

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

Factors that influence the level of satisfaction and loyalty to Accounting Firm in Bangkok and Metropolitan Area

จักรพงษ์ สังข์ขาว¹ และ ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย²
Chakkaphong Sangkao¹ and Thanomsak Suwannoi²

Article History

Receive: November 2, 2023
Revised: December 18, 2023
Accepted: December 20, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 450 คน จากผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ใช้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ธุรกิจการเกษตร จำนวน 152 ราย ธุรกิจค้าส่ง จำนวน 148 ราย และธุรกิจก่อสร้าง จำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพบริการส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการ โดยคุณภาพบริการมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า รวมไปถึงปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าเช่นกัน เนื่องจากประสิทธิภาพบริการที่ผ่านมาของสำนักงานบัญชีสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านความภักดีลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ : คุณภาพบริการ ; ประสิทธิภาพบริการ ; ความพึงพอใจ ; ความภักดีของลูกค้า ; สำนักงานบัญชี

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Doctoral Student in Business Administration, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

² อาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Lecturer, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ABSTRACT

The objective of this research is to identify the factors Influencing the level of customers' satisfaction and loyalty in choosing the service of an accounting firm in Bangkok and the metropolitan area. The data was collected using a questionnaire using. The sample consisted of 450 entrepreneurs using a stratified random sampling method, including 152 agricultural businesses, 148 wholesale businesses, and 150 construction businesses. The data were analyzed using descriptive statistics including means and standard deviation, as well as structural equation modeling. The results of the study found that the factors affecting customer satisfaction and loyalty to accounting firms in Bangkok and the metropolitan consisted of service quality factor, which have a positive impact on service experience factor, and that the quality of service is important to customers' satisfaction. which stems from the service providing services that meet customers' needs and impress customers. And also, the service experience factor has a positive effect on the satisfaction factor of customers because the accounting firm's past service experience can build credibility and trust with clients. In addition, the satisfaction factor also has a positive and significant effect on the customer loyalty factor, which is beneficial to the accounting office in creating a competitive advantage.

Keywords : Service Quality ; Service Experience ; Satisfaction ; Customer Loyalty ; Accounting Office

บทนำ

ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยจะต้องทำตามข้อกำหนดกฎหมาย ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบการนิติบุคคล มีหน้าที่ต้องจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามประเภทของธุรกิจ โดยการจัดทำบัญชีตาม “พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543” สำหรับการจัดทำบัญชีตลอดจนมีการกำหนดให้ผู้ทำบัญชีต้องมีคุณสมบัติปริญญาดังกล่าวหรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาซึ่งต้องได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งผู้ประกอบการนิติบุคคลบางรายไม่มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีจึงทำให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลต้องการหาผู้มารับผิดชอบในการทำบัญชีเพื่อช่วยจัดทำบัญชีดังกล่าว เมื่อสำนักงานบัญชีมีหน้าที่ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการนิติบุคคลในเรื่องการจัดทำบัญชี

สำนักงานบัญชีในประเทศไทยมีการแข่งขันทางธุรกิจด้านการให้บริการ (Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage (2021) เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมาจากหลายปัจจัยที่ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการด้านความรวดเร็ว การตรงต่อเวลา ความถูกต้องแม่นยำและยังมีรายงานทางการเงินที่สามารถนำข้อมูลที่ถูกต่อนั้นมาใช้ในปัจจุบันและวางแผนในอนาคตเป็นการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นกับกิจการ จึงเป็นปัญหาที่สำนักงานบัญชีประสบอยู่ก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ สำนักงานบัญชีเป็นผู้ให้บริการด้านบัญชีและภาษีอากรที่มีความสำคัญต่อธุรกิจทุกประเภท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าต่อบริการของสำนักงานบัญชีจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจสำนักงานบัญชีเองและต่อธุรกิจของลูกค้า อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของสำนักงานบัญชีโดยรวม โดยไม่แยกตามประเภทธุรกิจของลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่ครอบคลุมและไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของลูกค้าแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมามักใช้ตัวอย่างจากลูกค้าในเขตพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งหรือจากธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่สะท้อนถึงความเป็นจริงของธุรกิจทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัญหา ซึ่งในอดีตมีผู้เคยศึกษา Wongwattana (2021) พบว่า ลูกค้าธุรกิจก่อสร้างมีความพึงพอใจต่อบริการด้านความรวดเร็วและความถูกต้องสูงกว่าลูกค้าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากธุรกิจก่อสร้างมีความต้องการใช้ข้อมูลทางบัญชีที่รวดเร็วและถูกต้องเพื่อใช้ในการวางแผนและดำเนินธุรกิจข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภทธุรกิจมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของสำนักงานบัญชีในแต่ละประเภทธุรกิจจึงอาจแตกต่างกันด้วยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับปานกลางถึงดี แต่ไม่สูงมากนัก ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า

ธุรกิจสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยังมีโอกาสในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของตนเอง เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างความภักดีของลูกค้า และในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านสำนักงานบัญชี ในประเทศไทย มีผู้ประกอบการธุรกิจด้านสำนักงานบัญชีในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีจำนวน 4,130 ราย (DBD Beyond development, 2023) เป็นสำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการจัดทำบัญชี และรายการทางการเงิน ที่สามารถนำข้อมูลที่ถูกต้อ้นมาใช้ในปัจจุบันและวางแผนในอนาคตเป็นการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นกับกิจการ (International Financial Reporting Standards, 2021) จะเห็นได้ว่า จำนวนสำนักงานบัญชีมีจำนวนมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการนิติบุคคล ดังนั้น การแข่งขันด้านการให้บริการ จึงค่อนข้างรุนแรง ในบริบทของการศึกษาที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาคุณภาพบริการของสำนักงาน และประสบการณ์บริการ ที่มีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีให้กับลูกค้า

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีคุณภาพบริการ (Service Quality) โดยคุณภาพการบริการ เป็นตัวสร้างกุญแจแห่งความสำเร็จให้กับผู้รับบริการและการดำเนินธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการมาจากผู้ประกอบการด้าน ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง เป็นธุรกิจที่มี ขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ผู้ประกอบการนิติบุคคลในธุรกิจเหล่านี้มีความต้องการใช้บริการ สำนักงานบัญชีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในการเลือกใช้ บริการสำนักงานบัญชีในธุรกิจเหล่านี้จึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีและผู้ประกอบการนิติบุคคล ในธุรกิจเหล่านี้ นอกจากนี้ ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง เป็นธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าอาจแตกต่างกันตามรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มนี้จึงช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดี ของลูกค้าในธุรกิจต่างๆ ได้อย่างครอบคลุม การให้บริการที่มีคุณภาพทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับองค์กร การบริการที่มีคุณภาพสามารถแสดงถึงความรู้สึกรวมถึงการรับรู้ของคุณภาพการให้บริการ และยังแสดงให้เห็นถึงคุณภาพ บริการที่ดี เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการ ร่วมด้วยประสบการณ์บริการ (Service Experience) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความภักดีลูกค้า (Customer Loyalty)

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงาน บัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มาจากปัจจัยในการตั้งรับผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลที่จะมาใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยมีทั้งลูกค้าเดิมที่สำนักงานบัญชีมีอยู่ และลูกค้าใหม่ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อช่วย ในการสร้างความพึงพอใจและสร้างความภักดีของผู้ประกอบการนิติบุคคลที่มีต่อสำนักงานบัญชี เพื่อรักษาส่วนแบ่ง ทางการตลาด ด้วยการให้บริการด้านทำบัญชีและการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีลูกค้าต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้งานวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้

แนวคิดคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชี (Accounting Firm Service Quality)

ปัจจุบันคุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นตัวช่วยในการดำเนินธุรกิจในการให้บริการ ถือเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารจัดการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจพร้อมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจ มีการเจริญเติบโต ซึ่งการให้บริการอย่างมีคุณภาพและทำให้ลูกค้าไว้วางใจรู้สึกประทับใจในการใช้บริการสามารถตอบสนอง ความต้องการของธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจ เป็นการเสนองานบริการให้ตรงกับความต้องการ ของผู้รับบริการ คุณภาพการบริการถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จ ของธุรกิจบริการทุกประเภท รวมทั้งสำนักงานบัญชี ซึ่งธุรกิจบริการประเภทนี้ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ



ในทุกๆ ด้าน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น การนำแนวคิดของคุณภาพการบริการมาช่วยในการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์กรให้เกิดความเชื่อมั่นของการบริการถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Brucal, Corpuz, Abeysekera and David, 2022) คุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของพนักงาน คือความรู้และทักษะของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจเกี่ยวกับความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลทางบัญชี ความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี และความน่าเชื่อถือของพนักงาน คือ ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่กำหนดไว้ของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจเกี่ยวกับความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลทางบัญชี ความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี ปัจจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของพนักงานเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้กับสำนักงานบัญชี ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของพนักงาน เพื่อให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ (Wang et al., 2023) คุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าและการให้บริการด้านการบัญชีที่มีคุณภาพแก่ลูกค้ามีการแนะนำให้คำปรึกษาให้ความรู้แก่ลูกค้าตามหลักการที่เกี่ยวกับกฎระเบียบ โดยองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและความตอบสนองของพนักงาน คือ ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่กำหนดไว้ และความน่าเชื่อถือของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจเกี่ยวกับความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลทางบัญชี ความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชีรวมถึงความตอบสนองของพนักงาน ด้วยความกระตือรือร้นและความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้าเป็นการตอบสนองของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า ความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความสามารถของการบริการ โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL ต่อการควบคุมคุณภาพการบริการ (Meesala and Paul, 2020) คุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน หมายถึง ความรู้และทักษะของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเชี่ยวชาญของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจเกี่ยวกับความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลทางบัญชี ต่อการให้บริการที่มีคุณภาพสูงจะเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จในการให้บริการในยุคปัจจุบันซึ่งมีการแข่งขันที่รุนแรง การเฝ้าติดตามและปรับปรุงคุณภาพของการบริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งเสริมให้ทันเวลา ความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงการติดต่อสื่อสารและการให้บริการด้วยความตั้งใจต่อลูกค้า

สรุป คุณภาพบริการเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการและยังมีความเกี่ยวข้องกับการบริการด้านจัดทำบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต สำนักงานบัญชีเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีหน้าที่สำคัญในธุรกิจ โดยเข้ามาช่วยเหลือการดำเนินการให้บริการจัดทำบัญชีรวมถึงการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต พร้อมให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร และให้คำปรึกษาด้านอื่นๆ เกี่ยวกับด้านข้อมูลต้องมีความถูกต้อง มีความแม่นยำ มีความโปร่งใส พร้อมให้บริการด้วยความรวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ โดยคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์กับหลายปัจจัย ซึ่งการใช้อัตราส่วน SERVQUAL มาศึกษา 5 มิติของคุณภาพการบริการ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้าหรือตามข้อเสนอที่ประชาสัมพันธ์ มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

2. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ สอบถามถึงการให้บริการอย่างไม่ละเลย เป็นการตอบสนองลูกค้าในทันที โดยให้บริการอย่างรวดเร็วมีการเปิดเผยข้อมูลกับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่จะได้ช่วยแก้ไข มีการทำงานในทันทีที่ได้รับข้อมูลเอกสารต่างๆ

3. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) คือ พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ เวลาปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีสามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้เต็มที่

4. ความมั่นใจ (Assurance) คือ การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สำนักงานบัญชีปฏิบัติงานด้วยความน่าเชื่อถือ ติดตามงานที่ได้รับมอบหมายจากลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพอ่อนน้อม

5. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) คือ งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการทำงาน ด้วยโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป พร้อมสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งน่าเชื่อถือ

แนวคิดประสบการณ์บริการ (Service Experience)

เมื่อกล่าวถึงประสบการณ์บริการ คือ การบอกกล่าวเรื่องราวที่ผ่านมาของผลงานในอดีตมาสู่ปัจจุบัน สำนักงานบัญชีมีประสบการณ์ด้านความชำนาญจากความสำเร็จในการจัดทำบัญชี และการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมาเป็นเวลายาวนานจนกลายมาเป็นประสบการณ์บริการ เป็นการเรียนรู้ขยายศักยภาพในด้านบริการ เป็นสิ่งที่บอกกล่าวเรื่องราวเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชี จากลูกค้าที่เคยใช้บริการของสำนักงานบัญชี ด้วยผลงานด้านบริการทำบัญชี มีความเข้าใจในหลักการบัญชี และมีทักษะในการใช้ซอฟต์แวร์บัญชี พร้อมทั้งมีความรู้ในด้านกฎหมายในส่วนบัญชี รวมถึงมีความชำนาญด้านจัดทำรายงานทางการเงิน พร้อมทั้งมีศักยภาพในการสื่อสารและความสามารถในการทำงานเป็นทีมพร้อมทั้งมีแนวทางการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นนักบัญชีที่เก่งขึ้น พร้อมทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Ardillah and Chandra, 2022) มีความชำนาญด้านทำบัญชีและมีความชำนาญด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต โดยมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการทำรายงานทางการเงิน ตามกรอบเวลา ซึ่งผู้ทำบัญชีจะต้องมีจรรยาบรรณในการทำบัญชีรวมถึงผู้ให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (Badaruddin, Surianto and Fatmasari, 2022) ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตด้านรายการทางการเงินด้วยความเป็นมืออาชีพ ประกอบด้วย มีความถูกต้องแม่นยำ มีความรวดเร็ว มีความโปร่งใส และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

สรุปได้ว่า ประสบการณ์บริการ คือ ผลงานด้านบริการที่ผ่านมาในอดีตมาสู่ปัจจุบันในการประกอบธุรกิจมาเป็นเวลานาน ด้วยความสามารถ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญในการทำบัญชี และการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ด้วยคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชี

แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction)

เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจ หมายถึง สินค้าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้รวมไปถึงการให้บริการหรืองานบริการด้านอื่นๆ และคุณประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ แล้วเกิดความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้ใช้บริการ และมีการเปรียบเทียบการบริการก่อนใช้ และหลังใช้บริการ เพื่อให้เกิดความคาดหวัง นำไปสู่ความพึงพอใจและยังถือว่าความพึงพอใจคือกุญแจสำคัญที่จะสร้างให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการต่อ ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ในด้านความสำคัญต่อผู้ให้บริการด้านความสำคัญต่อลูกค้า และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้เกิดความภักดีเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจและเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งเพื่อเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และเป็นความรู้สึกที่มาจากจิตใจของผู้ที่มาใช้บริการแล้วรู้สึกประทับใจกับสิ่งที่ได้รับ โดยสิ่งที่ได้รับนั้นสามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ ซึ่งเกิดจากการตอบสนองจึงเกิดความพึงพอใจ เนื่องจากสำนักงานบัญชีอยากสร้างความพึงพอใจด้านการบริการของสำนักงานบัญชีให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของสำนักงานบัญชี จะพึงพอใจมากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของการบริการของสำนักงานบัญชีในด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งธุรกิจการบริการของสำนักงานบัญชีเน้นคุณภาพบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการ ทุกครั้งนั้นตรงตามที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ เกิดความประทับใจในการส่งมอบผลประโยชน์เหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง สร้างความรู้สึกชอบทุกครั้งที่มาใช้บริการ เพราะลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ รวมถึงลูกค้ารู้สึกดีทุกครั้งที่มาใช้บริการ ยังรวมไปถึงลูกค้าที่พึงพอใจต่อการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการอื่น เพราะลูกค้าพึงพอใจต่อการใช้บริการ เป็นประโยชน์



ต่อการให้บริการอย่างมากและสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการ (Islam, Ahmed, Rahman and Asheq, 2020) ความรู้สึกสัมพันธ์ของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ความแตกต่างระหว่างลูกค้าเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการให้บริการอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการรับรู้ของผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและพฤติกรรมของบุคลากร เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการต่อพฤติกรรมการกระทำหลังการซื้อ ซึ่งบ่งบอกถึงความรู้สึกของลูกค้าหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ บ่งบอกถึงการประเมินโดยทั่วไปของลูกค้าเมื่อเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อการบริการที่มีต่อการให้บริการทุกครั้งนั้นตรงตามที่ได้รับบริการคาดหวังไว้ เกิดความประทับใจในการส่งมอบผลประโยชน์เหล่านี้อย่างต่อเนื่อง สร้างความรู้สึกชอบทุกครั้งที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Wang et al., 2023) ความพึงพอใจเป็นผลสะท้อนมาจากลูกค้าที่ได้ใช้บริการแล้วตรงกับความต้องการต่อการได้รับบริการพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่ตรงกับความคาดหวัง เกิดความประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับโดยสิ่งที่ได้รับนั้นสามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ ซึ่งมาจากการตอบสนองการได้รับบริการจึงเกิดความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการทุกครั้งที่ตรงตามที่ได้รับบริการคาดหวังไว้ เกิดความประทับใจในการส่งมอบผลประโยชน์เหล่านี้อย่างต่อเนื่อง สร้างความรู้สึกชอบทุกครั้งที่มาใช้บริการ เพราะลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ รวมถึงลูกค้ารู้สึกดีทุกครั้งที่มาใช้บริการ รวมไปถึงลูกค้าพึงพอใจการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการอื่น และลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการ เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการอย่างมากและสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการ

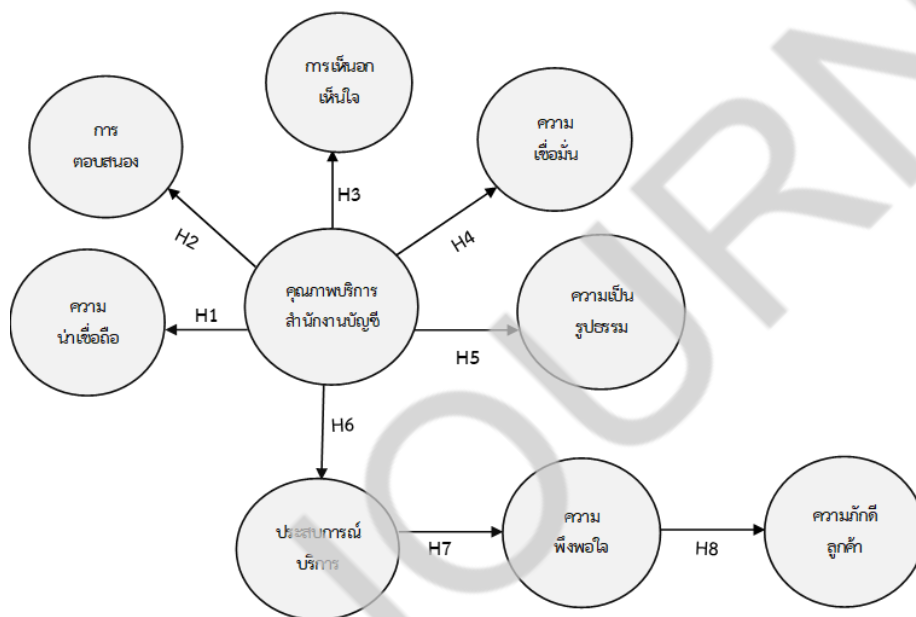
แนวคิดความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

เมื่อกล่าวถึงความภักดี หมายถึง พันธสัญญาหรือข้อผูกพันระหว่างผู้ที่ให้บริการกับผู้รับบริการที่มีพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอด้วยความยินดี จนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและผู้รับบริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป โดยความสัมพันธ์ที่ดีนั้นเป็นกำแพงสำคัญและป้องกันไม่ให้อลูกค้าสนใจหรือเปลี่ยนใจ ซึ่งธุรกิจการบริการนั้นจะสร้างความภักดีถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้านบริการ ดังนั้นการวัดความภักดีของผู้รับบริการจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรม ทักษะคิด รวมทั้งกระบวนการคิดของผู้รับบริการ และเป็นพันธสัญญาหรือข้อผูกพันระหว่างผู้ที่ให้บริการกับผู้รับบริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอด้วยความยินดี จนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและผู้รับบริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีเป็นสิ่งที่ทำได้ยากต้องใช้เวลา การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าต่อการใช้บริการ ควรมุ่งเน้นเพื่อให้การบริการต่อลูกค้าในเรื่องนี้มีความสำคัญเพราะความสำคัญนี้มีต่อผลกำไรในระยะยาวกับด้านธุรกิจการบริการ รวมทั้งการวางแผนกลยุทธ์สู่กลุ่มเป้าหมายของลูกค้าในการสร้างเป้าหมายเพื่อให้เกิดความภักดีเป็นเรื่องทำได้ยากและต้องใช้เวลา ซึ่งเป็นผลโดยตรงมาจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มาจากการใช้บริการของสำนักงานบัญชีแล้วเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ก่อนใช้บริการสำนักงานบัญชีและหลังจากใช้บริการ และเกิดความคุ้มค่ากับการที่ได้รับจากการจ่ายชำระเงินในการใช้บริการจากสำนักงานบัญชีจนเกิดความพึงพอใจจากการบริการของสำนักงานบัญชีแล้วเกิดความภักดี โดยความภักดีของลูกค้าก็นำผลไปยังการบอกกล่าวเรื่องราวดีแบบนี้ให้กับผู้อื่นได้รับทราบ รวมไปถึงการแนะนำประสบการณ์ที่ดีของสำนักงานบัญชีให้กับผู้อื่นได้ทราบ (Islam et al., 2020) แนวคิดเรื่องความภักดีของลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจ แม้ว่าจะเป็นเรื่องท้าทายสำหรับสำนักงานบัญชีต่อการให้บริการในการทำบัญชี และการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตซึ่งลูกค้าจะมาใช้บริการด้วยพฤติกรรม และทัศนคติที่ดีของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการโดยมีการนึกถึงเป็นที่แรกในการเข้ารับบริการ ไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น มีความมั่นใจ และพึงพอใจทุกครั้งในการให้บริการ ซึ่งนำมาสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว โดยมีการแนะนำบอกต่อบุคคลอื่นต่อการบริการ และมีทัศนคติด้านบวกต่อการบริการพร้อมทั้งมีความประทับใจของผู้ใช้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ (Christanto and Santoso, 2022) ความภักดีลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการบริการต่อองค์กรเนื่องจากส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจหลายประการ เป็นสิ่งที่บ่งชี้ว่าได้รับผลประโยชน์ของการบริการและยังกล่าวถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้นำใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าและการสร้างความเชื่อมโยงกับการบริการและการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าให้หันกลับมาใช้บริการและแนะนำพูดคุยให้กับผู้อื่นในแง่เกี่ยวกับการบริการ

สรุปได้ว่า ความภักดีของลูกค้า คือ พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการแล้วได้รับการให้บริการที่ดีมีคุณภาพรู้สึกประทับใจตั้งแต่ครั้งแรก และเป็นพันธสัญญาหรือข้อผูกพันระหว่างผู้ที่ให้บริการกับผู้รับบริการที่มีพฤติกรรมซื้อหรือการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอด้วยความยินดี จนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและผู้รับบริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป โดยความสัมพันธ์ที่ดีนั้นเป็นกำแพงสำคัญ และป้องกันไม่ให้อลูกค้าเปลี่ยนใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาคุณภาพบริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชี ด้านประสบการณ์บริการ ด้านความพึงพอใจ และด้านความภักดีลูกค้า เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการบริการในการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง มาสู่ความสำเร็จในสำนักงานบัญชี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- H1 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H2 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อการตอบสนองของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H3 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อการเห็นอกเห็นใจของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H4 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H5 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อความเป็นรูปธรรมของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H6 : คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อประสบการณ์บริการของผู้ให้บริการสำนักงานบัญชี
- H7 : ประสบการณ์บริการสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสำนักงานบัญชี
- H8 : ความพึงพอใจของลูกค้าสำนักงานบัญชีส่งผลกระทบบวกต่อความภักดีของลูกค้าสำนักงานบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 450 ราย (Wongwathana, 2021)



กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 450 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ธุรกิจการเกษตร จำนวน 152 ราย ธุรกิจค้าส่ง จำนวน 148 ราย และ ธุรกิจก่อสร้าง จำนวน 150 ตัวอย่าง (Wongwathana, 2021) การแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ในการแยกออก 3 ประเภท ประกอบด้วย ธุรกิจการเกษตร มักจะต้องการบริการด้านภาษีอากรและบัญชีที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตทางการเกษตร เช่น ภาษีนำเข้าและส่งออก ภาษีมูลค่าเพิ่ม และธุรกิจค้าส่ง มักจะต้องการบริการด้านภาษีอากรและบัญชีที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และธุรกิจก่อสร้างมักจะต้องการบริการด้านภาษีอากรและบัญชีที่เกี่ยวข้องกับสัญญาก่อสร้าง เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้นิติบุคคล ดังนั้น การแบ่งตัวอย่างตามประเภทธุรกิจของลูกค้าจะช่วยให้สามารถศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเท่าๆ กันเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากรโดยค่าตัวส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสามารถคลาดเคลื่อนได้ 0.05 โดยผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) มีการเลือกกลุ่ม แบ่งกลุ่มละเท่ากันโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย มีขั้นตอนการสุ่ม กลุ่มทุนจดทะเบียนเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ และกลุ่มประเภทธุรกิจ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีองค์ประกอบจากผู้ประกอบการนิติบุคคลที่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

ทุนจดทะเบียน	ประเภทธุรกิจ			รวม
	ธุรกิจการเกษตร	ธุรกิจค้าส่ง	ธุรกิจก่อสร้าง	
1 ล้าน - 5 ล้าน ร้อยละ	65	80	61	206
	32	39	30	100
6 ล้าน -100 ล้าน ร้อยละ	87	68	89	244
	36	28	36	100
รวมประชากรประเภทธุรกิจ ร้อยละ	152	148	150	450
	34	33	33	100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา ตำแหน่งงาน รายรับบริษัทเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการจัดตั้ง ทุนจดทะเบียน ระยะในการดำเนินธุรกิจ และประเภทธุรกิจ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานบัญชี ประกอบด้วย ท่านเคยใช้บริการสำนักงานบัญชีหรือไม่ ท่านใช้บริการสำนักงานบัญชีบ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการเข้าใช้บริการ) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการ (ต่อเดือน) อะไรที่เป็นสาเหตุในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ท่านใช้ช่องทางใดในการติดต่อสื่อสารกับสำนักงานบัญชี ท่านรู้จักสำนักงานบัญชีมาจากใคร ท่านประทับใจสิ่งใดในการใช้บริการสำนักงานบัญชีและโดยส่วนใหญ่ท่านเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีด้านใด

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ชุด และนำไปวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าของแบบสอบถามแต่ละด้านเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) % Total Variance และค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละแบบสอบถามมีเที่ยงตรงมากกว่า 0.70 โดยรวมแล้วแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือได้ในระดับดีทุกปัจจัยสามารถนำมาใช้ในงานวิจัยนี้ได้ ซึ่งแสดงการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนนำมาแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 450 ชุด (Wongwathana, 2021) โดยแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรง ซึ่งคำถามแต่ละด้านเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัย

มีระดับความเที่ยงตรงมากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากสามารถรวมเป็นองค์ประกอบและปัจจัยเดียวกันได้ และผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามมีค่า % Total Variance ของแบบสอบถามแต่ละด้านมากกว่า 0.70 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค ของแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรง มากกว่า 0.70 โดยรวมแล้วแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือได้ในระดับดีทุกปัจจัย สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ แสดงค่าการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
คุณภาพบริการสำนักงานบัญชี (Account Service Quality)		0.88	0.95
1. มีความสุภาพต่อลูกค้า	0.96		
2. มีความรู้ด้านบัญชีเป็นอย่างดี	0.91		
3. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	0.95		
4. สำนักงานบัญชีให้บริการมีเอกลักษณ์ของตนเอง	0.92		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)		0.75	0.91
1. ทำตามข้อเสนอที่ประชาสัมพันธ์	0.83		
2. แก้ปัญหาของลูกค้าอย่างจริงจัง	0.90		
3. สามารถฟังพาได้	0.88		
4. ทำตามเวลาที่กำหนด	0.89		
5. เก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ	0.83		
การตอบสนอง (Responsiveness)		0.88	0.95
1. เปิดเผยข้อมูลกับลูกค้า	0.94		
2. ทำงานในทันทีที่ได้รับข้อมูล	0.92		
3. เต็มใจช่วยเหลือลูกค้า	0.94		
4. ให้บริการตอบสนองลูกค้าในทันที	0.95		
ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)		0.84	0.93
1. เวลาปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีสามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้เต็มที่	0.91		
2. พนักงานให้บริการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	0.93		
3. พนักงานของสำนักงานบัญชีคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ	0.89		
4. พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า	0.94		
ความมั่นใจ (Assurance)		0.79	0.93
1. ปฏิบัติตนด้วยความน่าเชื่อถือ	0.88		
2. ติดตามงานของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	0.91		
3. มีความสุภาพอ่อนน้อม	0.92		
4. สามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างดี	0.87		
5. ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกราย	0.85		
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)		0.77	0.90
1. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการทำงาน	0.90		
2. มีสถานที่ตั้งน่าเชื่อถือ	0.89		
3. มีพนักงานแต่งกายสุภาพน่าเชื่อถือ	0.83		
4. มีป้ายหรือโบชัวร์ตรงกับการให้บริการ	0.88		
ประสบการณ์การบริการ (Service Experience)		0.83	0.90
1. ในการประกอบธุรกิจมาเป็นเวลานาน	0.93		
2. ด้านบัญชีเป็นอย่างดี	0.90		
3. ในการตรวจสอบบัญชี	0.91		



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
ความพึงพอใจ (Satisfaction)		0.74	0.88
1. ฉันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ	0.90		
2. ฉันรู้สึกดีกับบริการที่ได้รับ	0.84		
3. ฉันพึงพอใจการใช้บริการเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการอื่น	0.8		
4. ฉันพึงพอใจในการใช้บริการ	0.88		
ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)		0.74	0.88
1. ฉันจะแนะนำการใช้บริการกับผู้อื่น	0.80		
2. ฉันจะแนะนำข้อมูลการใช้บริการให้คนอื่นทราบ	0.88		
3. ฉันจะเลือกใช้สำนักงานบัญชีต่อไป	0.91		
4. ฉันตั้งใจจะเลือกใช้บริการตลอดไป	0.83		

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างช่วงเดือน มกราคม 2566 ถึง มิถุนายน 2566 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 450 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ด้านธุรกิจการเกษตร จำนวน 152 ราย ด้านธุรกิจการค้าส่ง จำนวน 148 ราย และด้านธุรกิจก่อสร้าง จำนวน 150 ราย (Wongwathana, 2021) เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

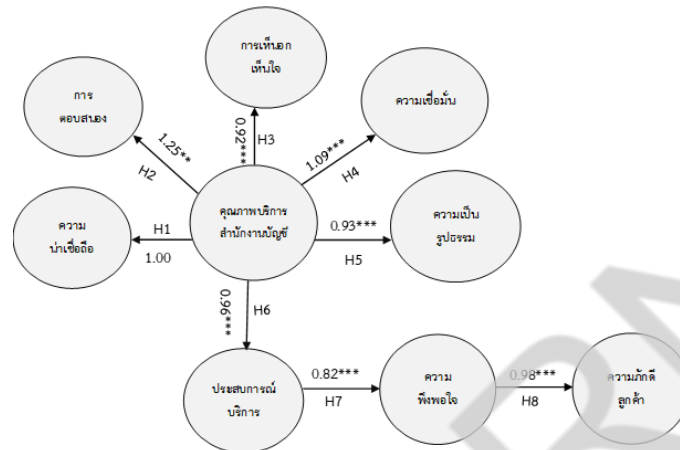
1. วิเคราะห์ข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายรับบริษัทเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการจัดตั้ง หุนจดทะเบียน ระยะในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลของผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี เพื่อคำนวณหาความถี่ร้อยละ
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ด้วยวิธีวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 .05 และ .01 โดยวิธีการประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimation)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัยข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) สามารถแสดงดังนี้ พบว่า ตามสมมติฐานการวิจัยนี้กับข้อมูลเชิงประจักษ์มีค่าต่างๆ ดังนี้ ค่าสถิติ Chi-Square (χ^2)_ms เท่ากับ 4475.23 โดยมีค่า χ^2_{bs} เท่ากับ 21525.87 ซึ่งโดยรวมแล้ว เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิตินี้มีค่าค่อนข้างสูงซึ่งสอดคล้องกับ Cheung, Chan and Ho (2022) พบว่า การทดสอบความกลมกลืนแบบจำลองด้วยสถิติ χ^2 จะมีความอ่อนไหวต่อจำนวนตัวอย่างที่มีมากกว่า 200 ตัวอย่างขึ้นไป แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยมักจะมีค่าแตกต่างจากข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงแนะนำให้ใช้สถิติ χ^2 ร่วมกับ ค่าสถิติวัดความกลมกลืนอื่นๆ สำหรับค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการวัดความกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีนี้มีค่าเท่ากับ 0.81 โดยรวมแล้วค่าที่ได้จะมีค่าใกล้เคียงกัน ซึ่งตามเกณฑ์ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 1.00 คือ แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยทั่วไปแล้วถ้ามีค่ามากกว่า 0.90 แสดงว่า แบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับแบบจำลองที่ใช้งานวิจัยนี้มีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแต่ก็มีค่าที่ใกล้เคียงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยค่าความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.15 โดยรวมแล้วมีค่าใกล้เคียงกัน ซึ่งค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 และจากการวิจัยนี้

มีค่า RMSEA ซึ่งถือว่าใกล้เคียงกับเกณฑ์ที่พอใช้และยอมรับได้ สอดคล้องกับ Bentler, Guo and Wu (2020) เพื่อประเมินความพอดีของแบบจำลองกับข้อมูลที่ตีพอสมควร สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ตามแบบจำลองกรอบแนวคิดงานวิจัย ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่า มีหลายตัวแปรที่มีพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจนิติบุคคลเกี่ยวกับการเลือกใช้สำนักงานบัญชีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังภาพที่ 2



* มีนัยสำคัญทางสถิติ .10, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ .05, และ *** มีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ตามแบบจำลองกรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างรวม พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการสำนักงานบัญชีส่งผลต่อปัจจัยประสิทธิภาพบริการ และปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้ประกอบการนิติบุคคล และปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อปัจจัยความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 450 คน โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการ และปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อปัจจัยด้านความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชี มีความสัมพันธ์ต่อผู้ประกอบการนิติบุคคลในการมาใช้บริการสำนักงานบัญชีจากประสบการณ์บริการ ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าข้างต้นเป็นไปตามทฤษฎีมาตราส่วน SERVQUAL คุณภาพบริการของปัจจัย 5 ด้าน เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า มี 1 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือไม่สอดคล้อง ส่วนปัจจัยอีก 4 ด้าน ให้ความสัมพันธ์ต่อคุณภาพบริการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ H1 ไม่สอดคล้อง เช่นเดียวกับงาน Al-Shaikh, Bakhiet and Ome (2018) ที่พบว่าความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพบริการสำนักงานบัญชีในระดับปานกลางเท่านั้นแต่ไม่ได้สะท้อนถึงคุณภาพบริการทั้งหมด เช่น ความถูกต้อง ความรวดเร็ว ความคุ้มค่า ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ สำนักงานบัญชีบางแห่งอาจมีความน่าเชื่อถือสูง แต่อาจให้บริการที่ช้าหรือราคาแพง

2. ปัจจัยด้านการตอบสนอง H2 สอดคล้องกับงาน Brucal et al (2022) ที่พบว่าพนักงานให้บริการลูกค้าพร้อมเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าและมีความเข้าใจลูกค้าเป็นอย่างดี รวมถึงให้ความสำคัญกับลูกค้าเต็มใจในการบริการลูกค้า พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารวมถึงให้ความร่วมมือกับลูกค้าในการตอบสนองการบริการกับลูกค้า



3. ปัจจัยด้านความมั่นใจ H3 สอดคล้องกับงาน Brucal et al (2022) ที่พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกรายพร้อมทั้งมีความสุขพออ่อนโยนสามารถตอบข้อซักถามกับลูกค้า รวมไปถึงช่วยบริการลูกค้าอย่างดีรวมถึงอธิบายรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการให้ลูกค้าเข้าใจ

4. ปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ H4 สอดคล้องกับงาน Brucal et al (2022) ที่พบว่าพนักงานคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเต็มที่พร้อมทั้งให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

5. ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรม H5 สอดคล้องกับงาน Brucal et al (2022) ที่พบว่าพนักงานแต่งกายสุภาพมองแล้วดูสะอาด พร้อมทั้งสถานที่ตั้งดูสะอาดมีป้ายแสดงรายละเอียดได้อย่างถูกต้อง และสถานที่ดูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมองดูสะอาดพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า Azzar, Mainardes, Beiruth, Fabio and Costa (2021) ศึกษาคุณภาพการบริการโดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL สามารถทำความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าเป็นการวัดคุณภาพการบริการโดยผู้ประกอบการนิติบุคคล ได้รับการบริการจากสำนักงานบัญชีที่มีพนักงานมีความสุขต่อลูกค้า มีความรู้ด้านบัญชีให้บริการด้วยความรวดเร็ว และมีการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ตรงจุดของปัญหา ช่วยให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลมีความรู้ด้านบัญชีเพิ่มขึ้นจากการแนะนำของพนักงาน เป็นการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้องและแม่นยำ

H6 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสบการณ์บริการจากผู้ประกอบการนิติบุคคลมาใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งผลการศึกษายังชี้ชัดขึ้นเป็นไปตามแนวคิด โดยปัจจัยด้านประสบการณ์บริการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการเป็นการบอกกล่าวเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมาในด้านประสบการณ์ของธุรกิจด้านความชำนาญ ด้านจัดทำบัญชีและการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต สอดคล้องกับ Ardillah and Chandra (2022) ที่พบว่า คุณภาพบริการสำนักงานบัญชีในการประกอบธุรกิจมาเป็นเวลานาน มีความรู้ความสามารถด้านความชำนาญด้านจัดทำบัญชี และมีความชำนาญด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต โดยมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับรายงานทางการเงินมาเป็นเวลานานจนกลายมาเป็นประสบการณ์ของสำนักงานบัญชีสร้างความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งความไว้วางใจ และความเป็นมืออาชีพของพนักงาน

H7 ปัจจัยด้านประสบการณ์บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งผลการวิจัยพบว่าประสบการณ์บริการนั้นมาจากการดำเนินธุรกิจมานานด้วยผลการดำเนินงานในด้านนี้จึงมีความชำนาญ มีการได้เรียนรู้ฝึกฝนมีความชำนาญ สำนักงานบัญชีที่มีประสบการณ์ในด้านจัดทำบัญชี และการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต พร้อมทั้งการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร และบริการด้านอื่นๆ เกี่ยวกับบัญชี โดยลูกค้าเข้ามาใช้บริการมองว่าประสบการณ์บริการมีความน่าเชื่อถือ หลังจากเข้าใช้บริการเกิดความประทับใจจนเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับ Islam et al (2020) ที่พบว่าประสบการณ์บริการ มาจากการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานมีความชำนาญด้านงานทำให้ลูกค้ามองประสบการณ์บริการก่อนหน้านี้พร้อมทั้งพึงพอใจต่อประสบการณ์บริการที่ผ่านมา

H8 ปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลต่อปัจจัยความภักดีลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการจากความคาดหวังก่อนที่จะได้รับการและนำความคาดหวังมาเปรียบเทียบกับหลังจากการใช้บริการ หากการให้บริการตรงกับความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งผู้ประกอบการนิติบุคคลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแล้วได้รับการบริการที่ดีตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้แล้วเกิดความประทับใจจนกลายมาเป็นความไว้วางใจ และได้มีการบอกกล่าวเรื่องบริการที่ดีแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ สอดคล้องกับ Islam et al (2020) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามาจากการใช้บริการแล้วเป็นไปตามความคาดหวังก่อนได้รับการและหลังจากใช้บริการแล้วพึงพอใจมากรู้สึกประทับใจจนกลายมาเป็นความภักดีต่อการบริการเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับ Christanto and Santoso (2022) ที่พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว โดยมีการแนะนำบอกต่อบุคคลอื่นต่อการบริการ และมีทัศนคติด้านบวกที่มีต่อการบริการและความประทับใจของผู้ใช้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ

จากที่กล่าวมา ปัจจัยด้านคุณภาพบริการสำนักงานบัญชี ปัจจัยด้านประสบการณ์บริการ และปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีต่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อสำนักงานบัญชี และกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี พบว่า

1. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านประสบการณ์บริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลได้รับการบริการจากสำนักงานบัญชีที่มีประสบการณ์ด้านทำบัญชีและด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ตรงจุดของปัญหาช่วยให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลนำผลประกอบการไปใช้ได้ทันเวลาในการดำเนินธุรกิจ
2. ปัจจัยด้านประสบการณ์บริการ ส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ กล่าวคือ ประสบการณ์ของสำนักงานบัญชีมาจากผู้ประกอบการนิติบุคคลที่เคยมาใช้บริการสำนักงานบัญชี ด้านการทำบัญชี ด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต รวมถึงการให้คำปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับด้านบัญชีและภาษีอากรช่วยให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลไม่ต้องกังวลใจเกี่ยวกับระยะเวลาของกฎหมายกำหนดสร้างความพึงใจให้กับผู้ประกอบการนิติบุคคลมาเป็นเวลานานสร้างความเชื่อถือ
3. ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความภักดีลูกค้า เนื่องจากผู้ประกอบการนิติบุคคลมาใช้บริการของสำนักงานบัญชี ด้านการทำบัญชี ด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต รู้สึกประทับใจกับการบริการที่ได้รับจากการบริการแล้วพึงพอใจกับผลงานที่ได้รับทำให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลเกิดความภักดี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการสำนักงานบัญชีพร้อมสนับสนุนในการเพิ่มเติมศักยภาพและส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจ
 2. สามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์บริการจากมุมมองของลูกค้ามองว่าประสบการณ์บริการมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเพราะประสบการณ์บริการเป็นสิ่งที่เคยมีมาก่อนแล้ว
 3. งานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านการบัญชี ซึ่งเป็นวิชาการของนักบัญชีที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้แก่ คุณภาพบริการ ประสบการณ์บริการ และความพึงพอใจ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและรักษาความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี เช่น ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึง ปัจจัยด้านเทคโนโลยี
2. ควรศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจขนาดต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อหาความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีตามขนาดของธุรกิจ
3. ควรศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อหาความแตกต่างของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีตามอุตสาหกรรมของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษา ผู้ที่เคยมาใช้บริการจัดทำบัญชี และด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตกับสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ยังมีจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดในเขตภาคกลาง จังหวัดในเขตภาคเหนือ จังหวัดในเขตภาคอีสาน และจังหวัดในเขตภาคใต้ เป็นต้น อาจจะมีลักษณะที่มีความแตกต่างไปในแต่ละด้านของการศึกษารั้งต่อไป
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มผู้ประกอบการนิติบุคคล 3 ธุรกิจ ประกอบด้วย ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจก่อสร้าง จึงควรศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการนิติบุคคลประเภทธุรกิจๆ เป็นต้น



3. ควรศึกษาเพิ่มเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต (Observe) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความเจาะจงมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ประกอบการนิติบุคคลแต่ละประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดขอบเขตประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยครอบคลุมในระดับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และไม่ครอบคลุมถึงในจังหวัดอื่นหรือระดับประเทศเพื่อให้ผลการวิจัยมีประโยชน์และมาตรฐานเดียวกันกับธุรกิจการให้บริการสำนักงานบัญชีที่สามารถนำไปใช้ได้ทั่วประเทศ

References

- Al-Shaikh, A., Bakhtiet, O. and Omer, A. (2018). The impact of assurance quality on business performance: Evidence from Jordan. *Journal of Accounting and Taxation*. 10(2),1-16.
- Ardillah, K. and Chandra, R. (2022). Auditor independence, auditor ethics, auditor experience, and due professional care on audit quality. *Accounting Profession Journal (APAJ)*. 4(1),39-49.
- Azzar, V., Mainardes, E., Beiruth, A., Fábio, M. and Cos, D. (2021). The dimensions of accounting service quality. *SN Business & Economics*. 1(105),1-12.
- Badaruddin, B., Surianto, S. and Fatmasari, F. (2022). Professionalism and Work Experience on Job Satisfaction and Auditor Performance. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*. 5(1),152-165.
- Bentler, P. M., Guo, J. and Wu, S. (2020). The Comparative Fit Index: An Overview and New Directions. *Psychometrika*. 85(1),1-25.
- Brucal, S., Corpuz, C., Abeysekera, L. and David, R. (2022). Role of Service Quality, Price, and Firm Image on Customer Satisfaction in Philippine Accounting Firms. *Journal of Risk and Financial Management*. 12(2),1-16.
- Cheung, P. W., Chan, E. W. K. and Ho, Y. F. (2022). A Review of Chi-Square Goodness-of-Fit Tests in Educational Research. *International Journal of Educational Research*. 106,102016.
- Christanto, Y. and Santoso, S. (2022). The influence of service quality, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty in banking sector in Yogyakarta. *International Journal of Research in Business and Social Science*. 11(7),9-16.
- DBD Beyond Development. (2023). *DBD Beyond Development*. Retrieved January 2023, from <https://www.dbd.go.th/>
- Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage. (2021) Strategies for creating competitive advantage for accounting firms in the country Thai. *Journal of Development Management Research*. 17(2),125-140.
- International Financial Reporting Standards (IFRS). (2021). *Exposure Draft and Comment Letters: Management Commentary*. Retrieved June 2023 from, <https://www.ifrs.org/projects/completed-projects/2021/initial-application-ifrs-17-and-ifrs-9-comparative-information-amendments-to-ifrs-17/exposure-draft-and-comment-letters>
- Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M. and Asheq, A. (2020). Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector. *The TQM Journal*. 33(6),1163-1182.
- Meesala, A. and Paul, J. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction and Loyalty in Hospitals: Thinking For the Future. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 40(4),261-269.



- Wang, C., Masukujjaman, M., Alam, S., Ahmad, I., Lin, C. and Ho, Y. (2023). The effects of service quality performance on customer satisfaction for non-banking financial institutions in an emerging economy. *International Journal of Financial Services Research*. 18(1),1-20.
- Wongwattana, S. (2021). Factors influencing customer satisfaction with accounting firm services in Thailand. *Academic Journal of Bansomdejchaopraya Rajabhat University*. 12(2),1-15.

NPU JOURNAL