3 ปีและ มากกว่า 5-8 ปี จำนวน 43, 40 และ 36 ราย (คิดเป็นร้อยละ 19.4, 17.9 และ 16.1) ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ ใช้บริการสำนักงานบัญชีแห่งนี้มากกว่า 8 ปี จำนวน 11 ราย (คิดเป็นร้อยละ 4.9)

4. จำนวนสำนักงานบัญชีที่เคยใช้บริการมาแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการสำนักงานบัญชีมาแล้ว 2 แห่ง จำนวน 205 ราย (คิดเป็นร้อยละ 91.9) รองลงไป ได้แก่ จำนวน 1 แห่ง จำนวน 17 ราย (คิดเป็นร้อยละ 7.6) ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ ใช้บริการสำนักงานบัญชีมาแล้ว 3 แห่ง จำนวน 3 ราย (คิดเป็นร้อยละ 0.4)

5. ช่องทางในการรู้จักสำนักงานบัญชีแห่งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักสำนักงานบัญชีแห่งนี้โดยการสืบหาด้วยตนเอง จำนวน 69 ราย (คิดเป็นร้อยละ 30.9) รองลงไป ได้แก่ เพื่อนแนะนำและทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 64 และ 49 ราย (คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ 22.0) ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ รู้จักโดยสรรพากรแนะนำ จำนวน 41 ราย (คิดเป็นร้อยละ 18.4)

6. ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีโดยเฉลี่ยต่อปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีโดยเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 84 ราย (คิดเป็นร้อยละ 37.7) รองลงไป ได้แก่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มากกว่า 50,000 – 100,000 บาท และ มากกว่า 100,000 -500,000 บาท, จำนวน 73, 44 และ 16 ราย (คิดเป็นร้อยละ 32.7, 19.7 และ 7.2) ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีโดยเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 500,000 บาท จำนวน 6 ราย (คิดเป็นร้อยละ 2.7)

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ในภาพรวม

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความน่าเชื่อถือ	3.93	.58	มาก
2. การตอบสนอง	3.83	.54	มาก
3. ความมั่นใจในการให้บริการ	3.93	.59	มาก
4. ความใส่ใจ	3.76	.59	มาก
5. สิ่งที่สามารถจับต้องได้	3.92	.60	มาก
รวม	3.87	.50	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีตามความคิดเห็นในภาพรวมมากที่สุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.93$) รองลงไป ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้และการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.92$ และ 3.83) ส่วนที่มีความเห็นต่อคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีในภาพรวมน้อยที่สุดได้แก่ ความใส่ใจ ($\bar{X} = 3.76$) และเมื่อ

พิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่าคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ตอนที่ 3 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการต่อสำนักงานบัญชี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านภาพรวม

ความจงรักภักดีในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การแนะนำหรือบอกต่อ	3.99	.60	มาก
2. ความตั้งใจซื้อ	3.87	.61	มาก
3. ความอ่อนไหวต่อราคา	3.97	.58	มาก
4. พฤติกรรมการร้องเรียน	3.72	.59	มาก
รวม	3.89	.54	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีในภาพรวมต่อสำนักงานบัญชีมากที่สุด ได้แก่ ด้านการแนะนำหรือบอกต่อ ($\bar{X} = 3.99$) รองลงไป ได้แก่ ด้านความอ่อนไหวต่อราคาและความตั้งใจซื้อ ($\bar{X} = 3.97$ และ 3.87) ตามลำดับ ส่วนความจงรักภักดีในภาพรวมต่อสำนักงานบัญชีน้อยที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมการร้องเรียน ($\bar{X} = 3.72$) และเมื่อพิจารณาโดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีในภาพรวมต่อสำนักงานบัญชีในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนอง	ความมั่นใจในการใช้บริการ	ความใส่ใจ	สิ่งที่สามารถจับต้องได้	ความจงรักภักดี
ความน่าเชื่อถือ	-	.714*	.704*	.521*	.623*	.687*
การตอบสนอง	-	-	.710*	.515*	.642*	.683*
ความมั่นใจในการให้บริการ	-	-	-	.702*	.876*	.918*
ความใส่ใจ	-	-	-	-	.654*	.703*
สิ่งที่สามารถจับต้องได้	-	-	-	-	-	.899*
ความจงรักภักดี	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจในการให้บริการ ความใส่ใจและสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีความสัมพันธ์กันในทางบวกต่อความจงรักภักดี ปรากฏผล ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.515-0.876 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน กับความจงรักภักดี ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .683 - .918 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจในการให้บริการ ความใส่ใจและสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ต่อความจงรักภักดีรายด้านและภาพรวม โดยการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปรากฏผลดังตารางที่ 4 – 8

ตารางที่ 4 ระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านการแนะนำหรือบอกต่อ

(n = 223)

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	B	SE _B	<i>β</i>	t	VIF
a = .329					
ความน่าเชื่อถือ (X ₁)	.252	.038	.250	1.381	2.426
การตอบสนอง (X ₂)	.284	.041	.280	.672	2.477
ความมั่นใจในการให้บริการ(X ₃)	.450	.059	.402	7.004*	6.015
ความใส่ใจ (X ₄)	.137	.034	.133	4.036*	1.990
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X ₅)	.411	.049	.449	9.185*	4.372

a = .329 : SE_{est} = ±.211

R = .939 , R² = .882 ; Adjusted R² = .879 ; F = 32.078 ; **α** = .05

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก โดยมีค่าเท่ากับ .882 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±.211 เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (B= .450) ด้านความใส่ใจ (B=.137) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (B =.411) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวพยากรณ์

ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ($B=.252$) ด้านการตอบสนอง ($B=.284$) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการพยากรณ์คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เป็นดังนี้

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

$$Y = .329 + .450X_3 + .137X_4 + .411X_5$$

จากสมการ แทน ความจงรักภักดีในการแนะนำหรือบอกต่อ (Y) คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีด้านความมั่นใจในการให้บริการ (X_3) ด้านความใส่ใจ (X_4) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X_5) ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ในภาพรวมถึงร้อยละ 88.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านความตั้งใจซื้อ

(n = 223)

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	B	SE _b	β	t	VIF
a = .135					
ความน่าเชื่อถือ (X_1)	.099	.058	.093	1.692	2.426
การตอบสนอง (X_2)	.560	.063	.050	.889	2.477
ความมั่นใจในการให้บริการ(X_3)	.422	.090	.405	4.668*	6.015
ความใส่ใจ (X_4)	.150	.052	.014	.282	1.990
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X_5)	.388	.075	.380	5.143	4.372

$$a = .135 : SE_{est} = \pm .325$$

$$R = .854, R^2 = .730 ; \text{Adjusted } R^2 = .723 ; F = 16.586 ; \alpha = .05$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก โดยมีค่าเท่ากับ .854 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .325$ เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ ($B = .422$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ($B=.099$) ด้านการตอบสนอง ($B=.560$) ด้านความใส่ใจ ($B=.150$) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ($B = .411$) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการพยากรณ์คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เป็นดังนี้

$$Y = a + b_3 X_3 \text{ และ } Y = .135 + .422X_3$$

จากสมการ แทน ความจงรักภักดีในการแนะนำหรือบอกต่อ (Y) คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีด้านความมั่นใจในการให้บริการ (X_3) ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ในภาพรวมถึงร้อยละ 73.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 ระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านความอ่อนไหวต่อราคา

(n = 223)

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	B	SE _b	<i>B</i>	t	VIF
a = .230					
ความน่าเชื่อถือ (X ₁)	.097	.036	.096	2.704*	2.424
การตอบสนอง (X ₂)	.008	.039	.007	.205	2.477
ความมั่นใจในการให้บริการ (X ₃)	.485	.055	.492	8.789*	6.015
ความใส่ใจ (X ₄)	.129	.032	.130	4.030*	1.990
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X ₅)	.292	.046	.303	6.340*	4.372

$$a = .230 : SE_{est} = \pm .199$$

$$R = .942, R^2 = .887; \text{Adjusted } R^2 = .885; F = 40.435; \alpha = .05$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก โดยมีค่าเท่ากับ .942 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ $\pm .199$ เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (B=.097) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (B= .485) ด้านความใส่ใจ (B= .129) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (B=.292) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ด้านความมั่นใจในการให้บริการ ส่วนด้านการตอบสนอง (B=.008) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการพยากรณ์คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เป็นดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = .230 + .097X_1 + .485X_3 + .129X_4 + .292X_5$$

จากสมการ แทน ความจงรักภักดีในด้านการแนะนำหรือบอกต่อ (Y) คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีด้านความน่าเชื่อถือ (X₁) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (X₃) ด้านความใส่ใจ (X₄) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X₅) ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ในภาพรวมถึงร้อยละ 88.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในด้านพฤติกรรมกรรมการร้องเรียน

(n = 223)

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	B	SE _b	<i>β</i>	t	VIF
a = .937					
ความน่าเชื่อถือ (X ₁)	.100	.080	-.099	2.122*	2.426
การตอบสนอง (X ₂)	.034	.086	.031	.396	2.477
ความมั่นใจในการให้บริการ (X ₃)	.372	.123	-.372	3.023*	6.015
ความใส่ใจ (X ₄)	.048	.071	.047	.667	1.990
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X ₅)	.268	.103	.274	2.607*	4.372

$$a = .937 : SE_{est} = \pm .443$$

$$R = .675, R^2 = .456; \text{Adjusted } R^2 = .444; F = 36.232; \alpha = .05$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางลบและทางบวก ในระดับสูง โดยมีค่าเท่ากับ .6752 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ $\pm .443$ เมื่อทดสอบแล้ว พบว่าคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (B = .100) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (B = .372) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (B = .268) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ความมั่นใจในการให้บริการ ส่วนด้านการตอบสนอง (B = .034) และด้านความใส่ใจ (B = .048) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการพยากรณ์คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เป็นดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_3X_3 + b_5X_5$$

$$Y = .937 + .100X_1 + .372X_3 + .268X_5$$

จากสมการ แทน ความจงรักภักดีในด้านการแนะนำหรือบอกต่อ (Y) คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีด้านความน่าเชื่อถือ (X₁) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (X₃) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X₅) ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ในภาพรวมถึงร้อยละ 45.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 8 ระดับการส่งผลของคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี ในภาพรวม

(n = 223)

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี	B	SE _b	<i>β</i>	t	VIF
a = .271					
ความน่าเชื่อถือ (X ₁)	.060	.033	.064	3.797*	2.426
การตอบสนอง (X ₂)	.018	.036	.018	2.493*	2.477
ความมั่นใจในการให้บริการ (X ₃)	.423	.051	.462	8.246*	6.015

ความใส่ใจ (X ₄)	.075	.030	.081	2.517*	1.990
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X ₅)	.349	.043	.390	8.170*	4.372

$$a = .271 : SE_{est} = \pm .184$$

$$R = .942, R^2 = .887 ; \text{Adjusted } R^2 = .885 ; F = 40.307 ; \alpha = .05$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการศึกษาคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก โดยมีค่าเท่ากับ .942 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ $\pm .184$ เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ($B = .060$) ด้านการตอบสนอง ($B = .018$) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ ($B = .423$) ด้านความใส่ใจ ($B = .075$) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ($B = .349$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ

สมการพยากรณ์คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เป็นดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = .271 + .060X_1 + .018X_2 + .423X_3 + .075X_4 + .349X_5$$

จากสมการ แทน ความจงรักภักดีในด้านการแนะนำหรือบอกต่อ (Y) คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีด้านความน่าเชื่อถือ (X₁) ด้านการตอบสนอง (X₂) ด้านความมั่นใจในการให้บริการ (X₃) ด้านความใส่ใจ (X₄) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (X₅) ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ในภาพรวมถึงร้อยละ 88.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ผลการนำเสนอปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชี ดังปรากฏตามตารางที่ 9-10

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหา และอุปสรรค ที่เกี่ยวกับการการใช้บริการ สำนักงานบัญชี

(n = 69)

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
1.ขอเอกสารเยอะค่อนข้างยุ่งยาก	20	29.0
2.ไม่ค่อยเสร็จทันตามกำหนดเวลา	24	34.8
3.ราคาค่าบริการไม่คงที่	12	17.3
4.หลักฐานที่มีค่อนข้างไม่สมบูรณ์	8	11.7
5.การสื่อสารมีปัญหา	5	7.2
รวม	69	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดได้แก่ ไม่ค่อยเสร็จทันตามกำหนดเวลาจำนวน 24 ราย (คิดเป็นร้อยละ

34.8) รองลงไป ได้แก่ ขอเอกสารเยอะค่อนข้างยุ่งยาก ราคาค่าบริการไม่คงที่ และหลักฐานที่มีค่อนข้างไม่สมบูรณ์ จำนวน 20 12 และ 8 ราย (คิดเป็นร้อยละ 29.0 17.3 และ 11.7) ตามลำดับ ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสำนักงานบัญชีน้อยที่สุดได้แก่ การสื่อสารมีปัญหา จำนวน 5 ราย (คิดเป็นร้อยละ 7.2)

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะจากการใช้บริการสำนักงานบัญชี

(n = 66)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1.เอกสารที่ใช้ในการตรวจขอเป็นเอกสารดีกว่าบอกปากเปล่า	25	37.9
2.ควรรักษาเวลาในการนัดหมายเพื่อรับเอกสาร	17	25.6
3.ค่าบริการควรแจ้งล่วงหน้าถ้ามีการคิดเพิ่ม	10	15.1
4.การยื่นแบบเสียภาษีแทนผู้ประกอบการไม่ควรเป็นการบริการเสริม	6	9.3
5.ควรให้คำแนะนำด้านการจัดเก็บเอกสารเพื่อประกอบการยื่นตรวจ	8	12.1
รวม	66	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุดได้แก่ เรื่อง เอกสารที่ใช้ในการตรวจขอเป็นเอกสารดีกว่าบอกปากเปล่า จำนวน 25 ราย (คิดเป็นร้อยละ 37.9) รองลงไปได้แก่ .ควรรักษาเวลาในการนัดหมายเพื่อรับเอกสาร ค่าบริการควรแจ้งล่วงหน้าถ้ามีการคิดเพิ่ม และ ควรให้คำแนะนำด้านการจัดเก็บเอกสารเพื่อประกอบการยื่นตรวจ จำนวน 17 10 และ 8 ราย (คิดเป็นร้อยละ 25.6 15.1 และ 12.1) ตามลำดับ ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีน้อยที่สุดได้แก่ การยื่นแบบเสียภาษีแทนผู้ประกอบการไม่ควรเป็นการบริการเสริม จำนวน 6 ราย (คิดเป็นร้อยละ 9.3)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี สามารถอภิปรายผลได้ว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ด้านความใส่ใจ (Empathy) และด้านการสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมากทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ กล่าวได้ว่า หากผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ สามารถสร้างสิ่งที่สัมผัสได้ให้กับผู้ใช้บริการได้ ไม่ว่าจะเป็น

เรื่องชื่อเสียงของสำนักงาน การบริการที่มีขั้นตอนการทำงานอย่างจริงจัง เต็มใจให้บริการ ดูแลเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และมีความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต จนกลายเป็นความภักดีในที่สุด ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาฏรินทร์ ปฐพีทวีพงษ์ (2561) ที่ศึกษา อิทธิพลของความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านสุขภาพที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค: กรณีศึกษา สถานบริการล้างพิษตับ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการล้างพิษตับส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของคอร์สล้างพิษตับโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยด้านที่สูงที่สุด ได้แก่ ด้านการดูแลเอาใจใส่ รองลงมา คือความน่าเชื่อถือและการให้ความมั่นใจ

คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี จังหวัดสุรินทร์ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) อยู่ในระดับมาก ($= 3.93$) และส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .060$) ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือของคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจบริการสามารถดำเนินต่อไปได้และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการจนทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ความน่าเชื่อถือของการบริการเป็นสิ่งที่สามารถรับประกันความไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อไปในทิศทางที่ดีจนทำให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันธุรกิจสำนักงานบัญชีมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบกิจการจึงควรเน้นการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เรื่องการบริการที่ถูกต้อง แม่นยำและครบถ้วน ให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและบริการเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในพนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงมีการควบคุมคุณภาพบริการให้มีมาตรฐานในทุก ๆ ครั้ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจจนเกิดเป็นความภักดีและกลายเป็นฐานผู้ใช้บริการที่มั่นคง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัษฐ จินดา (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงาน ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือของงานวิจัยนี้พิจารณาจากคุณภาพการให้บริการของพนักงานผู้พิการทางการได้ยินที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีคุณภาพการบริการ อย่างสม่ำเสมอเหมือนพนักงานปกติทั่วไป ซึ่งเป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภคอยู่แล้ว เนื่องจากร้านกาแฟ Café Amazon for Chance มีการฝึกอบรมอย่างดีทำให้มีคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอเหมือนพนักงานปกติทั่วไป จึงทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่นๆ ทั่วไป

2. ความมั่นใจ (Assurance) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ด้านความมั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับมาก ($= 3.93$) และส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($B = .423$) ทั้งนี้ผู้ให้บริการควรให้ความสนใจการติดต่อระหว่างบุคคล โดยตระหนักถึง

ทัศนคติที่ดีและมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการของพนักงาน การมีความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ ทำงานได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการให้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการของพนักงานต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัชร จินดา (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานด้านความมั่นใจไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้ความมั่นใจของงานวิจัยนี้พิจารณาจากความสามารถด้านการสื่อสาร รับคำสั่งซื้อ ทักษะและความชำนาญในการทำเครื่องดื่ม ซึ่งพนักงานผู้พิการทางการได้ยินทำได้ดีเป็นอย่างดี เนื่องจากร้านกาแฟ Café Amazon for Chance มีการฝึกอบรมเป็นอย่างดี ทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความแตกต่างจากร้านกาแฟอื่นๆ ทั่วไป

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) อยู่ในระดับมาก ($= 3.92$) และส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($B = .349$) อาจกล่าวได้ว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบอาคารสำนักงานให้มีความโดดเด่นและสังเกตได้ง่าย มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีเก้าอี้บริเวณรอรับบริการเพียงพอต่อความต้องการ มีป้ายบอกจุดให้บริการที่ชัดเจน นอกจากนั้นควรมีระบบงานที่ใช้สำหรับการให้บริการผู้ใช้บริการที่ทันสมัย มีความรวดเร็ว รวมถึงมีอุปกรณ์หรือเครื่องมือ เครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ในการให้บริการที่ทันสมัยอีกด้วย สถานที่ให้บริการนั้นสามารถอำนวยความสะดวกต่อการรับบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับรองผู้ใช้บริการที่มีความเหมาะสมและเพียงพอของสถานที่ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่นั่งรอ ห้องน้ำ รวมไปถึงจนถึงร้านอาหารที่ให้บริการจะต้องมีป้ายเด่นชัด ง่ายต่อการสังเกต รวมไปถึงป้ายบอกทางเข้าจอดรถยนต์ที่มีความชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ นอกจากสิ่งที่เป็นลักษณะทางกายภาพนั้นไม่ได้หมายถึงสิ่งที่จับต้องได้เพียงอย่างเดียว ยังรวมไปถึงพนักงานที่ให้บริการที่จะมีลักษณะการบริการที่ตรงใจของผู้ใช้บริการ ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ไม่จะเป็นการบริการที่พนักงานมีความใส่ใจต่อผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องร้องขอ อาทิ การเสนอที่จอดรถยนต์พิเศษให้กับคนชรา หรือสตรีมีครรภ์ เป็นต้น นอกจากนั้นอาจจะเป็นการเสนอข้อมูลสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัชร จินดา (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้เนื่องจากร้านกาแฟ Café Amazon for Chance มีการออกแบบบรรยากาศ เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงานที่แสดง

ออกมาทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพ เรียบร้อย รวมไปถึงจัดเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ภายในร้านสะอาดและถูกสุขอนามัย ค่อนข้างโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านกาแฟอื่นทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบและกลับมาใช้ซ้ำ เกิดเป็นความจงรักภักดี

4. ความใส่ใจ (empathy) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ความใส่ใจ (empathy) อยู่ในระดับมาก ($= 3.76$) และส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($B=.075$) ความใส่ใจไม่ว่าจะเป็นความใส่ใจของพนักงานหรือความใส่ใจขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งการบริการที่พนักงานมอบให้แก่ผู้ใช้บริการที่จะสามารถรับรู้ถึงความเข้าใจที่มีต่อการบริการ สิ่งที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน นั่นคือ การที่พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ นอกจากนั้นแล้วในงานของการบริการที่อาจมีการผิดพลาดในการบริการเกิดขึ้นได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากระบบบริการหรือจากตัวของพนักงาน ซึ่งไม่ว่าจะเป็นกรณีใด ๆ สถานที่ให้การบริการจะต้องแสดงถึงความรับผิดชอบอย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชพร จินดา (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงาน ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยิน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแล้วผู้บริโภคยังต้องการคุณภาพในสินค้าและบริการ ร้านกาแฟ Café Amazon for Chance ผู้บริโภคสามารถเพิ่ม/ลดรสชาติเครื่องดื่มได้ ซึ่งพนักงานเข้าใจ สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดความชื่นชอบ ฟังพอใจต่อการให้บริการของพนักงานส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี

5. การตอบสนอง (Responsiveness) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมาก ($= 3.83$) และส่งผลต่อความจงรักภักดี ในทิศทางบวก ในระดับสูงมาก เมื่อทดสอบแล้ว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($B=.018$) การมีความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้ ทำงานได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของสำนักงานบัญชี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการของพนักงานต่อไป การตอบสนองต่อการบริการควรเพิ่มการบริการก่อนและหลังการใช้บริการของผู้ใช้บริการ อาทิ การบริการคอลเซ็นเตอร์ (call center) ที่จะช่วยเพิ่มเติมการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้โดยตรง รวมไปถึงการบริการในสื่อออนไลน์ที่สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้ เป็นต้น เพื่อครอบคลุมทุก ๆ การตอบสนองต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการ การตอบสนองที่รวดเร็วต่อการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการที่สถานที่ให้บริการสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างครบถ้วน รวดเร็วต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจจะเป็นการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนั้นการตอบสนองต่อช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เพื่อรองรับต่อรูปแบบของการบริการ ไม่จะเป็นการบริการในรูปแบบของความหลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงินของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพร ดิสณีเวทย์

(2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟ ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า พบว่า คุณภาพบริการด้านตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวานในห้างสรรพสินค้า

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการเพิ่มเติม เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงความเป็นจริงมากขึ้นรวมทั้งเพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ๆที่อาจส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

2. ควรทำการศึกษาในประเด็นอื่นๆ เช่น ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบัญชี เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและความเข้าใจในการบริการ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เต็มใจให้บริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สำนักงานบัญชี

เอกสารอ้างอิง (References)

- ณัฐพร ดิสนิเวทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟ ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรัสสิญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และ สิญญาธร ขุนอ่อน, 2558. การวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม. *วารสารนักบริหารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*. 35(1), 66-70.
- สภาวิชาชีพนักบัญชี. (2565). คำถามที่พบบ่อย. สืบค้น 5 มกราคม 2565, จาก www.fap.or.th/images/column.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York, NY: Free Press.
- Bennett R. and Rundle-Thiele S. (2004). Customer Satisfaction should not be the only goal. *Journal of Marketing*. 6(8), 109-127.
- Kothandapani, V. (1971). *A psychological approach to the prediction of contraception behavior*. North Carolina: Population Center.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing management: The millennium*. (14th ed.) New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior*. 9th ed.
Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.

Tsai, M. T., Tsai, C. L., & Chang, H. C. (2010). The effect of customer value customer satisfaction and switching costs on customer loyalty: An empirical study of hypermarkets in Taiwan. *Social Behavior & Personality: An International Journal*. 38(6), 729-740.