

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดตากเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศที่กำลังเจริญเติบโต หลังจากกระแสการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 แแรงขึ้น จังหวัดตากจึงได้มีการเตรียมพร้อมในการประสานงานและความพร้อมในด้านต่างๆ เนื่องจากจังหวัดตากมีศักยภาพ การเป็นประตูสู่อาเซียน เพราะจังหวัดตากเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีเขตชายแดนที่สำคัญติดกับประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียน คือ ประเทศพม่า ดังนั้นจังหวัดตากจึงเหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนของกลุ่มธุรกิจทั้งสองพื้นที่นี้ได้เป็นอย่างดี (กรมอาเซียน กระทรวงต่างประเทศ, 2555)

ในปี 2557 จังหวัดตาก มีจำนวนสถานประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจำนวน 1,371 ราย โดยอำเภอที่มีสถานประกอบการมากที่สุด คือ อำเภอเมืองตาก รองลงมา คือ อำเภอแม่สอด และบ้านตาก ตามลำดับ(สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดตาก, 2557 ) วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพหนึ่งที่อยู่ใน 7 อาชีพมาตรฐานที่ได้รับรองให้สามารถไปทำงานตามประเทศต่างๆใน AEC ได้สำหรับบริษัทที่มีขนาดใหญ่มีทุนประกอบการสูงๆ อาจไม่มีปัญหาถ้าต้องนำทุนส่วนหนึ่งมาจ้างพนักงานบัญชีหรือเปิดจ้างฝ่ายบัญชีประจำของบริษัท แต่สำหรับบริษัทขนาดเล็กที่มีทุนประกอบการไม่มากนัก หรือมีความจำกัดด้านต่างๆ เช่น ปัญหาด้านบุคลากรและปัญหาทางด้านการเงินและปัญหาด้านสถานที่อาจจะไม่มีปัญหาทำให้ไม่สามารถเปิดจ้างฝ่ายบัญชีประจำของบริษัทได้ ประกอบกับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1196 กำหนดให้บริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้องทำบัญชีครั้งหนึ่งในรอบสิบสองเดือน และพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ได้กำหนดวุฒิการศึกษาของผู้ทำบัญชีของธุรกิจว่า ผู้ทำบัญชีต้องมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยหรือคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) หรือกระทรวงศึกษาธิการเทียบว่าไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชี (พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543)

ผลของการกำหนดคุณสมบัติของผู้ทำบัญชียุคนี้ทำให้จำนวนผู้ทำบัญชีให้แก่งานการได้มีจำนวนน้อยลงไปกว่าในอดีต ซึ่งส่งผลให้ค่าจ้างหรือเงินเดือนที่กิจการต้องจ่ายให้ผู้ทำบัญชีที่มีคุณสมบัตินี้สูงขึ้น แต่เนื่องจากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะพยายามลดค่าใช้จ่ายและจำนวนพนักงานลง การที่กิจการจะจ้างผู้ทำบัญชีที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนด เพื่อจัดทำบัญชีของตนให้มีคุณภาพโดยจ่ายค่าตอบแทนสูง จึงเป็นเรื่องที่กิจการไม่ค่อยอยากทำ ผู้ทำบัญชีที่ยอมรับค่าแรงที่น้อยก็มักไม่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสที่ดีของสำนักงานบัญชีที่จะเสนอบริการ ที่มีคุณภาพ และประหยัดค่าใช้จ่ายให้แก่ธุรกิจต่าง ๆ เมื่อเทียบกับการจ้างผู้ทำบัญชีเอง แต่เนื่องจากสำนักงานบัญชีในปัจจุบันมีอยู่มากมาย ทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ การแข่งขันระหว่าง

สำนักงานบัญชีจึงมีอยู่ค่อนข้างสูง ฉะนั้นการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีเพื่อให้บริการแก่ธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความต้องการใช้บริการจึงเป็นสิ่งจำเป็น ประกอบกับนิติบุคคลส่วนใหญ่ที่จดทะเบียนที่พาณิชย์จังหวัดเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งไม่สามารถจ้างผู้ทำบัญชีที่มีคุณภาพให้เข้ามาทำงานได้ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง นอกจากนี้ธุรกิจเหล่านี้ก็มีรายการบัญชีค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่คุ้มกับการจ้างนักบัญชีเข้ามาทำงาน ในขณะที่ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถจัดทำบัญชีได้เอง เพราะการจัดทำบัญชีจำเป็นต้องใช้ความชำนาญการในสาขาวิชาชีพ ทำให้การจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับธุรกิจ จึงเป็นโอกาสของสำนักงานบัญชีในจังหวัดตากที่จะนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บริการจัดทำบัญชี รับวางระบบบัญชี ตรวจสอบบัญชี ตรวจสอบภายใน รับจดทะเบียนนิติบุคคล ให้คำปรึกษาปัญหาทางบัญชีและภาษีอากร เป็นต้น จากงานวิจัยของ นางสาวสุพินดา ปัญญาธิ พบว่าผู้ประกอบการเลือกรูปแบบการใช้บริการสำนักงานบัญชีทั้ง 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) บริการด้านบัญชี, 2) บริการด้านภาษีอากร, 3) บริการด้านการตรวจสอบบัญชี, 4) บริการด้านโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป, 5) บริการด้านการอบรมทำบัญชีภาษีอากร, และ 6) บริการด้านกฎหมาย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการให้บริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดตากและจังหวัดใกล้เคียงให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจผู้ใช้บริการในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาในการใช้บริการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะของธุรกิจที่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก
4. เพื่อนำข้อเสนอแนะเสนอแก่สำนักงานบัญชีเพื่อพิจารณาปรับปรุงการให้บริการของสำนักงานบัญชี

## 1.3 สมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก โดยมีข้อสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ

## 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดแนวคิด ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

1. ตัวแปรอิสระ คือ ลูกค้า (Customer) ต้นทุน (Cost) ความสะดวกสบาย (Convenience) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ปัจจัยร่วมอื่นๆ

2. ตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

**การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี** หมายถึง ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ในด้านลูกค้า ต้นทุน ความสะดวกสบาย การติดต่อสื่อสาร และปัจจัยร่วมอื่นๆ

**การจัดทำบัญชี** หมายถึง การจัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี (พ.ศ. 2543)

**ธุรกิจ** หมายถึง สถานประกอบการได้แก่ บริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย ในที่นี้จะศึกษาเฉพาะที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

**พนักงานบัญชี** หมายถึง บุคคลทั่วไปที่ทำหน้าที่ในการจัดทำบัญชีในบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย ในที่นี้จะศึกษาเฉพาะที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

**ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี** หมายถึง อุปสรรคที่ผู้บริโภคพบเมื่อใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

**ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี** หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคเห็นว่าควรปรับปรุงการให้บริการจัดทำบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

**บริการอื่นของสำนักงานบัญชี** หมายถึง บริการที่ผู้บริโภคต้องการนอกเหนือจากจัดทำบัญชี เช่น การวางแผนระบบบัญชี การปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี การตรวจสอบบัญชี การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ เป็นต้น

จากงานวิจัยของนางสาวสุพินดา ปัญญาธิ (2556) ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเลือกรูปแบบการใช้ประโยชน์จากบริการสำนักงานบัญชีทั้ง 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) บริการด้านบัญชี, 2) บริการด้านภาษีอากร, 3) บริการด้านการตรวจสอบบัญชี, 4) บริการด้านโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป,

5) บริการด้านการอบรมทำบัญชีภาษีอากร, และ 6) บริการด้านกฎหมาย แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบย่อยของการบริการด้านกฎหมายซึ่งก็คือ บริการด้านคดีความแพ่ง และบริการว่าความคดีอาญานั้น ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะไม่เลือกรูปแบบการรับบริการด้านย่อยนี้ สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับบริการสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในระดับการได้รับประโยชน์สูงสุดคือบริการด้านการบัญชี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชี สำหรับความแตกต่างของขนาดธุรกิจซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีนั้น เมื่อคณะผู้วิจัยได้ศึกษาถึงจำนวนของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก แล้วปรากฏว่า ขนาดธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงไม่ศึกษาถึงความแตกต่างของขนาดธุรกิจ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีหรือไม่ โดยจะทำการศึกษาในภาพรวมของบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบของงานวิจัยดังนี้

คณะผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยในอดีต ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ เพื่อกำหนดกรอบงานวิจัยและสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยพิจารณาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ดังนี้

ทฤษฎีของ S – R Theory กล่าวว่า ในการตัดสินใจของผู้บริโภคสำหรับการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจะต้องเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ซึ่งสิ่งกระตุ้นทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขายสิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

แต่เนื่องจากแนวคิดของฟิลิปคอตเลอร์ ในงานเขียนเรื่อง กรอบ 4P ประกอบด้วย Product (ผลิตภัณฑ์), Price (ราคา), Place (การจัดจำหน่าย), Promotion (การส่งเสริมการตลาด) ได้กล่าวไว้ว่า กรอบความคิด 4P เป็นการใช้มุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ขาย ไม่ใช่มุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ซื้อ หากต้องการมองโดยใช้มุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ซื้อ ต้องมองโดยผ่านหลัก 4C ได้แก่ ด้านลูกค้า (Customer), ต้นทุน (Cost), ความสะดวกสบาย (Convenience) และการติดต่อสื่อสาร (Communication)

จากทฤษฎีและแนวความคิดดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดโดยใช้มุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ซื้อ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ซึ่งคณะผู้วิจัยได้รวบรวมปัจจัยต่างๆ จากผลงานวิจัยในอดีต ทฤษฎีและแนวความคิดต่างๆ ได้ 23 ปัจจัยและนำมาจัดรวมกันเป็นกลุ่ม ตามมุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ซื้อ (4P) สามารถจัดกลุ่มได้ดังนี้

### ลูกค้า (Customer)

1. ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ
2. ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงานบัญชี
3. การให้คำปรึกษาที่ถูกต้องและเหมาะสม
4. การเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้
5. การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี
6. การให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี
7. เสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง

### ต้นทุน (Cost)

8. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม
9. มีการให้บริการที่ครบวงจร
10. ความสามารถของพนักงานในการจัดทำบัญชี
11. อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
12. การบริการหลังจากปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง

### ความสะดวกสบาย (Convenience)

13. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน
14. สถานที่จอดรถมีเพียงพอ
15. ความสะดวกสบายในการเดินทาง
16. สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ ได้ตลอดเวลา

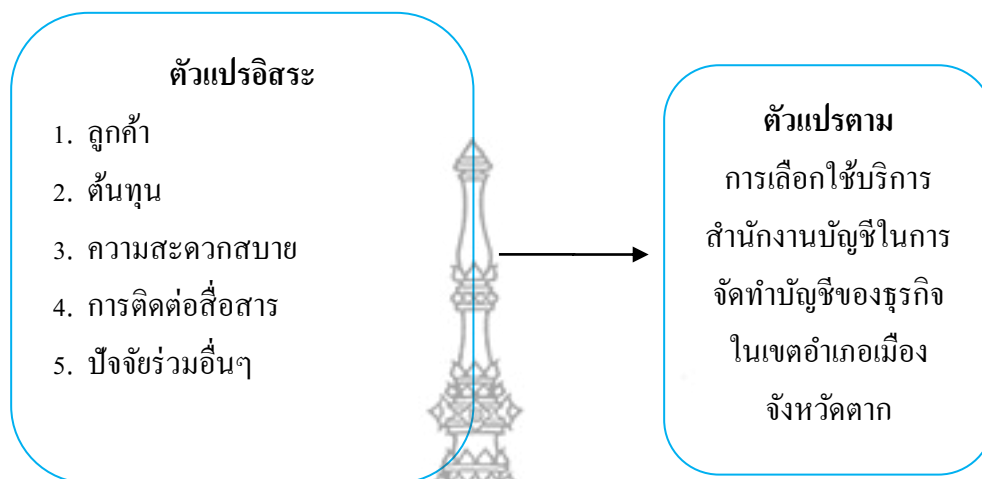
### การติดต่อสื่อสาร (Communication)

17. ใช้ถ้อยคำสุภาพ เรียบร้อย
18. มีความสามารถในการสื่อความหมายให้เข้าใจง่ายได้อย่างชัดเจนและไม่กำกวม
19. มีอัธยาศัยที่ดี

### ปัจจัยร่วมอื่นๆ

20. ความมีชื่อเสียงและประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี
21. ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี
22. จำนวนผู้ให้บริการฯ มีเพียงพอ
23. มีการให้บริการที่แตกต่างจากสำนักงานบัญชีอื่น

ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบของงานวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อสิ้นสุดงานวิจัยนี้แล้ว จะทำให้ทราบถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซึ่งจะมีประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานบัญชีได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชี
2. นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการให้บริการของสำนักงานบัญชีเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

## 1.6 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในจังหวัดตาก ได้แก่ บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดตากที่จดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ จำนวน 270 ราย ประกอบด้วยบริษัทจำกัด จำนวน 51 ราย และห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 219 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดตาก, 2557) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 161 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากหนังสือเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

## 1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

คำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

**การบริการ (Services)** เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 ลักษณะคือ (พรหมินทร์ รัตนธัญ , 2538 : 5 )

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง



## บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก โดยในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงผลการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาซึ่งมีทฤษฎีและแนวคิดดังนี้

### 2.1 ทฤษฎีและแนวคิด

#### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) คอลแลต และแบลคเวลล์ (Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แองเจิล คอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม



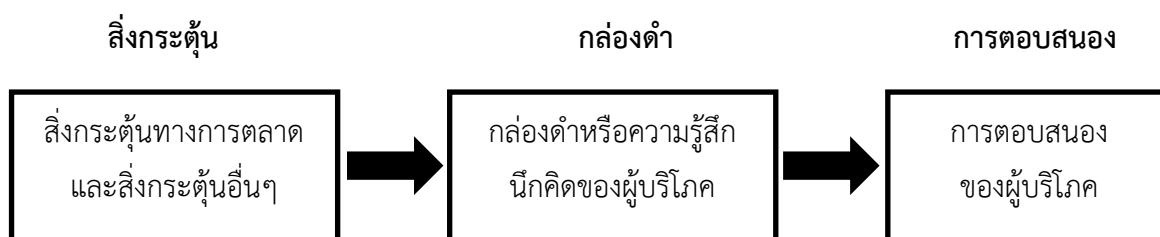
คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ซึ่งประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่บริโภคอาหารชีววิถี ซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ของอาหารชีววิถี
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร เช่น ต้องการรักษาสุขภาพ บริโภคตามญาติหรือเพื่อน ๆ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?) บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?) โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันหยุดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ร้านสะดวกซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

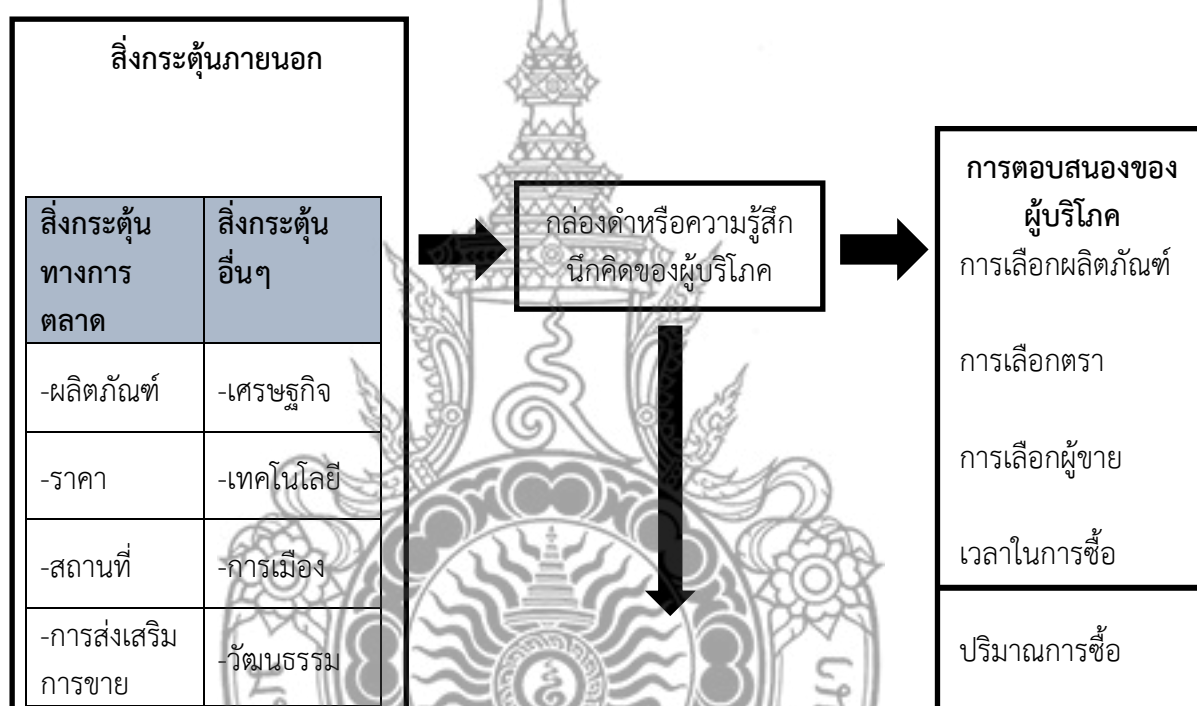
### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) เป็นโมเดลที่ศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ทำให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ (การบริหารการตลาดยุคใหม่, ศิริวรรณ, เสรีรัตน์, 2539, หน้า 110 – 112)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S – R Theory ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างน้อย หรือ S – R Theory

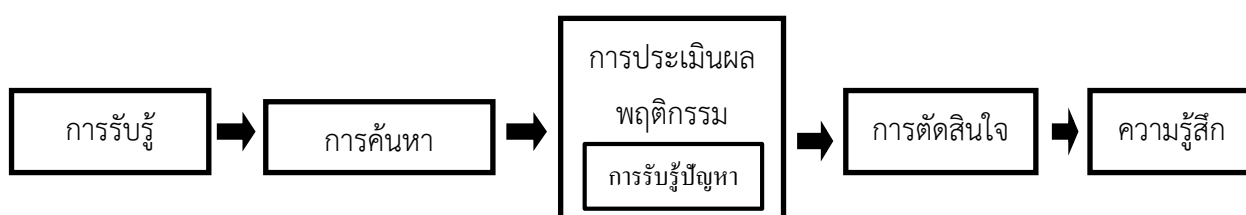


ลักษณะของผู้บริโภค	ลักษณะการตัดสินใจของผู้บริโภค
ปัจจัยทางวัฒนธรรม	การรับรู้ปัญหา
ปัจจัยทางสังคม	การค้นหาข้อมูล
ปัจจัยส่วนบุคคล	การประเมินผลพฤติกรรม
ปัจจัยทางจิตวิทยา	การตัดสินใจซื้อ
	ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ภาพที่ 3 แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค

## S -R Theory มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

- 1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือเหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นจากร่างกายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ
  - 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการ (Service Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย
    - ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่นคุณภาพของการบริการ รูปแบบของงานบริการต่างๆ ความสามารถของผู้ให้บริการ เป็นต้น
    - ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น อัตราค่าธรรมเนียมของงานบริการ เป็นต้น
    - ค. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution Place) เช่นทำเลที่ตั้งของสถานบริการ สถานที่จอดรถ เป็นต้น
    - ง. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ
  - 1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งทางผู้ผลิตหรือผู้ขายควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่
    - ก. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศโดยทั่วไปรายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล
    - ข. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น
    - ค. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political)
    - ง. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)
- 2) กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
  - 2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล เป็นต้น
  - 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคมจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่มีผู้ประกอบการสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้นจะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองการซื้อนั้น

- 3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้
- ก. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
  - ข. การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
  - ค. การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
  - ง. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
  - จ. การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

พฤติกรรมผู้บริโภคและการจูงใจ (พิชญ จงสถิตวัฒนา, 2544, หน้า 54-61) การเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ ต้องวิเคราะห์วิจัยเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้คือ

- ใครคือผู้ซื้อ
- ซื้ออะไร
- ทำไมจึงซื้อ
- ใครเกี่ยวข้องกับซื้อ
- ซื้ออย่างไร
- ซื้อเมื่อไร
- และซื้อที่ไหน

นักการตลาด ต้องการรู้ต่อไปว่า ผู้บริโภคตอบสนองการกระตุ้นเร้าทางการตลาดต่างๆ อย่างไร บริษัทที่สามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบสนองต่อข้อเสนอทางด้านผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงราคา การโฆษณา และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ จะมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้นนักธุรกิจ และนักวิจัยต่างก็พยายามทำการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการกระตุ้นเร้าต่างๆ นักการตลาดและนักวิจัยต่างก็เห็นความสำคัญของการวิเคราะห์และวิจัยถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อการกำหนดนโยบายการตลาด เช่นนโยบายผลิตภัณฑ์ นโยบายการโฆษณา นโยบายการตั้งราคา และนโยบายการขาย

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์และวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า ใครเป็นลูกค้า ความต้องการของลูกค้าคืออะไร ซื้ออย่างไร ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างไร และปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ประเภทนี้ตามปกติแล้วมีประโยชน์จำกัด เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่ก็สามารถทำให้รู้กว้างๆ เกี่ยวกับผู้บริโภคมากขึ้น การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ต้องอาศัยวิชาแขนงอื่นมาประกอบการพิจารณา เช่นสังคมวิทยา จิตวิทยา และมนุษยวิทยา เป็นต้น

สาเหตุหรือข้อจูงใจในการซื้อ สามารถแบ่งได้เป็น 2 หัวข้อใหญ่ๆ

1. ข้อจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional Motives)
  - 1.1 การบำบัดความต้องการของประสาททั้ง 5
  - 1.2 ความกลัว
  - 1.3 การพักผ่อนและพักผ่อน
  - 1.4 ความปรารถนาในด้านศักดิ์ศรี เกียรติคุณ
2. ข้อจูงใจด้านเหตุผล (Economic Motives)
  - 2.1 ความสะดวกสบายในการใช้
  - 2.2 ประสิทธิภาพ
  - 2.3 ความเชื่อถือในคุณภาพ
  - 2.4 ความทนทาน
  - 2.5 ความประหยัดในการใช้

### 2.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2541, หน้า 84 - 85) คำว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” หรือ 4P’s เป็นคำที่แสดงให้เห็นถึงการรวมองค์ประกอบต่างๆ เข้าไปในข้อเสนอทางการขายทางการตลาด ซึ่งเป็นวิถีทางของการจัดตัวแปรต่างๆ ที่บริษัทควบคุมได้เพื่อก่ออิทธิพลโดยตรงต่อรายการติดต่อซื้อขายซึ่งเกิดขึ้นในตลาด

ศาสตราจารย์ E. Jerome McCarthy ได้แนะนำการแบ่งตัวแปรต่างๆ ออกเป็น 4 จำพวก เรียกว่า 4P’s ดังนี้

- ก. ผลิตภัณฑ์ (Product)
- ข. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- ค. การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- ง. ราคา (Price)

### กรอบความคิด 4P (ฟิลิปคอตเลอร์, 2542, หน้า 179)

กรอบความคิด 4P เป็นการใช้มุมมองเกี่ยวกับตลาดของผู้ขาย ไม่ใช่มุมมองของผู้ซื้อผู้ซื้อนั้น เมื่อพิจารณาข้อเสนอแล้ว อาจไม่ได้มองข้อเสนอดังกล่าวในแบบเดียวกับผู้ขายก็ได้ตั้งนั้น เมื่อมองจากมุมมองผู้ซื้อ โดยมองผ่านหลัก 4C น่าจะอธิบายหลัก 4P ได้ดีขึ้น ดังต่อไปนี้

#### 4Ps

Product (ผลิตภัณฑ์)

Price (ราคา)

Place (การจัดจำหน่าย)

Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

#### 4Cs

Customer Value (คุณค่าผู้บริโภค)

Cost to the Customer (ต้นทุนต่อผู้บริโภค)

Convenience (ความสะดวกสบาย)

Communication (การสื่อสาร)

### 2.1.3 แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (ศิริวรรณเสรีวัฒน์, 2539, หน้า 288 - 293) คำว่า บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า โดยมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้

- 1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึองได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับ คุณภาพและประโยชน์จากงานบริการที่จะได้รับ และผู้ให้บริการต้องสร้างความเชื่อมั่น และพยายามจัดหาสิ่งต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้นได้แก่

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ก็คือชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการ ให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับ บริการ ที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

- 2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการ บริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่ง รายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายงานบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่อง ของเวลา

- 3) ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็น ใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ และอย่างไร สำหรับผู้ขายบริการต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

3.3 การมีมาตรฐานในกระบวนการการให้บริการที่มีสมรรถนะตลอดทั่วทั้งองค์กร

4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

### กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการคือ

1) ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) งานตลาดของผู้ขายบริการจะต้องให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง แต่เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ

- 1) การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่นความสะดวกสบาย ความถูกต้องความรวดเร็ว เป็นต้น
- 2) ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Package) ซึ่งได้แก่บริการที่มีเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งโดยตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ โดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยใช้เครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

1.4 ด้านนวัตกรรม (Innovative Quality) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มรรควรรวมคิดริเริ่มแตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป

2)คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการ ดังต่อไปนี้

- 1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม อันส่งผลถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
  - 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
  - 3) ความสามารถ (Competence) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลากรที่มีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน
  - 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลากรที่มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรณญาณ
  - 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) สำนักงานและบุคลากรที่ให้บริการ ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
  - 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความถูกต้องและสม่ำเสมอ
  - 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลากรที่ให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
  - 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ เช่น การเก็บข้อมูลได้เป็นความลับ
  - 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจและรู้จักบริการนั้น จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้
  - 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) สำนักงานที่ให้บริการต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว
3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity) สามารถเพิ่มได้ ดังนี้
- 1) พนักงานทำงานมากขึ้น มีความชำนาญเพิ่มขึ้น
  - 2) เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วน
  - 3) นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการนำเสนอบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรมมากขึ้น
  - 4) ให้บริการที่ไปลดการใช้บริการอื่นๆ
  - 5) ออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
  - 6) จูงใจให้ลูกค้าใช้แรงงานของเขาเองแทนแรงงานของบริษัท



## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นงลักษณ์ พัฒนบัณฑิต, ศุภิพร ตรียะประเสริฐพร และสมชายวงศ์ทรัพย์สิน (2542) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีของบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความแตกต่างของประเภทกลุ่มตัวอย่างว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีของบริษัท และห้างหุ้นส่วนจำกัดในเขตกรุงเทพมหานครจากภาพรวมของบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีที่มีความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ การให้คำปรึกษาเรื่องหลักการบัญชีและระบบบัญชี ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงาน และคุณภาพของการให้บริการส่วนการวิเคราะห์ในส่วนของความแตกต่างของประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชีหรือไม่ พบว่าความแตกต่างของขนาดธุรกิจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสำนักงานบัญชี ในขณะที่ความแตกต่างของประเภทธุรกิจ ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม ระยะเวลาในการดำเนินงาน และการมีบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารหรือตัดสินใจของธุรกิจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

นันทา ส่งสวัสดิ์ (2539) ได้ศึกษาถึงการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่นำมาศึกษาจากการกรอกแบบสอบถามผู้บริหารสำนักงานบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่มีลักษณะงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าด้านการจัดทำบัญชี และจัดทำรายงานงบการเงิน และจัดทำรายงานภาษีเงินได้มากกว่าด้านอื่น โดยการคิดค่าบริการลูกค้าตามขนาดของกิจการ (ทุนจดทะเบียน) มีการหาลูกค้าโดยให้ลูกค้าหรือบุคคลภายนอกแนะนำให้โดยมีค่าตอบแทน สำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ไม่มีโฆษณา โดยในส่วนที่มีการโฆษณาจะเลือกใช้สื่อประเภทป้ายคัดเอาท์มากกว่าด้านอื่น

การให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์รักษาลูกค้าของสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ ลำดับที่ 1 ได้แก่ การเน้นคุณภาพการให้บริการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องการถือเอาข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาอย่างดี ลำดับที่ 2 ได้แก่การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องการมีบริการพื้นฐานเป็นชุดหลากหลายครบวงจร เช่นรับจดทะเบียนจัดตั้ง รับทำบัญชี รายงานงบการเงิน ยื่นต่อกรมทะเบียนการค้าและกรมสรรพากร

พรหมมินทร์ ธรนิธย์ (2537) ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชีของบริษัท จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชีมีดังนี้ อันดับแรกคือ คุณภาพการให้บริการสอบบัญชี ได้แก่ การแก้ไขให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ผู้ให้บริการสอบบัญชีมีความรู้ความชำนาญ การให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการสอบบัญชี การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าได้เป็นอย่างดีการเสนอรายงานถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง และตรงต่อเวลา ลำดับที่ 2 คือ ประสิทธิภาพในการให้บริการการสอบบัญชี ได้แก่การมีเทคนิคในการสอบบัญชีที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด และลำดับที่ 3 คือการให้บริการที่มีความแตกต่างจากสำนักงานสอบบัญชีอื่นๆ ได้แก่การมีบริการเสริม เช่นสามารถให้คำปรึกษาทางภาษีอากร และการช่วยเหลือการวางระบบบัญชีได้ และการคิดค่าธรรมเนียมที่

เหมาะสม บริการเสริมด้านอื่นๆ ที่บริษัทจำกัดในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการจากผู้สอบบัญชีได้แก่การเป็นที่ปรึกษาทางภาษีอากร การปรับปรุงและออกแบบระบบบัญชี การตรวจสอบภายในและเป็นที่ปรึกษาทางบัญชี

ลักษณะสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทจำกัดในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการได้แก่ สามารถเป็นที่ปรึกษาทางด้านบัญชีและภาษี มีการศึกษาค่าธรรมเนียมที่เป็นมาตรฐาน มีเทคนิคในการตรวจสอบที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด มีการเสนอรายงานที่ถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง และมีสถานที่ตั้งสำนักงานที่สะดวกในการติดต่อ

ข้อเสนอแนะสำนักงานสอบบัญชีควรมีการให้บริการเสริมทางด้านอื่นๆ เช่นการช่วยวางแผนทางภาษีอากร ปรับปรุงและออกแบบระบบบัญชี จะต้องเน้นในเรื่องของคุณภาพของการให้บริการ เช่นจะต้องสามารถแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วหรือทีมงานหรือผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความชำนาญในการสอบบัญชี และควรต้องจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่จะบริการต่อลูกค้า

วิชุดา นาคเถื่อน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ”ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี” เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ในด้านสินค้าและบริการด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพจำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจจำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจ และจำนวนพนักงานบัญชี ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่ายได้ กลุ่มตัวอย่าง 390 องค์กร เครื่องมือที่ใช้ ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t - test, F - test และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Schaffer's Method) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ ด้านกายภาพ ด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการโดยรวมกิจการที่มีรูปแบบของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจและจำนวนพนักงานบัญชีต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กิจการที่มีรูปแบบของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และระยะเวลาดำเนินธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นด้านสินค้าและบริการแตกต่างกัน

สมหวัง ศุภโชคชัยวัฒนา,นิทัศน์ เหมรักษ์และพรสวรรค์ เรื่องสุขอุดม (2540)ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทจดทะเบียนและรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทจดทะเบียนและรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในภาพรวมเรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้

- 1) คุณภาพงานสอบบัญชีและการให้คำปรึกษาอื่นนอกเหนือจากงานสอบบัญชี
- 2) ความมีชื่อเสียงของสำนักงานสอบบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
- 3) ความสามารถและความเชี่ยวชาญของทีมงานสอบบัญชี
- 4) ขนาดและที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชี
- 5) การเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของบริษัทแม่ หรือผู้ถือหุ้นหลัก
- 6) ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีต่ำ

สามล เชียงฉิน (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสำนักงานและศึกษาถึงปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ ซึ่งดำเนินการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ สนวนใหญ่เป้นเพศชาย มีอายุ 36-45 ปี เป้นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป้นกรรมการผู้จัดการ/หุ้นสวณผู้จัดการ ประกอบธุรกิจบริการ มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 5-10 ปี โดยมีทุนจดทะเบียน 2,000,001-5,000,000 บาท มีผู้รับผิดชอบด้านบัญชีต่ำกว่า 5 คนสวณใหญ่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีทางด้านบัญชี และใช้บริการสำนักงานบัญชีที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจประกอบด้วยปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลากร กระบวนการ และกายภาพ จากผลการวิเคราะห์พบว่าอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยด้านกระบวนการมีระดับความสำคัญสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ขณะที่ปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 สนวนพฤติกรรมเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใช้บริการของสำนักงานบัญชี และในหัวข้ออื่นๆ กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใช้บริการด้านภาษี และหาผู้ตรวจสอบบัญชี ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของสำนักงานการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีผลการวิเคราะห์พบว่าอยู่ในระดับมาก คือกลุ่มตัวอย่างเลือกให้ความสำคัญในเรื่อง ความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน การเก็บรักษาความลับของลูกค้า การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น การติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชี และค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป สนวนระดับความสำคัญปานกลางคือ การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น

อันธิกา สังข์เกื้อ(2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแรงจูงใจมาจากในปัจจุบันมีการจดทะเบียนบริษัทจำกัดเพิ่มจำนวนขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งบริษัทต่างๆ ทั้งจดทะเบียนจัดตั้งมานานและจดทะเบียนจัดตั้งใหม่ต้องจัดทำงบการเงินและจำเป็นต้องใช้บริการการแสดงความเห็นต่องบการเงินจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ส่งผลให้ สำนักงานสอบบัญชีที่มีจำนวน

มากเช่นกันต่างต้องทำการแข่งขันกันเพื่อให้ ได้งานสอบบัญชีของบริษัทเหล่านั้นทำให้บริษัทต่างๆก็มี สิทธิเลือกใช้ บริการจากสำนักงานสอบบัญชีที่หลากหลายได้ มากขึ้น อีกทั้งสภาวิชาชีพบัญชีได้มีการ ประกาศใช้ แม่บทการบัญชีและมาตรฐานการบัญชีที่มีการปรับปรุงพ.ศ.2552 โดยส่วนใหญ่มีเนื้อหา การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจากฉบับเดิม และหมายรวมถึงมาตรฐานการบัญชีที่ประกาศใช้ใหม่ ซึ่ง กำหนดให้ บริษัทมหาชนจำกัดถือปฏิบัติงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มใช้ หรือหลัง วันที่ 1 มกราคม 2554 แต่สภาวิชาชีพบัญชีได้ออกประกาศสภาวิชาชีพฉบับที่ 21/2550เพื่อยกเว้น การบังคับใช้ มาตรฐานการบัญชีกับธุรกิจที่ไม่ใช่บริษัทมหาชนจำกัด จึงทำให้บริษัทจำกัดต้องจัดทำ บัญชีตามมาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้วิจัยจึงได้ ศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับ การเลือกใช้ บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัทจำกัด จากการเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถาม นั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ สำนักงานสอบบัญชีมากที่สุด 4 อันดับได้แก่ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับผู้สอบ บัญชี ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันของสำนักงานสอบบัญชีและบริษัทปัจจัยด้านการพัฒนาความรู้ ของผู้สอบบัญชีและปัจจัยด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ดังนั้นสำนักงานสอบบัญชี จึงควรพัฒนาปรับปรุง และนำไปใช้ ประโยชน์เพื่อสร้างความได้ เปรียบในการแข่งขันต่อไป



### บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกล่าวถึงกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ส่วนที่ 2 เป็นการพัฒนาสมมติฐานการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน และในส่วนท้ายกล่าวถึงขั้นตอนการวิจัยการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตาก

#### 3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตาก ได้แก่บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดตากที่จดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์จังหวัด จำนวน 270 ราย ประกอบด้วยบริษัทจำกัด จำนวน 51 ราย และห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 219 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดตาก, 2557) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 161 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยเปิดตาราง Krejcie & Morgan สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้ (ปาจรีย์ ผลประเสริฐ; 2551; หน้า 78)

$$n = N / 1 + Ne^2$$

โดยที่ n คือขนาดตัวอย่าง (Sample Size)

N คือ ขนาดประชากรทั้งหมด (Population)

E คือ ความคลาดเคลื่อน (Error)

จะได้  $n = 270 / 1 + 270 * (0.05)^2$

$$n = 161.19 \text{ คน}$$

กำหนดค่าความเชื่อมั่น (Confident Interval) 95% และความคลาดเคลื่อน (Error) 5 % คำนวณหาขนาดตัวอย่างได้น้อย 161 ราย โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งทำโดยการจับฉลากจากสมุดบันทึกรายชื่อบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตาก และทำการสอบถามธุรกิจในพื้นที่เบื้องต้น เพื่อให้ได้ตัวอย่างเฉพาะธุรกิจที่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนในแต่ละประเภทดังนี้ บริษัทจำกัดจำนวน 43 ตัวอย่าง และห้างหุ้นส่วนจำนวน 118 ตัวอย่าง โดยจะคัดเลือกเฉพาะผู้มีอำนาจในการตัดสินใจตัวอย่างละ 1 ราย เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม

## 3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีและผู้ที่เป็นเจ้าของสำนักงานบัญชีจำนวน 161 ตัวอย่าง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากหนังสือเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

## 3.3 ตัวแปรและการวัดค่า

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย จะแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1. ลูกค้า
2. ต้นทุน
3. ความสะดวกสบาย
4. การติดต่อสื่อสาร
5. ปัจจัยรวมอื่นๆ

3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตามสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

## 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน (รวมทั้งหมด 24 ข้อ)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

สำหรับลักษณะคำถามของแบบสอบถามในส่วนที่วัดความสำคัญ ความต้องการ และปัญหาที่พบ มีคำตอบให้เลือก 4 ระดับคือ มากที่สุด มาก น้อย และไม่มี โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ / ความต้องการ / ปัญหาที่พบ	คะแนน
มากที่สุด	4
มาก	3
น้อย	2
ไม่มี	1

หลังจากนั้นกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 4 ระดับ โดยใช้สูตรภาคชั้น (บุญเรียง ,2536:12 - 14) ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความสำคัญ / ความต้องการ / ปัญหาที่พบ
3.25 - 4.00	มากที่สุด
2.50 - 3.24	มาก
1.75 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.74	ไม่มี

### วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ดูตัวอย่างตำราและผลงานวิจัยในอดีต แล้วสร้างแบบสอบถาม 1 ชุด
  2. นำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนการใช้ (alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) พร้อมทั้งปรับปรุงข้อผิดพลาดเพื่อที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป
- ผลการทดสอบเครื่องมือของแบบสอบถามในส่วนที่วัดปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการฯ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.751

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยจำแนกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### 1) สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ (Cronbach, 1990 : 204)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

กำหนดให้	$\alpha$	=	สัมประสิทธิ์แห่งความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K	=	จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม
	$S_i^2$	=	ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ
	$S_x^2$	=	ความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม

สูตรหาความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม

$$S_x^2 = \frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}$$

กำหนดให้	$S_x^2$	=	ความแปรปรวนของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม
	n	=	จำนวนที่ตอบแบบสอบถาม
	x	=	คะแนนของแต่ละคน
	$x^2$	=	กำลังสองของคะแนนของแต่ละคน

## 2) สถิติบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล (Descriptive Statistics)

การอธิบายลักษณะต่างๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง (Table) ร้อยละ (Percentage) แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

## 3) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ได้แก่ ปัจจัยด้านลูกค้า ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยร่วมอื่นๆ โดยใช้ Binary Logistic Regression



## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยแบ่งผลการวิจัย ออกเป็น 3 ตอนดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	65	40.37
หญิง	96	59.63
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59.63 และเพศชายร้อยละ 40.37

**ตารางที่ 2** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	20	12.42
25-35 ปี	57	35.40
36-40 ปี	33	20.50
41-50 ปี	36	22.36
มากกว่า 50 ปี	15	9.32
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 25-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.36 อายุระหว่าง 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.42 และอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.32 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	11	6.83
ปวช.,ปวส.	26	16.15
ปริญญาตรี	109	67.70
สูงกว่าปริญญาตรี	15	9.32
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.70 รองลงมาคือ ปวช, ปวส คิดเป็นร้อยละ 16.15 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.32 และระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.83 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ	75	46.58
ผู้จัดการทั่วไป	39	24.22
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	10	6.21
สมุหบัญชี	28	17.39
อื่นๆ	9	5.60
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.58 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.22 สมุหบัญชี คิดเป็นร้อยละ 17.39 ผู้จัดการฝ่ายบัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.21 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรม	23	14.28
พาณิชย์กรรม	41	25.47
ธุรกิจบริการ	83	51.55
อื่นๆ	14	8.70
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ลักษณะของธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.55 รองลงมาคือ พาณิชยกรรม คิดเป็นร้อยละ 25.47 อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.28 และอื่นๆ ได้แก่ ปิมน้ำมัน รับเหมาก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	26	16.15
2-5 ปี	41	25.47
6-10 ปี	57	35.40
มากกว่า 10 ปี	37	22.98
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทำงานเป็นระยะเวลาระหว่าง 6-10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ ระหว่าง 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.47 มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.98 และน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.15 ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินลงทุนจดทะเบียนของกิจการ

เงินลงทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,001 บาท	22	13.66
1,000,001 – 2,000,000 บาท	86	53.42
2,000,001 – 5,000,000 บาท	31	19.25
5,000,001 – 10,000,000 บาท	9	5.59
มากกว่า 10,000,000 บาท	13	8.08
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กิจการของกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินลงทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 2,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.42 รองลงมาคือ ระหว่าง 2,000,001 – 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.25 ต่ำกว่า 1,000,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.66 มากกว่า 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.08 และระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.59 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนพนักงานทุกฝ่ายของกิจการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	81	50.31
10-20 คน	67	41.61
21-50 คน	12	7.45
51-100 คน	1	0.63
มากกว่า 100 คน	0	0
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กิจการของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงานทุกฝ่ายน้อยกว่า 10 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.31 รองลงมาคือ ระหว่าง 10-20 คน คิดเป็นร้อยละ 41.61 ระหว่าง 21-50 คน คิดเป็นร้อยละ 7.45 ระหว่าง 51-100 คน คิดเป็นร้อยละ 0.63 มากกว่า 100 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกจำนวนพนักงานบัญชี

จำนวนพนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
มี	124	77.02
1 คน	58	46.77
2 คน	44	35.48
3 คน	20	16.13
4 คน	2	1.62
ไม่มี	37	22.98

จากตารางที่ 9 พบว่า กิจการของกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 77.02 และไม่มีพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 22.98 โดยกิจการที่มีพนักงานบัญชี จะมีพนักงานบัญชีจำนวน 1 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.77 รองลงมาคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 35.48 3 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.62 ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษาทางบัญชีของพนักงานบัญชี

จำนวนและวุฒิการศึกษาของพนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีวุฒิการศึกษาทางบัญชี	9	5.59
จำนวน 1 คน	7	4.35
2 คน	1	0.62
3 คน	1	0.62
ปวช., ปวส. ทางบัญชี	55	34.16
จำนวน 1 คน	24	14.91
2 คน	18	11.17
3 คน	6	3.73
4 คน	6	3.73
5 คน	1	0.62
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าทางบัญชี	60	37.27
จำนวน 1 คน	48	29.82
2 คน	6	3.73
3 คน	4	2.48
4 คน	1	0.62
5 คน	1	0.62

หมายเหตุ : คิดเฉพาะวุฒิการศึกษาสูงสุดทางบัญชีของพนักงานบัญชี

จากตารางที่ 10 พบว่า สถานประกอบการ มีพนักงานบัญชีที่มีวุฒิการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่าทางบัญชี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.27 รองลงมาคือ วุฒิการศึกษาปวช., ปวส.ทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 34.16 และไม่มีวุฒิการศึกษาทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 5.59 ตามลำดับ

โดยสถานประกอบการ มีพนักงานบัญชีที่ไม่มีวุฒิการศึกษาทางบัญชี จำนวน 1 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.35 รองลงมาคือ 2 และ 3 คน เป็นจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.62 ตามลำดับ สถานประกอบการ มีพนักงานบัญชีวุฒิการศึกษา ปวช., ปวส ทางบัญชีจำนวน 1 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.91 รองลงมาคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 3 คนและ 4 คน เป็นจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.73 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

และสถานประกอบการมีพนักงานบัญชีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าทางบัญชี จำนวน 1 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.82 รองลงมาคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.73 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.48 4 คน และ 5 คน เป็นจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

**ตารางที่ 11** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาระที่พนักงานบัญชีได้รับมอบหมาย

มอบหมายให้พนักงานบัญชีจัดทำบัญชี*	จำนวน	ร้อยละ
รวบรวมเอกสารทางบัญชี	110	68.32
ตรวจสอบเอกสาร	80	49.68
จัดทำสมุดรายวันขั้นต้น	76	47.20
จัดทำบัญชีแยกประเภททั่วไป/ประเภทย่อย	84	52.17
จัดทำงบทดลอง	51	31.67
จัดทำงบการเงิน	49	30.43
อื่นๆ	10	6.21

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า สถานประกอบการมอบหมายให้พนักงานบัญชีรวบรวมเอกสารทางบัญชีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.32 รองลงมาคือ จัดทำบัญชีแยกประเภททั่วไป/ประเภทย่อย คิดเป็นร้อยละ 52.17 ตรวจสอบเอกสาร คิดเป็นร้อยละ 49.68 จัดทำสมุดรายวันขั้นต้น คิดเป็นร้อยละ 47.20 จัดทำงบทดลอง คิดเป็นร้อยละ 31.67 จัดทำงบการเงิน คิดเป็นร้อยละ 30.43 และอื่นๆ ได้แก่ ทำภาษี สรุปรายข้อมูลทางการเงิน คิดเป็นร้อยละ 6.21 ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

สาเหตุที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี*	จำนวน	ร้อยละ
ขาดความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี	11	6.83
ความสะดวกรวดเร็วและตรงต่อเวลา	27	16.77
ประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการว่าจ้างพนักงานบัญชี	5	3.11
บุคลากรทางด้านบัญชีที่หายาก	3	1.86
รายงานทางการเงินที่ถูกต้อง	29	18.01
สามารถเก็บข้อมูลเป็นความลับได้	12	7.45

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า สาเหตุที่สถานประกอบการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือ ต้องการรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 18.01 รองลงมา คือ ความสะดวกรวดเร็วและตรงต่อเวลา คิดเป็นร้อยละ 16.77 ขาดความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.83

สามารถเก็บข้อมูลเป็นความลับได้ คิดเป็นร้อยละ 7.45 ประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการว่าจ้างพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 3.11 และบุคลากรทางด้านบัญชีหายาก คิดเป็นร้อยละ 1.86 ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

**ตารางที่ 13** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ	118	73.29
ผู้จัดการทั่วไป	27	16.77
ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วน	10	6.21
อื่นๆ	6	3.73
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของสถานประกอบการมากที่สุดคือ กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 73.29 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 16.77 ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 6.21 และอื่นๆ คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 3.73 ตามลำดับ

**ตารางที่ 14** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำข้อมูล

แหล่งข้อมูล*	จำนวน	ร้อยละ
จากคำบอกกล่าวของผู้อื่น	77	47.83
จากสื่อสิ่งพิมพ์	8	4.97
จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	58	36.02
จากการแนะนำของสำนักงานบัญชี	56	34.78
จากกิจการในเครือเดียวกันซึ่งอยู่ก่อนแล้ว	70	43.48
อื่นๆ	5	3.11

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือ จากคำบอกกล่าวของผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาคือ จากกิจการในเครือเดียวกันซึ่งอยู่ก่อนแล้ว คิดเป็นร้อยละ 43.48 จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 36.02 จากการแนะนำของสำนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 34.78 จากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 4.97 และอื่นๆ คือ จากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.11 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

การเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานบัญชีในจังหวัดตาก	73	45.34
สำนักงานบัญชีที่มีสาขามาเปิดบริการในจังหวัดตาก	12	7.45
สำนักงานบัญชีที่ไม่มีสถานประกอบการอยู่ในจังหวัดตาก	10	6.21
บุคคลธรรมดาที่รับทำบัญชี	57	35.40
อื่นๆ	9	5.6
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า สถานประกอบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในจังหวัดตาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.34 รองลงมาคือ บุคคลธรรมดาที่รับทำบัญชี คิดเป็นร้อยละ 35.40 สำนักงานบัญชีที่มีสถานประกอบการอยู่ในจังหวัดตาก คิดเป็นร้อยละ 7.45 สำนักงานบัญชีที่ไม่มีสถานประกอบการอยู่ในจังหวัดตาก คิดเป็นร้อยละ 6.21 และอื่นๆ คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 16** จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามชื่อสำนักงานบัญชีที่ใช้ในการจัดทำบัญชี

ชื่อสำนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานทวิปัญญการบัญชี	42	26.08
สำนักงานบัญชีจังหวัดตาก	59	36.65
สำนักงานสอบบัญชีไทย	18	11.18
สำนักงานตากรุกิจการบัญชี	3	1.86
สำนักงานบัญชีนครชุม	23	14.28
สำนักงานธารินทร์การบัญชีและภาษีอากร	11	6.83
อื่นๆ	5	3.12
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า สถานประกอบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีจังหวัดตากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.65 รองลงมาคือ สำนักงานทวิปัญญการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 26.08 และสำนักงานบัญชีนครชุม กำแพงเพชร คิดเป็นร้อยละ 14.28 สำนักงานธารินทร์การบัญชีและภาษีอากร คิดเป็นร้อยละ 6.83 และอื่นๆ ได้แก่ ทำเองครบวงจร



สำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพเป็นผู้ทำ คิดเป็นร้อยละ 3.12 สำนักงานตากธุรกิจการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 1.86 ตามลำดับ

**ตารางที่ 17** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการสำนักงานบัญชีการจัดทำบัญชีต่อไป

การใช้บริการสำนักงานบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
ใช่ต่อไป	112	69.57
ไม่ใช่ต่อไป	49	30.43
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า สถานประกอบการใช้บริการบัญชีในการจัดทำบัญชีต่อไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.57 และไม่ใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อไป คิดเป็นร้อยละ 30.43

**ตารางที่ 18** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุของการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีต่อไป

สาเหตุที่ใช้บริการต่อไป*	จำนวน	ร้อยละ
มีความรู้ความชำนาญ	39	24.22
มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา	30	18.63
สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินได้	27	16.77
มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเป็นกันเอง	11	6.83
สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการฯ	15	9.32
มีความน่าเชื่อถือ	17	10.56
ทำบัญชีถูกต้องทำให้กิจการไม่ต้องเสียเบี้ยปรับ	21	13.04
สามารถเก็บรักษาความลับได้	22	13.67
มีการให้บริการที่ครบวงจร	18	11.18
ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเหมาะสม	10	6.21
สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ	12	7.45
สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีสะดวกในการติดต่อ	23	14.29

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า สาเหตุที่สถานประกอบการใช้บริการสำนักงานในการจัดทำบัญชีต่อไปมากที่สุดคือ มีความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 24.22 รองลงมาคือ มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา คิดเป็นร้อยละ 18.63 สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินที่จัดทำได้ คิดเป็นร้อยละ 16.77 สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีสะดวกในการติดต่อ คิดเป็นร้อยละ

14.29 สามารถเก็บรักษาความลับได้คิดเป็นร้อยละ 13.67 ทำบัญชีถูกต้องทำให้กิจการไม่ต้องเสียเบี้ยปรับ คิดเป็นร้อยละ 13.04 มีการให้บริการที่ครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 11.18 มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 10.56 สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการฯ คิดเป็นร้อยละ 9.7 สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ คิดเป็นร้อยละ 9.32 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 7.45 ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 6.21 ตามลำดับ

**ตารางที่ 19** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ไม่ใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อไป

สาเหตุที่ไม่ใช้บริการต่อไป*	จำนวน	ร้อยละ
ขาดความรู้ความชำนาญ	20	12.42
ขาดความรับผิดชอบและตรงเวลา	31	19.25
ไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินที่จัดทำได้	19	11.80
ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและไม่มีความเป็นกันเอง	7	4.35
ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการฯ	21	13.04
ขาดความน่าเชื่อถือ	18	11.18
ทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ	22	13.66
ไม่สามารถเก็บรักษาความลับได้	1	0.62
มีการให้บริการไม่ครบวงจร	9	5.60
ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป	17	10.56
ไม่สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	19	11.80
สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อ	7	4.35
อื่นๆ	3	1.86

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่า สาเหตุที่สถานประกอบการไม่ใช้บริการสำนักงานในการจัดทำบัญชีต่อไปมากที่สุด คือ ขาดความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา คิดเป็นร้อยละ 19.25 รองลงมาคือ ทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ คิดเป็นร้อยละ 13.66 ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการฯ คิดเป็นร้อยละ 13.04 ขาดความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 12.42 ไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินที่จัดทำได้และไม่สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ ขาดความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 11.80 ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 10.56 มีการให้บริการไม่ครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 5.60 สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อและไม่มีความเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 4.35 คิดเป็นร้อยละ 4.35 และอื่นๆ คือ ไม่มีมารยาท คิดเป็นร้อยละ 1.86 ตามลำดับ

**ตารางที่ 20** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงาน บัญชีในการจัดทำบัญชี

ปัจจัยในการพิจารณา	ความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ		
	จำนวน/ร้อยละ					
<b>ลูกค้า</b>					3.54	มากที่สุด
1. ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ	110 (68.32)	51 (31.68)	- (-)	0 (-)	3.69	มากที่สุด
2. ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงานบัญชี	112 (69.57)	49 (30.43)	- (-)	0 (-)	3.70	มากที่สุด
3. การให้คำปรึกษาที่ถูกต้องและเหมาะสม	80 (49.69)	79 (49.07)	2 (1.24)	- (-)	3.48	มากที่สุด
4. การเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้	86 (53.42)	71 (44.10)	3 (1.86)	1 (0.62)	3.50	มากที่สุด
5. การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี	84 (52.17)	70 (43.48)	7 (4.35)	- (-)	3.48	มากที่สุด
6. การให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี	50 (31.06)	89 (55.28)	22 (13.66)	- (-)	3.17	มาก
7. เสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง	121 (75.16)	40 (24.84)	0 (-)	0 (-)	3.75	มากที่สุด
<b>ต้นทุน</b>					3.37	มากที่สุด
8. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม	98 (60.87)	57 (35.40)	4 (2.48)	2 (1.25)	3.56	มากที่สุด
9. มีการให้บริการที่ครบวงจร	101 (62.73)	46 (28.57)	11 (6.83)	3 (1.87)	3.52	มากที่สุด

ปัจจัยในการพิจารณา	ความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย	แปล ความ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ		
	จำนวน/ร้อยละ					
10. ความสามารถของพนักงานใน การจัดทำบัญชี	67 (41.61)	82 (50.93)	11 (6.83)	1 (0.63)	3.34	มาก ที่สุด
11. อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ	65 (40.37)	81 (50.31)	13 (8.07)	2 (1.24)	3.30	มาก ที่สุด
12. การบริการหลังจากปฏิบัติงาน เสร็จ สิ้นตามข้อตกลง	53 (32.92)	87 (54.04)	19 (11.80)	2 (1.24)	3.19	มาก
<b>ความสะดวกสบาย</b>					3.18	มาก
13. ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน	79 (49.07)	77 (47.83)	4 (2.48)	1 (0.62)	3.45	มาก ที่สุด
14. สถานที่จอดรถมีเพียงพอ	20 (12.42)	79 (49.07)	60 (37.27)	2 (1.24)	2.73	มาก
15. ความสะดวกในการ เดินทาง	75 (46.58)	71 (44.10)	9 (5.59)	6 (3.73)	3.31	มาก ที่สุด
16. สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการได้ตลอดเวลา	49 (30.43)	101 (62.73)	10 (6.22)	1 (0.62)	3.23	มาก
<b>การติดต่อสื่อสาร</b>					3.42	มาก ที่สุด
17. ใช้ถ้อยคำสุภาพ เรียบร้อย	47 (29.19)	88 (54.66)	21 (13.04)	5 (3.11)	3.10	มาก
18. มีความสามารถในการสื่อ ความหมายให้เข้าใจง่ายได้อย่าง ชัดเจนและไม่กำกวม	112 (69.57)	40 (24.84)	3 (1.86)	6 (3.73)	3.60	มาก ที่สุด
19. มีอัธยาศัยที่ดี	107 (66.46)	41 (25.47)	7 (4.35)	6 (3.72)	3.55	มาก ที่สุด

ปัจจัยในการพิจารณา	ความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย	แปล ความ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่สำคัญ		
ปัจจัยรวมอื่นๆ					3.36	มากที่สุด
20. ความมีชื่อเสียงและ ประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี	81 (50.31)	69 (42.86)	11 (6.83)	- (-)	3.43	มากที่สุด
21. ความน่าเชื่อถือของสำนักงาน บัญชี	84 (52.17)	67 (41.61)	6 (3.73)	4 (2.49)	3.43	มากที่สุด
22. จำนวนผู้ให้บริการฯมีเพียงพอ	86 (53.42)	70 (43.48)	2 (1.24)	3 (1.86)	3.48	มากที่สุด
23. มีการให้บริการที่แตกต่างจาก สำนักงานบัญชีอื่น	39 (24.22)	97 (60.25)	25 (15.53)	- (-)	3.08	มาก
คะแนนเฉลี่ยโดยรวม					3.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของกลุ่มตัวอย่างในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยโดยรวม 3.37)

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านลูกค้าพบว่า ปัจจัยด้านลูกค้ามีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.50) โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุด คือ เสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง (คะแนนเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงานบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.70) ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 3.69) การเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.50) การให้คำปรึกษาที่ถูกต้องเหมาะสมและการให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี (คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.48) และการให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการจัดทำบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านต้นทุนมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.37) โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 3.56) รองลงมาคือ มีการให้บริการที่ครบวงจร (คะแนนเฉลี่ย 3.52) ความสามารถของพนักงานในการจัดทำบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.34) อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (คะแนนเฉลี่ย 3.30) และการบริการหลังจากปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง (คะแนนเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.18) โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน (คะแนนเฉลี่ย 3.45) รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง (คะแนนเฉลี่ย 3.31) สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯได้ตลอดเวลา (คะแนนเฉลี่ย 3.23) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.42 ) โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุด คือ มีความสามารถในการสื่อความหมายให้เข้าใจง่ายได้อย่างชัดเจนและไม่กำกวม (คะแนนเฉลี่ย 3.60 ) มีอัตราค่าดี (คะแนนเฉลี่ย 3.55 ) และสุดท้ายคือใช้ถ้อยคำสุภาพเรียบร้อย (คะแนนเฉลี่ย 3.10 )

ปัจจัยรวมอื่นๆ มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.36 ) โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ จำนวนผู้ให้บริการฯ มีเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.44 ) และความมีชื่อเสียงและประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.44 ) และมีการให้บริการที่แตกต่างจากสำนักงานบัญชีอื่น (คะแนนเฉลี่ย 3.08 ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 21** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี

หลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียม	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของธุรกิจ	77	47.83
เงินทุนจากทะเบียนธุรกิจ	19	11.80
ปริมาณเอกสารทางบัญชี	51	31.68
อื่นๆ	14	8.69
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า สถานประกอบการ มีความคิดเห็นว่า หลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี ควรคิดจากประเภทของธุรกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาคือ ปริมาณของเอกสารทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 31.68 เงินทุนจากทะเบียนธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.80 และอื่นๆ ได้แก่ จำนวนธุรกรรมที่สถานประกอบการให้ทำและข้อตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างกับสำนักงานจัดทำบัญชี คิดเป็นร้อยละ 8.69 ตามลำดับ

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี

การบริการอื่นที่ต้องการ	ความต้องการ				ค่าเฉลี่ย	แปล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่พบ		
	จำนวน/ร้อยละ					
	ความ					
1. การวางระบบบัญชี	68 (42.24)	77 (47.83)	15 (9.32)	1 (0.62)	3.32	มากที่สุด
2. การปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี	41 (25.47)	79 (49.07)	31 (19.25)	10 (6.21)	2.94	มาก
3. การตรวจสอบบัญชี	49 (30.43)	77 (47.83)	26 (16.15)	9 (5.59)	3.03	มาก
4. การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร และ กฎหมายธุรกิจ	51 (35.40)	88 (54.66)	20 (12.42)	2 (2.48)	3.32	มากที่สุด
5. การจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ	21 (13.04)	87 (54.04)	39 (24.22)	14 (8.7)	2.71	มาก
6. การจัดหาบุคลากรด้านบัญชี	27 (16.77)	60 (37.27)	51 (31.68)	23 (14.28)	2.57	มาก
7. ให้คำแนะนำการใช้คอมพิวเตอร์ใน การจัดทำบัญชี	36 (22.36)	87 (54.04)	22 (13.66)	16 (9.94)	2.88	มาก
8. การตรวจสอบภายใน	39 (24.22)	77 (47.83)	37 (22.98)	8 (4.97)	2.91	มาก
9. การฝึกอบรม,สัมมนา	9 (5.60)	67 (41.61)	58 (36.02)	27 (16.77)	2.36	น้อย
10. การวางแผนทางการเงินและ จัดทำ งบประมาณ	27 (16.77)	78 (48.45)	49 (30.43)	7 (4.35)	2.78	มาก
<b>คะแนนเฉลี่ยโดยรวม</b>					2.88	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการทำบัญชีในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 2.88 ) โดยสิ่งที่ต้องการมากที่สุดคือ การวางระบบบัญชีและการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ (คะแนนเฉลี่ย 3.32 ) รองลงมาคือ การตรวจสอบบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 3.03 ) การปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 2.94 ) การตรวจสอบภายใน (คะแนนเฉลี่ย 2.91 ) ให้คำแนะนำการใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดทำบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 2.88 ) การวางแผนทางการเงินและจัดทำงบประมาณ (คะแนนเฉลี่ย 2.78 ) การจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ(คะแนน

เฉลี่ย 2.71 ) การจัดหาบุคลากรด้านบัญชี (คะแนนเฉลี่ย 2.57 ) และการฝึกอบรม สัมมนา (คะแนนเฉลี่ย 2.36 ) ตามลำดับ

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

**ตารางที่ 23** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

ปัญหาในการให้บริการ	ปัญหาที่พบ				ค่าเฉลี่ย	แปล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่พบ		
	จำนวน/ร้อยละ					
						ความ
1. ผู้ให้บริการฯ ขาดความรู้ความสามารถ	21 (13.04)	28 (17.39)	91 (56.5)	21 (13.05)	2.30	น้อย
2. ผู้ให้บริการฯ ขาดความรู้รับผิดชอบและการตรงต่อเวลา	22 (13.67)	41 (25.47)	68 (42.2)	30 (18.62)	2.34	น้อย
3. ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียด	8 (4.97)	56 (34.78)	71 (44.1)	26 (16.15)	2.29	น้อย
4. ผู้ให้บริการฯ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีไม่มีความเป็นกันเอง	3 (1.86)	37 (22.98)	81 (50.3)	40 (24.85)	2.02	น้อย
5. ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ	18 (11.18)	45 (27.95)	71 (44.1)	27 (16.77)	2.34	น้อย
6. ผู้ให้บริการฯ ขาดความน่าเชื่อถือ	23 (10.56)	36 (19.88)	84 (50.9)	32 (18.63)	2.22	น้อย
7. จัดทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ	21 (13.04)	39 (24.22)	70 (43.4)	31 (19.26)	2.31	น้อย



ปัญหาที่พบ	ปัญหาที่พบ				ค่าเฉลี่ย	แปล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่พบ		
ปัญหาในการใช้บริการ	จำนวน/ร้อยละ					ความ
8.ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของ ลูกค้าได้	14 (8.70)	27 (16.77)	77 (47.8)	43 (26.70)	2.07	น้อย
9.ไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และไม่สนใจที่จะตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	13 (8.07)	31 (19.25)	67 (41.6)	50 (31.07)	2.04	น้อย
10.ไม่สามารถให้คำแนะนำในการ จัดทำบัญชี	16 (9.94)	33 (20.50)	60 (37.2)	52 (32.29)	2.08	น้อย
การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูล ขั้นต้น						
11.มีบริการเสริมไม่ครบวงจร	12 (7.45)	66 (40.99)	52 (32.3)	31 (19.26)	2.37	น้อย
12.จำนวนผู้ให้บริการฯ มีไม่เพียงพอ	22 (13.66)	51 (31.68)	57 (35.4)	31 (19.26)	2.40	น้อย
13.ค่าธรรมเนียมในการให้บริการฯ สูงเกินไป	28 (17.39)	47 (29.19)	55 (34.1)	31 (19.26)	2.45	น้อย
14.ไม่สะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการฯ	6 (3.73)	59 (36.65)	55 (34.1)	41 (25.46)	2.19	น้อย
15.สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชี ไม่สะดวกในการติดต่อ	3 (1.86)	40 (24.84)	76 (47.2)	42 (26.10)	2.02	น้อย
16.ไม่มีการให้บริการหลังการ ปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง	17 (10.56)	39 (24.22)	68 (42.2)	37 (22.99)	2.22	น้อย
คะแนนเฉลี่ยโดยรวม					2.23	น้อย

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ในระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ยโดยรวม 2.23 ) โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป (คะแนนเฉลี่ย 2.45 ) รองลงมาคือจำนวนผู้ให้บริการไม่เพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 2.40 ) ผู้ให้บริการฯ ขาดความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา และผู้ให้บริการไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.34 ) จัดทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ(คะแนนเฉลี่ย 2.31) ผู้ให้บริการขาดความรู้ความสามารถ (คะแนนเฉลี่ย 2.30 ) ผู้ให้บริการไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินได้ (คะแนนเฉลี่ย 2.29 ) ผู้ให้บริการขาดความเชื่อถือและไม่มีการให้บริการหลังการปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.22 ) ไม่สะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่

ผู้ให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 2.19 ) ไม่สามารถให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น (คะแนนเฉลี่ย 2.08 ) ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ (คะแนนเฉลี่ย 2.07 ) ไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและไม่สนใจที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า (คะแนนเฉลี่ย 2.04 ) ผู้ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีไม่มีความเป็นกันเองและสถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.02 ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 24** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. การจัดทำบัญชีที่ถูกต้องควรแสดงที่มาที่ไป	51	31.68
2. การอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดควรชัดเจน	59	36.65
3. ควรมีอัตราค่าบริการไม่แพงเกินไป	28	17.39
4. ควรแจ้งลูกค้าทราบล่วงหน้าในกรณีที่เอกสารไม่ครบสมบูรณ์ เพราะจะทำให้การจัดทำบัญชีเสร็จไม่ทันกำหนดเวลา	32	19.88
5. ควรมีความรับผิดชอบมากกว่านี้	49	30.43
6. ควรมีความซื่อสัตย์	21	13.04

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดในเรื่อง การอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดควรชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 36.65 รองลงมาคือ การจัดทำบัญชีที่ถูกต้องควรแสดงที่มาที่ไป คิดเป็นร้อยละ 31.68 ควรมีความรับผิดชอบมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 30.43 ควรแจ้งลูกค้าทราบล่วงหน้าในกรณีที่เอกสารไม่ครบสมบูรณ์เพราะจะทำให้การจัดทำบัญชีเสร็จไม่ทันกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 19.88 ควรมีอัตราค่าบริการไม่แพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 17.39 และควรมีความซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 13.04 ตามลำดับ

สถิติโดยรวมไม่แสดงให้เห็นถึงนัยสำคัญทางสถิติ [ $\chi^2(5) = 3.328$ , p-value = 0.65]  
แต่ข้อมูลสถิติในแต่ละตัวแปร (ดังแสดงในตารางที่ 25)

**ตารางที่ 25** ค่าสถิติ Binary Logistic Regression เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig	R
C1	-.7165	.7251	.9763	1	.3231	.0000
C2	1.0401	.6109	2.8994	1	.08869	.0706
C3	-.2427	.4894	.2460	1	.6199	.0000
C4	.0426	.4899	.0076	1	.9307	.0000
C5	-.0169	.4605	.0014	1	.9707	.0000
Constant	-	2.0367	.6224	1	.4301	
	1.6069					

$R^2 = 0.019$

กำหนดให้

- C1 = ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลูกค้า
- C2 = ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านต้นทุน
- C3 = ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสะดวกสบาย
- C4 = ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร
- C5 = ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจจัยรวมอื่น ๆ

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปร C1, C2, C3, C4 และ C5 มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 1.9 ( $R^2 = 0.019$ ) นั่นคือ ตัวแปรทั้ง 5 ตัว รวมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีได้ร้อยละ 1.9 นอกนั้นตัวแปรผิดพลาด (residual variable) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการได้ร้อยละ 98.1

แสดงให้เห็นว่า เมื่อพิจารณาระดับนัยสำคัญ 0.10 ปัจจัยด้านต้นทุนมีเพียงตัวแปรเดียวดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ลูกค้า ต้นทุน ความสะดวกสบาย การติดต่อสื่อสาร และปัจจัยรวมอื่น ๆ อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการของธุรกิจบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้วยแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 161 ราย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

#### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.63 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 40.37 มีอายุระหว่าง 25-35 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 67.70 ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.58 ลักษณะของธุรกิจ เป็นธุรกิจบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.55 ทำงานเป็นระยะเวลา 6-10 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.40 กิจการมีเงินลงทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001-2,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.42 โดยมีพนักงานบัญชีจำนวน 1 คนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.77 สถานประกอบการมีพนักงานบัญชีที่มีวุฒิการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีทางบัญชีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.27 ซึ่งสถานประกอบการมอบหมายให้พนักงานบัญชีรวบรวมเอกสารทางบัญชีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.32 ส่วนสาเหตุที่สถานประกอบการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุด คือ ต้องการรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 18.01

#### 5.1.2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของสถานประกอบการมากที่สุด คือ กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 73.29 แหล่งข้อมูลที่ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีมากที่สุด คือ จากคำบอกกล่าวของผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 47.83 สถานประกอบการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.34 ส่วนสาเหตุของการใช้บริการสำนักงานบริการบัญชีในการจัดทำบัญชีต่อไป มากที่สุด คือ มีความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 24.22

และสาเหตุที่สถานประกอบการที่ไม่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีต่อไปมากที่สุดคือขาดความรับผิดชอบและไม่ตรงต่อเวลา คิดเป็นร้อยละ 19.25

สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่ได้ทำงานวิจัยนั้น ผลปรากฏว่า ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้ามีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.75 โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ เสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงานบัญชี และความเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 3.70 และ 3.69 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนงลักษณ์ พัฒนบัณฑิต, ศุภสิพร ตรียะ ประเสริฐ และชมชาย วงศ์ทรัพย์สิน

ปัจจัยด้านต้นทุนมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.37 โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม คะแนนเฉลี่ย 3.56

ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.18 โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน คะแนนเฉลี่ย 3.45

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.42 โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ มีความสามารถในการสื่อความหมายให้เข้าใจง่ายได้อย่างชัดเจนและไม่กำกวม คะแนน 3.60

ปัจจัยรวมอื่น ๆ มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.36 โดยประเด็นที่พิจารณามากที่สุดคือ จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอ และความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี คะแนนเฉลี่ย 3.48 และ 3.43 ตามลำดับ

นอกจากนี้สถานประกอบการมีความคิดเห็นว่า หลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี ควรคิดจากประเภทของธุรกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.83

### **ความต้องการในการใช้บริการนอกเหนือจากการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี**

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยรวม 2.88 โดยสิ่งที่ต้องการมากที่สุดคือการวางระบบบัญชีและการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ คะแนนเฉลี่ย 3.32 รองลงมา คือ การตรวจสอบบัญชี คะแนนเฉลี่ย 3.03 และการปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี คะแนนเฉลี่ย 2.94 ตามลำดับ

### 5.1.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

#### ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับน้อยคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 2.23 โดยปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือโดยปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป คะแนนเฉลี่ย 2.45 รองลงมาคือจำนวนผู้ให้บริการไม่เพียงพอคะแนนเฉลี่ย 2.40 ผู้ให้บริการฯ ขาดมีความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา และผู้ให้บริการไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.34 จัดทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ คะแนนเฉลี่ย 2.3 ผู้ให้บริการขาดความรู้ความสามารถ คะแนนเฉลี่ย 2.30 ผู้ให้บริการไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินได้ คะแนนเฉลี่ย 2.29 ผู้ให้บริการขาดความเชื่อถือและไม่มีการให้บริการหลังการปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.22 ไม่สะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 2.19 ไม่สามารถให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น คะแนนเฉลี่ย 2.08 ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้ คะแนนเฉลี่ย 2.07 ไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและไม่สนใจที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า คะแนนเฉลี่ย 2.04 ผู้ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีไม่มีความเป็นกันเองและสถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อ คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.02 ตามลำดับ

#### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดในเรื่อง การอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดครบชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 36.65 รองลงมาคือ การจัดทำบัญชีที่ถูกต้องควรแสดงที่มาที่ไป คิดเป็นร้อยละ 31.68 ควรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 30.43 และควรแจ้งลูกค้าทราบล่วงหน้าในกรณีที่เอกสารไม่ครบสมบูรณ์เพราะจะทำให้การจัดทำบัญชีเสร็จไม่ทันกำหนดเวลา คิดเป็นร้อยละ 19.88

ความต้องการใช้บริการนอกเหนือจากการทำบัญชีของสำนักงานบัญชีคือการวางระบบบัญชีและการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ คะแนนเฉลี่ย 3.32 การตรวจสอบบัญชี คะแนนเฉลี่ย 3.03 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนงลักษณ์ พัฒนจิต และคณะ (2542) และ พรหมมินทร์ รัตนธัญ (2537)

ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมสูงเกินไปซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรหมมินทร์ รัตนธัญ (2537)

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น พบว่าปัจจัยด้านต้นทุน (ที่ระดับนัยสำคัญ .10) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี เพียงปัจจัยเดียว สำหรับปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่มีผลต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมหวัง ศุภโชคชัย วัฒนา และคณะ (2540) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีต่ำ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ผลของการวิจัยทำให้เราทราบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และแสดงให้เห็นทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก รวมทั้งปัญหา ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกใช้ บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจ

จากผลงานวิจัยในเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจนั้น เมื่อใช้การวิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ยจะเห็นได้ว่าปัจจัยทางการตลาด 5 ปัจจัยได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ด้านการติดต่อสื่อสารและปัจจัยร่วมอื่นๆ สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (2539) นอกจากนี้ผลงานวิจัยที่วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยจะสอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งตามปัจจัยทางการตลาดทั้ง 5 ได้ดังนี้

### 1. ด้านลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลูกค้ามีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เนื่องจากกิจการสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจบริการดังนั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยในการพิจารณาเกี่ยวกับการเสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงาน และความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นงลักษณ์ พัฒนชาติ และคณะ (2542) และ พรหมมินทร์ รธนิตย์ (2537)

ผลงานวิจัยในด้านการเก็บความลับของลูกค้าอย่างดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นันทา ส่งสวัสดิ์ (2539) ในเรื่องการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า

### 2. ด้านต้นทุน

จากการศึกษาพบว่า ค่าธรรมเนียมการให้บริการเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมหวัง ศุภโชคชัย วัฒนา และคณะ (2540)

ผลงานวิจัยในด้านการให้บริการที่ครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทา ส่งสวัสดิ์ (2539) และ พรหมมินทร์ รธนิตย์ (2537) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุกัญญา จันทระประภาพ (2537)

### 3. ด้านความสะดวกสบาย

จากการศึกษาพบว่า ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานบัญชีที่ใกล้แหล่งชุมชนสะดวกในติดต่อ การใช้บริการไม่ยุ่งยากมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมหวัง ศุภโชคชัย วัฒนา และคณะ (2540), สุกัญญา จันทระประภาพ (2537)

#### 4. ด้านการติดต่อสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการสื่อความหมายให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนและไม่กำกวม ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจและได้รับคำตอบได้อย่างกระจ่างชัด ( Communication) จะสอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (2539)

การติดต่อสื่อสารที่ดีอรรถยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวความคิดสำหรับธุรกิจให้บริการ (2539) ซึ่งยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

#### 5. ด้านปัจจัยร่วมอื่น ๆ

จากการศึกษาพบว่า ความมีชื่อเสียงและประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมหวัง ศุภโชควัฒนา และคณะ (2540)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า เมื่อวิเคราะห์โดยใช้สถิติแบบค่าเฉลี่ย ปัจจัยทางการตลาด 5 ปัจจัย มีความสำคัญเป็นอันดับมากถึงมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาโดยใช้ Binary Logistic Regression มีเพียงปัจจัยต้นทุนเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงควรให้ความสำคัญในการหาแนวทางลดต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายการบริหารงานให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหาหนทางที่จะเพิ่มบริการให้มีคุณภาพเพื่อการทำกำไรในอนาคต ดังนั้นสำนักงานบัญชีอาจจะมีวิธีการลดต้นทุน โดยหาวิธีการปฏิบัติงานที่ทำงานได้รวดเร็ว ถูกต้องและประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น การจัดสรรบุคลากรในการทำงาน และหน้าทำงานให้เหมาะสม

นอกจากนี้สำนักงานบัญชีควรมีแนวคิดที่มุ่งทางการตลาดและสังคมโดยเน้นการประสานผลประโยชน์ระหว่างกลุ่ม 3 กลุ่ม คือ หนึ่งความพอใจของผู้ใช้บริการ สอง กำไรจากบริษัทจากการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และกลุ่มสุดท้ายคือผลประโยชน์ของสังคมเพราะในโลกของการบริหารการตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ ผู้ใช้บริการเรียนรู้และรับข่าวสารจากทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น การทำธุรกิจที่ตระหนักและมีความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการ ต่อผลประโยชน์ของสังคมหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สำนักงานจะเป็นปัจจัยที่ทำให้สำนักงานบัญชีประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างแท้จริง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปคณะผู้วิจัยขอเสนอแนะเรื่องดังต่อไปนี้

1.ควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดของสำนักงานบัญชี โดยแยกตามขนาดของธุรกิจเพื่อทราบความแตกต่างของปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี



2. ควรทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของสำนักงานแต่ละขนาด



### บรรณานุกรม

- กรมทะเบียนการค้า. ระเบียบกรมทะเบียนการค้าว่าด้วยการปฏิบัติงานตามประกาศของคณะ  
ปฏิวัติ ฉบับที่ 285 และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1196  
พ.ศ. 2532. 2532.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-10. ห้างหุ้น  
ส่วนจำกัด ซี เค แอนท์ เอส โฟโต้สตูดิโอ. 2544
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การบริหารการตลาด. บริษัทเอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด. 2544
- นงลักษณ์ พัฒนขบบัณฑิต, ศุภพร ตริยะประเสริฐพร, สมชาย วงศ์ทรัพย์สิน. ปัจจัยในการเลือก  
ใช้บริการจากสำนักงานบัญชีของบริษัทและห้างหุ้นส่วนในเขต  
กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2542.
- นันทา ส่งสวัสดิ์. การดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.  
การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2542.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2536. สถิติวิจัย I. คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรหมมินทร์ ธรณิธย์. ปัจจัยการเลือกใช้บริการสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัด  
เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2538
- พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 117ตอนที่ 41 ก  
วันที่ 12 พฤษภาคม 2543.
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. การบริหารการตลาด การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ.  
พิมพ์ครั้งที่ 6 สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2544.
- ฟิลิป คอตเลอร์. การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ. แปลโดย สายฟ้า ผลอายุพิมพ์ครั้งที่ 1  
กรุงเทพฯ บริษัทพิมพ์ดี จำกัด

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิชุดา นาคเถื่อน. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. 2555

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา. 2539.

สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดตาก. สถิติการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด. 2557.

สมหวัง ศุภโชคชัยวัฒนา, นิทัศน์ เหมรักษ์ และพรสวรรค์ เรืองสุขอุดม. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทจดทะเบียนและรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2540

สุกัญญา จันทรประภาพ. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2542.

สุพานี สฤกษ์วานิช. การบริหารเชิงกลยุทธ์ แนวคิดและทฤษฎี. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2544

อชยา พรพรรณันท์, พัชรินทร์ นะลิตา, นิดา อิทธิพัทธ์วงศ์. ทศนคติของผู้สอบบัญชีในสำนักงานขนาดใหญ่เกี่ยวกับสภาพปัญหาและความจำเป็นของการใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2540.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 2. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2543.

อันธิกา ลังซ์เกื้อ. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร. 2555

Arkin, H. Handbook of Sampling for Auditing and Accounting. NewYork: McGraw Hill, Inc. 1974.



ภาคผนวก ก

รายชื่อบริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน

### รายชื่อบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนที่ใช้เป็นประชากรในการศึกษา

ลำดับ	ชื่อ	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
1	ตากจังหวัดพาณิชย์ จำกัด	3/3 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
2	เอส.ที.เอส.อิมพอร์ตเอ็กซ์พอร์ต จำกัด	457/2 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
3	ตากแกรนิต จำกัด	236 ถนนจอมพล	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
4	ไทยสโตนแกรนิต อินดัสทรี จำกัด	65/10 หมู่ที่ 1	น้ำร้อน	เมืองตาก	ตาก
5	ทาคอม อินเทอร์เน็ต จำกัด	59/1 หมู่ที่ 9	แม่ท้อ	เมืองตาก	ตาก
6	คลองสามวิศวกรรม จำกัด	59/1 หมู่ที่ 9	แม่ท้อ	เมืองตาก	ตาก
7	บุญกั้งวาน จำกัด	81/14 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก
8	สนามบินตาก จำกัด	91 หมู่ที่ 7	น้ำร้อน	เมืองตาก	ตาก
9	ตากอโต้ชาลอน (999) จำกัด	14/12 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
10	โตโยต้าเมืองตาก จำกัด	1/13 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
11	ตากนำโชคการเดินรถ จำกัด	196/2 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก
12	ประสิทธิ์ดีไซน์ จำกัด	4/43-44-45 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
13	อาร์ รักษ์ จำกัด	76/2 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก
14	สรรพกิจ เอส.เค.(1991) จำกัด	10/12 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
15	รุ่งทรัพย์ไพศาล จำกัด	6/25 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
16	ตากกลกิจ (1996) จำกัด	85/18 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก
17	เอ็น.อาร์.จี ลิสซิ่ง จำกัด	2/115-116 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก

18	ศศิเทพ จำกัด	6/56 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
19	ที.เอ.เค.(123) จำกัด	18/7-8 ถนนมหาธาตุไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
20	เจษฎา มาร์เก็ต จำกัด	185/1 หมู่ที่ 5	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
21	เอส เค อินเตอร์ ฟู้ด จำกัด	84 หมู่ที่ 4	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
22	โชพิตา โฮมมาร์ท จำกัด	177/2 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมืองตาก	ตาก
23	ตากอรพรรณ จำกัด	1/4 ถนนพหลโยธิน	เชียงใหม่	เมืองตาก	ตาก
24	มีเดียแม็กซ์ไอซ์ จำกัด	533/5-6 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
25	ศศิธนเทพ จำกัด	6/56 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
26	สยาม เซ็นเตอร์ โอเอ จำกัด	4/48 ถนนมหาธาตุไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
27	เค ดับบลิว ที เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลายอิง จำกัด	292/29 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมืองตาก	ตาก
28	สหชัยพัฒนกิจ จำกัด	205 หมู่บ้านบ้านลานขวาง หมู่ที่ 9	วังหิน	เมืองตาก	ตาก
29	สมบุญ เทเลคอม จำกัด	156 หมู่ที่ 6	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
30	ณัฐกฤษ ซิสเต็ม แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด	81/3 หมู่ที่ 6	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
31	ตาก ฟุตบอล คลับ จำกัด	977/1 ถนนตากสิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
32	เดอะซิสเต็มส์ ซีที คอมพิวเตอร์ จำกัด	248,250 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
33	ทีเคซี มิตรชู ตาก จำกัด	234 หมู่ที่ 5	น้ำริ่ม	เมืองตาก	ตาก
34	โททอลโปรดักชั่นแอนดดีไซน์โซลูชั่นส์ จำกัด	691/11 ถนนรามคำแหง	หัวเดียด	เมืองตาก	ตาก
35	ที.แอล.ซี เอ็นจิเนียริง จำกัด	85/18 หมู่ที่ 6	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
36	ซูเลียน แม่น้ำปิง เมืองตาก เอเยนซี จำกัด	162 หมู่ที่ 6	ไม้้งาม	เมืองตาก	ตาก
37	111เจพีแอล จำกัด	26-26/1 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
38	ไดมอนด์ เอิร์บ จำกัด	2/36 ถนนมหาธาตุไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก

			หลวง	ตาก	
39	เวียงวังปิง จำกัด	234 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก
40	ตากเทเลคอมแอนด์เอ็นจิเนียริง 2548 จำกัด	72/14 หมู่ที่ 11	น้ำริ่ม	เมืองตาก	ตาก
41	บ้านฟ้าละไม จำกัด	131 หมู่ที่ 1	ป่ามะม่วง	เมืองตาก	ตาก
42	ทองอินทร์ สีเวอร์ ตาก จำกัด	1/3-1/4 ถนนจอมพล	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
43	โกญจนาท วิศวกรรม จำกัด	531 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
44	วังน่าน เทคโนโลยี จำกัด	96 หมู่ที่ 1	แม่ท้อ	เมืองตาก	ตาก
45	กลุ่ม เจ้าพระยา คอนสตรัคชั่น จำกัด	2/111 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
46	ศิริรัตน์ เทรตดิ่ง จำกัด	59/2 หมู่ที่ 9	แม่ท้อ	เมืองตาก	ตาก
47	เคที เทรตดิ่ง 2012 จำกัด	1/30-1/31 ถนนกิตติขจร	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
48	999อเอกไนเซอร์ จำกัด	2/113 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
49	เอฟ บุญรอด จำกัด	123/1 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมืองตาก	ตาก
50	รวมมิตรวงกิจตาก จำกัด	62 ค. ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
51	จงเจริญ บีโตร์เลียม จำกัด	177/2 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมืองตาก	ตาก

ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ลำดับ	ชื่อ	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
1	ทีพี คอมพิวเตอร์	2/14 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมืองตาก	ตาก
2	คุ่มแก้ว อีเลคทริกเคิล เจนเนอรัล	292/25 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมืองตาก	ตาก
3	กรีน วิศวกรรม	96/5 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมืองตาก	ตาก
4	รวีโรจน์ เทเลคอม	9 หมู่ที่ 6	ป่ามะม่วง	เมืองตาก	ตาก
5	ศรีเพ็ญ 2009 กรุป	24/4 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมืองตาก	ตาก

				ตาก	
6	ณัฐวิทย์ คอนสตรัคชั่น	129/4 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
7	ตากแสงพานิชบริการ	25/1 ถนนมหาตไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
8	อิสระตาก	6 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
9	ศ.วุฒิกกร	325/5 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
10	บี.เอส.แทรกเตอร์เอ็นจิเนียริง	41 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
11	ประสพชัยกลการ	1/10,1/11 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
12	แสงมงคลชัย	98 หมู่ที่ 1	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
13	ทราวยิวฑูร์ย์	292/20 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
14	เสริมกลสิกิจ	86/1 หมู่ที่ 4	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
15	ลานสางก่อสร้าง	28 หมู่ที่ 4	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
16	เกียเฮงหลี	574-576 ถนนตากสิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
17	พัคตร์อาภา	292/2 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
18	ตาก ป.สยามขนส่ง	198-200 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
19	ตากทวีทรัพย์	714 ถนนตากสิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
20	ตากบุ๊คเซ็นเตอร์	4/15-16 ถนนมหาตไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
21	ห้าแยกสุขภัณฑ์	18 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
22	วีไอพีโฟโต้แล็บ	173-175 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
23	วังศิลาตากก่อสร้าง	6 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
24	หาญทอง	95/14 ถนนมหาตไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
25	พงษ์ศิธา ธุรกิจก่อสร้าง	22/3 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก



26	แสงชัยรักเกียรติ	27/5 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
27	ตากสยามการช่าง	138-140 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
28	ทรัพย์วิศวกการ	4/1 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
29	ชัยพร เอี้ยวหวด 1992	3/21-23 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
30	กวงเซ่งเฮงตาก	115-117 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
31	พิมพ์สุทธิ คอนสตรัคชั่น	77 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
32	มาตามวีก่อสร้าง	445/4 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
33	สหปูนขาว	189/3 หมู่ที่ 1	โป่งแดง	เมือง ตาก	ตาก
34	กิจเจริญผลก่อสร้าง	1/1 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
35	ตากพงษ์เจริญโลหะกิจ	202 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
36	กมลทรัพย์คำวิศวกก่อสร้าง	215 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
37	สุลาวัลย์การค้า	207-209 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
38	ตากสินคัมภรณ์	75/3 หมู่ 7 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
39	ตากคอมพิวเตอร์	6/33-34 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
40	พิมพ์-พัชร	71/8 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
41	ร่ำรวยก่อสร้าง	4 หมู่ที่ 5	หนองบัว เหนือ	เมือง ตาก	ตาก
42	ประณาการสื่อสาร	591-593 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
43	สันติพรรณ 40	6 หมู่ที่ 5 บ้านวังม่วง	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
44	ตาก ทวีการค้า	55/9 หมู่ที่ 7	ป่ามะม่วง	เมือง ตาก	ตาก
45	ส.ตากอลูมิเนียม	211/6 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
46	พัฒนากิจโอเอ็มเซ็นเตอร์	2/103 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก

				ตาก	
47	รมณีย์การช่าง	2/98 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
48	เวกเจริญเงินดี	149 หมู่ที่ 9 ถนนพหลโยธิน	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
49	ตากนิวซัพพลาย	955 ถนนตากสิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
50	พิชยะยนต์	385/1-2-3 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
51	ตากสื่อสาร แอนด์ เซอร์วิส	6/27 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
52	ตากน้ำเพชร 2000	2/12 ถนนรามคำแหง	หัวเดียด	เมือง ตาก	ตาก
53	อาหารเอ็นจีเนียริง	37/10 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
54	ทรัพย์ดวงพร	96/1 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
55	เกตุไสว คอนสตรัคชั่น	121/1 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
56	ประสพบุญ บริการ	27/5 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
57	เพชรอรุณี	171 หมู่ที่ 9	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
58	ทีเค บิ๊กบาย	451/34 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
59	แฮพพีเน็ช คอมมูนีเคชั่น	155 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
60	อัฐกุลการช่าง	185 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
61	ว.สิงห์กรุง	723/16 ถนนหนองหลวงอุทิศ	หัวเดียด	เมือง ตาก	ตาก
62	พงศ์ทองคำ คอนสตรัคชั่น	590 หมู่ที่ 8	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
63	เกียรติวังศิริ	357 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
64	แอ้นท์เวฟ	16/13 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
65	ตากปิยะทรัพย์	64/2 หมู่ที่ 1	ตลุกกลาง ทุ่ง	เมือง ตาก	ตาก
66	ห่านดำ	200/1 หมู่ที่ 1	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก

67	เนรมิตร เฟอร์นิเจอร์	1/8 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
68	เสมาสยาม	8/20-21 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
69	เจพีแอล ซัพพลายส์	6/23 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
70	ส.เสนา การโยธา	136 หมู่ที่ 9	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
71	ชุตีเวช แพมิ	211/17 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
72	ตากเมืองทอง	5/3 ถนนพหลโยธิน	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
73	พรอเรส แมงโก้ คอนสตรัคชั่น	162 หมู่ที่ 3	ป่ามะม่วง	เมือง ตาก	ตาก
74	ตะวันแดงสุรากลั่น	157/1 หมู่ที่ 7	วังประจบ	เมือง ตาก	ตาก
75	คลองสักวัสดุก่อสร้าง	2/2 หมู่ที่ 3	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
76	ตากเกษตรยนต์	219-221 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
77	หินสามก้อน	29 หมู่ที่ 2	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
78	เกาะลอย โกลเด้นท์ ปาร์ค	75/26 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
79	ตากสมบูรณ์ - เรืองฤทธิ์	157/2 หมู่ที่ 6 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
80	บึกบายโฮเทค	451/35 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
81	ลานฟ้าสาบ	199 หมู่ที่ 4	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
82	หลวงศักดิ์ดา การโยธา 2004	60/2 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
83	ซูเลียน ตาก เอเยนซี	582/24 หมู่ที่ 11	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
84	พูลศิริ เอ็นจิเนียริง	105 หมู่ที่ 1	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
85	วิเศษปิโตรเลียม	51/2 หมู่ที่ 6	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
86	นันทมนัส	52/20 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
87	ตักน้ำทิพย์ ขนส่ง	219/52 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก

				ตาก	
88	ตากวิมลสมบัติ 2007	1/9 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
89	วี.ที.เอส.แทรกเตอร์	194-196 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
90	ตาก แอดเวนเจอร์	55/9 หมู่ที่ 7	ป่ามะม่วง	เมือง ตาก	ตาก
91	ตั้งเจียบไถ่ตาก 2005	108/8 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
92	ตากสมบุญวนิช	157/1 หมู่ที่ 6 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
93	ลีพันธ์ ก่อสร้าง	300/148 อาคารบ้านสหกรณ์เคหสถานตากสิน จำกัด หมู่บ้านรักษ์ร่วมใจ หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
94	ที.โอ.ไฮเทคคอม	2/116 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
95	นครตากเจริญทรัพย์	4/3 หมู่ที่ 2	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
96	ก.รุ่งเรืองวอลล์	224 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
97	แก้วอรุณวิศวกรรม	8/26 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
98	แอควันซ์ ยูเนี่ยน	2/88 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
99	เอส.เอ็น.ซี การโยธา	2/32 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
100	สุปรีย์ เรสเทอรองต์	8/10 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
101	พัฒนเลี่ยมไพบูลย์	451/1 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
102	สอนภาษา	19 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
103	นภสินพาณิชย์	493/16 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตาก	ตาก
104	ทเวาศิริ	54/9 หมู่ที่ 1	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
105	พล เมืองตาก	247 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
106	พวงประดิษฐ์จัดสวน	57/2 หมู่ที่ 4	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
107	บุญส่ง ร็อคคิล	285/18 หมู่ที่ 10	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก

108	ก รวย	174/10 หมู่ที่ 8	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
109	อิฐสุวรรณกรุป คลื่นนิ่ง	372 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง	ตาก
110	ทรัพย์เยี่ยมยวน	224/21 หมู่ที่ 1	ไม้งาม	เมือง	ตาก
111	สมานมิตร คาร์เซอร์วิส	5/1 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
112	น้ำแข็ง เอส.พี.ตาก	18/39 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง	ตาก
113	ณัฐกานต์ เซอร์เวย์	7/10 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
114	แสงเพชรมงคลชัย	134 หมู่ที่ 12	แม่ท้อ	เมือง	ตาก
115	สุพร สปอร์ต ตาก	4/3 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง	ตาก
116	ห้าแยกโฮมโปร เอ็กซ์พอร์ต อิมพอร์ต	1/23 ถนนกิตติขจร	ระแหง	เมือง	ตาก
117	พี แอนด์ เอ็น คลื่นนิ่ง 808	233/15 หมู่ที่ 7 ถนนพหลโยธิน	หนองบัวใต้	เมือง	ตาก
118	เมืองตากแทรกคิควิปเมนท์	33/9 หมู่บ้านบ้านแพะ หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมือง	ตาก
119	คเซนทร์การช่างตาก	459/7 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง	ตาก
120	ตากชนะเลิศชัย	41 หมู่ที่ 7	ตลกกกลาง ทุ่ง	เมือง	ตาก
121	กฤตินี รุ่งเรืองทรัพย์	56 หมู่ที่ 5	โป่งแดง	เมือง	ตาก
122	ตากวิทยากรภัณฑ	293 ถนนไทยชนะ	วังหิน	เมือง	ตาก
123	จูไรรัตน์ กรุป	68/3 หมู่ที่ 1 ซอยพัฒนา ถนนรามคำแหง	ไม้งาม	เมือง	ตาก
124	มิตรภาพอาร์ท	75/31 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง	ตาก
125	เพิ่มพูนศึกษา(2009)	299 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
126	เค.ทีที.ลิสซิ่ง	5/6 ถนนพหลโยธิน	เชียงใหม่	เมือง	ตาก
127	พรกัญญา แฟมมิลี่	150/42 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง	ตาก
128	ธันท์ตาก	219/61 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง	ตาก

				ตาก	
129	ไม้หลวง	27/1 หมู่ที่ 1 ถนนไทยชนะ	แม่ท้อ	เมือง ตาก	ตาก
130	ตากชำนาญกิจ	91/1 หมู่ที่ 1	หนองบัว เหนือ	เมือง ตาก	ตาก
131	เค ที ซี ตาก สเตชั่น	7 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
132	กมลชนกเวลอร์	2/121-123 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
133	พลเวียงตาก (2553)	24/2 หมู่ที่ 7 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
134	ตากวิษณุคอนกรีต	8/21 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
135	บ้านรัก กู๊ด เฮลท์	427/2 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
136	อรอมล แอดจัสเม้นท์	41/1 หมู่ที่ 7 ถนนเจดีย์ยุทธหัตถี	หนองบัว เหนือ	เมือง ตาก	ตาก
137	เป็งสีรุ่งเรือง	8 หมู่ที่ 8	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
138	ตากชนาวัตร	24 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
139	เมฆาพัฒนกิจ	244 หมู่ที่ 1 ถนนรามคำแหง	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
140	ธรรมลักษณ์การค้า	8/6 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
141	ธนาภา ออยล์	300/45 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
142	ต้องพัฒนา	159 หมู่ที่ 5	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
143	เสถียร อัญญารัตน์ ลิขิตสถาพร	2/45-46 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
144	ไอดินไทย	379/11 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
145	รอดคุ้มก่อสร้าง	7/2 บ้านน้ำโจน หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
146	ธีรน้อย ล็อตโต้	687/1 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
147	ฉมาพร คอนสตรัคชั่น	1/29 หมู่บ้านโอพารโฮมเพลส หมู่ที่ 11	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก
148	เค.ที.พี.เอ.เอ็น. คอนตรัคชั่น	15 หมู่ที่ 6	น้ำร้อน	เมือง ตาก	ตาก

149	เก้าสิบสอง ลีตโต้	4/96 หมู่บ้านโครงการหมู่บ้านมั่นคง ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
150	เอกราช ลีตโต้	4/98 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
151	สหพร ลีตโต้	4/72 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
152	แก้วดวง ลีตโต้	238 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
153	เพียงพอ ลีตโต้	45/2 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง	ตาก
154	แปดสิบเก้า ลีตโต้	201 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
155	ห้าสิบห้า ลีตโต้	4/144 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
156	นานา ลีตโต้	63/1 ถนนมหาดไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง	ตาก
157	โชคดี เก้า ลีตโต้	73/1 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมือง	ตาก
158	มากผล ลีตโต้	549 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
159	พิรา ลีตโต้	235/7 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
160	ดวงดี หนึ่ง ลีตโต้	687/2 ถนนมหาดไทยบำรุง	ระแหง	เมือง	ตาก
161	โชคดี สอง ลีตโต้	540/16 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
162	ดวงดี สอง ลีตโต้	540/9 หมู่ที่ 9	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
163	สิบเก้า ลีตโต้	29/1 หมู่ที่ 4	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
164	ป๊อป อินเทอร์เน็ต	18/3 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
165	พิชชาเมืองตาก	18 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง	ตาก
166	พีเจ สมาร์ท	5/4-5 ถนนพหลโยธิน	เชียงใหม่	เมือง	ตาก
167	คุณากร เอ็นจิเนียริง ตาก	165 หมู่ที่ 6 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง	ตาก
168	ที พาร์ค ตาก	2/148 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง	ตาก
169	358 ไทยประเสริฐ	206/6 หมู่ที่ 1	น้ำร้อน	เมือง	ตาก

				ตาก	
170	วงษ์ทิมคอนสตรัคชั่น	159 หมู่ที่ 9	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
171	ดีจิง ฟู้ด แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง	150/33 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
172	เอสเอ็ม มาร์เก็ตติ้งตาก	25/1 หมู่ที่ 3	ป่ามะม่วง	เมือง ตาก	ตาก
173	อุทิต	134/4 หมู่ที่ 8	หนองบัว เหนือ	เมือง ตาก	ตาก
174	อุดม ขวัญเรือน เน็ตเวิร์คมาร์เก็ตติ้ง	117/8 หมู่ที่ 6	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
175	ภูริตนิรศรา คอนสตรัคชั่น	227/6 หมู่ที่ 11	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
176	สง่า แอนด์ บุญช่วย การก่อสร้าง	29/2 หมู่ที่ 3	ป่ามะม่วง	เมือง ตาก	ตาก
178	โยธาทาก ก่อสร้าง	5 หมู่ที่ 3	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
179	ชายถูกเฟอร์นิเจอร์	139/9 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
180	ปี.บุ๊ค55.	58/3 ถนนตากสิน	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
181	พี.ที.เอ็ม. มินนิง	43/5 หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
182	จี แอนด์ จี ทาก	304 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
183	โพธิ์ทอง พร็อพเพอร์ตี้	205 หมู่บ้านบ้านลานขวาง หมู่ที่ 9	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
184	กฤตญาก่อสร้าง	7 หมู่ที่ 9	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
185	บ้านไร่ เชียงมา	190 หมู่บ้านน้ำโจน หมู่ที่ 6	วังหิน	เมือง ตาก	ตาก
186	ป. จีระมอเตอร์	382 หมู่ที่ 11	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก
187	ยิ่งคุณทวีโชค ทาก	46/1 หมู่ที่ 6	ตลุกกลาง ทุ่ง	เมือง ตาก	ตาก
188	เต็ม ล้าน การโยธา	14 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
189	ตาก (1999)		4-ก.ค. ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
190	นนทวัฒน์ ชาญญา	2/6 หมู่ที่ 11	น้ำริ่ม	เมือง ตาก	ตาก



191	กิม ปริเมียม คอนสตรัคชั่น	189 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
192	เพชรพิบูล พาณิชย์	9/5 หมู่ที่ 1	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
193	อุดมสุขเพิ่มพูน การโยธา	227/6 หมู่ที่ 11	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
194	ฉายอรุณ ก่อสร้างตาก	146/2 หมู่ที่ 2	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
195	ริมเมย เรดิโอ	30 หมู่ที่ 7	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
196	จุฑาวัลย์ เสียงเสรี 599	56/5 หมู่ที่ 10	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
197	ฐิตารีย์ เรดิโอ 753	175/3 หมู่ที่ 8	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
198	253 ตากสิน เรดิโอ	25/3 หมู่ที่ 9 ถนนพหลโยธิน	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
199	คุณนาย อินเตอร์เทรตติ้ง	571 หมู่ที่ 5	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
200	วสันต์ นิภา ลิขิตสถาพร	108/1 หมู่ที่ 7	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
201	มิตรภาพกรุป ตาก	75 ถนนมหาตมะไทยบำรุง	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
202	เพชรอนันต์เมทัลชีท	127 หมู่ที่ 1	หนองบัวใต้	เมือง ตาก	ตาก
203	ทรัพย์รวยดี อินเตอร์ เซอร์วิส	58/4 หมู่ที่ 1	วังประจบ	เมือง ตาก	ตาก
204	เป็นต่อ 56 ก่อสร้าง	25/2 หมู่ที่ 7 ถนนพหลโยธิน	ไม้งาม	เมือง ตาก	ตาก
205	ศรัทธาปานสมบัติ	2/118 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
206	เพาเวอร์โกลด์ (2012)	459/22 หมู่ที่ 8	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
207	ที วี ออยล์	51/2 หมู่ที่ 6	น้ำริม	เมือง ตาก	ตาก
208	ทำสีนาค	36/1 หมู่ที่ 4	ตลุกกลาง ทุ่ง	เมือง ตาก	ตาก
209	ฉัญญ์นภัส จรัชอภิสวัสดิ์	122-124 ถนนจอมพล	หนองหลวง	เมือง ตาก	ตาก
210	ก๊วดเกิร์ล ครีเอชั่น	1/12 ถนนจอมพล	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก
211	เค.พี.เอ็น มอเตอร์ไบค์	5/2-3 ถนนพหลโยธิน	ระแหง	เมือง ตาก	ตาก

				ตึก	
212	สวีสต์ไฟบุลย์การเกษตร (2013)	222 หมู่ที่ 1	วังประจวบ	เมือง ตึก	ตึก
213	เจียสวีสต์	2/48,2/49 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตึก	ตึก
214	ขจรก่อสร้างตึก	154/16 หมู่ที่ 5	น้ำรั่ม	เมือง ตึก	ตึก
215	ตึกสรรพกิจ	451/35 ถนนมหาตไทยบำรุง	ระแหง	เมือง ตึก	ตึก
216	สากลตึกขนส่ง	317/1 ถนนไทยชนะ	เชียงใหม่	เมือง ตึก	ตึก
217	ตึกบริการ	ถนนพหลโยธิน	เชียงใหม่	เมือง ตึก	ตึก
218	พัฒนากิจสยามเอ็นจีเนียริง	2/103 ถนนพหลโยธิน	หนองหลวง	เมือง ตึก	ตึก
219	เอส.บี.บิลด์ดิ้ง	199/1 หมู่ที่ 9	วังหิน	เมือง ตึก	ตึก



วันที่ 7 กันยายน 2558

เรียน ผู้จัดการบริษัท

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย 1 ชุด

ด้วยคณะผู้วิจัยได้แก่นางน้ำฝน คงสกุล,นางยุพรัตน์ จันทร์แก้ว,อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก และนางสุพินดา ปัญญาธิ นักศึกษาสาขาการบัญชีระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 เทียบโอนได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิจัยเรื่อง “การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก” ภายใต้โครงการยกระดับปริญญาโท เป็นงานวิจัยตีพิมพ์ งานสร้างสรรค์ และงานบริการวิชาการสู่ชุมชน

ในการทำวิจัยเรื่องนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ห้างหุ้นส่วนและบริษัทที่จัด ทะเบียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก เป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ทั้งนี้ข้อมูลของผู้ตอบ แบบสอบถามทุกท่าน ทางคณะผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยจะมีการรวบรวมวิเคราะห์และนำเสนอในลักษณะเป็นผลสรุปของข้อมูลที่สำรวจได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนิน งานให้ตรงกับความต้องการของท่านต่อไป

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอ ขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

## แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง	การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก
วัตถุประสงค์	โครงการวิจัยอยู่ภายใต้โครงการยกระดับปริญญาโทเป็นงานวิจัยตีพิมพ์ งานสร้างสรรค์ และงานบริการวิชาการสู่ชุมชน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา ตาก ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ จากท่านจะมีการรวบรวมวิเคราะห์ และนำเสนอใน ลักษณะเป็นผลสรุป ของข้อมูลที่สำรวจได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการ ดำเนินงาน ให้ตรงกับความ ต้องการของท่านต่อไป ทั้งนี้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกท่าน ทางคณะผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่ง ว่า จะได้รับความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามจากท่านเป็นอย่างดี และ ขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง  
จังหวัดตาก

**คำชี้แจง :** โปรดเขียนเครื่องหมายถูก (✓) ลงบนหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก ถ้าไม่มีข้อความ ที่ท่านต้องการ  
เลือก โปรดเขียนข้อความระบุ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ( ) ชาย

2. ( ) หญิง

2. อายุ

1. ( ) ต่ำกว่า 25 ปี

2. ( ) 25-35 ปี

3. ( ) 36-40 ปี

4. ( ) 41-50 ปี

5. ( ) มากกว่า 50 ปี

3. การศึกษา

1. ( ) ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า

2. ( ) ปวช.,ปวส.

3. ( )ปริญญาตรี

4. ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

4. ตำแหน่ง

1. ( ) กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ

2. ( ) ผู้จัดการทั่วไป

3. ( ) ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

4. ( ) สมุหบัญชี

5. ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

5. ลักษณะของธุรกิจ
1. ( ) อุตสาหกรรม
  2. ( ) พณิชยกรรม
  3. ( ) ธุรกิจบริการ
  4. ( ) อื่นๆ ระบุ .....
6. ระยะเวลาการทำงานที่กิจการแห่งนี้
1. ( ) น้อยกว่า 2 ปี
  2. ( ) 2-5 ปี
  3. ( ) 6-10 ปี
  4. ( ) มากกว่า 10 ปี
7. เงินลงทุนจดทะเบียนของกิจการ
1. ( ) ต่ำกว่า 1,000,001 บาท
  2. ( ) 1,000,001-2,000,000 บาท
  3. ( ) 2,000,001-5,000,000 บาท
  4. ( ) 5,000,001-10,000,000 บาท
  5. ( ) มากกว่า 10,000,000 บาท
8. จำนวนพนักงานทั้งหมดรวมทุกฝ่ายของกิจการ
1. ( ) น้อยกว่า 10 คน
  2. ( ) 10-20 คน
  3. ( ) 21-50 คน
  4. ( ) 51-100 คน
  5. ( ) มากกว่า 100 คน
9. ปัจจุบันกิจการมีพนักงานบัญชีหรือไม่
1. ( ) มีจำนวน.....คน
  2. ( ) ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 12)
10. พนักงานบัญชีของกิจการมีวุฒิการศึกษาทางบัญชีระดับไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) ไม่มีวุฒิการศึกษาทางการบัญชี จำนวน.....คน
  2. ( ) ปวช.,ปวส.ทางการบัญชี จำนวน.....คน
  3. ( ) ปริญญาตรี หรือสูงกว่าทางการบัญชี จำนวน.....คน
11. ท่านมอบหมายให้พนักงานบัญชีจัดทำบัญชีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) รวบรวมเอกสารทางบัญชี

2. ( ) ตรวจสอบเอกสาร
3. ( ) จัดทำสมุดรายวันขั้นต้น
4. ( ) จัดทำบัญชีแยกประเภททั่วไป/ประเภทย่อย
5. ( ) จัดทำบทดลอง
6. ( ) จัดทำงบการเงิน
7. ( ) อื่นๆ ระบุ .....
12. สำหรับกิจการที่ไม่มีพนักงานบัญชี สาเหตุที่ทำให้ท่านใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) ขาดความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี
2. ( ) ความสะดวกรวดเร็ว และตรงต่อเวลา
3. ( ) ประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการว่าจ้างพนักงานบัญชี
4. ( ) บุคลากรทางด้านบัญชีหายาก
5. ( ) รายงานทางการเงินที่ถูกต้อง
6. ( ) สามารถเก็บข้อมูลเป็นความลับได้
7. ( ) อื่นๆ ระบุ .....

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้อำนาจสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี**

13. ใครคือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี
1. ( ) กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ
2. ( ) ผู้จัดการทั่วไป
3. ( ) ผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วน
4. ( ) อื่นๆ ระบุ .....
14. ท่านหาข้อมูลในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชี ในการจัดทำบัญชีด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ( ) จากคำบอกกล่าวของผู้อื่น
2. ( ) จากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร, สมุดหน้าเหลือง, หนังสือพิมพ์

3. ( ) จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมสรรพากร, พาณิชย์จังหวัด, กระทรวงพาณิชย์
4. ( ) จากการแนะนำของสำนักงานบัญชี
5. ( ) จากกิจการในเครือเดียวกันซึ่งใช้อยู่ก่อนแล้ว
6. ( ) อื่นๆ ระบุ .....
15. ปัจจุบันธุรกิจได้ใช้บริการจัดทำบัญชีจาก
1. ( ) สำนักงานบัญชีในจังหวัดพิษณุโลก
2. ( ) สำนักงานบัญชีที่มีสาขาเปิดบริการในจังหวัดพิษณุโลก
3. ( ) สำนักงานบัญชีที่ไม่ได้มีสถานประกอบการอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก
4. ( ) บุคคลธรรมดาที่รับทำบัญชี
5. ( ) อื่นๆ ระบุ .....
16. ปัจจุบันท่านใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชี.....
17. กิจการของท่านจะใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีต่อไปหรือไม่
1. ( ) ใช้บริการต่อไป (ตอบข้อ 18)
2. ( ) ไม่ใช้บริการต่อไป (ข้ามไปตอบข้อ 19)
18. สาเหตุที่ท่านใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) มีความรู้ความชำนาญ
- ( ) มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา
- ( ) สามารถอธิบายงาน และจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินที่จัดทำได้
- ( ) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเป็นกันเอง
- ( ) สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการฯ
- ( ) มีความน่าเชื่อถือ
- ( ) ทำบัญชีถูกต้องทำให้กิจการไม่ต้องเสียเบี้ยปรับ



- ( ) สามารถเก็บรักษาความลับได้
- ( ) มีการให้บริการที่ครบวงจร
- ( ) ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม
- ( ) สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ
- ( ) สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีสะดวกในการติดต่อ
- ( ) อื่นๆ ระบุ.....
19. สาเหตุที่ท่านไม่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ขาดความรู้ความชำนาญ
- ( ) ขาดความรับผิดชอบและตรงต่อเวลา
- ( ) ไม่สามารถอธิบายงาน และจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินที่จัดทำได้
- ( ) ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและไม่มีความเป็นกันเอง
- ( ) ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการฯ
- ( ) ขาดความน่าเชื่อถือ
- ( ) ทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ
- ( ) ไม่สามารถเก็บรักษาความลับได้
- ( ) มีการให้บริการไม่ครบวงจร
- ( ) ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป
- ( ) ไม่สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯ
- ( ) สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อ
- ( ) อื่นๆ ระบุ.....

## 20. ท่านคำนึงถึงปัจจัยใดในการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

ปัจจัย	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญน้อย	ไม่สำคัญ
<b>ลูกค้า (customer)</b>				
1. ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ				
2. ความเป็นระบบในการทำงานของสำนักงานบัญชี				
3. การให้คำปรึกษาที่ถูกต้องและเหมาะสม				
4. การเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้				
5. การให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี				
6. การให้ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก การจัดทำบัญชี				
7. เสนอรายงานที่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง				
<b>ต้นทุน (cost)</b>				
8. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการเหมาะสม				
9. มีการให้บริการที่ครบวงจร				
10. ความสามารถของพนักงานในการจัดทำบัญชี				
11. อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ				
12. การบริการหลังจากปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามข้อตกลง				
<b>ความสะดวกสบาย (convenient)</b>				
13. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน				
14. สถานที่จอดรถมีเพียงพอ				
15. ความสะดวกสบายในการเดินทาง				
16. สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการฯได้ ตลอดเวลา				

ปัจจัย	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญน้อย	ไม่สำคัญ
การติดต่อสื่อสาร (communication)				
17. ใช้ถ้อยคำสุภาพ เรียบร้อย				
18. มีความสามารถในการสื่อความหมายให้เข้าใจง่ายได้อย่างชัดเจนและไม่กำกวม				
19. มีอัธยาศัยที่ดี				
<b>ปัจจัยร่วมอื่น ๆ</b>				
20. ความมีชื่อเสียงและประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี				
21. ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี				
22. จำนวนผู้ให้บริการฯ มีเพียงพอ				
23. มีการให้บริการที่แตกต่างจากสำนักงานบัญชีอื่น				

21. ท่านคิดว่าหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชี ควรคิดจาก
1. ( ) ประเภทของธุรกิจ
  2. ( ) เงินทุนจากทะเบียนธุรกิจ
  3. ( ) ปริมาณของเอกสารทางบัญชี
  4. ( ) อื่น ๆ ระบุ.....
22. ท่านต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเรื่องใดบ้าง

การบริการอื่นที่ต้องการนอกเหนือจาก การจัดทำบัญชี	ต้องการมากที่สุด	ต้องการมาก	ต้องการน้อย	ไม่ต้องการ
1. การวางระบบบัญชี				
2. การปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี				
3. การตรวจสอบบัญชี				
4. การให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมาย ธุรกิจ				
5. การจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ				
6. การจัดหาบุคลากรด้านบัญชี				
7. ให้คำแนะนำการใช้คอมพิวเตอร์ในการ				

จัดทำบัญชี				
8. การตรวจสอบภายใน				
9. การฝึกอบรม,สัมมนา				
10. การจัดทำงบประมาณ				
11. อื่นๆ ระบุ.....				

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการ**

**จัดทำบัญชี**

23. ในการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีท่านพบปัญหาได้บ้าง

ปัญหา	พบมากที่สุด	พบบ่อย	พบน้อย	ไม่พบ
1. ผู้ให้บริการฯ ขาดความรู้ความสามารถ				
2. ผู้ให้บริการฯ ขาดความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา				
3. ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถอธิบายงานและจัดทำรายละเอียดประกอบงบการเงินได้				
4. ผู้ให้บริการฯ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีไม่มีความเป็นกันเอง				
5. ผู้ให้บริการฯ ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการฯ				
6. ผู้ให้บริการฯ ขาดความน่าเชื่อถือ				
7. จัดทำบัญชีไม่ถูกต้องทำให้กิจการต้องเสียเบี้ยปรับ				
8. ไม่สามารถเก็บรักษาความลับของลูกค้าได้				
9. ไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและไม่สนใจที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า				
10. ไม่สามารถให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี การรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูลขั้นต้น				

ปัญหา	พบมากที่สุด	พบมาก	พบน้อย	ไม่พบ
11. มีบริการเสริมไม่ครบวงจร				
12. จำนวนผู้ให้บริการ ๓ มีไม่เพียงพอ				
13. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ๓ สูงเกินไป				
14. ไม่สะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ๓				
15. สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีไม่สะดวกในการติดต่อ				
16. ไม่มีการให้บริการหลังการปฏิบัติงานเสร็จ สิ้นตาม ข้อตกลง				
17. อื่น ๆ ระบุ.....				

24. ท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีนอกเหนือจากข้อมูลข้างต้น อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางน้ำฝน คงสกุล
วัน เดือน ปีเกิด	30 มิถุนายน 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดตาก ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	วิทยาลัยลุ่มน้ำปิง จังหวัดตาก ปริญญาบัญชีบัณฑิต , 2545 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี, 2557
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี



### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการยกระดับปริญญาโท งานสร้างสรรค์ และงานบริการวิชาการสู่ชุมชน ประจำปี 2558 ประเภททุน HRS-1 ผู้วิจัยได้นำปริญญาโทของนางสาวสุพินดา ปัญญาธิ เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการจากรูปแบบการใช้ประโยชน์จากสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่พึงได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการศึกษาครั้งนี้

น้ำฝน คงสกุลและคณะ  
29 ธันวาคม 2558



## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก 2) ศึกษาปัญหาในการใช้บริการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก 3) รวบรวมข้อเสนอแนะของธุรกิจที่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก และ 4) นำเสนอข้อเสนอแนะแก่สำนักงานบัญชีเพื่อพิจารณาปรับปรุงการให้บริการของสำนักงาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนของผู้ประกอบการที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก จำนวนทั้งสิ้น 161 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ ร้อยละ ( percentage ) แจกแจงความถี่ ( frequency ) ค่าเฉลี่ย ( mean ) และ Binary Logistic Regression

ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่สถานประกอบการต้องการจากการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือ ความถูกต้องรายงานทางการเงิน สำหรับปัจจัยทางการตลาดได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ปรากฏว่าในภาพรวมแล้วมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 5 ปัจจัยตามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านลูกค้า ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านต้นทุน ปัจจัยรวมอื่น ๆ และปัจจัยด้านความสะดวกสบายตามลำดับ นอกจากนี้สิ่งที่สถานประกอบการต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการทำบัญชีของสำนักงานบัญชีอยู่ในระดับมาก คือ การวางระบบบัญชีและการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีในระดับน้อย ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือเรื่องความชัดเจนของการอธิบายงาน และการจัดทำรายละเอียด

แต่อย่างไรก็ตามผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่าปัจจัยด้านต้นทุน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี เพียงปัจจัยเดียว สำหรับปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่มีผลต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี

จากผลวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า เมื่อวิเคราะห์โดยใช้สถิติแบบค่าเฉลี่ย ปัจจัยทางการตลาด 5 ปัจจัย มีความสำคัญเป็นอันดับมากถึงมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาโดยใช้ Binary Logistic Regression ปัจจัยด้านต้นทุนมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงควรให้ความสำคัญในการหาแนวทางลดต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายการบริหารงานที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในขณะเดียวกันก็พยายามหาหนทางที่จะเพิ่มบริการให้มีคุณภาพเพื่อการทำกำไรในอนาคต

**คำสำคัญ:** การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี, ปัจจัยทางการตลาด



## Abstract

This research aims to study 1) marketing factors that affect a wide range of accounting in the accounting business in Muang District of Tak province, 2) study of the problem in the use of services from business office in Muang District Tak province 3) gather the suggestions of accounting service business from the Accounting Office in the city of Tak province and District 4) presents recommendations on considering the Office Update service.

Samples used in research is an entrepreneur, or an agent of a practitioner who has the power to decide which service account's Office, limited liability company and limited partnership in Muang District of Tak province number 161 samples collected data by using a query. The statistical analysis of the data by using a percentage (percentage) distribution frequency (frequency), the average (mean) and Binary Logistic Regression.

The results of the research showed that what the establishment wants to use a service of the Office on the most accurate financial reports for marketing factors. the statistical data analysis using the averages, it appears that the overall impact of considering a wide range of accounting in accounting at the most. You can sort all the marketing factor 5 factors based on average at the most. Customer implications The communication factor Other common factors, the cost factor and the comfort factor, respectively. In addition to this, what establishment to service other than our accounting accounting is the accounting system and tax and legal consulting business.

Sample problem about using the services of the Office to the least level of accounting. The most common problem is the service fee is too high. Recommendations regarding the use of the services of the Bureau on the subject is clear of the work description and information.

However, the results of hypothesis test, the cost factor is the factor that affect the use of services, accounting for only one factor accounting for the other factor does not affect the use of the services of the Office account in accounting.

The result is that when analyzed using statistics, market factors, the average of 5 factors are critical to the most preferred but Binary Logistic Regression when using the cost factor, there is only one factor that influences the decision to use Office account in the Accounting Office, account should thus give priority to finding ways to reduce the costs and administrative expenses as low as possible. At the same time it is trying to find a way to increase the quality of services to make a profit in the future.

**Keyword: accounting services, marketing factors**

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 สมมติฐานงานวิจัย	2
1.4 กรอบแนวคิด	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 ขอบเขตการวิจัย	6
1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
<b>บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย</b>	
3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล	22
3.3 ตัวแปรและการวัดค่า	22
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้	31
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	40
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย	44
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	48
<b>บรรณานุกรม</b>	50
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	78



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	25
2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	25
3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	26
4 จำแนกตามตำแหน่ง	26
5 จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	27
6 ตามระยะเวลาการทำงาน	27
7 ตามเงินลงทุนจดทะเบียนของกิจการ	27
8 จำนวนพนักงานทุกฝ่ายของกิจการ	28
9 จำนวนพนักงานบัญชี	28
10 ตามวุฒิการศึกษาทางบัญชีของพนักงานบัญชี	29
11 ตามภาระที่พนักงานบัญชีได้รับ	30
12 ตามสาเหตุที่ใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี	30
13 ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ	30
14 แหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	31
15 จำแนกตามการเลือกใช้	32
16 จำแนกตามชื่อสำนักงานบัญชี	32
17 จำแนกตามการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชี	33
18 จำแนกตามสาเหตุของการใช้บริการ	33
19 จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ใช้บริการ	34
20 จำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	35
21 จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียม	38
22 จำแนกตามความต้องการใช้บริการอื่น	39
23 จำแนกตามปัญหาในการใช้บริการสำนักงานบัญชี	40
24 จำแนกตามข้อเสนอแนะในการใช้บริการ	42
25 ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้	43

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	10
3 รายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	10
4 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ	11



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

สาขาการบัญชี

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

เรื่อง

การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก

จัดทำโดย

น้ำฝน คงสกุล

ยุพรัตน์ จันท์แก้ว

สุพินดา ปัญญาธิ



