

**คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการ
สำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม**
[Service Quality and Accounting Efficiency Affecting to Loyalty Using
Accounting Office Services of Small and Medium Enterprises (SMEs)
in Nakhon Pathom Province]

ชูดาพร สอนภักดี¹

Chudapon Sonpakdee¹

Received: January 16, 2025

Revised: May 5, 2025

Accepted: May 7, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 390 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวนทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และ 3) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชี ทั้งนี้สำนักงานบัญชีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการบริหารงาน วางแผนกลยุทธ์และกำหนดรูปแบบการบริการให้มีความเหมาะสม ตลอดจนพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีให้คุณภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี ความภักดีของลูกค้า

¹ อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University. E-mail: chudapon220331@gmail.com

ABSTRACT

This research study examines the service quality and accounting efficiency that affect loyalty in using accounting office services of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Nakhon Pathom Province. The sample group consists of 390 SME operators in Nakhon Pathom province, and a questionnaire was used as the data collection tool. The statistical methods used for data analysis include descriptive statistics, such as mean and standard deviation, and inferential statistics, which involve multiple regression analysis and Pearson's correlation coefficient analysis at a statistical significance level of 0.05.

The results revealed the quality of service that significantly affects client loyalty to accounting services are in five areas: 1) Tangibility, 2) Reliability, 3) Responsiveness, 4) Assurance, and 5) Empathy. Additionally, the efficiency of accounting practices influences loyalty in three areas: 1) Relevance, 2) Faithful Representation, and 3) Verifiability also affects customer loyalty in accounting firm services. Therefore, accounting offices and related agencies should prioritize both the quality of service and the efficiency of accounting practices in order to develop appropriate management models, strategic plans, and service delivery methods. This will also contribute to enhancing the competency of accounting professionals and improving their overall quality.

Keywords: service quality, accounting efficiency, customer loyalty

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำบัญชีสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ถือว่าเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และมีขั้นตอนในการจัดทำที่ซับซ้อนอย่างมาก ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่ผู้ประกอบการ SMEs จะศึกษาขั้นตอน วิธีการที่ถูกต้องและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดในเวลาจำกัด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีผู้ที่มีความรู้ความสามารถและความเข้าใจทางด้านบัญชีในการจัดทำบัญชี จัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี เพื่อจัดทำบัญชีให้แก่อธุรกิจของตนเอง และมั่นใจได้ว่าธุรกิจของตนนั้นได้จัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง สามารถตรวจสอบได้ และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด สำนักงานบัญชีมีบทบาทสำคัญในการให้บริการทางด้านการจัดทำบัญชี ด้านสอบบัญชี และการให้คำปรึกษาทางด้านภาษีอากร โดยการจัดทำบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงินต้องได้รับการตรวจสอบและการรับรองงบการเงินจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทั้งนี้การจัดทำบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงิน และการเก็บเอกสารทางบัญชี จะต้องจัดทำโดยผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญในงานทางด้านบัญชี ซึ่งมีความถูกต้องและสามารถนำตัวเลขทางบัญชีไปบริหารจัดการวางแผนงานทางธุรกิจได้ (รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ และคณะ, 2566) ปัจจุบันภาครัฐมีการสนับสนุนการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทั้งนี้จังหวัดนครปฐมเป็นเมืองเศรษฐกิจที่มีผู้ประกอบการจดทะเบียน

นิติบุคคลและดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 14,775 ราย โดยมีทุนจดทะเบียน 158,813 ล้านบาท สามารถจำแนกผู้ประกอบการนิติบุคคล ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กิจการผลิต 2) กิจการการค้า และ 3) กิจการบริการ ดำเนินการในพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 6 เขต ได้แก่ 1) เขต/อำเภอสามพราน จำนวน 5,986 ราย 2) เขต/อำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 3,972 ราย 3) เขต/อำเภอพุทธมณฑล จำนวน 1,332 ราย 4) เขต/อำเภอนครชัยศรี จำนวน 1,211 ราย 5) เขต/อำเภอบางเลน จำนวน 1,003 ราย และ 6) เขต/อำเภออื่น ๆ 1,271 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดทำบัญชี จึงมีความจำเป็นต้องจัดหาผู้ทำบัญชีที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญในงานด้านบัญชี เพื่อจัดทำบัญชี เก็บรวบรวมเอกสาร จัดทำรายงานทางการเงินและรายงานภาษีให้เป็นไปตามที่พระราชบัญญัติการจัดทำบัญชี พ.ศ. 2547 กำหนดไว้ ดังนั้นคุณภาพให้การบริการเป็นประเด็นที่สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญ ทั้งนี้ การให้บริการที่ตรงตามความคาดหวังซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าสำนักงานบัญชีต้องการให้ลูกค้าเกิดความภักดี สำนักงานบัญชีจะต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้บริการที่ตรงใจลูกค้าอย่างเต็มที่และเกินความคาดหมาย ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจและความภักดีต่อการบริการ (วรารัณ ลายประจักษ์ และพรทิพา แสงเขียว, 2567) ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985, 1990) นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการยังสะท้อนถึงประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชี โดยการจัดทำรายงานทางการเงินต้องเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) 3) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) 4) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) 5) ด้านความทันเวลา (Timeliness) และ 6) ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) โดยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) คือ การมีระบบที่ชัดเจน มีเครื่องมือ เทคโนโลยี และเอกสารสนับสนุนที่ช่วยให้ผู้รับบริการมั่นใจซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีในด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) ซึ่งการจัดทำรายงานทางการเงินต้องชัดเจน มีโครงสร้างที่ดี และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) คือ การให้บริการที่มีมาตรฐานและทำได้ตามที่สัญญาไว้ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ในการบัญชีที่ต้องสะท้อนข้อมูลตามความเป็นจริง ปราศจากอคติและไม่มีการบิดเบือน ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีในด้านความทันเวลา (Timeliness) เนื่องจากการตอบสนองที่รวดเร็วและตรงตามความต้องการของลูกค้าในการให้บริการสะท้อนถึงเวลาของข้อมูลทางบัญชีที่ต้องถูกจัดทำและนำเสนอให้ทันต่อการใช้งานเพื่อการตัดสินใจ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีในด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) เนื่องจากความมั่นใจของลูกค้าในคุณภาพการให้บริการเกิดจากความสามารถและความเชี่ยวชาญ

ของผู้ให้บริการ เช่นเดียวกับความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ของข้อมูลทางบัญชีซึ่งต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านหลักฐานและเอกสารที่รองรับ ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีในด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) และด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) เนื่องจากการให้บริการที่ใส่ใจและเข้าใจลูกค้าช่วยให้สามารถปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เช่นเดียวกับความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการบัญชีที่ต้องจัดทำข้อมูลให้ตรงกับบริบทที่ผู้ใช้ต้องการ และความสามารถเปรียบเทียบได้ที่ช่วยให้ข้อมูลบัญชีสามารถนำมาเปรียบเทียบกันระหว่างช่วงเวลาหรือระหว่างองค์กรได้ ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เพราะทั้งสองแนวคิดมุ่งเน้นไปที่การสร้างความน่าเชื่อถือ ความชัดเจน และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อให้ได้ข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้องและครบถ้วน ผู้ใช้ข้อมูลมีความมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลและสามารถใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุรวดี เอ็มรัตน์, 2561) ดังนั้นสำนักงานบัญชีต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมการบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการอย่างเต็มที่ในสำนักงานบัญชี (วรางคณา ปลายประจักษ์ และพรทิพา แสงเขียว, 2567)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม” โดยงานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยสำหรับโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ COE No. IRB-RUS-2567-068 งานวิจัยนี้จะช่วยเชื่อมโยงแนวคิดด้านการตลาดบริการ (Service Marketing) กับคุณลักษณะของข้อมูลทางบัญชี (Accounting Information Quality) ซึ่งยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างครอบคลุมในงานวิจัย และผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริหารงานทั้ง 5 มิติของคุณภาพการให้บริการ ช่วยกำหนดกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ที่มีประสิทธิภาพโดยทราบว่าปัจจัยใดที่มีผลมากที่สุดต่อการรักษาลูกค้า และควรลงทุนกับจุดไหนเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs มีเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมสรรพากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สภาวิชาชีพบัญชี สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากฎหมายหรือมาตรฐานเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรบัญชีเพื่อให้บัณฑิตบัญชีสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของ SMEs

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี และความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 14,775 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 146 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power 3.1.9.7 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent) ประกอบด้วย

2.1.1 คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) 2) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) 4) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) และ 5) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

2.1.2 ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency) ประกอบด้วย 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) 3) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) 4) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) 5) ด้านความทันเวลา (Timeliness) และ 6) ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability)

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent) คือ ความภักดี (Customer Loyalty) ประกอบด้วย 1) การใช้บริการซ้ำ (Repeat) 2) การแนะนำหรือบอกต่อ (Words of Mouth) 3) ความอ่อนไหวต่อบริการด้านราคา (Price Sensitivity) และ 4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior)

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

2. ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบการบริการในระดับที่ลูกค้าคาดหวัง คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ควรสร้างให้อยู่ในระดับเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ

โดยการประเมินคุณภาพด้วยการเปรียบเทียบจากความต้องการหรือความคาดหวังต่อการบริการและการบริการที่ได้รับจริงของลูกค้าหาคะดับความหวังบริการเท่ากับระดับบริการที่ได้รับ ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องใส่คุณภาพบริการลงไปด้วย โดยองค์ประกอบของคุณภาพการบริการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติ ดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานบัญชี ลักษณะภายนอกของพนักงาน การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้บริการต่าง ๆ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าและให้ความสนใจลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ หากไม่สามารถทำตามได้ก็จะกล่าวจะทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นและลดลง จนกระทั่งหายไปและไปใช้บริการรายอื่น 3) การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้อย่างทันทั่วทั้งที่มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ มีความสนใจในการแก้ปัญหา ช่วยเหลือลูกค้าของตน 4) การประกันคุณภาพหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง คุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวกับความรู้ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้าและให้ความสนใจลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สำนักงานบัญชีต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถ ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง คุณภาพการให้บริการในส่วนของการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานและให้ความสนใจลูกค้าและให้ความสนใจลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งก่อนให้บริการ ขณะให้บริการ และหลังการให้บริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างการจดจำให้แก่ผู้รับบริการซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ รวมถึงกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อให้กับผู้อื่น ทั้งนี้ คุณภาพบริการมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการในอนาคต (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985; Kotler & Keller, 2016)

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency)

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2567) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีเป็นลักษณะของข้อมูลรายงานทางการเงินซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต่อเมื่อรายงานทางการเงินนั้นมีลักษณะเชิงคุณภาพตามที่กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินกำหนดไว้ โดยลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน ประกอบด้วย ลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐาน (Fundamental Qualitative Characteristics) ได้แก่ 1) ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) หมายถึง ข้อมูลการเงินที่สามารถทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อทราบหรือไม่ทราบข้อมูลนั้น ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจนั้นสามารถนำมาใช้ในกระบวนการพยากรณ์ผลลัพธ์ในอนาคตได้ 2) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) หมายถึง การแสดงข้อมูลเนื้อหาสาระและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจ และข้อมูลมีความครบถ้วน ความเป็นกลาง และการปราศจากข้อผิดพลาด และลักษณะเชิงคุณภาพเสริม (Enhancing Qualitative Characteristics) ได้แก่ 1) ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) หมายถึง การเปรียบเทียบกับข้อมูลการเงินที่คล้ายกันของกิจการอื่นสำหรับรอบระยะเวลาเดียวกัน หรือการเปรียบเทียบกับข้อมูลการเงินที่คล้ายกันของกิจการ

เดียวกันสำหรับรอบระยะเวลารายงานอื่น โดยใช้แนวปฏิบัติทางการบัญชีเดียวกันสำหรับรายการที่มีเนื้อหาทางเศรษฐกิจเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นต่างรอบระยะเวลารายงานภายในกิจการเดียวกัน หรือภายในรอบระยะเวลาเดียวกัน แต่ต่างกิจการกัน 2) ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) หมายถึง การพิสูจน์จำนวนหรือการสังเกตโดยตรง การตรวจสอบปัจจัยนำเข้า แบบจำลอง สูตรหรือเทคนิคอื่น ซึ่งการพิสูจน์ยืนยันได้สามารถช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งบการเงินว่าข้อมูลนั้นมีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม 3) ความทันเวลา (Timeliness) หมายถึง ข้อมูลการเงินพร้อมให้ผู้ตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจใช้ทันเวลาที่ข้อมูลนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และ 4) ความเข้าใจได้ (Understandability) หมายถึง ข้อมูลการเงินถูกจัดประเภท กำหนดลักษณะและนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและกระชับ

1.3 แนวคิดและทฤษฎีความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ความภักดี หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมที่เกิดจากความรู้สึก ทัศนคติ หรือความประทับใจที่เคยได้รับการใช้บริการแล้วกลับมาใช้บริการซ้ำ เพราะเชื่อมั่นและไว้วางใจในบริการอย่างไม่ลังเล และคาดว่าจะใช้บริการซ้ำไปอีกยาวนานในระยะยาว แม้ว่าจะมีทางเลือกที่ดีกว่าแต่ลูกค้ายังจะยืนหยัดและไม่เปลี่ยนใจ รวมทั้งลูกค้าจะพูดถึงข้อดีของบริการให้ผู้อื่น เพื่อเป็นการบอกกล่าวหรือเชิญชวนให้ผู้อื่นมีความสนใจ อยากทดลองใช้บริการตามไปด้วย (Gronroos, 2000; Kotler, 2003)

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990) ได้แบ่งความจงรักภักดีออกเป็น 4 มิติ คือ 1) ความตั้งใจซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคเลือก และตั้งใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นต่อเนื่อง 2) พฤติกรรมการบอกต่อ หมายถึง ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการแนะนำบอกต่อประสบการณ์ใช้สินค้าหรือการบริการให้ผู้อื่น เพื่อน หรือคนรู้จักฟัง และส่งผลให้ผู้อื่นสนใจ และมาใช้บริการนั้น 3) ความอ่อนไหวต่อราคา หมายถึง หากมีการปรับราคาของสินค้าหรือบริการในอัตราที่สูงขึ้นผู้บริโภคยังคงใช้สินค้าหรือบริการดังเดิม และ 4) พฤติกรรมการร้องเรียน หมายถึง เมื่อผู้บริโภคเกิดพบเจอปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคร้องเรียนผู้ให้บริการเพื่อให้เกิดการปรับปรุงการให้บริการ

2. ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ของสำนักงานบัญชีที่ท่านใช้บริการในปัจจุบัน จำนวน 5 ด้าน รวมจำนวนทั้งหมด 25 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี จำนวน 6 ด้าน รวมจำนวนทั้งหมด 30 ข้อ และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) จำนวน 4 ด้าน รวมจำนวนทั้งหมด 20 ข้อ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 - 4 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามแนวคิดของ Likert (1976) กำหนดการให้คะแนนในแต่ละระดับ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้ มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน, มาก เท่ากับ 4 คะแนน, ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน, น้อย เท่ากับ 2 คะแนน และน้อยที่สุด

เท่ากับ 1 คะแนน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) 3) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์วิเคราะห์และตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความเหมาะสม และความสอดคล้องของข้อคำถามเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) หรือค่าดัชนี IOC โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) 4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค อัลฟาของตัวแปรดังนี้ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) 0.867 ประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) 0.872 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) 0.869 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) 0.867 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) 0.871 และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) 0.872 และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency) 0.860 ประกอบด้วย 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) 0.863 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) 0.862 3) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) 0.866 4) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) 0.865 5) ด้านความทันเวลา (Timeliness) 0.864 และ 6) ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) 0.865 ความภักดี (Customer Loyalty) 0.879 ประกอบด้วย 1) การใช้บริการซ้ำ (Repeat) 0.879 2) การแนะนำหรือบอกต่อ (Words of Mouth) 0.871 3) ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) 0.878 และ 4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) 0.932 ซึ่งพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค อัลฟาของตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.60 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกันดี จึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3. ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ บทความวิชาการ และระบบสืบค้นจากฐานข้อมูลระบบออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้ 1) ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยส่งไปยังหน่วยงานราชการ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดนครปฐม เพื่อให้สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยผ่านระบบออนไลน์ Google Forms 2) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail: E-mail) ไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง และ 3) ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลยังสำนักงานบัญชีในจังหวัดนครปฐม ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 14,775 ราย ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power 3.1.9.7 โดยการเลือก Linear Multiple Regression: Fixed Model, Effect Size = 0.15, error prob. = 0.05, Power (1-β err prob) = 0.95 และ Number of Predictors = 6 (Faul, Erdfelder, Buchner & Lang, 2009) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 146 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐมออกเป็น 6 กลุ่ม ตามเกณฑ์การแบ่งเขตพื้นที่ ได้แก่ 1) เขต/อำเภอสามพราน จำนวน 5,986 ราย 2) เขต/อำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 3,972 ราย 3) เขต/อำเภอพุทธมณฑล จำนวน 1,332 ราย 4) เขต/อำเภอนครชัยศรี จำนวน 1,211 ราย 5) เขต/อำเภอบางเลน จำนวน 1,003 ราย และ 6) เขต/อำเภออื่น ๆ จำนวน 1,271 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 146 คน นำมาหาสัดส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สูตรการคำนวณจากการใช้ค่าสัดส่วนหรือเทียบบัญญัติไตรยางศ์ สามารถหาสัดส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละเขต/อำเภอได้จากสูตร

$$\frac{\text{สัดส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละเขต/อำเภอ ได้มาจาก}}{\text{จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละเขต/อำเภอ} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}} = \frac{\text{จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด}}{\text{จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด}}$$

โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละเขต/อำเภอได้สัดส่วน ดังนี้
 1) เขต/อำเภอสามพราน จำนวน 5,986 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 59 ราย 2) เขต/อำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 3,972 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 39 ราย 3) เขต/อำเภอพุทธมณฑล จำนวน 1,332 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 13 ราย 4) เขต/อำเภอนครชัยศรี จำนวน 1,211 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 ราย 5) เขต/อำเภอบางเลน จำนวน 1,003 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 ราย และ 6) เขต/อำเภออื่นๆ จำนวน 1,271 ราย สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 13 ราย

ขั้นที่ 3 เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) คือ การส่งแบบสอบถาม (Questionnaire) ยังกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดจำนวนไว้ในขั้นที่ 2

4. ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ดังนี้

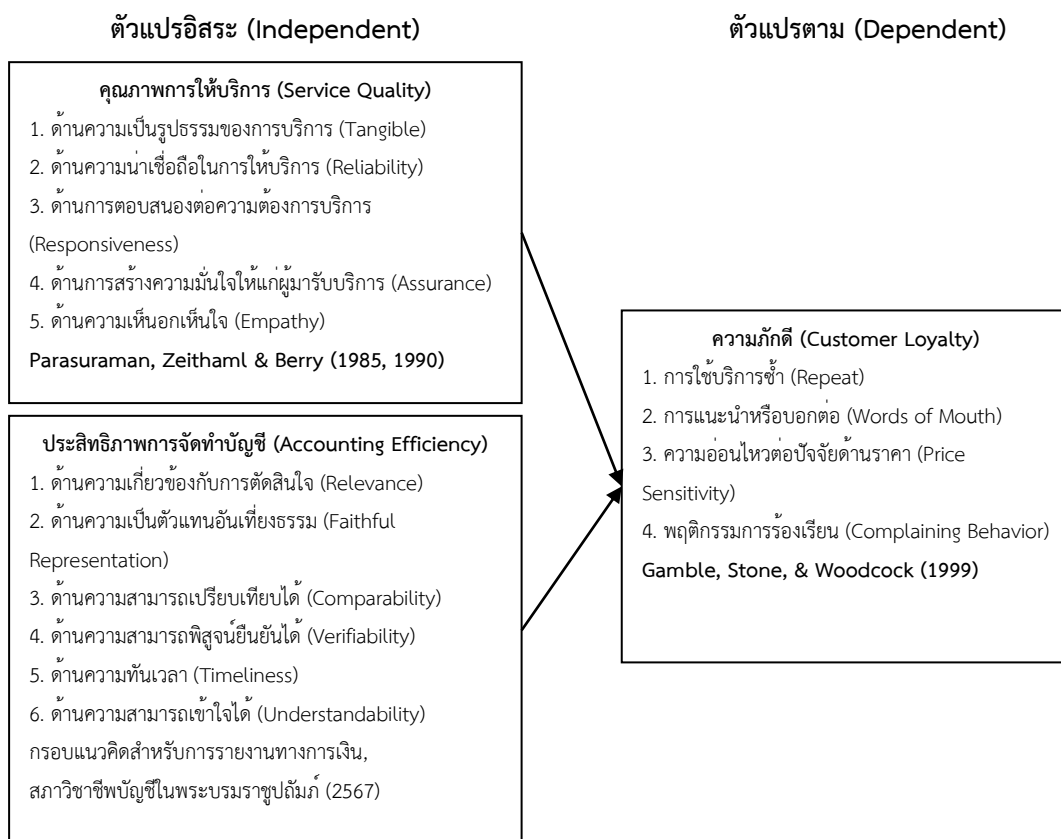
- SQ1 แทนค่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)
- SQ2 แทนค่า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)
- SQ3 แทนค่า ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)
- SQ4 แทนค่า ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)
- SQ5 แทนค่า ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)
- AE1 แทนค่า ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance)
- AE2 แทนค่า ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation)
- AE3 แทนค่า ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability)
- AE4 แทนค่า ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability)
- AE5 แทนค่า ด้านความทันเวลา (Timeliness)
- AE6 แทนค่า ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายลักษณะข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1-4 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลผลคะแนน ผู้วิจัยใช้วิธีอิงเกณฑ์ Likert (1976) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผล ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 ระดับความคิดเห็นมาก คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 ระดับความคิดเห็นปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 ระดับความคิดเห็นน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการศึกษา

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม” ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้จำนวน 146 ราย ตามวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวข้างต้น และการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการ ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยส่งไปยังหน่วยงานราชการ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดนครปฐม เพื่อให้สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยผ่านระบบออนไลน์ Google Forms
- 2) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail: E-mail) ไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง และ
- 3) ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเองยังสำนักงานบัญชีในจังหวัดนครปฐม ทั้งนี้จากการดำเนินการทั้ง 3 ส่วน ส่งผลให้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวนมากว่าที่กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ จากนั้นผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่ามีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 390 ราย ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมดวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ที่ตั้งของสถานประกอบการ		
เขต/อำเภอสามพราน	85	21.79
เขต/อำเภอเมืองนครปฐม	39	10.00
เขต/อำเภอพุทธมณฑล	26	6.67
เขต/อำเภอนครชัยศรี	25	6.41
เขต/อำเภอบางเลน	28	7.18
เขต/อำเภออื่น ๆ	187	47.95
รวม	390	100
ประเภทธุรกิจ		
กิจการเจ้าของคนเดียว	47	12.05
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	53	13.59
บริษัทจำกัด	290	74.36
รวม	390	100
ภาคธุรกิจ		
ธุรกิจบริการ	122	31.28
ธุรกิจผลิตและจำหน่าย	92	23.59
ธุรกิจการค้า	176	45.13
รวม	390	100%
ขนาดธุรกิจ		
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	322	82.56
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	68	17.44
รวม	390	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ทุนจดทะเบียน		
ไม่เกิน 1,000,000 บาท	80	20.51
1,000,000-3,000,000 บาท	206	52.82
3,000,001-5,000,000 บาท	56	14.36
มากกว่า 5,000,000 บาท ขึ้นไป	48	12.31
รวม	390	100
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
น้อยกว่า 5 ปี	114	29.23
5-10 ปี	164	42.05
11-15 ปี	13	3.33
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	99	25.39
รวม	390	100

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง 390 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ในเขต/อำเภออื่น ๆ จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.95 เขต/อำเภอสามพราน จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.79 เขต/อำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 เขต/อำเภอบางเลน จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.18 เขต/อำเภอพุทธมณฑล จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 และเขต/อำเภอนครชัยศรี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.41

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม ประกอบธุรกิจประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.36 ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.59 และกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.05

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม ประกอบธุรกิจในภาคธุรกิจการค้า จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.13 ภาคธุรกิจบริการ จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.28 และภาคธุรกิจการผลิต จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.59

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จัดอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.56 และกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.44

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม มีทุนจดทะเบียน 1,000,000-3,000,000 บาท จำนวน 206 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.82 ทุนจดทะเบียน ไม่เกิน 1,000,000 บาท จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.51 ทุนจดทะเบียน 3,000,001-5,000,000 บาท จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.36 และทุนจดทะเบียนมากกว่า 5,000,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.31

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี จำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.05 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.23 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.39 และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33

2. ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 ราย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	4.21	0.62	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)	4.61	0.46	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)	4.51	0.52	มากที่สุด
4. ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)	4.51	0.51	มากที่สุด
5. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.48	0.45	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.55) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.62)

3. ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 ราย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี

ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance)	4.34	0.53	มาก
2. ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation)	4.42	0.54	มาก
3. ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability)	4.26	0.51	มาก
4. ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability)	4.32	0.51	มาก
5. ด้านความทันเวลา (Timeliness)	4.29	0.58	มาก
6. ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability)	4.33	0.54	มาก
รวม	4.33	0.47	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.53) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.51)

4. ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดี (Customer Loyalty)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดี (Customer Loyalty) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ราย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความภักดี

ความภักดี (Customer Loyalty)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการใช้บริการซ้ำ (Repeat)	4.63	0.55	มากที่สุด
2. ด้านการแนะนำหรือบอกต่อ (Words of Mouth)	4.54	0.52	มากที่สุด
3. ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity)	4.29	0.59	มาก
4. ด้านพฤติกรรมกรรการร้องเรียน (Complaining Behavior)	2.25	1.07	น้อย
รวม	3.93	0.41	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความภักดี (Customer Loyalty) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการใช้บริการซ้ำ (Repeat) ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ด้านการแนะนำหรือบอกต่อ (Words of Mouth) ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.52) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านพฤติกรรมกรรการร้องเรียน (Complaining Behavior) ($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 1.07)

5. ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ก่อนการวิเคราะห์ได้ทำการทดสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีและความภักดี ทั้งหมด 12 ตัวแปร รวม 66 คู่ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันมีค่าอยู่ 0.20 ถึง 0.87 ตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.15-0.34 และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าต่ำกว่า 10 อยู่ในช่วง 2.91-6.48 ตัวแปรอิสระทุกตัวที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และการทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) โดยใช้สถิติ Durbin-Watson พบว่า ค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.629 แสดงว่า ความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลกระทบต่อความ
ภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม
โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

(n = 390)

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	β	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant Term)	1.82	0.21		8.57	0.00**
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	-0.12	0.05	-0.19	-2.52	0.01**
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	0.35	0.08	0.40	4.32	0.00**
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ	-0.19	0.08	-0.24	-2.34	0.02*
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ	-0.12	0.06	-0.15	-2.08	0.04*
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.19	0.08	0.23	2.53	0.01**
ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.41	0.08	0.54	5.24	0.00**
ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม	-0.34	0.08	-0.45	-4.12	0.00**
ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้	-0.04	0.07	-0.05	-0.61	0.54
ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้	0.21	0.08	0.27	2.80	0.01**
ด้านความทันเวลา	0.03	0.06	0.04	0.50	0.62
ด้านความสามารถเข้าใจได้	0.08	0.08	0.11	1.08	0.28

R = 0.541, ค่า $R^2 = 0.292$, Adjusted $R^2 = 0.272$, Dubin-Watson = 1.868

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลกระทบต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ผู้วิจัยใช้ค่า Standardized Coefficients ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยเนื่องจากเป็นค่าคะแนนมาตรฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Beta = -0.19) 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Beta = 0.40) 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Beta = -0.24) 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Beta = -0.15) และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Beta = 0.23) ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลกระทบต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Beta = 0.54) 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Beta = -0.45) และ 3) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Beta = 0.27)

ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 27.20 (Adjusted R Square = 0.272) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.292 ($R = 0.292$) ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบเท่ากับ 1.82 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.82 + (-0.12)(SQ1) + 0.35(SQ2) + (-0.19)(SQ3) + (-0.12)(SQ4) + 0.19(SQ5) + 0.41(AE1) + (-0.34)(AE2) + 0.21(AE4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Y} = -0.19(SQ1) + 0.40(SQ2) + (-0.24)(SQ3) + (-0.15)(SQ4) + 0.23(SQ5) + 0.54(AE1) + (-0.45)(AE2) + 0.27(AE4)$$

โดยที่

$\hat{Y}$	=	ความภักดี (Customer Loyalty)
SQ1	=	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)
SQ2	=	ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)
SQ3	=	ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness)
SQ4	=	ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance)
SQ5	=	ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)
AE1	=	ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance)
AE2	=	ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation)
AE4	=	ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability)

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม” สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) (Beta = -0.19) แสดงว่าหากสำนักงานบัญชีมุ่งเน้นการลงทุนในสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น สถานที่ เครื่องมือ หรือเทคโนโลยีมากเกินไป อาจไม่ได้ช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้า และอาจทำให้ลูกค้าไม่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์หรือคุณภาพของบริการที่ได้รับ ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรเน้นคุณภาพของบริการมากกว่าการเน้นแค่สิ่งอำนวยความสะดวก หรือรูปลักษณ์ภายนอก 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) (Beta = 0.40) แสดงว่า หากสำนักงานบัญชีสามารถให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ และตรงตามที่สัญญาไว้ จะช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้าได้ ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรเน้นการพัฒนา ความถูกต้องของข้อมูลบัญชี ความแม่นยำของรายงาน และความสามารถในการทำงานได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่มีข้อผิดพลาด 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) (Beta = -0.24) แสดงว่า หากสำนักงานบัญชีเน้นการตอบสนองที่รวดเร็วเกินไป อาจกระทบต่อคุณภาพของบริการและทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่มั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลบัญชี ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรหาสมดุลระหว่างความเร็วในการให้บริการและความถูกต้องของข้อมูล ไม่ควรเร่งรีบจนเกิดข้อผิดพลาดในข้อมูลทางบัญชี 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (Assurance) (Beta = -0.15) แสดงว่า หากสำนักงานบัญชีเน้น

การแสดงออกที่มั่นใจมากเกินไป อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกโน้มน้าวหรือโฆษณาเกินกว่าการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์จริงๆ ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรให้ความมั่นใจลูกค้าผ่านการทำงานที่เป็นระบบมากกว่าการใช้คำพูด หรือการโน้มน้าวใจ และแสดงหลักฐานหรือข้อมูลที่ตรวจสอบได้แทนที่จะใช้เพียงการกล่าวอ้างถึงความเชี่ยวชาญ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ($\text{Beta} = 0.23$) แสดงว่า สำนักงานบัญชีที่ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าและมีความเข้าใจต่อปัญหาของธุรกิจลูกค้าจะช่วยเพิ่มความภักดีได้ ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรฝึกอบรมพนักงานบัญชีให้มีทักษะการสื่อสารและการเข้าใจลูกค้า เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำที่ตรงกับบริบทของ ธุรกิจแต่ละราย และมีการติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การค้นพบนี้ สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ที่ได้สรุปว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (ชลิดา ลั่นจี และคณะ, 2566; จักรพงษ์ สังข์ขาว และณอมศักดิ์ สุวรรณน้อย, 2566; วัชรภรณ์ แสงแก้ว, 2565; อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์, 2563; โสภภาพรณ ไชยพัฒน์, 2563; จตุรภัทร วงศ์สิริสถาพร, 2561) กล่าวโดยสรุป การปรับปรุงคุณภาพการบริการนำไปสู่การเพิ่มความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoan Nguyen et al. (2023) พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทตรวจสอบบัญชีอิสระในประเทศเวียดนาม ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (REL) การตอบสนอง (RES) การรับประกัน (ATT) การเอาใจใส่ (EMP) และการจับต้องได้ (TAN) ในระดับมากที่สุด คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) คุณภาพการบริการสามารถส่งเสริมความภักดีของลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jimmy Agung Artana et al. (2019) พบว่า คุณภาพการตรวจสอบและคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ลูกค้าของสำนักงานบัญชีสาธารณะมีความภักดีต่อคุณภาพการบริการที่พวกเขาได้รับ และลูกค้าประจำคือผู้ที่กลับมาใช้บริการซ้ำเป็นประจำ แนะนำผู้อื่น และแสดงภูมิคุ้มกันต่อการดึงของคู่แข่ง ความภักดีได้รับอิทธิพลจากคุณภาพการบริการที่สำนักงานบัญชีมอบให้กับลูกค้า ยิ่งคุณภาพบริการสูงลูกค้าก็จะภักดีต่อสำนักงานบัญชีมากขึ้น และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham Hung (2022) พบว่า ปัจจัย 7 ประการของคุณภาพการบริการและการตรวจสอบมีอิทธิพลที่สำคัญต่อความภักดีของลูกค้าในสำนักงานตรวจสอบ และมีข้อเสนอแนะแก่บริษัทตรวจสอบบัญชีเรื่องการปรับปรุงคุณภาพของการตรวจสอบจะช่วยให้บริษัทตรวจสอบบัญชีรักษาลูกค้าเก่า และเข้าถึงลูกค้า ที่มีศักยภาพและมีส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการตรวจสอบบัญชีในเวียดนามเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลพร ธนโรจโกนิน และคณะ (2567) พบว่า คุณลักษณะธุรกิจสำนักงานบัญชีด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความใส่ใจ และด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อความจงรักภักดีในภาพรวมใน ทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณลักษณะธุรกิจสำนักงานบัญชีทั้ง 4 ด้านดังกล่าว สามารถพยากรณ์ความจงรักภักดีได้ร้อยละ 72.3 โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านการสนองตอบลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ และคณะ (2566) พบว่า คุณลักษณะของสำนักงานบัญชี ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ ด้านความใส่ใจ และด้านสิ่งที่ สามารถจับต้องได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยตัวพยากรณ์ที่ทำนายได้ดีที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2 ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี (Accounting Efficiency) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ($\text{Beta} = 0.54$) แสดงว่า หากข้อมูลทางบัญชีที่สำนักงานบัญชีจัดทำ

มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของลูกค้าจะช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้าได้อย่างมาก ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรจัดทำรายงานที่ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เช่น รายงานเชิงวิเคราะห์ งบการเงินที่แสดงแนวโน้มทางธุรกิจ ตลอดจนให้คำแนะนำเชิงกลยุทธ์ โดยอ้างอิงจากข้อมูลทางบัญชี เช่น การวิเคราะห์ต้นทุน หรือแนวทางการเพิ่มกำไร 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ($\text{Beta} = -0.45$) แสดงว่า หากสำนักงานบัญชีเน้นความเป็นกลางและความถูกต้องของข้อมูลมากเกินไป อาจส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าข้อมูลมีความเข้มงวดเกินไป ไม่ยืดหยุ่น และไม่สามารถใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรต้องรักษาสสมดุลระหว่างความถูกต้องและการนำไปใช้ได้จริง รายงานที่เป็นกลางต้องสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์แนวทางการดำเนินธุรกิจได้ และใช้การอธิบายข้อมูลที่เข้าใจง่ายแทนที่จะให้เพียงตัวเลข อาจเพิ่มคำอธิบายที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจข้อมูลบัญชีมากขึ้น และ 3) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) ($\text{Beta} = 0.27$) แสดงว่า หากข้อมูลบัญชีสามารถตรวจสอบและพิสูจน์ความถูกต้องได้ จะช่วยเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้า และนำไปสู่ความภักดีต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชี ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรใช้เอกสารอ้างอิงที่ตรวจสอบได้เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าไม่มีความผิดพลาดหรือการบิดเบือนข้อมูล และใช้ระบบบัญชีดิจิทัล เช่น โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่ช่วยให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพันธุ์ สายทองอินทร์ (2565) พบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหาและด้านความน่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ และประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหากธุรกิจ SMEs ใช้ข้อมูลบัญชีบริหารที่มีคุณภาพเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลและสนับสนุนธุรกิจ SMEs ได้แนวทางในการออกนโยบายหรือสร้างกิจกรรมเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากระบวนการจัดทำข้อมูลบัญชีบริหารให้มีคุณภาพเพื่อที่ธุรกิจ SMEs จะได้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความภักดีแก่ลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณิ คำวาส (2565) พบว่า การปฏิบัติทางการบัญชีที่ดีด้านการมีระบบบริหารจัดการเอกสารทางบัญชี ด้านกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานด้านบัญชี และด้านกระบวนการควบคุมภายในเรื่องการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน แสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญกับการปฏิบัติทางการบัญชีที่ดีอันส่งผลให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพและนำไปใช้ประโยชน์ได้ตามประสงค์ และสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสำนักงานบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของพลกฤต โสลาพากุล และฐิตาภรณ์ สินจรรุณศักดิ์ (2565) พบว่า ประเภทของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันในข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ได้แก่ 1) ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 2) ด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และ 3) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม สำนักงานบัญชี ผู้ทำบัญชี ผู้สอบบัญชี ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ทั้งหมดจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สำนักงานบัญชีควรเน้นคุณภาพของบริการมากกว่าการเน้นแค่สิ่งอำนวยความสะดวกหรือรูปลักษณ์ภายนอก 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ สำนักงานบัญชีควรเน้นการพัฒนา ความถูกต้องของข้อมูลบัญชี ความแม่นยำของรายงาน และความสามารถในการทำงานได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่มีข้อผิดพลาด 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ สำนักงานบัญชีควรหาสมดุลระหว่างความเร็วในการให้บริการและความถูกต้องของข้อมูล ไม่ควรเร่งรีบจนเกิดข้อผิดพลาดในข้อมูลทางบัญชี 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ สำนักงานบัญชีควรให้ความมั่นใจลูกค้าผ่านการทำงานที่เป็นระบบมากกว่าการใช้คำพูดหรือการโน้มน้าวใจ และแสดงหลักฐานหรือข้อมูลที่ตรวจสอบได้แทนที่จะใช้เพียงการกล่าวอ้างถึงความเชี่ยวชาญ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ สำนักงานบัญชีควรฝึกอบรมพนักงานบัญชีให้มีทักษะการสื่อสารและการเข้าใจลูกค้า เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำที่ตรงกับบริบทของธุรกิจแต่ละราย และมีการติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้จากผลการวิจัยความน่าเชื่อถือในการให้บริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีสูงสุด สำนักงานบัญชีต้องเร่งปรับกระบวนการทำงานให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือ เช่น การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใส ก่อนเริ่มงานควรจัดทำสัญญาหรือข้อตกลงที่ชัดเจนเกี่ยวกับขอบเขตการทำงาน ค่าบริการ และกำหนดเวลาส่งมอบงาน ระหว่างการดำเนินงาน ควรมีการแจ้งเตือนหรือรายงานสถานะการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ และการส่งมอบงานที่ตรงเวลา ตรวจสอบได้ มีเอกสารหลักฐานการดำเนินการที่ชัดเจน รายงานทางการเงินที่มีคำอธิบายประกอบ มิใช่มีเพียงตัวเลขอย่างเดียวเท่านั้น ตลอดจนการบริการที่รวดเร็วและแม่นยำ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้สำนักงานบัญชีนำไปสร้างกลยุทธ์ปรับปรุงคุณภาพบริการ พัฒนารูปแบบการบริหารงาน และกำหนดรูปแบบการบริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องในบริบทของลูกค้ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาลูกค้าเดิม ดึงดูดลูกค้าใหม่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงเป้าหมายยิ่งขึ้น

1.2 ประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ กรมสรรพากร สมาคมผู้สอบบัญชีภาษีอากรแห่งประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยประสิทธิภาพการจัดทำบัญชี ทั้งหมดจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ สำนักงานบัญชีควรจัดทำรายงานที่ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เช่น รายงานเชิงวิเคราะห์ งบการเงินที่แสดงแนวโน้มทางธุรกิจ ตลอดจนให้คำแนะนำเชิงกลยุทธ์ โดยอ้างอิงจากข้อมูลทางบัญชี เช่น การวิเคราะห์ต้นทุน หรือแนวทางการเพิ่มกำไร 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม สำนักงานบัญชีควรต้องรักษาสมดุลระหว่างความถูกต้องและการนำไปใช้ได้จริง รายงานที่เป็นกลางต้องสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์แนวทางการดำเนินธุรกิจได้ และใช้การอธิบายข้อมูลที่เข้าใจง่ายแทนที่จะให้เพียงตัวเลข อาจเพิ่มคำอธิบายที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจข้อมูลบัญชีมากขึ้น และ 3) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ สำนักงานบัญชีควรใช้เอกสารอ้างอิงที่ตรวจสอบได้เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าไม่มีความผิดพลาดหรือการบิดเบือนข้อมูล และใช้ระบบบัญชีดิจิทัล เช่น โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่ช่วยให้ลูกค้าตรวจสอบข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ ทั้งนี้จากผลการวิจัยด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีสูงสุด สำนักงานบัญชีต้องเร่งปรับปรุงรูปแบบรายงานหรือข้อมูลทางการเงินให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของลูกค้า เช่น การแสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มทางการเงิน หรือการเปรียบเทียบ

ตัวชี้วัดทางธุรกิจ พัฒนาระบบการจัดทำบัญชีให้รวดเร็ว โดยใช้ซอฟต์แวร์บัญชีที่สามารถสรุปข้อมูลได้แบบเรียลไทม์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำข้อมูลไปใช้ตัดสินใจทันเวลา ให้บริการด้านบัญชีที่เป็นมากกว่าการจัดทำบัญชี โดยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการลดต้นทุน การเพิ่มกำไร หรือการจัดการทางภาษี ตลอดจนติดตามผลการนำข้อมูลไปใช้ตัดสินใจ เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีในการใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อไป

1.3 สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์สามารถนำผลวิจัยประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีไปใช้กำหนดนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติและจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับมาตรฐาน และจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี โดยให้ความสำคัญกับด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมและด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ เพื่อเพิ่มคุณค่าของข้อมูลทางบัญชี และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในงานบัญชี เพื่อความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ปราศจากข้อผิดพลาดในการจัดทำรายงานทางการเงิน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐมเท่านั้น ดังนั้นควรขยายการศึกษาไปยังสำนักงานบัญชีในเขตจังหวัดภูมิภาคหรือประเทศอื่นเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์

2.2 ควรศึกษาตัวแปรด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านคุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างสำนักงานบัญชีคุณภาพกับสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ได้รับการรับรองจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *ข้อมูลนิติบุคคลที่ดำเนินการในปัจจุบัน*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/area/overview>
- จตุรภัทร วงศ์สิริสถาพร. (2561). ผลกระทบคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีต่อความภักดีของลูกค้า ตัวแปรกลางความพึงพอใจของลูกค้า. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาสงคราม*, 12(2), 644-662.
- จักรพงษ์ สังข์ขาว และถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(3), 217-231
- ชลิดา ลิ่นจี และคณะ. (2566). คุณภาพการให้บริการด้านบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 7(1), 66-78.
- ดลพร ธนโรจน์โกสิน, ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2567). คุณลักษณะธุรกิจสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(1), 139-148
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2557). *การวิจัยการตลาด*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พลกฤต โสลาพากุล และฐิตาภรณ์ สินจรรยาศักดิ์. (2565). คุณลักษณะของธุรกิจ ข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณและสมรรถนะของผู้จัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 11(2), 24-38.
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, บุญยวีร์ โชคประเสริฐสม, สมบัติ วรินทร์นุวัตร และไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์. (2566). คุณลักษณะของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(3), 305-322.

- วรางคณา ลายประจักษ์ และพรทิศา แสงเขียว. (2567). คุณภาพการให้บริการทางบัญชีและประสิทธิภาพการ
จัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(7), 657-671.
- วัชรภรณ์ แสงแก้ว. (2565). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร.
วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 12(1), 186-198.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2567). พระราชบัญญัติวิชาชีพการบัญชี พ.ศ. 2547. สืบค้นเมื่อ 5
พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.tf.ac.or.th/article/detail/66888>
- สุพรรณิ คำวาส. (2565). การปฏิบัติทางการบัญชีที่ดีกับคุณภาพรายงานการเงินของสถานประกอบการใน
อุตสาหกรรมเซรามิกภาคเหนือตอนบน. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*,
9(1), 37-54.
- สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์. (2565). คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจนำไปสู่ความสำเร็จ
ของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(1), 1-15
- สุรวดี เอ็มรัตน์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการทำ
บัญชีของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- โสภภาพรณ ไชยพัฒน์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต.
วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยสารคาม, 12(4), 30-42
- อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจใน
จังหวัดลำปาง. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศรณ*, 7(11), 314-328.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2009). G*Power 3: A flexible statistical power analysis
program for the social and behavioral sciences. *Behavior Research Methods*, 39(1), 175-191.
- Gamble, Stone & Woodcock. (1999). *Up Close and Personal: Customer Relationship Marketing
at Work*. London: Kogan Page Publishers.
- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship
management approach*. Hoboken: John Wiley & Sons, Ltd.
- Jimmy Agung Artana, Made Gede Wirakusuma, Ketut Muliarta and Gayatri. (2019). The effect
of audit and service qualities on client loyalty through client satisfaction as mediating
variable (Empirical study of public accounting firm in Bali). *International Journal of
Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 48(4), 168-177.
- Kotler, P. (2003). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Product and service quality*. United States of America: Pearson
Education Limited.
- Nguyen, H., Hoang, D. H., Do, D. T., Tran, T. N., Dao, T. T., & Vu, H. P. (2023). A study on customer
loyalty to service quality in independent auditing firms (Special issue). *Journal of Governance
& Regulation*, 12(3), 243-254.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality
and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing
customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Pham Hung (2022). Audit service quality and loyalty to audit firms: Empirical evidence from
Vietnam. *Journal of Positive School Psychology*, 6(7), 5266-5281.