



## รายงานวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ  
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

Factors Effect on the Decision of Usage Accounting Services with  
Accounting Office of SMEs Entrepreneurs in Phuket

โดย

สุมาลี แก้วเขียว

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

**ชื่องานวิจัย:** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

**ชื่อผู้วิจัย:** สุมาลี แก้วเขียว

**ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ:** 2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 392 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสถิติอนุมาน ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านบุคลากรตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** สำนักงานบัญชี ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

**Research Title:** Factors Effect on the Decision of Usage Accounting Services with Accounting Office of SMEs Entrepreneurs in Phuket

**Researcher:** Sumalee Keaw

**Year:** 2020

### **Abstract**

The objective of this research aims to 1) study the decision of usage accounting services with accounting office of SMEs entrepreneurs in Phuket and 2) compare the decisions of usage accounting services with accounting office of SMEs entrepreneurs in Phuket classified by business fundamental factors. The sample is 392 entrepreneurs of SMEs registered with juristic persons in Phuket by using stratified random sampling. The used material in this research is a questionnaire. The data is analyzed by using Inferential Statistics and the hypothesis is tested by using one-way ANOVA.

The results of the research reveal that 1) The decision of usage accounting services with accounting office of entrepreneurs by considering the marketing mix factors for service businesses (7P's) is found that the overall is at a medium level when considering in each aspect by descending order as follows; Place, Promotion, Physical evidence, Product or accounting service, Prices from accounting service, Process and People respectively. 2) The comparison of the decisions of usage accounting services with accounting office of SMEs entrepreneurs in Phuket classified by business fundamental factors is found that marketing mix factors for service businesses (7P's) in all aspects are significantly different at the .05 level, according to the hypothesis. This shows if SMEs businesses have different business fundamentals, they will have decision of usage accounting services with accounting office differently.

**Keywords:** Accounting office, Small and Medium Enterprises, The decision of usage accounting services, Marketing mix factors

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีการศึกษา 2560 ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี และ ดร.สันธยา ดารารัตน์ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร อาจารย์กิตติยานภาลัย ภูตระกูล ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิจัยและนวัตกรรม และคณะกรรมการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีทุกท่าน ที่ได้ให้โอกาสและสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุม สายใจ ผู้ให้คำปรึกษาแนะนำ ชี้แนะแนวทางด้านต่าง ๆ ในการทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ผศ.เศรษฐวิวิทย์ คงกะพันธ์ ดร.วิภาวรรณ พิสิฐเวช อาจารย์สายสมร สังข์เมฆ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ทั้งยังให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงพี่น้องคณาจารย์ในสาขาวิชาการบัญชี ศูนย์ฯภูเก็ต ที่คอยเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณเจ้าของ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ได้ใช้ข้อมูลในการศึกษาทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงด้วยดี

การจัดทำวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และครบถ้วน

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณของคุณพ่อสนั่น คุณแม่สุชฎา แก้วเขียว บิดามารดา อันเป็นที่รักและเทิดทูน ตลอดจนครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ทุกท่านและมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สุมาลี แก้วเขียว

พฤษภาคม 2563

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย .....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย .....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย .....	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	6
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>7</b>
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs.....	7
2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ .....	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ .....	14
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี.....	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	27
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	32
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>33</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	33
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	36
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>38</b>
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs.....	39
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ...	41
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต.....	47
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>80</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	80
5.2 อภิปรายผล .....	92
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	94
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ .....	94
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป .....	95
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>96</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>98</b>
ภาคผนวก ก ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย .....	99
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	101
<b>ประวัติผู้วิจัย.....</b>	<b>106</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภท SMEs โดยใช้มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร .....	9
2.2 ประเภท SMEs โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน .....	9
3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอำเภอ .....	34
4.1 ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs .....	39
4.2 จำนวนการจ้างของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs.....	39
4.3 มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs.....	40
4.4 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs .....	40
4.5 รายได้เฉลี่ยต่อปีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs.....	40
4.6 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ในการเลือกใช้ บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม .....	41
4.7 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านบริการบัญชี.....	42
4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี .....	42
4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านสถานที่ และช่องทางการจัด จำหน่าย.....	43
4.10 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	44
4.11 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านบุคลากร .....	45
4.12 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านกระบวนการให้บริการ .....	46
4.13 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	47
4.14 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของ ธุรกิจ.....	48
4.15 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	49
4.16 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ .....	49





## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามจำนวนการจ้าง.....	58
4.30 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร .....	59
4.31 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	60
4.32 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตด้านค่าบริการจัดทำบัญชีจำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร..	61
4.33 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร .....	62
4.34 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	62
4.35 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	64
4.36 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	65
4.37 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร.....	66
4.38 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ .....	67
4.39 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ...	68



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.51 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี.....	79
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	92



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี.....	14
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	32



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small & Medium Enterprises หรือ SMEs) เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ โดยให้การสนับสนุนในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ การประกอบธุรกิจ SMEs ให้ประสบผลสำเร็จมีปัจจัยที่สนับสนุนหลายประการ แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักมองข้ามไป คือ การมีระบบข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้องและมีการควบคุมระบบบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลทางบัญชียุคใหม่จะทำให้ธุรกิจได้เข้าใจถึงสภาพความเป็นจริงของการดำเนินธุรกิจว่ามีผลกำไรหรือขาดทุนอย่างไร สามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้หรือไม่ ทั้งนี้ข้อมูลทางบัญชีที่ได้รับจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ เป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินธุรกิจเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารต้องเห็นความสำคัญ ประโยชน์ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดทำบัญชีตามกฎหมาย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

การจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจ SMEs โดยมีขอบเขตที่เหมาะสมกับขนาดของกิจการเป็นเรื่องสำคัญ ผู้บริหารสามารถนำไปวางแผนสำเร็จรูปทางการบัญชีมาช่วยในการบันทึกบัญชี จัดทำงบการเงิน และรายงานเพื่อการบริหารได้อย่างทันเวลา ตัวอย่างของงบการเงินและรายงานทางการเงินดังกล่าว ได้แก่ งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน รายงานยอดขาย รายงานวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และรายงานสินค้าคงเหลือ เป็นต้น สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจ SMEs คือ การบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการไม่ควรนำรายรับ – รายจ่ายส่วนตัวไปรวมกับกิจการ เนื่องจากผู้ประกอบการจะไม่ทราบฐานะการเงินและผลการดำเนินงานที่แท้จริง ผู้ประกอบการควรใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อประโยชน์ในการวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ตัวอย่างเช่น บัญชีรับ – จ่ายเงินสดถือเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ ผู้ประกอบการจะทราบถึงจำนวนเงินสดที่กิจการมีอยู่เพื่อใช้จ่าย หรือช่วยให้ ผู้ประกอบการสามารถประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในอนาคตได้อีกด้วย (นธิ เหมมันต์, 2550)

การทำบัญชีของกิจการ SME ต้องทำตามมาตรฐานที่เรียกว่า “มาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ” (Non-Publicly Accountable Entities-NPAEs) หรือที่เรียกกันว่า มาตรฐานบัญชีชุดเล็ก มาตรฐานฉบับนี้จัดทำโดยสภาวิชาชีพบัญชี

ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยอิงหลักการมาตรฐานการบัญชีทั่วไปซึ่งก็จะเป็นหลักการเดียวกับบัญชีชุดใหญ่ เพียงแต่การจัดทำมีกระบวนการที่ง่ายกว่า ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเท่า เพื่อไม่ให้เป็นการต่อผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมในปี 2560 จะมีการยกเลิกมาตรฐานบัญชี NPAEs ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เปลี่ยนเป็นใช้มาตรฐานบัญชี SME แทน ซึ่งมาตรฐานบัญชีใหม่นี้ได้จัดทำจากการแปลมาจากมาตรฐานการบัญชีสากลที่เรียกว่า IFRS for SMEs การนำมาตราฐานบัญชี SME ไม่ได้แตกต่างจากมาตรฐานบัญชีที่ใช้อยู่เลย มีเพียงแค่การจัดทำงบกระแสเงินสด ซึ่งก็จะได้รับการผ่อนผันการจัดทำไปอีก 2 ปี เพื่อให้มีเวลาเพียงพอสำหรับนักบัญชีได้เตรียมฐานข้อมูล ซึ่งงบกระแสเงินสดนี้จะ เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดให้สถาบันการเงินต้องใช้งบการเงินจากบัญชีชุดเดียวในการพิจารณาสินเชื่อจากธนาคารแก่ SMEs ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานการบัญชีสำหรับ SME ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (พรณี วรวิจิตรสถิต, 2558)

จังหวัดภูเก็ต มีการขยายตัวของธุรกิจ SMEs สูงขึ้น แต่ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของหลักการ การจัดทำบัญชี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายในการจัดทำบัญชี จากความสำคัญของข้อมูลทางบัญชีซึ่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้น ทั้งการจ้างบุคลากร ทางด้านบัญชีที่มีความรู้ ความสามารถ และยังก่อให้เกิดความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากขึ้น เพราะการจัดทำบัญชีจำเป็นต้องใช้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ ทำให้การจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับธุรกิจ จึงก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดสำนักงานบัญชีทั้งที่อยู่ในรูปแบบนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาเป็นจำนวนมาก โดยจำนวนสำนักงานบัญชีที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจ การค้าจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 152 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดภูเก็ต, 2557: ออนไลน์)

จากความสำคัญของข้อมูลทางบัญชี และความต้องการในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจ SMEs ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” ซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการของสำนักงานบัญชี เพื่อให้ตรงกับความต้องการของธุรกิจ รวมถึงยังเป็นการกระตุ้นให้สำนักงานบัญชีมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้มีความรู้ ความสามารถที่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของหลักการบัญชีและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างไร

1.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี แตกต่างกันหรือไม่

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

1.4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านประเภทของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

1.4.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

1.4.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

1.4.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

1.4.5 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านรายได้เฉลี่ยต่อปีต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ SMEs และปัจจัยเลือกในกรอบของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) โดยกำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1.5.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ

1. ประเภทของธุรกิจ
2. จำนวนการจ้างงาน
3. มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร
4. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
5. รายได้เฉลี่ยต่อปี

1.5.1.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยพิจารณาจาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ประกอบด้วย

1. ด้านบริการบัญชี
2. ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการให้บริการ
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

### 1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ใช้กลุ่มตัวอย่างเฉพาะ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีจำนวน 19,039 ราย (สำนักงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

### 1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย คือ ระหว่างเดือน เมษายน 2561 - เมษายน 2562 โดยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2561

### 1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ศึกษา คือ จังหวัดภูเก็ต

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการที่นำมาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process

1) **ด้านบริการบัญชี** หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ได้แก่ สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี มีความ



รับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาที่ดี มีบริการด้านบัญชีแบบครบวงจร มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน

**2) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี** หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวมถึงความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงินได้แก่ ค่าบริการเหมาะสมกับระยะเวลาปฏิบัติงาน มีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของงาน มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน มีความยืดหยุ่นสามารถเจรจาต่อรองได้ คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น

**3) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่จะนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า โดยสถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ ง่ายต่อการที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับสำนักงานบัญชีด้วยตัวเอง เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ สำนักงานบัญชีให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง

**4) ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักแก่ธุรกิจ มีโปรโมชันพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้าประจำ มีบริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ มีบริการฝึกอบรม ให้ความรู้ด้านบัญชีและภาษีอากรแก่ลูกค้า มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า

**5) ด้านบุคลากร** หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นต้องอาศัยการสรรหา การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ในวิชาชีพสูง มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตวิทยาในการให้คำปรึกษา บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ บัญชี บุคลากรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง

**6) กระบวนการให้บริการ** หมายถึง การอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้าประกอบด้วย สำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม สำนักงานบัญชีสามารถให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว และตรงต่อเวลา เป็นสำนักงานบัญชีมีกระบวนการขั้นตอนดำเนินงานที่มีมาตรฐาน สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

7) **การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณค่าและรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการได้แก่ สภาพช่องทางการให้บริการ ลักษณะการแต่งกายของพนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสถานประกอบการที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอกและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

**1.6.2 สำนักงานบัญชี** หมายถึง สำนักงานบัญชีที่ให้บริการด้านการจัดทำบัญชีในจังหวัดภูเก็ต

**1.6.3 ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ** หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจที่เปิดดำเนินการอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ รูปแบบการจดทะเบียนทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี

**1.6.4 การตัดสินใจเลือก** หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้ว

**1.6.5 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)** หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ SMEs ทั้งธุรกิจผลิตสินค้า ธุรกิจขายสินค้า และธุรกิจบริการ ที่เปิดดำเนินการอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

## 1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.7.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือ นักลงทุน สามารถนำผลการวิจัย ไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดภูเก็ต

1.7.2 ผู้ประกอบการสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ต สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ผู้วิจัยนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 6 ตอนตามประเด็นดังต่อไปนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs
- 2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs

คำว่า เอสเอ็มอี เป็นคำย่อ ของคำว่า Small and Medium Enterprise (SME) ในภาษาอังกฤษ ภาษาไทยคือ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายธุรกิจเอสเอ็มอี เรียกว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยตามกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดว่าใครบ้างเข้าข่ายเป็น ธุรกิจเอสเอ็มอี โดยให้ความหมายของแต่ละกิจการ (ณัฐวุฒิ วิเศษ , 2555) ดังนี้

กิจการผลิตสินค้า หมายความว่าครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท การผลิตก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึง การแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

กิจการบริการ หมายความว่าครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์การโรงแรมและหอพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่ม

ของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิดและการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบันผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

### 2.1.1 ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

การประกอบธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) นั้นมีอยู่มากมายหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การค้า และการบริการ รวมถึงธุรกิจแฟรนไชส์ และ OTOP ด้วย ซึ่งอาจเป็นธุรกิจในภาคการเกษตรหรือนอกภาคเกษตร หรือในภาคบริการ ปัจจัยสำคัญในการเลือกประเภทธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ประกอบการที่สามารถขับเคลื่อนธุรกิจ (Unique Skill Driven Product) โดยมีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้เป็นธุรกิจระหว่างประเทศได้ต่อไป ซึ่งสามารถแบ่งประเภทธุรกิจขนาดย่อม (พิรญาณ์ เฉลยบุญ, 2559) ได้ดังนี้

1. การผลิต (Product Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining) ธุรกิจการค้าส่ง (Wholesaling)
2. การค้า (Trading Sector)
3. การบริการ (Service Sector)

2.1.2 เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกกิจการของ SMEs ว่าจะเป็นวนิสาทกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. จำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร

**ตารางที่ 2.1** ประเภท SMEs โดยใช้มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร

ประเภท SMEs	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
การผลิต	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
การบริการ	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
การค้าส่ง	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
การค้าปลีก	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

ที่มา: พิรณานันท์ เฉลยบุญ (2559)

2. การจำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน

**ตารางที่ 2.2** ประเภท SMEs โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน

ประเภท SMEs	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
การผลิต	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
การบริการ	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
การค้าส่ง	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 25 คน
การค้าปลีก	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 15 คน

ที่มา: พิรณานันท์ เฉลยบุญ (2559)

**2.1.3** ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมทั่วไป

1. ปริมาณยอดขายมีน้อย โดยรายได้ในท้องถิ่นอาจจะตอบสนองธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ได้ แต่ก็มากพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถอยู่รอดได้ตามสมควรดังนั้นธุรกิจขนาดใหญ่จึงไม่ต้องการแข่งขันกับธุรกิจขนาดเล็ก
2. มีฝีมือและประสบการณ์ของตนเอง ในการบริการลูกค้าเนื่องจากเจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง จึงใช้ความสามารถส่วนตัวในการบริหารงาน เช่น ช่างตัดเสื้อ นักออกแบบภายใน
3. มีการบริการในลักษณะเป็นการส่วนตัว โดยจะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถและบุคลิกภาพของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่แล้วจะมีอยู่ในธุรกิจขนาดย่อม
4. มีความสะดวก ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยการเสนอความสะดวกสบายที่ธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเป็นคู่แข่งไม่สามารถหาได้
5. สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของท้องถิ่น ธุรกิจขนาดย่อมในท้องถิ่นที่ตัดสินใจด้วยตัวเองโดยใช้ความรู้ความต้องการ และความพอใจของท้องถิ่นจะได้เปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจมีความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับเจ้าของและพนักงาน
6. มีแรงจูงใจสูง เมื่อประกอบธุรกิจของตนเอง เจ้าของจะต้องทำงานหนักและเสียสละมากกว่าการทำงานให้กับผู้อื่น เนื่องจากเป็นเจ้าของธุรกิจเองจึงทำให้มีการดำเนินธุรกิจของตนเอง

7. มีความคล่องตัวทางการบริหาร ธุรกิจขนาดเล็กสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงได้เร็วยิ่งขึ้น

8. ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ เนื่องจากใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่สามารถ ให้ผลผลิตมากกว่า แต่จ่ายค่าจ้างต่ำกว่าค่าจ้างที่จ่ายให้กับแรงงานที่จ้างจากที่อื่น

#### 2.1.4 ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อม เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นการช่วยเหลือด้าน สวัสดิการทางเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตจำนวนมากถึงครึ่งหนึ่งของสินค้าและบริการ ทั้งหมด ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของธุรกิจขนาดย่อมจะเหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ คือ สร้างรายได้ ให้กับชุมชนและประเทศ ช่วยจัดหางานใหม่ นำเสนอนวัตกรรมกระตุ้นการแข่งขันช่วยเหลือธุรกิจ ขนาดใหญ่ตลอดจนผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ เป็นการสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจของตนเองโดยการ ลงทุนในธุรกิจใหม่ ๆ หรือการขยายธุรกิจเดิม ถือว่าเป็นโอกาสสำหรับตลาดแรงงาน ธุรกิจขนาดย่อม นั้นสามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางและใหญ่ได้ต่อไป

2. การสร้างนวัตกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ จะมีจุดเริ่มต้นจากงานวิจัยในห้องทดลอง เพื่อให้ได้รับการยอมรับ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเหลืออย่างมีคุณค่าให้เกิดขึ้นกับมาตรฐานการครองชีพของ ประชาชน

3. การกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การเพิ่มการแข่งขัน เป็นสถานการณ์ ซึ่ง ธุรกิจมีการแข่งขันด้านการขาย การมีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาแข่งขันด้วย จะทำให้การแข่งขันด้านราคา ลดลงตลอดจนมีการเพิ่มผลผลิตและเพิ่มมาตรฐานของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการเพิ่มมาตรฐาน การครองชีพให้แก่ประชาชนได้

4. ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ ให้ผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หน้าที่บางอย่างธุรกิจขนาดย่อมมักจะทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดใหญ่นั้นไม่อาจทำ หน้าที่ครบทุกประการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าซึ่งแบ่งได้ เช่น การจัดจำหน่าย การขายปัจจัยการผลิต การบริการ เป็นต้น

5. การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจขนาดย่อมจะต้องเกี่ยวข้องกับ ประสิทธิภาพของงาน โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องอาศัยความประณีตและใช้ฝีมือธุรกิจขนาดย่อมจะทำได้ ดีกว่าถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

6. การกระจายการพัฒนาประเทศ ธุรกิจขนาดย่อมมีการตั้งกระจายกระจายกันไปตาม ชุมชนต่าง ๆ จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของท้องถิ่น

7. การเพิ่มการระดมทุน ธุรกิจขนาดย่อมเป็นการรวบรวมเงินทุนที่เป็นของผู้ประกอบการ และญาติพี่น้องมาก่อนให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการระดมทุน ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการผลิตของประเทศด้วย เช่น ธุรกิจการผลิต ธุรกิจเหมืองแร่ ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจบริการ

## 2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Kotler (2012) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเล ที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ (7'Ps) ตามแนวคิดของ Philip Kotler ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่น ๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย บุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง มีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ กระบวนการ (Process) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ได้แก่ รายการที่ให้บริการ การบริการจากพนักงาน เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ

2. ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวมถึงความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ อัตราค่าบริการ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่จะนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาในส่วนของที่ตั้ง สถานที่ในการบริการให้แก่ลูกค้า ช่องทางในการนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้าที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความยากลำบากในการมาขอรับบริการรวมทั้งมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบในการนำเสนอบริการมีการใช้เครื่องมือไปรษณีย์การสื่อสารโดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น



4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย

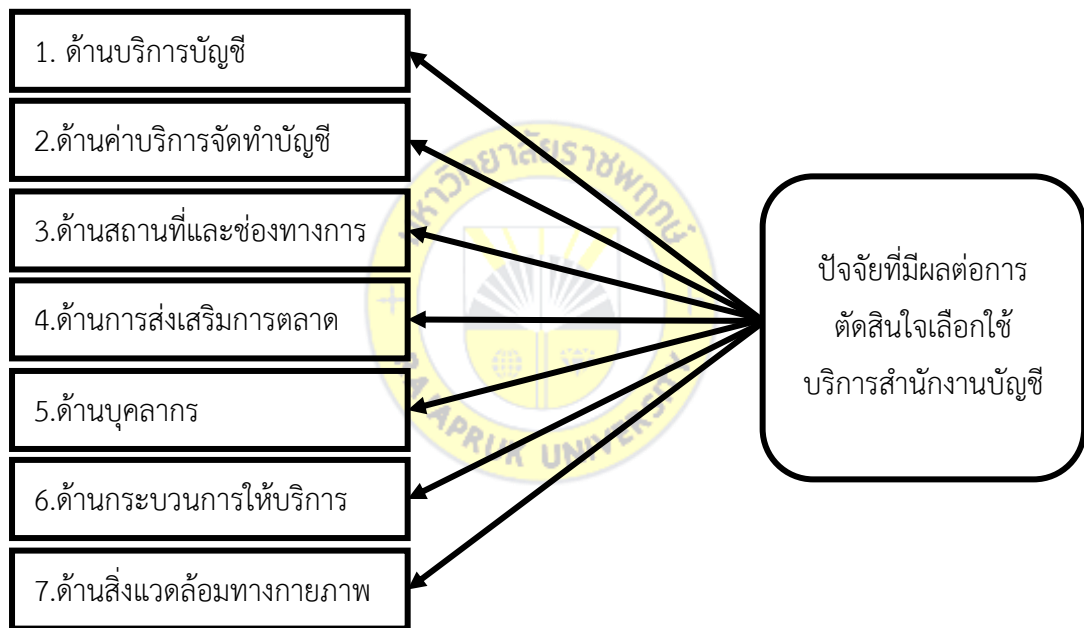
5. บุคคล (People) หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นต้องอาศัยการสรรหา การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ดี

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การแสดงให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าและรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการได้แก่ สภาพช่องทางการให้บริการ ลักษณะการแต่งกายของพนักงาน อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสถานประกอบการที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นจากภายนอกและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

7. กระบวนการบริการ (Process) หมายถึง การอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้าประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการ การตอบรับจากพนักงานในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดเป็นต้น ทั้งหมดจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าซึ่งมาใช้บริการทั้งสิ้นกระบวนการบริการจึงถูกยอมรับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจบริการสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านบริการบัญชี สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี มีความรับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาที่ดี มีบริการด้านบัญชีแบบครบวงจร มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน 2) ปัจจัยด้านค่าบริการจัดทำบัญชี โดยค่าบริการเหมาะสมกับระยะเวลาปฏิบัติงาน มีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของงาน มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน มีความยืดหยุ่นสามารถเจรจาต่อรองได้ คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น 3) ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ ง่ายต่อการที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับสำนักงานบัญชีด้วยตัวเอง เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ สำนักงานบัญชีให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักแก่ธุรกิจ มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้าประจำ มีบริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ มีบริการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านบัญชีและภาษีอากรแก่ลูกค้า มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า 5) ด้านบุคลากร บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในวิชาชีพสูง มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตวิทยาในการให้

คำปรึกษา บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชี บุคลากรได้รับการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง 6) ด้านกระบวนการให้บริการ สำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม สำนักงานบัญชีสามารถ ให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว และตรงต่อเวลา เป็นสำนักงานบัญชีมีกระบวนการขั้นตอน ดำเนินงานที่มีมาตรฐาน สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นสำนักงานบัญชีที่มีวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการ ลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้า มีการตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการทำงาน มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสำนักงานแสดงให้เห็นชัดเจน มีเคาน์เตอร์ เซอร์วิสไว้วางบริการตอบข้อซักถามเบื้องต้น สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

**2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจ** การตัดสินใจ (Decision) คือ ความหมายของ การตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

Barnard (1972) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาให้เหลือเพียงทางเดียว

Simon (1977) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่าง ๆ ที่มีอยู่

Gibson and Ivancevich (1979) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

ชนงกรณ์ กุณพลบุตร (2552) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ การที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดทำการเลือกทางเลือกใด จากหลายทางเลือก

สมคิด บางโม (2555) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทาง เป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งหลายอย่าง

ดังนั้นกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

### 2.3.2 ความสำคัญของการตัดสินใจ (Decision)

ทฤษฎีการบริหารองค์การในยุคหนึ่งได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร (Management Process) อันได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการควบคุม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปว่า แม้ว่าจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดก็ตามแต่ถ้าขาดการตัดสินใจที่ดีพอแล้วยากที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จได้ การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ 4 ประการ (ปกรณ ปกรณกรณ์, 2552) ดังนี้

1. การตัดสินใจเป็นเครื่องวัดความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เป็นผู้บริหารในระดับต่าง ๆ จะต้องแสดงความรู้ ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีกว่าผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารจะต้องมีเหตุผล มีหลักการ มีเจตคติและวิจรรณญาณที่ดีกว่า ความสามารถในการตัดสินใจคือมูลค่าเพิ่มที่ผู้บริหารต้องทำให้เห็นว่าเป็นความแตกต่างที่สมแล้วกับค่าจ้างเงินเดือนในตำแหน่งผู้บริหาร

2. การตัดสินใจเป็นมรรควิธีนำไปสู่เป้าหมายองค์การ ผู้บริหารควรตระหนักเสมอว่าการตัดสินใจมิใช่เป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง แต่เป็นมรรควิธี แนวทาง วิธีการและเครื่องมือที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นการกำหนดเป้าหมายองค์การให้ชัดเจนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเริ่มต้น การหาวิธีการและแนวทางปฏิบัติที่หลากหลายก็เป็น

ขั้นตอนที่กระทำตามมา และนี่คือการตัดสินใจในตัวเอง การกำหนดแนวทางวิธีการที่ดี ที่หลากหลาย และสร้างสรรค์จะนำพาให้องค์กรสู่ความสำเร็จได้

3. การตัดสินใจเป็นเสมือนสมอขององค์กร การตัดสินใจที่ดีก็เหมือนกับคนเรามีสมอ และระบบประสาทที่ดีก็จะทำให้ตัวเราประสบผลสำเร็จในชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัวและชีวิตทางสังคม ได้ ในขณะเดียวกันถ้าเป็นการตัดสินใจขององค์กรที่ดีก็จะต้องมีสมอ และระบบประสาทขององค์กรที่ดีด้วยจึงจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้ ผู้บริหารที่ดีจะต้องกระตือรือร้น ใฝ่หาแนวทางแก้ไขปัญหายุติตลอดเวลา จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ กำหนดแนวทางใหม่ ๆ ยกระดับมาตรฐานและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามแผนที่กำหนดไว้ได้

4. การตัดสินใจปัญหาเป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหาในอนาคต ในทฤษฎีการตัดสินใจทั่วไปมองว่าเป็นการแก้ไขปัญหในอดีต ซึ่งได้แก้ปัญหาข้อขัดข้องซึ่งมีสะสมมาตั้งแต่ในอดีต และมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งก็ไม่สามารถแก้ปัญหาได้หมดสิ้นและยังมีปัญหาใหม่ ๆ เข้ามาอีกมากมาย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิด (paradigm) ในการมองปัญหาใหม่ให้มองไปถึงปัญหาในอนาคต ซึ่งได้แก้ปัญหาป้องกัน รู้แล้วว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ก็ควรมีการตัดสินใจล่วงหน้าก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้น ปัญหาเชิงพัฒนาที่เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสนใจ เป็นการมองโดยใช้วิสัยทัศน์ (vision) ของผู้บริหารในการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต กำหนดภาพอนาคต (scenario) ไว้พร้อมกำหนดทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาในแต่ละภาพอนาคตนั้นด้วย อาทิ ภาพอนาคตมุ่งเน้น 3 C ได้แก่ ลูกค้า (Customer) การแข่งขัน (Competition) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ดังนั้นผู้บริหารเตรียมการที่จะคิดวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ในการบริการลูกค้าเหนือความคาดหวัง กลยุทธ์การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ และกลยุทธ์สู่องค์กรอัจฉริยะ เป็นต้น

### 2.3.3 กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ (Plunkett and Attner, 1994:162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยเสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเรื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหากับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเรื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือก

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงานงบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัด

ให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

### 2.3.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการจัดการนั้น การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุก ๆ เรื่องทุก ๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ ชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ต่อเนื่องกันไป ดังนี้

1. การแยกแยะตัวปัญหา (problem identification) ในขั้นตอนแรกของการตัดสินใจนั้น จึงเป็นเรื่องราวของการสร้างความแน่ใจ มั่นใจ โดยการค้นหาความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง ก็เพราะเหตุว่ากระบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นตามขั้นตอนแรก เมื่อผู้ทำการตัดสินใจมีความรู้สึกว่าได้เกิดปัญหาขึ้นมา นั่นก็คือ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในว่าได้มีปรากฏบางสิ่ง บางอย่างมิได้เป็นไปตามที่คาดคิด

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวกับตัวปัญหานั้น (information search) การเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้นก็คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็ได้

3. การประเมินค่าข่าวสาร (evaluation of information) เป็นความจำเป็นที่จะต้องประเมินค่าดูว่า ข่าวสารที่ได้มานั้นถูกต้อง เหมาะสมเพียงพอตรงกับเวลา และสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่

4. การกำหนดทางเลือก (listing alternative) เป็นขั้นตอนสำคัญของการตัดสินใจ คือ การกำหนดทางเลือกมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เป็นการที่พยายามจะครอบคลุมวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้หลาย ๆ วิธีถ้าเรามีข่าวสารสมบูรณ์สำหรับปัญหาแต่ละเรื่อง เราอาจจะกำหนดทางเลือกได้เหมาะสมและครอบคลุมอย่างแท้จริงได้

5. การเลือกทางเลือก (selection of alternative) เมื่อได้กำหนดทางเลือกต่าง ๆ ออกมาแล้ว พร้อมทั้งกำหนดลำดับความสำคัญและความเหมาะสมในการแก้ปัญหา ขั้นตอนต่อไป คือ การ

เลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป (selection of a course of action) และขั้นนี้เองที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า เป็นการตัดสินใจอย่างแท้จริง

6. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ (implement of decision) เมื่อทางเลือกได้ถูกเลือกเข้ามาแล้ว ก็เป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจหรือทางเลือก

### 2.3.5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจ

เมื่อทางเลือกของการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจดำเนินงานต่าง ๆ ได้ถูกเสนอแนะโดยกลุ่มหรือโดยผู้นำ ทางเลือกเหล่านี้ก็จะถูกประเมิน จากนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดหรือสมาชิกของกลุ่มเห็นพร้อมต้องกันมากที่สุดก็จะได้รับการเลือก ในกระบวนการนี้ผู้นำพึงต้องรู้ถึงอุปสรรคหรือสิ่งที่สามารถจะบั่นทอนประสิทธิภาพของการเลือกทางเลือกของกลุ่มลงไปได้ ซึ่งได้แก่ ยูคล์ (Yukl, 1989: 253-261)

1. การเร่งรีบตัดสินใจ (Hasty Decision) การรีบเร่งทำการตัดสินใจคือการตัดสินใจที่ไม่ได้มีการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ให้ดีก่อนทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจ แม้ว่าจะได้มีการหาทางเลือกมาอย่างมี ประสิทธิภาพก็ตาม สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความรีบเร่งในการตัดสินใจของกลุ่มก็คือกลุ่มที่มีลักษณะ ความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน หรือกลุ่มที่เป็นพรรคพวกเดียวกัน ซึ่งเป็นทางหนึ่ง ประการที่สองที่ทำให้รีบเร่งในการตัดสินใจของกลุ่มคือเวลา โดยเฉพาะเมื่อการตัดสินใจกระทำใกล้ ๆ จะได้เวลาปิดการประชุม ทุกคนจึงมักต้องการให้เสร็จสิ้นไป ไม่อยากให้เลื่อนไปพิจารณาในคราวหน้า หรือต้องมีการประชุมเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

2. ความไม่สมบูรณ์ของการมีส่วนร่วม (Incomplete Participation) หรือการไม่มีส่วนร่วมจริงของสมาชิกในการตัดสินใจ กรณีนี้เกิดขึ้นได้เมื่อสมาชิกของกลุ่มบางส่วนไม่มีโอกาสหรือไม่อยากแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เพราะมีสมาชิกของกลุ่มบางคน แสดงการสนับสนุนต่อทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งอย่างจริงจังและเคร่งเครียด จนทำให้พวกเขาไม่อยากโต้แย้งจึงเงียบเฉย โดยเฉพาะเมื่อผู้ให้การสนับสนุนนั้นมีตำแหน่งหน้าที่ค่อนข้างสูง หรือการได้รับความเห็นชอบจากผู้นำของกลุ่ม ซึ่งการเงียบของสมาชิกบางส่วนทำให้ผู้นำและสมาชิกคนอื่น ๆ ลงความเห็นว่านั่นคือการเห็นชอบด้วย ซึ่งตามความเป็นจริงอาจจะไม่เห็นด้วย ดังนั้นประชาคมติของการตัดสินใจจึงเป็นประชาคมติที่ผิด (False Consensus) อันทำให้คุณภาพของการตัดสินใจต่ำได้ และไม่เป็นที่ยอมรับของสมาชิกบางที่ที่เงียบได้ (Silent Majority) ผู้นำสามารถจะทำให้การมีส่วนร่วมสมบูรณ์ได้ โดยการสนับสนุนให้สมาชิกทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและประเมินแต่ละทางเลือก โดยป้องกันไม่ให้มีการแสดงอาการขู่เข็ญ พุดเย้ยหยัน หรือขู่สมาชิกที่โต้แย้งได้

3. การแบ่งกลุ่มหรือแบ่งพวก (Polarization) การแบ่งกลุ่มหรือแบ่งพวกจะเกิดขึ้นเมื่อในกลุ่มตัดสินใจ เมื่อสมาชิกมีความคิดเห็นในแนวทางเลือกต่างกันแค่ 2 แนวทางอย่างชัดเจน และต่างฝ่ายก็สนับสนุนทางเลือกของตนอย่างเอาจริงเอาจังและเคร่งเครียด โดยไม่สนใจที่จะพิจารณาในส่วนดี

ของทางเลือกของอีกฝ่ายหนึ่ง ไม่มีใครสนใจในส่วนที่เหมือนกันของทางเลือกทั้งสอง แต่จะหาทางโจมตีจุดอ่อนของกันและกัน การต่อสู้ด้วยอารมณ์จะมีมาก บางทีกว่าความสนใจในเป้าหมายของการตัดสินใจ สมาชิกแต่ละฝ่ายจะแย่งกันพูด พูดสอดแทรกอีกฝ่ายหนึ่ง เมื่อต่างฝ่ายต่างไม่สนใจว่าพูดว่าอะไร ต่างก็ไม่เข้าใจว่าอีกฝ่ายพูดอะไรในที่สุด

4. การวางแผนปฏิบัติการ (Superficial Action Planning) ขั้นสุดท้ายของการตัดสินใจโดยกลุ่มก็คือการกำหนดแผนที่ทำการศึกษาตัดสินใจไปสู่การปฏิบัติหรือแผนปฏิบัติการดังนั้นในทางเลือกควรมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอนค่อนข้างละเอียด วิธีการติดตามดูความก้าวหน้าก็ควรถูกกำหนดไว้ด้วย เพราะว่าการตัดสินใจถึงแม้จะดีอย่างไรก็พบว่าไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ เพราะไม่มีสมาชิกคนใดสนใจหรือใส่ใจจะนำไปปฏิบัติ แผนปฏิบัติการจึงนับว่าสำคัญมาก เพราะจะสามารถบอกได้ว่าอะไรอาจจะเกิดจากความผิดพลาดได้ในขั้นตอนปฏิบัติเหตุการณ์เหล่านั้นเราควรจะหาวิธีการป้องกันอย่างไรไว้ล่วงหน้าและจะหลีกเลี่ยงการสูญเสียจากเหตุการณ์ที่ต้องเกิดขึ้นน้อยที่สุดอย่างไร

ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งของแผนปฏิบัติการคือ การต้องกำหนดหรือพิจารณาขอบหมายให้บุคคลรับผิดชอบกิจกรรมแต่ละส่วน เพื่อให้การตัดสินใจประสบความสำเร็จตามต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องถามสมาชิกในที่ประชุมว่าบุคคลใดจะรับผิดชอบส่วนไหน จึงทำให้เห็นชัดได้เลยว่าถ้าผู้ปฏิบัติได้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทางเลือกก็จะถูกนำไปปฏิบัติด้วยความเข้าใจอันถูกต้อง และมีความรู้สึกรับผิดชอบมากขึ้น เพราะได้ร่วมในการเลือกทางเลือกด้วย แต่ถ้าไม่ใช่ผู้ปฏิบัติโดยตรง ผู้ที่จะมอบหมายต้องให้ข้อมูลอย่างดี และต้องสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้องด้วย เพื่อการยอมรับในผลการตัดสินใจและเต็มใจที่จะรับผิดชอบปฏิบัติตามอย่างเต็มความสามารถ

## 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี

สำนักงานบัญชี ระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชี ประกอบด้วยนโยบายและกระบวนการของแต่ละปัจจัยสำคัญ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและสำนักกำกับดูแลธุรกิจ, 2557: 10-26) ได้แก่

### 1. ความรับผิดชอบของผู้บริหารของสำนักงานบัญชี

1.1 ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงต้องแสดงหลักฐานความมุ่งมั่นในการพัฒนา และการนำระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไปปฏิบัติรวมทั้งการปรับปรุงประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องโดย - สื่อสารภายในสำนักงานบัญชีถึงความสำคัญในการดำเนินการตามมาตรฐานการบัญชีในด้านการจัดทำบัญชี จรรยาบรรณ ความต้องการของลูกค้า กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี - กำหนดนโยบายคุณภาพ - จัดทำแผนธุรกิจ - ติดตาม ตรวจสอบ - จัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ



1.2 การให้ความสำคัญแก่ลูกค้า ผู้บริหารระดับสูงต้องทำให้มั่นใจว่าความต้องการของลูกค้า ได้ถูกนำมาพิจารณาและกระทำให้บรรลุผลโดยมุ่งหวังในอันที่จะส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้าและต้อง เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชีมาตรฐานบัญชีและจรรยาบรรณ

1.3 นโยบายคุณภาพ ผู้บริหารระดับสูงต้องทำให้มั่นใจว่านโยบายคุณภาพ

- เหมาะสมกับจุดประสงค์ของสำนักงานบัญชี
- มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายมาตรฐานการบัญชี จรรยาบรรณและปรับปรุงประสิทธิผลของระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
- เป็นกรอบในการจัดทำแผนธุรกิจ
- ได้มีการสื่อสารและเป็นที่ยอมรับในสำนักงานบัญชี
- ได้มีการทบทวนให้เหมาะสมตลอดเวลา

1.4 การวางแผนธุรกิจ สำนักงานบัญชีต้องกำหนด จัดทำแผนธุรกิจและแผนการเงินประจำปี เป็นลายลักษณ์อักษร

1.5 ความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่และการสื่อสาร

- ความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ ผู้บริหารระดับสูงต้องมั่นใจว่าได้มีการกำหนด หน้าที่ ความรับผิดชอบของพนักงานเป็นลายลักษณ์อักษรและได้สื่อสารให้ทราบโดยทั่วถึงทั้งสำนักงาน บัญชี
- การสื่อสารภายใน ผู้บริหารระดับสูงต้องมั่นใจว่ามีการสื่อสารในสำนักงานบัญชีด้วย วิธีการที่เหมาะสมและคำนึงถึงประสิทธิผลของระบบคุณภาพสำนักงานบัญชี
- การทบทวนการบริหาร ผู้บริหารระดับสูงต้องมีการทบทวนการบริหารงานของ สำนักงานบัญชีอย่างสม่ำเสมอและต้องมีการเก็บบันทึกผลการทบทวน
- การให้ความร่วมมือกับภาครัฐ สำนักงานบัญชีต้องร่วมมือกับภาครัฐในด้านการกำกับ ดูแลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐสู่ลูกค้า

2. ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี

2.1 ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต

- ความโปร่งใส หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน สะท้อนภาพที่แท้จริงภายในเวลาที่เหมาะสม ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญ
- ความเป็นอิสระ หมายถึง การปฏิบัติงานด้วยความอิสระสามารถตัดสินใจโดยไม่มีอยู่ ภายใต้อิทธิพลใด ๆ หรือปัจจัยภายนอกและภายในซึ่งอยู่ภายใต้กรอบวิชาชีพในด้านการ

จัดทำบัญชีและ ความเป็นอิสระนั้นต้องเป็นที่ประจักษ์แก่บุคคลทั่วไป เพื่อให้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพในการ จัดทำบัญชีเป็นที่เชื่อถือได้

- ความเที่ยงธรรม หมายถึง ความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงาน โดย ปราศจากความมีอคติ ความลำเอียง

- ความซื่อสัตย์สุจริต หมายถึง การประพฤติตรง จริ่งใจ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง ไม่แสดงตนว่าได้ปฏิบัติงานถ้าไม่ได้ปฏิบัติจริง ความซื่อตรงต่อวิชาชีพใน ด้านการจัดทำบัญชี

2.1.1 หลักการพื้นฐาน ในการปฏิบัติงานสำนักงานบัญชีต้องรักษาไว้ซึ่งความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตเพื่อให้ผลงานเป็นที่เชื่อถือ

#### 2.1.2 ข้อกำหนด

(1) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือ บิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญในการปฏิบัติงานผู้ทำบัญชีต้องมั่นใจว่าข้อมูลที่นำมาใช้ถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน สะท้อนภาพที่แท้จริงเพื่อให้มั่นใจว่างานบริการที่ให้แก่ลูกค้ามีความ ถูกต้อง

(2) สำนักงานบัญชีต้องไม่รับงานที่ตนขาดความเป็นอิสระ ผู้ทำบัญชีต้องใช้ดุลย พินิจในการรับงานและต้องถอนตัวจากการให้บริการหรือหยุดการให้บริการชั่วคราวจนกว่า ความสัมพันธ์ หรือสถานการณ์ที่กระทบความเป็นอิสระได้ยุติลง

(3) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา ปราศจาก ความลำเอียงและอคติ คงไว้ซึ่งความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานสำนักงานบัญชีจะ สามารถปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติคงไว้ซึ่งความเป็น กลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานได้ก็ต่อเมื่อสำนักงานบัญชี ดำเนินการดังต่อไปนี้

- สำนักงานบัญชีมีข้อมูลที่นำเชื่อถือจากระบบการจัดเก็บข้อมูลที่นำเชื่อถือ

- สำนักงานบัญชีสามารถควบคุมการให้บริการให้อยู่ในกรอบของจรรยาบรรณ ของวิชาชีพในการจัดทำบัญชี สำนักงานบัญชีต้องหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์หรือสถานการณ์ใด ๆ ที่อาจ กีดกันให้ผู้ทำบัญชีไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจ

(4) สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพในการจัดทำบัญชี

## 2.2 ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

2.2.1 หลักการพื้นฐานในการปฏิบัติงานผู้ทำบัญชีต้องใช้ความรู้ความสามารถและความชำนาญในวิชาชีพในการจัดทำบัญชีด้วยความใส่ใจเต็มความสามารถเพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการทางวิชาชีพในการจัดทำบัญชีที่อยู่บนพื้นฐานของกฎเกณฑ์และเทคนิคที่เกี่ยวข้อง การที่จะสามารถปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ ผู้ทำบัญชีต้องวางแผนและควบคุมงานจนสามารถรวบรวมข้อมูลและหลักฐานให้เพียงพอในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาที่ประกอบวิชาชีพในการจัดทำบัญชี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากงานบริการวิชาชีพในการจัดทำบัญชีบนพื้นฐานของการพัฒนากฎเกณฑ์มาตรฐานในการปฏิบัติงานและเทคนิคที่เป็นปัจจุบัน

### 2.2.2 ข้อกำหนด

(1) ผู้ทำบัญชีต้องไม่รับงานที่เกินความรู้ความสามารถของตนที่จะปฏิบัติงานได้ใน การพิจารณารับงาน ผู้ทำบัญชีต้องมีความรู้ ประสบการณ์ในธุรกิจของลูกค้า ลักษณะงานบริการที่ลูกค้า ต้องการ มีความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและมีประสิทธิภาพตาม มาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสำนักงานบัญชีต้องไม่รับงานในปริมาณมากจนไม่สามารถควบคุม การปฏิบัติงานได้ การที่ผู้ทำบัญชีจะมีความรู้ความสามารถในงานที่รับว่าจะให้บริการ ผู้ทำบัญชีจะต้อง มีประสบการณ์และการฝึกฝนในการใช้วิจารณญาณการประยุกต์ใช้ความรู้ นั้นกับงานที่รับว่าจะให้บริการ หรือผู้ทำบัญชีต้องผ่านการศึกษา การอบรมอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาที่ผ่านมา กรณีที่ผู้ทำบัญชีไม่มีความรู้ ความสามารถในงานที่จะให้บริการอย่างเพียงพอผู้ทำบัญชีต้องศึกษาค้นคว้าสอบถามจากผู้รู้หรือผู้มี ประสบการณ์หรือหาที่มงานที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานได้ ผู้ทำบัญชีต้องไม่แสดงตนว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องที่ตนเองไม่ มีความรู้และความสามารถ ในกรณีนี้ผู้ทำบัญชีควรพิจารณาที่จะรับคำแนะนำหรือใช้ผลงานจาก ผู้เชี่ยวชาญที่มีความถนัดในงานดังกล่าว

(2) ผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ ผู้ทำบัญชีต้องใช้ความรู้ ตามมาตรฐานการบัญชี วิธีปฏิบัติ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความชำนาญและประสบการณ์ทางวิชาชีพในด้าน การจัดทำบัญชีด้วยความระมัดระวังรอบคอบ

(3) สำนักงานบัญชีต้องควบคุมคุณภาพงานให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ สำนักงาน บัญชีควรมีการอบรม ควบคุมคุณภาพงานของผู้ทำบัญชีและผู้ช่วยผู้ทำบัญชีอย่างเหมาะสมสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานการบริการทางวิชาชีพในการจัดทำบัญชีได้มาตรฐาน

(4) ไม่ยินยอมให้ผู้อื่นอ้างว่าตนเป็นผู้ปฏิบัติงานโดยมิได้ปฏิบัติงานหรือควบคุมการ ปฏิบัติงานนั้น สำนักงานบัญชีต้องไม่ยินยอมให้ผู้อื่นอ้างเชื่อว่าตนเป็นผู้ปฏิบัติหรือควบคุม

งานให้บริการ ทางวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีโดยที่ตนเองมิได้เป็นผู้ปฏิบัติหรือควบคุมงาน ให้บริการอย่างแท้จริง

## 2.3 ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ

2.3.1 หลักการพื้นฐาน สำนักงานบัญชีต้องรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ โดยต้องไม่ละทิ้ง งานที่ให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีอาจล่วงรู้หรือได้มาซึ่งข้อมูลใด ๆ ที่ต้องถือเป็นความลับ ของกิจการที่ตนให้บริการ ผู้ทำบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลนั้นไปเปิดเผย ทั้งนี้รวมถึงการที่ผู้ทำบัญชี ผู้ช่วย ผู้ทำบัญชีหรือผู้ร่วมสำนักงานบัญชีจะต้องไม่นำข้อมูลที่ได้มาในระหว่างการปฏิบัติงานไปใช้หรือเป็นที่ ประจักษ์ชัดว่าได้ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลภายนอก เว้นแต่กรณีที่ได้รับ ความยินยอมจากลูกค้าหรือกรณีที่ต้องให้ถ้อยคำ ตามกฎหมายรวมทั้งกรณีที่เป็นการเรียกตรวจสอบ โดย หน่วยงานกำกับดูแลเพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบวิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชีซึ่งจะเปิดเผยได้

### 2.3.2 ข้อกำหนด

(1) สำนักงานบัญชีต้องไม่เปิดเผยความลับของกิจการที่ตนเองได้รู้มาในหน้าที่จาก การให้บริการ เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากลูกค้าต้องให้ถ้อยคำในฐานะพยานตามกฎหมายหรือเปิดเผย ต่อหน่วยงานที่กำกับดูแล หน้าที่ในการรักษาความลับนั้นยังคงมีอยู่ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างสำนักงาน บัญชีและลูกค้าจะสิ้นสุดแล้วก็ตาม สำนักงานบัญชีต้องควบคุมดูแลผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำบัญชีไม่ให้นำ ข้อมูลที่ได้มาในระหว่างการปฏิบัติงานไปใช้หรือเป็นที่ประจักษ์ชัดว่า ได้ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือ เพื่อประโยชน์ของบุคคลภายนอก

(2) ไม่ละทิ้งการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีที่รับไว้แล้วโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ในกรณีที่สำนักงานบัญชีได้ตกลงรับงานไว้แล้ว ต่อมาไม่ปฏิบัติงานให้สำเร็จตามที่ตกลงไว้และได้ละทิ้งงาน ไปโดยไม่มีเหตุผลสมควรและไม่ได้แจ้งให้ลูกค้าทราบในเวลาอันสมควร เช่น การแจ้ง กระชั้นชิดถือว่า สำนักงานบัญชีขาดความรับผิดชอบแก่ลูกค้าและอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า

2.4 ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่สำนักงานบัญชี ปฏิบัติหน้าที่

2.4.1 หลักการพื้นฐาน สำนักงานบัญชีต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่สำนักงานบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้

2.4.2 ข้อกำหนด สำนักงานบัญชีต้องรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติ บุคคลผู้ทำบัญชีปฏิบัติหน้าที่ โดยมีพฤติกรรมที่ดีเพื่อชื่อเสียงแห่งวิชาชีพในด้านการ

จัดทำบัญชีเสมอและ ไม่ปฏิบัติตนในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่วิชาชีพในด้านการจัดทำบัญชี

2.5 สำนักงานบัญชีต้องไม่ปฏิบัติให้เสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ ในด้านการจัดทำบัญชี

2.5.1 หลักการพื้นฐาน สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบเพื่อรักษา ชื่อเสียงแห่งวิชาชีพและงดเว้นการกระทำที่จะมาสู่การเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

2.5.2 ข้อกำหนด นักงานบัญชีต้องไม่กระทำการในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสียหาย แก่วิชาชีพในด้านการทำบัญชี

2.6 สำนักงานบัญชีต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณที่กำหนดในข้อ 2.1-2.5 และไม่ขัดกับ ข้อกำหนดแห่งจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี รวมทั้งต้องปฏิบัติเพิ่มเติมตามข้อกำหนดแห่งจรรยาบรรณ วิชาชีพบัญชีตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด

3. กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี

3.1 สำนักงานบัญชีต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียม

3.2 สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดทำสัญญาที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากลูกค้า

3.3 สำนักงานบัญชีต้องกำหนดระยะเวลาจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่ชัดเจน

3.4 สำนักงานบัญชีต้องออกหลักฐานการรับเงินให้กับลูกค้าทุกครั้ง

3.5 ในกรณีที่ลูกค้ามอบหมายให้สำนักงานบัญชีเป็นผู้กระทำการใด ๆ แทน เช่น การนำส่ง ภาษีของลูกค้า การนำส่งเงินสมทบกองทุนประกันสังคม เป็นต้น สำนักงานบัญชีต้องนำส่งและดำเนินการ ให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย

3.6 การดูแลทรัพย์สินของลูกค้า สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดทำหลักฐานการส่งมอบ และ รับมอบทรัพย์สินรวมถึงการดูแลรักษา การจัดเก็บทรัพย์สินของลูกค้า ทั้งนี้ต้องไม่นำทรัพย์สินของลูกค้า มาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของสำนักงานบัญชี เช่น การยึดบัญชีและเอกสารของลูกค้าไว้โดยไม่ส่งคืน

4. การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี

4.1 เครื่องมืออุปกรณ์ สำนักงานบัญชีต้องจัดหาและบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น ในการทำบัญชีเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดระเบียบเรียบร้อย ในสถานที่ ทำงาน เพื่อก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดี ปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่ สูงขึ้น เช่น การทำ 5ส เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรบุคคล

4.2.1 บุคลากรในสำนักงานบัญชีต้องมีความรู้ ความสามารถตามตำแหน่งหน้าที่งาน ทั้งนี้รวมถึงบุคลากรจากภายนอกสำนักงานบัญชีที่เข้ามาปฏิบัติงานกับสำนักงานบัญชีด้วย

4.2.2 ผู้ทำบัญชีต้องมีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 และ พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2547

4.2.3 บุคลากรที่บรรจุใหม่หรือโยกย้ายตำแหน่งงานต้องได้รับการชี้แจงหรืออบรมการ ปฏิบัติงานของตำแหน่งนั้น ๆ ก่อนเริ่มปฏิบัติงานรวมทั้งสำนักงานบัญชีต้องจัดให้มีการดูแลการปฏิบัติงาน อย่างใกล้ชิดเพื่อติดตามการทำงานของบุคลากรในความรับผิดชอบให้มีความเข้าใจในงานที่ปฏิบัติ

4.2.4 บุคลากรในสำนักงานบัญชีต้องได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมตามสมควร และเป็นไป ตามข้อกำหนดของกฎหมาย

4.2.5 บุคลากรในสำนักงานบัญชีต้องได้รับการสื่อสารจากสำนักงานบัญชี ในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า/กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

4.2.6 ในกรณีที่ผู้ทำบัญชีภายนอกสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องมี มาตรการใน การควบคุมผู้ทำบัญชีนั่นให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี มาตรฐานการ บัญชีและจรรยาบรรณ

#### 5. การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี

5.1 สำนักงานบัญชีต้องมีการจัดทำบัญชีให้ถูกต้องและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

5.2 สำนักงานบัญชีต้องมีคู่มือการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีและปฏิบัติตามคู่มือนั้น

5.3 สำนักงานบัญชีต้องมีการชี้แจงบุคลากรให้เข้าใจชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ของงาน และมี การฝึกอบรมเพิ่มเติมตามความจำเป็น เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์

5.4 สำนักงานบัญชีต้องจัดให้มีการกำกับดูแลความคืบหน้าของงานและคอยแก้ไขปัญหา ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับงานนั้น

5.5 สำนักงานบัญชีต้องมีการแต่งตั้งและมอบหมายให้มีผู้ทำการทบทวนผลงานรวมทั้ง นำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า

#### 6. การติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี

6.1 สำนักงานบัญชีต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของตนเองตาม ช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนธุรกิจและข้อกำหนดของ กฎหมาย โดยการตรวจสอบนี้จะกระทำโดยตนเองหรือบุคคลภายนอกก็ได้

6.2 หากพบปัญหาจากการติดตาม ตรวจสอบ สำนักงานบัญชีต้องดำเนินการวิเคราะห์หา สาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขเพื่อให้มั่นใจว่าปัญหาดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้น

6.3 สำนักงานบัญชีต้องมีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ หาสาเหตุ การปฏิบัติการแก้ไขและแจ้งกลับไปยังลูกค้า

6.4 สำนักงานบัญชีต้องบันทึกผลการดำเนินการตามข้อ 6.1-6.3 และต้องเก็บรักษาไว้ตาม ระยะเวลาที่เหมาะสม

#### 7. การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี

7.1 สำนักงานบัญชีต้องมีวิธีการในการติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชีให้เป็นปัจจุบัน

7.2 สำนักงานบัญชีต้องจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและของตนเองในลักษณะที่ป้องกันความเสียหาย สูญหายหรือเสื่อมสภาพและกำหนดระยะเวลาจัดเก็บตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

7.3 ในกรณีที่มีการเก็บข้อมูลในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต้องมีการสำรองข้อมูลตามรอบระยะเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม นโยบายคุณภาพและกระบวนการ ต้องจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรให้เหมาะสมกับสำนักงาน บัญชีและสื่อสารให้แก่เจ้าหน้าที่ภายในสำนักงานบัญชีอย่างทั่วถึง

### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธงชัย จิรศิริโรจน์ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับทำบัญชีของสำนักงานสหพัฒนการบัญชีในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับทำบัญชีของสำนักงานสหพัฒนการบัญชี ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน กระบวนการ และปัจจัยด้านสินค้าและบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 รายการ ปัจจัยด้าน กระบวนการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด จำนวน 4 รายการ ปัจจัยด้านสินค้าและ บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 5 รายการ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับทำบัญชีของ สำนักงานสหพัฒนการบัญชีของผู้ใช้บริการจำแนกตามประเภทของกิจการธุรกิจ พบว่า ผู้ใช้บริการทุกประเภท ของกิจการธุรกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับทำบัญชี ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทุกประเภทของกิจการธุรกิจ มีการตัดสินใจโดยรวมด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ให้บริการประเภทที่มีเงินทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงานบัญชี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และ จำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจที่ต่างกัน มีการตัดสินใจโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

นภาพร หงส์ภักดี (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ กรณีศึกษา: เขตอำเภอเมืองและอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานีมี

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอและอำเภอรินช่าราบ จังหวัดอุบลราชธานี เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการของแต่ละธุรกิจ จำนวน 206 คน โดยใช้แบบสอบถามสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยตั้งค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี 3 อันดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการที่สำคัญ คือ การให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาและการเก็บรักษาความลับของลูกค้า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ ความถูกต้องของรายงานการทางการเงิน ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ ชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการจากสำนักงานบัญชี 3 อันดับ ได้แก่ บริการตรวจสอบบัญชี บริการด้านภาษี และบริการจัดทำบัญชี ตามลำดับ ส่วนบริการที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชี 2 อันดับแรก คือ บริการตรวจสอบภายใน ร้อยละ 85.4 บริการวางระบบบัญชี ร้อยละ 77.7 ตามลำดับ เงินทุนจดทะเบียนมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ลักษณะธุรกิจมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน ในปัจจัยด้านกระบวนการเรื่อง การให้บริการ ถูกต้องรวดเร็ว และทันเวลา โดยกิจการพาณิชย์กรรม จะให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวสูงกว่าธุรกิจบริการและอุตสาหกรรม ตามลำดับ และระยะเวลาดำเนินกิจการมีผลต่อความคิดเห็นในระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง บริการด้านภาษี ปัจจัยด้านราคา เรื่องอัตราค่าบริการ

ปริญญญา แก้วเจริญ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง มุมมองการเลือกใช้อำนาจสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อมุมมอง การเลือกใช้อำนาจสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากที่สุดคือคุณสมบัติของผู้ทำบัญชีที่ผู้ประกอบการต้องการ ในด้านการให้บริการที่มีความรับผิดชอบ ซึ่งมีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชี หากสำนักงานบัญชีสามารถปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของตนให้มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าให้มากขึ้นและพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพบัญชีให้สูงขึ้นย่อมทำให้การแข่งขันกับสำนักงานบัญชีอื่น และเป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับได้

วิชุดา นาคเลื่อน (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านบริการบัญชี พบว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นธุรกิจให้บริการ มีลักษณะการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 1,000,000 - 2,000,000 บาท มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 - 5,000,000 บาท ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีอันดับแรกได้แก่ปัจจัยด้านบริการ



บัญชี รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

พฤกษา แก้วสาร และ อรุช คงรุ่งโชค (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนพาณิชย์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 380 คน โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลอันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในขณะที่สถิติทดสอบที่ใช้คือ สถิติทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า การใช้บริการจัดทำบัญชีเป็นแบบรายเดือน และแบบรายปี ซึ่งการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการสืบเนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านบัญชี ดังนั้นการใช้บริการสำนักงานบัญชีผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเป็นสำคัญตามที่ผู้ประกอบการจะเข้าติดต่อเพื่อใช้บริการด้วยตัวเองส่วนอัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชีจะอยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท ขณะเดียวกันพนักงานสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ ช่องทางการให้บริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีเช่นกันนอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ข้อเสนอแนะสำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดเล็กเป็นอันดับแรก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภท ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงนำเสนอกระบวนการทางด้านการตลาด เพื่อให้ครอบคลุมงานด้านการบริการรับทำบัญชี และเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้มากขึ้น

น้ำฝน คงสกุล และคณะ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ปัญหาในการใช้บริการจัดทำบัญชีของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก รวบรวมข้อเสนอแนะของธุรกิจที่ใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก และ นำเสนอข้อเสนอแนะแก่สำนักงานบัญชีเพื่อพิจารณาปรับปรุงด้านการให้บริการของสำนักงานบัญชี ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก จำนวนทั้งสิ้น

161 ตัวอย่าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ ร้อยละ แจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และ Binary Logistic Regression ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่สถานประกอบการต้องการจากการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือ ความถูกต้อง ด้านรายงานทางการเงิน สำหรับปัจจัยทางการตลาดได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ปรากฏว่าในภาพรวมแล้วมีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 5 ด้านจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านลูกค้า ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านต้นทุน ปัจจัยร่วมอื่น ๆ และปัจจัยด้านความสะดวกสบายตามลำดับ นอกจากนี้สิ่งที่สถานประกอบการต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการทำบัญชีของสำนักงานบัญชีอยู่ในระดับมาก คือ การวางระบบบัญชีและการให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร และปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงเกินไป ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการของสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีมากที่สุดคือเรื่องความชัดเจนของการอธิบายงาน และการจัดทำรายละเอียด

อารีรัตน์ พันธุ์ไพโรจน์ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชี โดยเฉพาะในข้อความสามารถเดินทางติดต่อสำนักงานสอบบัญชีได้สะดวก และมีที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในจังหวัดเดียวกันกับสำนักงานใหญ่ และที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในสถานที่ติดต่อง่าย ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชีและทีมงาน (Sig = 0.009) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและการยอมรับสำนักงานตรวจสอบบัญชี (Sig = 0.005) ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับผู้สอบบัญชี (Sig = 0.001) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี (Sig = 0.017) และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสำนักงานตรวจสอบบัญชี (Sig = 0.000) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

วิศรา โลหะนนทชัย (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีของบริษัทต่างชาติ ในการจัดทำบัญชี กรณีศึกษา: สำนักงานฟาร์มรังสิต การบัญชี ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1.ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งคือสำนักงานบัญชีต้องตั้งอยู่ใกล้กับบริษัท เพราะจะทำให้มีการติดต่อสื่อสารที่ สะดวก รวดเร็ว และควรมีการให้บริการข้อมูลที่ครบวงจร ประกอบกับการมีบริการให้พนักงานของสำนักงานบัญชีมารับ-ส่งเอกสารหรือให้บริการถึงบริษัทของลูกค้า 2.ปัจจัยด้านราคา คือราคามีความเหมาะสมกับเนื้องาน ปริมาณงาน ของการให้บริการแก่ลูกค้า 3.ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ คือสำนักงานบัญชีมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ 4.ปัจจัยด้านประสบการณ์ บริษัทมองหาสำนักงานบัญชีที่มีความรู้ ความ

เชี่ยวชาญงานบริการด้านบัญชี ยิ่งสำนักงานรับทำบัญชี มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์การทำงานด้านบัญชีมากเท่าไร ทำให้ความเสี่ยงในการทำบัญชีผิดพลาดลดลง 5.ปัจจัยด้านบริการที่ครบวงจร สำนักงานบัญชีต้องสามารถให้บริการที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาด้านการวางระบบบัญชี การให้คำปรึกษาด้านบัญชี การวางแผนภาษี และการจัดทำภาษี เพราะจะช่วยประหยัดเวลาดต้นทุนเกี่ยวกับพนักงานบัญชีได้ และลดปัญหาเกี่ยวกับภาษีให้กับบริษัทได้นอกจากนี้ทางผู้วิจัยยังได้ทราบถึงอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของบริษัทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่กลุ่มสำนักงานบัญชีสืบไป

อรัญญา จินาชาญและประเวศ เพ็ญวุฒิกุล (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิตและโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการสนับสนุนและการให้บริการหลังการขาย รองลงมา คือด้านขีดความสามารถของโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี และด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดหาโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี อยู่ในระดับมากผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แตกต่างกันตามคุณลักษณะของกิจการ พบว่า ขนาดของกิจการอายุของกิจการ และยอดขายโดยเฉลี่ยของกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

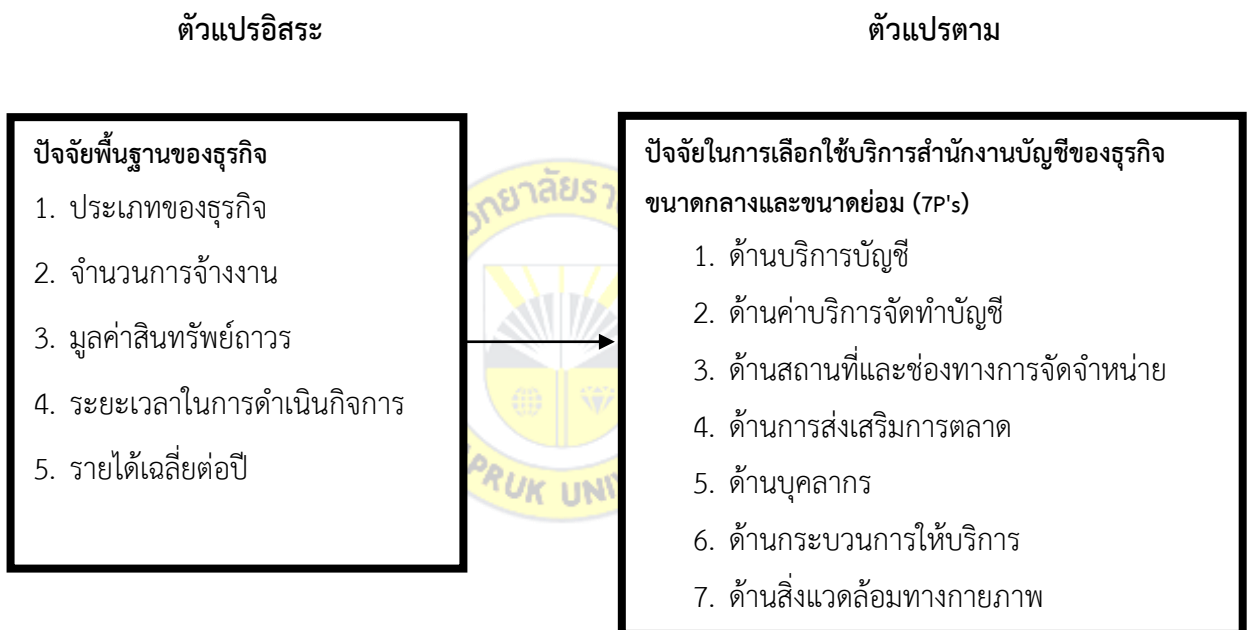
Kavanagh (2008) งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เกี่ยวกับความจำเป็นในการสำเร็จการศึกษาด้านบัญชีเพื่อพัฒนาทักษะที่กว้างขึ้นเพื่อให้สามารถประกอบอาชีพด้านการบัญชีได้ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการที่หลากหลายเพื่อตรวจสอบการรับรู้และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญสองคน: นักศึกษาและนายจ้าง ผลการวิจัย ระบุว่านักเรียนเริ่มตระหนักถึงความคาดหวังของนายจ้างในด้านการสื่อสารทักษะการวิเคราะห์ วิชาชีพ และการทำงานเป็นทีม แม้ว่านายจ้างจะยังคงคาดหวังว่าจะมีความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับทักษะ การบัญชีขั้นพื้นฐานและทักษะการวิเคราะห์ที่แข็งแกร่ง แต่พวกเขาก็ต้องการความตระหนักทาง ธุรกิจและความรู้ในแง่ของ โลกแห่งความจริง ทั้งนักเรียนและนายจ้างรายงานว่าทักษะและคุณลักษณะที่ไม่จำเป็นทางด้านเทคนิคและวิชาชีพหลายอย่างนั้นไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอ ในโปรแกรมบัญชีของมหาวิทยาลัย

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สามารถนำมาสร้างวัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า ธุรกิจ SMEs ไม่ว่าจะ เป็นประเภทธุรกิจผลิตสินค้า ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ล้วนมีความสำคัญต่อระบบ เศรษฐกิจ และการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เข้ามาช่วยในการตัดสินใจในดำเนินการด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจนั้นสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่นประสบความสำเร็จได้ยิ่งขึ้น

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต”



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต และเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ซึ่งการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนด วิธีดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

**ประชากร** ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีจำนวน 19,039 ราย (สำนักงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

**กลุ่มตัวอย่าง** กำหนดขนาดโดยใช้วิธีคำนวณจากสูตร (Taro Yamane, 1976) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดของประชากร (N) ได้กลุ่มตัวอย่าง (n) ที่ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 เป็นจำนวน 392 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ตัวแปรด้านข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคลเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้ อำเภอถลาง และจากนั้นผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) ของประชากรแต่ละอำเภอ เพื่อให้ได้จำนวนที่เหมาะสมและครอบคลุมลักษณะประชากร ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอำเภอ

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs	จำนวนประชากร (คน)	สัดส่วนประชากร (%)	กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
อำเภอเมือง	11,229	58.98	231
อำเภอกะทู้	4,309	22.63	89
อำเภอกลาง	3,501	18.39	72
<b>รวม</b>	<b>19,039</b>	<b>100</b>	<b>392</b>

### 3.2 แปรที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ SMEs ปัจจัยเลือกในรอบของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยกำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

#### 3.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ

1. ประเภทของธุรกิจ
2. จำนวนการจ้างงาน
3. มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
4. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
5. รายได้เฉลี่ยต่อปี

#### 3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)

1. ด้านบริการบัญชี
2. ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการให้บริการ
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อที่จะดำเนินการสำรวจ และเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ มีลักษณะคำถามปลายเปิด (Opened questionnaire) ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามปัจจัยส่วนผสมการตลาด (7P's) มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) โดยกำหนดคะแนนในแต่ละระดับดังนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	ระดับมากที่สุด
4	ระดับมาก
3	ระดับปานกลาง
2	ระดับน้อย
1	ระดับน้อยที่สุด

แปลความหมายข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยการหาค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

### 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 การสร้างเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ศึกษาจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

2) กำหนดกรอบแนวคิดและเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน โดยตอนที่ 1 จะเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

ตอนที่ 2 จะเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's) ประกอบด้วย ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

### 3.4.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้น มีข้อมูลเนื้อหาครบถ้วน สมบูรณ์ มีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ การวิจัยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้นหรือไม่ และแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อความเหมาะสมและความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความสอดคล้อง (Index of Item -Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ความชัดเจนของข้อคำถาม ประเด็นคำถาม ได้ค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ = 0.91 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 สามารถนำไปใช้ได้

2) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และได้นำผลจากแบบสอบถามที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ทั้งฉบับ = 0.90 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ได้

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจะดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากผู้อำนวยการศูนย์ฯ ถึงผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ประสานงานกับสถานประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยการใช้ผู้ช่วยวิจัย
3. คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูลต่อไป
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงตั้งแต่ มิถุนายน - กรกฎาคม 2561
5. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ วารสาร รวมถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถามและเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัส



ตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ข้อมูลปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แปลความหมายข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยการหาค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Testing Hypothesis) การวิจัยครั้งนี้ใช้การทดสอบสมมติฐาน แบบมีตัวแปรในการทดสอบ (Parametric Statistics) ด้วยการทดสอบค่า (t-test) กับตัวแปรสองกลุ่ม และ ใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบว่า มีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé's method)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 392 ตัวอย่าง นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ได้แก่ ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

**ตอนที่ 3** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลด้วย One-way ANOVA หรือ F-test

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ จำนวน การจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อปี ซึ่งผู้ตอบ แบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ปรากฏดังตารางที่ 4.1-4.5

**ตารางที่ 4.1** ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
การผลิต	99	25.3
การค้า	165	42.1
การบริการ	128	32.6
<b>รวม</b>	<b>392</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่มีกิจการประเภท การค้า จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ การบริการ จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.6 และการผลิต จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2** จำนวนการจ้างของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

จำนวนการจ้าง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 15 คน	99	7.1
ไม่เกิน 25 คน	145	37.0
ไม่เกิน 30 คน	103	26.3
ไม่เกิน 50 คน	111	28.3
ไม่เกิน 200 คน	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>392</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 จำนวนการจ้างของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่มีการจ้างไม่เกิน 25 คน จำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50 คน จำนวน 111 ราย คิดเป็น ร้อยละ 28.3 และไม่เกิน 30 คน จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	26	6.6
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	238	60.7
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	20	5.1
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	58	14.8
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	50	12.8
<b>รวม</b>	<b>392</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ไม่เกิน 100 ล้านบาท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 และไม่เกิน 200 ล้านบาท จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1-5 ปี	144	36.7
6-10 ปี	154	39.3
11-20 ปี	80	20.4
มากกว่า 20 ปี	14	3.6
<b>รวม</b>	<b>392</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่ 6-10 ปี จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 1-5 ปี จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และ 11-20 ปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** รายได้เฉลี่ยต่อปีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	144	36.7
1,000,001 -5,000,000 บาทต่อปี	160	40.8
5,000,001 -10,000,000 บาทต่อปี	72	18.4
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	16	4.1
<b>รวม</b>	<b>392</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 รายได้เฉลี่ยต่อปีของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ส่วนใหญ่รายได้ 1,000,001 -5,000,000 บาทต่อปี จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ รายได้ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และรายได้5,000,001 -10,000,000 บาทต่อปี จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ได้แก่ ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ปรากฏในตารางที่ 4.6-4.13

**ตารางที่ 4.6** การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1.ด้านบริการบัญชี	3.50	0.48	มาก	4
2.ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	3.47	0.47	มาก	5
3.ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	0.53	มาก	1
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	0.41	มาก	3
5.ด้านบุคลากร	3.28	0.42	ปานกลาง	7
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.33	0.40	ปานกลาง	6
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.53	0.39	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.35</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  =3.45, SD = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.54 , SD= 0.53จ3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.53 , SD= 0.41) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.53, SD = 0.41) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านบริการ บัญชี

ด้านบริการบัญชี	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1) สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี	3.60	0.99	มาก	2
2) มีความรับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย	3.53	0.66	มาก	3
3) เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาที่ดี	3.43	0.72	ปานกลาง	4
4) มีบริการด้านบัญชีแบบครบวงจร	3.35	1.57	ปานกลาง	5
5) มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน	3.61	1.89	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.48</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านบริการบัญชี พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.48$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ,  $SD = 0.89$ ) สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ,  $SD = 0.99$ ) และ มีความรับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ,  $SD = 0.66$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี

ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	$\bar{X}$	SD	แปล	ลำดับ
1) คิดค่าบริการเหมาะสมกับระยะเวลาปฏิบัติงาน	3.45	0.63	ปานกลาง	4
2) มีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของงาน	3.54	0.90	มาก	3
3) มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน	3.55	0.57	มาก	1
4) มีความยืดหยุ่นสามารถเจรจาต่อรองได้	3.30	0.75	ปานกลาง	5
5) คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น	3.54	0.81	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>0.47</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.47$ ,  $SD = 0.47$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.57$ ) คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.81$ ) และมีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของงาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.90$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านสถานที่และช่องทางการจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1) สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ	3.59	0.57	มาก	2
2) ง่ายต่อการที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับสำนักงานบัญชีด้วยตัวเอง	3.33	0.60	ปานกลาง	5
3) เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า	3.84	0.79	มาก	1
4) เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ	3.55	0.81	มาก	3
5) สำนักงานบัญชีให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง	3.43	0.87	ปานกลาง	4
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.53$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ,  $SD = 0.79$ ) สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.57$ ) และ เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.81$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้าน  
การส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	แปล	ลำดับ
1) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักแก่ธุรกิจ	3.43	0.92	ปานกลาง	4
2) มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้า ประจำ	3.70	0.46	มาก	2
3) บริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ	3.45	0.84	ปานกลาง	3
4) มีบริการฝึกอบรม ให้ความรู้ด้านบัญชีและภาษีอากรแก่ ลูกค้า	3.04	0.76	ปานกลาง	5
5) มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟัง ข้อเสนอแนะจากลูกค้า	3.99	0.70	มาก	1
<b>โดยรวม</b>	<b>3.53</b>	<b>0.41</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ,  $SD = 0.41$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ,  $SD = 0.70$ ) มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้าประจำ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ,  $SD = 0.46$ ) และบริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.45$ ,  $SD = 0.84$ ) ตามลำดับ



**ตารางที่ 4.11** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	SD	แปล	ลำดับ
1) บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในวิชาชีพสูง	3.18	0.89	ปานกลาง	4
2) มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ	3.55	0.62	มาก	1
3) บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตวิทยาในการให้คำปรึกษา	3.09	0.76	ปานกลาง	5
4) บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชี	3.38	0.83	ปานกลาง	2
5) บุคลากรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง	3.24	0.63	ปานกลาง	3
<b>โดยรวม</b>	<b>3.28</b>	<b>0.42</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านบุคลากร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.28$ ,  $SD = 0.42$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.62$ ) บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38$ ,  $SD = 0.83$ ) และบุคลากรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.24$ ,  $SD = 0.63$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้าน  
กระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	SD	แปล	ลำดับ
1) สำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม	3.34	0.89	ปานกลาง	3
2) สำนักงานบัญชีสามารถ ให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว และตรงต่อเวลา	3.30	0.90	ปานกลาง	4
3) เป็นสำนักงานบัญชีมีกระบวนการขั้นตอนดำเนินงานที่มีมาตรฐาน	3.08	0.62	ปานกลาง	5
4) สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย	3.52	0.87	มาก	1
5) สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม	3.42	0.85	ปานกลาง	2
<b>โดยรวม</b>	<b>3.33</b>	<b>0.40</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 0.40$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ,  $SD = 0.87$ ) สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.42$ ,  $SD = 0.85$ ) และสำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ ,  $SD = 0.89$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.13** การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้าน  
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	$\bar{X}$	SD	แปล	ลำดับ
1) เป็นสำนักงานบัญชีที่มีวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการลูกค้า	3.71	0.78	มาก	1
2) มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้า	3.47	0.52	ปานกลาง	4
3) มีการตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการทำงาน	3.37	0.71	ปานกลาง	5
4) มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสำนักงานแสดงให้เห็นชัดเจน	3.54	0.66	มาก	3
5) มีเคาน์เตอร์เซอร์วิสไว้คอยบริการตอบข้อซักถามเบื้องต้น	3.59	0.82	มาก	2
<b>โดยรวม</b>	<b>3.53</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ,  $SD = 0.39$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ เป็นสำนักงานบัญชีที่มีวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ,  $SD = 0.78$ ) มีเคาน์เตอร์เซอร์วิสไว้คอยบริการตอบข้อซักถามเบื้องต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.82$ ) และมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสำนักงานแสดงให้เห็นชัดเจน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.66$ ) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลด้วย One-way ANOVA

**ตารางที่ 4.14** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านบริการบัญชี	Between Groups	33.737	2	16.868	116.633	0.000*
	Within Groups	56.261	389	0.145		
	Total	89.997	391			
2.ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	Between Groups	14.254	2	7.127	37.847	0.000*
	Within Groups	73.251	389	0.188		
	Total	87.505	391			
3.ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	50.618	2	25.309	162.724	0.000*
	Within Groups	60.502	389	0.156		
	Total	111.12	391			
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	15.704	2	7.852	62.768	0.000*
	Within Groups	48.661	389	0.125		
	Total	64.365	391			
5.ด้านบุคลากร	Between Groups	20.756	2	10.378	81.690	0.000*
	Within Groups	49.42	389	0.127		
	Total	70.176	391			
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	Between Groups	14.903	2	7.451	60.237	0.000*
	Within Groups	48.119	389	0.124		
	Total	63.022	391			
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Between Groups	4.415	2	2.207	15.176	0.000*
	Within Groups	56.581	389	0.145		
	Total	60.996	391			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé ปรากฏผลดังตารางที่ 4.15 – 4.21 ดังนี้

**ตารางที่ 4.15** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.77	3.16	3.74
การผลิต	3.77	-	0.61	0.03*
การค้า	3.16		-	(0.58)*
การบริการ	3.74			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและมากกว่าประเภทธุรกิจการค้า

**ตารางที่ 4.16** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.42	3.30	3.47
การผลิต	3.42	-	0.12	(0.05)*
การค้า	3.30		-	(0.17)*
การบริการ	3.47			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้

บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า

**ตารางที่ 4.17** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.48	3.21	4.04
การผลิต	3.48	-	0.27*	(0.56)*
การค้า	3.21		-	(0.83)*
การบริการ	4.04			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าธุรกิจการผลิต

**ตารางที่ 4.18** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.29	3.46	3.80
การผลิต	3.29	-	(0.17)*	(0.51)*
การค้า	3.46		-	(0.34)*
การบริการ	3.80			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านส่งเสริมการตลาด น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด ด้านส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าธุรกิจการผลิต

**ตารางที่ 4.19** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.55	3.02	3.43
การผลิต	3.55	-	0.53*	0.12*
การค้า	3.02		-	(0.41)*
การบริการ	3.43			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรมากกว่าธุรกิจการผลิต

**ตารางที่ 4.20** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.57	3.11	3.44
การผลิต	3.57	-	0.46*	0.13*
การค้า	3.11		-	(0.33)*
การบริการ	3.44			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าธุรกิจการผลิต

**ตารางที่ 4.21** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

ประเภทธุรกิจ	$\bar{X}$	การผลิต	การค้า	การบริการ
		3.68	3.42	3.57
การผลิต	3.68	-	0.26*	0.11
การค้า	3.42		-	(0.15)*
การบริการ	3.57			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมี



นัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการค้ำมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจบริการ

**ตารางที่ 4.22** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามจำนวนการจ้าง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านบริการบัญชี	Between Groups	7.610	4	1.903	8.937	0.000*
	Within Groups	82.387	387	.213		
	Total	89.997	391			
2.ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	Between Groups	9.780	4	2.445	12.174	0.000*
	Within Groups	77.725	387	.201		
	Total	87.505	391			
3.ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	26.425	4	6.606	30.186	0.000*
	Within Groups	84.695	387	.219		
	Total	111.120	391			
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	4.633	4	1.158	7.504	0.000*
	Within Groups	59.732	387	.154		
	Total	64.365	391			
5.ด้านบุคลากร	Between Groups	9.554	4	2.389	15.248	0.000*
	Within Groups	60.622	387	.157		
	Total	70.176	391			
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	Between Groups	11.334	4	2.834	21.216	0.000*
	Within Groups	51.688	387	.134		
	Total	63.022	391			
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Between Groups	11.246	4	2.812	21.871	0.000*
	Within Groups	49.749	387	.129		
	Total	60.996	391	1.903		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามจำนวนการจ้าง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé ปรากฏผลดังตารางที่ 4.23 – 4.29 ดังนี้

**ตารางที่ 4.23** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบัญชี จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
			คน	คน	คน	คน
		3.20	3.38	3.63	3.61	3.56
ไม่เกิน 15 คน	3.20	-	(0.18)	(0.43)*	(0.41)*	(0.36)
ไม่เกิน 25 คน	3.38		-	(0.25)*	(0.23)*	(0.18)
ไม่เกิน 30 คน	3.63			-	0.02	0.07
ไม่เกิน 50 คน	3.61				-	0.05
ไม่เกิน 200 คน	3.56					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบัญชี จำแนกตามจำนวนการจ้างเป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คนและ ไม่เกิน 50 คน และกลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน และ ไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.24** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		3.40	3.46	3.71	3.29	3.56
ไม่เกิน 15 คน	3.40	-	(0.06)	(0.31)*	0.11	(0.16)
ไม่เกิน 25 คน	3.46		-	(0.25)*	0.17	(0.10)
ไม่เกิน 30 คน	3.71			-	0.42*	0.15
ไม่เกิน 50 คน	3.29				-	(0.27)
ไม่เกิน 200 คน	3.56					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คนและไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน และ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี มากกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.25** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		3.00	3.41	3.50	3.92	3.56
ไม่เกิน 15 คน	3.00	-	(0.41)*	(0.50)*	(0.92)*	(0.56)
ไม่เกิน 25 คน	3.41		-	(0.90)	(0.51)*	(0.15)
ไม่เกิน 30 คน	3.50			-	(0.42)*	(0.06)
ไม่เกิน 50 คน	3.92				-	0.36
ไม่เกิน 200 คน	3.56					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามจำนวนการจ้างเป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คน กลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน และกลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คนและไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.26** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		3.80	3.61	3.50	3.41	3.36
ไม่เกิน 15 คน	3.80	-	0.19	0.30*	0.39*	0.44
ไม่เกิน 25 คน	3.60		-	0.10	0.19*	0.24
ไม่เกิน 30 คน	3.50			-	0.09	0.14
ไม่เกิน 50 คน	3.41				-	0.05
ไม่เกิน 200 คน	3.36					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตาม จำนวนการจ้างเป็น รายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน กลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด น้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.27** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		3.20	3.21	3.54	3.17	3.44
ไม่เกิน 15 คน	3.20	-	(0.01)	(0.34)*	0.03	(0.24)
ไม่เกิน 25 คน	3.21		-	(0.33)*	0.04	(0.23)
ไม่เกิน 30 คน	3.54			-	0.37*	0.10
ไม่เกิน 50 คน	3.17				-	(0.27)
ไม่เกิน 200 คน	3.44					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน และไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.28** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{X}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		2.80	3.30	3.34	3.49	3.64
ไม่เกิน 15 คน	2.80	-	(0.50)*	(0.54)*	(0.69)*	(0.84)*
ไม่เกิน 25 คน	3.30		-	(0.04)	(0.19)*	(0.34)
ไม่เกิน 30 คน	3.34			-	(0.15)	(0.30)
ไม่เกิน 50 คน	3.49				-	(0.15)
ไม่เกิน 200 คน	3.64					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านกระบวนการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 25 คน ไม่เกิน 30 คน ไม่เกิน 50 คนและไม่เกิน 200 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.29** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่

จำนวนการจ้าง	$\bar{x}$	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 คน
		3.45	3.56	3.77	3.32	3.40
ไม่เกิน 15 คน	3.45	-	(0.11)	(0.32)*	0.13	0.05
ไม่เกิน 25 คน	3.56		-	(0.21)*	0.24*	0.16
ไม่เกิน 30 คน	3.77			-	0.45*	0.37
ไม่เกิน 50 คน	3.32				-	0.08
ไม่เกิน 200 คน	3.40					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน ส่วนกลุ่มการจ้างที่ไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน และมากกว่าไม่เกิน 50 คน สำหรับกลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของ

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง  
ไม่เกิน 50 คน

**ตารางที่ 4.30** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ (7P's)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านบริการบัญชี	Between Groups	12.401	4	3.100	15.461	0.000*
	Within Groups	77.597	387	.201		
	Total	89.997	391			
2.ด้านค่าบริการจัดทำ บัญชี	Between Groups	12.648	4	3.162	16.347	0.000*
	Within Groups	74.857	387	.193		
	Total	87.505	391			
3.ด้านสถานที่และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	68.317	4	17.079	154.422	0.000*
	Within Groups	42.803	387	.111		
	Total	111.120	391			
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	Between Groups	16.125	4	4.031	32.340	0.000*
	Within Groups	48.240	387	.125		
	Total	64.365	391			
5.ด้านบุคลากร	Between Groups	10.643	4	2.661	17.296	0.000*
	Within Groups	59.533	387	.154		
	Total	70.176	391			
6.ด้านกระบวนการ ให้บริการ	Between Groups	14.959	4	3.740	30.111	0.000*
	Within Groups	48.063	387	.124		
	Total	63.022	391			
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	Between Groups	10.979	4	2.745	21.237	0.000*
	Within Groups	50.017	387	.129		
	Total	60.996	391			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé ปรากฏผลดังตารางที่ 4.31 – 4.37 ดังนี้

**ตารางที่ 4.31** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		3.20	3.53	2.99	3.45	3.80
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.20	-	(0.33)*	0.21	(0.25)	(0.60)*
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.53		-	0.54*	0.08	(0.27)*
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	2.99			-	(0.46)*	(0.81)*
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.45				-	(0.35)*
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.80					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่ พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาทและไม่เกิน 200 ล้านบาท สำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด



กลางและขนาดย่อมใน ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาทและ ไม่เกิน 200 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้าน บริการบัญชีน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.32** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามมูลค่า ของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 100 ล้าน บาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
		3.40	3.54	3.68	3.06	3.60
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.40	-	(0.14)	(0.28)	0.34*	(0.20)
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.54			(0.14)	0.48*	(0.06)
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.68			-	0.62*	0.08
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.06				-	(0.54)*
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.60					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำ บัญชี จำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่ พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความ คิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ไม่เกิน 50 ล้านบาท และไม่เกิน 60 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำ บัญชี มากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่ เกิน 100 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของ สินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.33** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		3.00	3.45	3.34	3.35	3.60
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.00	-	(0.45)*	(0.34)*	(0.35)*	(0.60)*
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.45		-	0.11	0.10	(0.15)*
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.34			-	(0.01)	(0.26)*
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.35				-	(0.25)*
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.60					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 60 ล้านบาท และไม่เกิน 100 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 60 ล้านบาท และไม่เกิน 100 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.34** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		3.80	3.57	3.45	3.08	3.73
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.80	-	0.23*	0.35*	0.72*	0.07
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.57		-	0.12	0.49*	(0.16)
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.45			-	0.37*	(0.28)
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.08				-	(0.65)*
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.73					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำหน่ายจำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 60 ล้านบาท และไม่เกิน 100 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาทและไม่เกิน 60 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาท และกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.35** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		3.20	3.40	3.75	3.19	3.14
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.20	-	(0.20)	(0.55)*	0.01	0.06
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.40		-	(0.35)*	0.21*	0.26*
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.75			-	0.56*	0.61*
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.19				-	0.05
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.14					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำหน่ายจำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 6 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท ส่วนกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท และมากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาทและไม่เกิน 200 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มไม่เกิน 60 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาทและไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.36** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		2.80	3.33	3.03	3.38	3.67
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	2.80	-	(0.47)*	(0.77)	(0.42*)	(0.13*)
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.33		-	0.30*	(0.05)	(0.34)*
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.03			-	(0.35)*	(0.64)*
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.38				-	(0.29)*
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.67					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 8 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท และไม่เกิน 200 ล้านบาท สำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต กระบวนการให้บริการ มากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท และน้อยกว่าไม่เกิน 200 ล้านบาท ส่วนกลุ่มไม่เกิน 60 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต กระบวนการให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาทและไม่เกิน 200 ล้านบาท และสำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต กระบวนการให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.37** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่

มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 200
		ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
		3.45	3.67	3.40	3.27	3.34
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	3.45	-	(0.22)*	0.05*	0.18*	0.11*
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3.67		-	0.27*	0.40*	0.33*
ไม่เกิน 60 ล้านบาท	3.40			-	0.13	0.06
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.27				-	(0.07)
ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.34					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่ามูลค่าของสินทรัพย์ถาวร มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท และมากกว่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท และไม่เกิน 200 ล้านบาท และกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท และไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.38** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านบริการบัญชี	Between Groups	27.948	3	9.316	58.254	0.000*
	Within Groups	62.049	388	.160		
	Total	89.997	391			
2.ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	Between Groups	12.330	3	4.110	21.212	0.000*
	Within Groups	75.175	388	.194		
	Total	87.505	391			
3.ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	40.557	3	13.519	74.336	0.000*
	Within Groups	70.563	388	.182		
	Total	111.120	391			
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	1.707	3	.569	3.524	0.067
	Within Groups	62.658	388	.161		
	Total	64.365	391			
5.ด้านบุคลากร	Between Groups	28.885	3	9.628	90.475	0.000*
	Within Groups	41.291	388	.106		
	Total	70.176	391			
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	Between Groups	14.986	3	4.995	40.350	0.000*
	Within Groups	48.036	388	.124		
	Total	63.022	391			
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Between Groups	11.854	3	3.951	31.199	0.000*
	Within Groups	49.141	388	.127		
	Total	60.996	391			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตาม

สมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.39 – 4.44 ดังนี้

**ตารางที่ 4.39** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.18	3.79	3.56	3.40
1-5 ปี	3.18	-	(0.61)*	(0.38)*	(0.22)
6-10 ปี	3.79		-	0.23*	0.39*
11-20 ปี	3.56			-	0.16
มากกว่า 20 ปี	3.40				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี และ 11-20 ปี และสำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี มากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11-20 ปี และ มากกว่า 20 ปี



**ตารางที่ 4.40** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินงาน	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.25	3.66	3.52	3.49
1-5 ปี	3.25	-	(0.41)*	(0.27)*	(0.24)
6-10 ปี	3.66		-	0.14	0.17*
11-20 ปี	3.52			-	0.03
มากกว่า 20 ปี	3.49				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินงาน 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินงาน 6-10 ปี และ 11-20 ปี และสำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินงาน 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี มากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี

**ตารางที่ 4.41** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินงาน	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.20	3.59	4.09	3.57
1-5 ปี	3.20	-	(0.39)*	(0.89)*	(0.37)*
6-10 ปี	3.59		-	(0.50)*	0.02
11-20 ปี	4.09			-	0.52*
มากกว่า 20 ปี	3.57				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี 11-20 ปีและ มากกว่า 20 ปี กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 11-20 ปี และกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11-20 ปี ความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี

**ตารางที่ 4.42** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.06	3.62	3.04	3.34
1-5 ปี	3.06	-	(0.56)*	0.02	(0.28)*
6-10 ปี	3.62		-	0.58*	0.28*
11-20 ปี	3.04			-	(0.30)*
มากกว่า 20 ปี	3.34				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี และ มากกว่า 20 ปี สำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 11-20 ปีและมากกว่า 20 ปี และสำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11-20 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี

**ตารางที่ 4.43** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.12	3.50	3.46	2.89
1-5 ปี	3.12	-	(0.38)*	(0.34)	0.23*
6-10 ปี	3.50		-	0.04	0.61*
11-20 ปี	3.46			-	0.57*
มากกว่า 20 ปี	2.89				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี และมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี สำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 11-20 ปี และส่วนกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11-20 ปี ความคิดเห็นต่อการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นรายคู่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	$\bar{X}$	1-5 ปี	6-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
		3.42	3.74	3.33	3.51
1-5 ปี	3.42	-	(0.32)*	0.09	(0.09)
6-10 ปี	3.74		-	0.41*	0.23
11-20 ปี	3.33			-	(0.18)
มากกว่า 20 ปี	3.51				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 11-20 ปี

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.ด้านบริการบัญชี	Between Groups	25.942	3	8.647	52.379	0.000*
	Within Groups	64.056	388	.165		
	Total	89.997	391			
2.ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี	Between Groups	11.422	3	3.807	19.416	0.000*
	Within Groups	76.083	388	.196		
	Total	87.505	391			
3.ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	39.334	3	13.111	70.866	0.000*
	Within Groups	71.786	388	.185		
	Total	111.120	391			
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	1.129	3	.376	2.310	0.076
	Within Groups	63.236	388	.163		
	Total	64.365	391			
5.ด้านบุคลากร	Between Groups	25.780	3	8.593	75.101	0.000*
	Within Groups	44.396	388	.114		
	Total	70.176	391			
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	Between Groups	9.853	3	3.284	23.967	0.000*
	Within Groups	53.169	388	.137		
	Total	63.022	391			
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Between Groups	9.146	3	3.049	22.813	0.000*
	Within Groups	51.850	388	.134		
	Total	60.996	391			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) แทบทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด

ไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé ปรากฏผลดังตารางที่ 4.46 – 4.51 ดังนี้

**ตารางที่ 4.46** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	เกิน 10,000,000 บาทต่อปี
		3.18	3.75	3.53	3.78
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.18	-	(0.57)*	(0.35)*	(0.60)*
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.75	-	-	0.22*	(0.03)*
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	3.53	-	-	-	(0.25)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	3.78	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบริการบัญชีน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี กลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี และเกิน 10,000,000 บาทต่อปี ส่วนกลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชียิ่งกว่ากลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปีแต่น้อยกว่ากลุ่มรายได้ เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

**ตารางที่ 4.47** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	ไม่เกิน	1,000,00	5,000,001	เกิน
		1,000,000	บาทต่อปี	บาทต่อปี	บาทต่อปี
		0 บาทต่อปี	0 บาทต่อปี	0 บาทต่อปี	0 บาทต่อปี
		3.26	3.64	3.53	3.54
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.26	-	(0.38)*	(0.27)*	(0.28)
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.64		-	0.11	0.10
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	3.53			-	(0.01)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	3.54				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี และกลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี

**ตารางที่ 4.48** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	ไม่เกิน	1,000,00	5,000,001	เกิน
		1,000,000	1 -	-	10,000,00
		บาทต่อปี	5,000,00	10,000,00	0 บาทต่อปี
		0 บาทต่อ	0 บาทต่อปี	0 บาทต่อปี	
		ปี			
		3.20	3.59	4.04	4.05
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.20	-	(0.39)*	(0.84)*	(0.85)*
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.59		-	(0.45)*	(0.46)*
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	4.04			-	(0.01)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	4.05				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี กลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี และเกิน 10,000,000 บาทต่อปี ส่วนกลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปีและกลุ่มรายได้ เกิน 10,000,000 บาทต่อปี



**ตารางที่ 4.49** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

		ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	1,000,000 - 5,000,000 บาทต่อ ปี	5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	เกิน 10,000,000 บาทต่อปี
รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	3.07	3.59	3.06	3.23
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.07	-	(0.52)*	0.01	(0.16)
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.59	-	-	0.53*	0.36*
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	3.06	-	-	-	(0.17)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	3.23	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการ เป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ส่วนกลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปีและกลุ่มรายได้ เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

**ตารางที่ 4.50** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	ไม่เกิน	1,000,00	5,000,001	เกิน
		1,000,000	1 -	-	10,000,00
		บาทต่อปี	5,000,00	10,000,00	0 บาทต่อปี
			0 บาทต่อ	0 บาทต่อปี	
			ปี		
			3.13	3.45	3.46
			3.50		
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.13	-	(0.32)*	(0.33)*	(0.37)*
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.45		-	(0.01)	(0.05)
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	3.46			-	(0.04)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	3.50				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี กลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปีและกลุ่มรายได้ เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

**ตารางที่ 4.51** การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	ไม่เกิน	1,000,00	5,000,001	เกิน
		1,000,000	1 -	-	10,000,00
		บาทต่อปี	5,000,00	10,000,00	0 บาทต่อปี
		0 บาทต่อ	0 บาทต่อปี	ปี	
		3.43	3.72	3.37	3.41
ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี	3.43	-	(0.29)*	0.06	0.02
1,000,001 - 5,000,000 บาทต่อปี	3.72		-	0.35*	0.31*
5,000,001 - 10,000,000 บาทต่อปี	3.37			-	(0.04)
เกิน 10,000,000 บาทต่อปี	3.41				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี และกลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี และกลุ่มรายได้ เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต และเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอ้างอิง (Reference Statistics) ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีจำนวน 19,039 ราย (สำนักงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดโดยใช้วิธีคำนวณจากสูตร (Taro Yamane) จากประชากรทั้งหมด 19,039 ราย การเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาศึกษาจะใช้การสุ่มตัวอย่างจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนทั้งหมด ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดของประชากร (N) คือ 19,039 ราย ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 เป็นจำนวน 392 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อที่จะดำเนินการสำรวจและเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's) และข้อเสนอแนะอื่น ๆ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Testing Hypothesis) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 392 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีกิจการประเภทการค้า จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.1 จำนวนการจ้างไม่เกิน 25 คน จำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ

60.7 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ 6-10 ปี จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,001 -5,000,000 บาทต่อปี จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต โดยพิจารณาจาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7 P's) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $=3.45$ ,  $SD = 0.354$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านบุคลากร ตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $= 3.54$ ,  $SD = 0.533$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ และ เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ ตามลำดับ

2) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $= 3.53$ ,  $SD = 0.405$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้าประจำ และบริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ ตามลำดับ

3) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $= 3.53$ ,  $SD = 0.394$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ เป็นสำนักงานบัญชีที่มีวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการลูกค้า มีเคาน์เตอร์เซอร์วิสไว้คอยบริการตอบข้อซักถามเบื้องต้น และมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสำนักงานแสดงให้เห็นชัดเจน ตามลำดับ

4) ด้านบริการบัญชี พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $= 3.50$ ,  $SD = 0.479$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี และ มีความรับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย ตามลำดับ

5) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $= 3.47$ ,  $SD = 0.473$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น และมีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนของงาน ตามลำดับ

6) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $= 3.33$ ,  $SD = 0.401$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และสำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

7) ด้านบุคลากร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $= 3.28$ ,  $SD = 0.423$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย สามอันดับแรก ได้แก่ มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชี และบุคลากรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ

2.1 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามประเภทธุรกิจ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé พบว่า

1) ด้านบริการบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและมากกว่าประเภทธุรกิจการค้า

2) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า

3) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าธุรกิจการผลิต

4) ด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านส่งเสริมการตลาด น้อยกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด ด้านส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าธุรกิจการผลิต

5) ด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากรมากกว่าธุรกิจการผลิต

6) ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ประเภทธุรกิจบริการมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจการค้า และประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าธุรกิจการผลิต

7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ประเภทธุรกิจการค้ามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าประเภทธุรกิจการผลิตและน้อยกว่าประเภทธุรกิจบริการ

2.2 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามจำนวนการจ้าง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé พบว่า





และไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบุคลากร มากกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน

6) ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านกระบวนการให้บริการน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 25 คน ไม่เกิน 30 คน ไม่เกิน 50 คนและไม่เกิน 200 คน ส่วนกลุ่มการจ้างไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่ากลุ่มการจ้างไม่เกิน 50 คน

7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามจำนวนการจ้าง เป็นรายคู่ พบว่า จำนวนการจ้างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มการจ้างไม่เกิน 15 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน ส่วนกลุ่มการจ้างที่ไม่เกิน 25 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 30 คน และมากกว่าไม่เกิน 50 คน สำหรับกลุ่มการจ้างไม่เกิน 30 คน ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มการจ้าง ไม่เกิน 50 คน

2.3 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé พบว่า

1) ด้านบริการบัญชี จำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่ พบว่า มูลค่าของสินทรัพย์ถาวรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาทและไม่เกิน 200 ล้านบาท สำหรับกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50





7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามจำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร เป็นรายคู่พบว่ามูลค่าของสินทรัพย์ถาวร มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 7 คู่ คือ กลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท และมากกว่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท และไม่เกิน 200 ล้านบาท และกลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มมูลค่าของสินทรัพย์ไม่เกิน 60 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท และไม่เกิน 200 ล้านบาท

2.4 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé พบว่า

1) ด้านบริการบัญชี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี และ 11-20 ปี และสำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชี มากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 11-20 ปี และ มากกว่า 20 ปี

2) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี น้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี และ 11-20 ปี และสำหรับกลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี



ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่า กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปี

6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1-5 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพน้อยกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี กลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6-10 ปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 11-20 ปี

2.5 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) แทบทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อนำมาทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffé พบว่า

1) ด้านบริการบัญชีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบริการบัญชีน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี กลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี และเกิน 10,000,000 บาทต่อปี ส่วนกลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านบริการบัญชียิ่งมากกว่ากลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปีแต่น้อยกว่ากลุ่มรายได้เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

2) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีในการดำเนินกิจการเป็นรายคู่พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 1,000,001-5,000,000 บาทต่อปี และกลุ่มรายได้ 5,000,001-10,000,000 บาทต่อปี



## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

### ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน: ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านประเภทของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
3) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจด้านรายได้เฉลี่ยต่อปีต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

### 5.2 การอภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ โดยการพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพด้านบริการบัญชี ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านบุคลากร ตามลำดับ จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่และช่องทางจำหน่าย เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับ วริศรา โลหะนนทชัย (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทต่างชาติ ในการจัดทำบัญชี กรณีศึกษา: สำนักงานฟาร์ริงสตี การบัญชี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชี 5 ปัจจัย ได้แก่ อันดับแรก ปัจจัยด้านสถานที่ที่ตั้งคือสำนักงานบัญชีต้องตั้งอยู่ใกล้กับบริษัท เพราะจะทำให้มีการติดต่อสื่อสารที่ สะดวก รวดเร็ว และควรมีการให้บริการข้อมูลที่ครบวงจร ประกอบกับการมีบริการให้พนักงานของสำนักงานบัญชีมารับ-



ส่งเอกสารหรือให้บริการถึงบริษัทของลูกค้า ซึ่งขัดแย้งกับ วิชุตานาคเถื่อน (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านบริการบัญชี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการบัญชี รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ และยังขัดแย้งกับ ปฏิญญา แก้วเจริญ (2555) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง มุมมองในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อมุมมองการเลือกสำนักงานบัญชีของธุรกิจมากที่สุด คือ คุณสมบัติของผู้ทำบัญชีที่ผู้ประกอบการต้องการ จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยมีความขัดแย้งกับงานวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้เป็นเพราะบริบทสำนักงานบัญชีจังหวัดภูเก็ตมีคุณสมบัติของผู้ทำบัญชีและด้านการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน จึงให้ความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะในข้อการเป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของลูกค้า สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชี มีความสะดวกในการติดต่อ และเป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ ตามลำดับ เป็นสิ่งสำคัญการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และยังขัดแย้งกับ อาริรัตน์ พันธุ์ไพโรจน์ (2558) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชี โดยเฉพาะในข้อความสามารถเดินทางติดต่อสำนักงาน สอบบัญชีได้สะดวก และมีที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในจังหวัดเดียวกันกับสำนักงานใหญ่ และที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชีอยู่ในสถานที่ติดต่อง่ายตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะการมีสถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีที่อยู่ใกล้และสะดวกในการติดต่อ ทำให้ง่ายต่อการดำเนินการทั้งการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน เป็นต้น ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการอาจพิจารณาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ขึ้นกับบริบทของแต่ละพื้นที่และปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ

2) การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ เป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน เป็นเพราะปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจแต่ละประเภทยังอาจมีความแตกต่างกัน ซึ่ง พิรญาณ เฉลยบุญ (2559) ได้กล่าวว่า ประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต (Product

Sector) ธุรกิจการค้า (Trading Sector) และการบริการ (Service Sector) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจด้านอื่น ๆ ได้แก่ จำนวนการจ้างงาน มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ ธงชัย จิรศิริโรจน์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงาน บริการรับทำบัญชี ของสำนักงานสหพัฒนการบัญชี ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทุกประเภท ของกิจการธุรกิจ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับทำบัญชี ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการทุกประเภทของกิจการธุรกิจ มีการตัดสินใจโดยรวมด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ให้บริการประเภทที่มีเงินทุนจดทะเบียนจำนวนพนักงานบัญชี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และ จำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจที่ต่างกัน มีการตัดสินใจโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 และ 0.05 ตามลำดับ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน สอดคล้องกับ อรัญญา จินาชาญและประเวศ เพ็ญวุฒิกุล (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แตกต่างกันตามคุณลักษณะของกิจการ พบว่า พบว่า ขนาดของกิจการอายุของกิจการ และยอดขายโดยเฉลี่ยของกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำผลไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1) จากข้อค้นพบข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ได้รับคะแนนสูงสุด แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรพัฒนาสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องและรองรับกับต้องการของธุรกิจ SMEs โดยมีข้อเสนอแนะพัฒนาสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

1.1) พัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันในยุคดิจิทัล โดยการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ เริ่มตั้งแต่

1.1.1) การสื่อสารสังคมออนไลน์ เพื่อการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย เช่น Fan - Page, Youtube, web site, Line official หรือ Instragram เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ เกิดความสนใจ และหากกลุ่มเป้าหมายต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลของสำนักงานก็สามารถให้ข้อมูลอย่างทันท่วงที

1.1.2) สร้างระบบฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อให้ง่ายต่อการนำมาใช้งาน ช่วยทำให้งานลดความซ้ำซ้อนและง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร หรือการประสานงาน

1.1.3) สร้างระบบปฏิบัติการ ที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมายให้ร่วมดำเนินการหรือร่วมตัดสินใจ

1.1.4) พัฒนาระบบการประชุมออนไลน์ จากโดยเครื่องมือหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Zoom Application, Google Meet เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสะดวกประหยัดเวลาในการทำงานที่ไม่ต้องอาศัยการเดินทางมาประชุมร่วมกัน

1.1.5) สร้างระบบบริการหลังการขาย ในกรณีที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย มีข้อคำถามหรือต้องการทราบข้อมูล ซึ่งสำนักงานบัญชีสามารถให้บริการได้อย่างทันท่วงที

2) จากข้อค้นพบครั้งนี้ จึงเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการสำนักงานบัญชีควรนำข้อมูลที่ได้ครั้งนี้มาพัฒนาระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) โดยเริ่มจากการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า จัดกลุ่มลูกค้าตามปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ แล้วนำมาออกแบบโปรแกรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่มซึ่งการทำ CRM ดังกล่าว จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี (Loyalty) และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้วิธีการแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ได้ข้อค้นพบของการวิจัยที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดภูเก็ต. (2557). **จำนวนสำนักงานบัญชีในจังหวัดภูเก็ต**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2562, จาก [https://www.dbd.go.th/news\\_view.php?nid=469403169](https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469403169).
- ชนงกรณ์ กุณพลบุตร. (2552). **หลักการจัดการ: องค์การและการจัดการแนวความคิดการบริหารธุรกิจ** ในสถานการณ์ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2555). **ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี**. คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ไทยโอเทลบิสเนส. (2560). **ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ**. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.thaihotelbusiness.com/articles/>.
- ธงชัย จิรศิริโรจน์. (2552). **ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงาน บริการรับทำบัญชีของสำนักงานสหพัฒนการบัญชี ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557) . **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS**. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- นธิ เหมมันต์. (2550). **ระบบบัญชีกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)**. สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- นภาพร หงษ์ภักดี. (2554). **การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจกรณีศึกษา: เขตอำเภอเมืองและอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- น้ำฝน คงสกุล และคณะ. (2558). **ศึกษาการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ** ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ปกรณ ปกรรณกรณ์ คำทอง. (2552). **การบริหารโครงการ**. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/292750>.
- \_\_\_\_\_. (2555). **แนวความคิดตัดสินใจ**. ค้นเมื่อ 02 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/284784>.
- ปฎิญา แก้วเจริญ (2555). **มุมมองการเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. บัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- พรรณณี วรวิจิตรสถิต. (2558). **กิจการ SME กับเรื่องของบัญชีกับภาษี ตอน SME กับการทำบัญชี.** ค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/17964>
- พฤกษา แก้วสาร และอรุช คงรุ่งโชค. (2558) **การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัท จำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.** วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พิรญาณ์ เฉลยบุญ. (2559). **การจัดการปัญหาธุรกิจและคุณภาพรายงานทางการเงิน ของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออก.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิศรดา โลहनันทชัย. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทต่างชาติ ในการ จัดทำบัญชี กรณีศึกษา: สำนักงานฟาร์มผลิต การบัญชี. บัญชีมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.**
- วิชุดา นาคเถื่อน. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีในด้านบริการบัญชี.** สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2551). **ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix).** ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, จาก [http://publicandprivategolfcourses.blogspot.com/2012/12/blog-post\\_3290.html](http://publicandprivategolfcourses.blogspot.com/2012/12/blog-post_3290.html).
- สมคิด บางโม. (2555). **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์
- สำนักงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้า. **ข้อมูลธุรกิจ.** ค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.dbd.go.th>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). **นิยาม SME.** ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560, จาก <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=332&id=1334>
- สุกัญญา จันทรประภพ. (2542). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรัญญา จินาชาญและประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).** วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ที่ 11 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2559)
- อารีรัตน์ พันธุ์ไพโรจน์. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโฮมออดิท จำกัด.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- เอสเอ็มอี ทูเดย์ (2559). **ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. ค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.sme-today.com>.
- Barnard, C.I. (1972). **The Functions of the Executive**. Cambridge, Massachusetts: Harvarduniversity Press.
- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H. (1979). **Organization Behavior Structure Process**. 3 rd ed. Texas: Business Publication, Inc.
- Kavanagh, M. H. (2008). What skills and attributes does an accounting graduate need? Evidence from student perceptions and employer expectations. **Accounting & Finance Journal**, 48(2), 279-300.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane., 2012. **Marketing Management**. 12<sup>th</sup> ed. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Plunkett, W.R. and R. F. Attner. (1994). **Introduction to Management**. Belmont: Wadsworth.
- Simon. (1977). **Administrative Behavior**. 3 rd ed. New York: Macmillan.
- Yamane, Taro. (1976). **Statistics: An introductory analysis**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper and Row.
- Yukl . G. A. 1989. **Leadership in organizations**. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.



## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

1. ผศ.เศรษฐวิรุฬห์ คงกะพันธ์      หัวหน้างานวิจัย มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯภูเก็ต  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯภูเก็ต
2. ดร.วิภาวรรณ พิสิฐเวช      อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯภูเก็ต
3. อาจารย์สายสมร สังข์เมฆ      ผู้สอบบัญชีภาษีอากร  
 ผู้ประสานงานหลักสูตรสาขาวิชาการบัญชี  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี  
 มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ฯภูเก็ต





ภาคผนวก ข  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ชุดที่.....

**แบบสอบถาม**

**งานวิจัยเรื่อง** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

**คำชี้แจง**

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

**ตอนที่ 2** ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในการตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน กรุณาตอบให้ครบทุกข้อคำถาม และตอบตามสภาพที่เป็นจริงที่สุดทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือของผลงานวิจัย โดยผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นข้อมูล/ความรู้ เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ต และเป็นความรู้พื้นฐานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

**ตอนที่ 1** ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดภูเก็ต

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่กำหนดให้ตรงตามความเป็นจริง

1. ประเภทของธุรกิจ

- 1) การผลิต                       2) การค้า                       3) การบริการ

2. จำนวนการจ้างงาน

- 1) มีพนักงานไม่เกิน 15 คน       2) มีพนักงานไม่เกิน 25 คน  
 3) มีพนักงานไม่เกิน 30 คน       4) มีพนักงานไม่เกิน 50 คน  
 5) มีพนักงานไม่เกิน 200 คน

## 3. มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร

- 1) ไม่เกิน 30 ล้านบาท       2) ไม่เกิน 50 ล้านบาท       3) ไม่เกิน 60 ล้านบาท
- 4) ไม่เกิน 100 ล้านบาท       5) ไม่เกิน 200 ล้านบาท

## 4. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- 1) 1-5 ปี       2) 6-10 ปี       3) 11-20 ปี       4) มากกว่า 20 ปี

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อปี

- 1) ไม่เกิน 1,000,000 บาทต่อปี       2) 1,000,001 -5,000,000 บาทต่อปี
- 3) 5,000,001 -10,000,000 บาทต่อปี       4) เกิน 10,000,000 บาทต่อปี

**ตอนที่ 2** ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's) ในจังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยแบ่งระดับความรู้สำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

## คะแนน

5  
4  
3  
2  
1

## ระดับความสำคัญ

มีความสำคัญมากที่สุด  
มีความสำคัญมาก  
มีความสำคัญปานกลาง  
มีความสำคัญน้อย  
มีความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>1.ปัจจัยด้านบริการบัญชี</b>					
1.1 สามารถทำบัญชีได้อย่างถูกต้องตามหลักการบัญชี					
1.2 มีความรับผิดชอบงานในฐานะเป็นผู้ทำบัญชีตามกฎหมาย					
1.3 เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาที่ดี					
1.4 มีบริการด้านบัญชีแบบครบวงจร					
1.5 มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน					
<b>2.ปัจจัยด้านค่าบริการจัดทำบัญชี</b>					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสำนักงาน บัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
2.1 คิดค่าบริการเหมาะสมกับระยะเวลาปฏิบัติงาน					
2.2 มีหลักในการคิดค่าบริการอย่างเหมาะสมกับลักษณะความยุ่งยาก ซับซ้อนของงาน					
2.3 มีการแจ้งรายละเอียดของค่าบริการอย่างครบถ้วน					
2.4 มีความยืดหยุ่นสามารถเจรจาต่อรองได้					
2.5 คิดค่าบริการถูกกว่าสำนักงานบัญชีอื่น					
<b>3.ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
3.1 สถานที่ตั้งของสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อ					
3.2 ง่ายต่อการที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับสำนักงานบัญชีด้วยตัวเอง					
3.3 เป็นสำนักงานบัญชีที่สามารถให้บริการในสถานประกอบการของ ลูกค้า					
3.4 เป็นสำนักงานบัญชีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกิจการ					
<b>4.ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักแก่ธุรกิจ					
4.2 มีโปรโมชั่นพิเศษ สำหรับลูกค้าธุรกิจรายใหม่ และลูกค้าประจำ					
4.3 มีบริการดูแล ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาให้บริการ					
4.4 มีบริการฝึกอบรม ให้ความรู้ด้านบัญชีและภาษีอากรแก่ลูกค้า					
4.5 มีการประเมินผลการให้บริการหลังการขาย พร้อมรับฟัง ข้อเสนอแนะจากลูกค้า					
<b>5.ด้านบุคลากร</b>					
5.1 บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในวิชาชีพสูง					
5.2 มีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ					
5.3 บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตวิทยาในการให้คำปรึกษา					
5.4 บุคลากรมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชี					
5.5 บุคลากรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในวิชาชีพบัญชีอย่าง ต่อเนื่อง					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสำนักงาน บัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (7P's)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<b>6.ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
6.1 สำนักงานบัญชีมีการวางแผน กำหนดทิศทางและเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสม					
6.2 สำนักงานบัญชีสามารถ ให้บริการได้ถูกต้อง รวดเร็ว และตรงต่อเวลา					
6.3 เป็นสำนักงานบัญชีที่มีกระบวนการขั้นตอนดำเนินงานที่มีมาตรฐาน					
6.4 สำนักงานบัญชีมีขั้นตอนและช่องทางการติดต่อประสานงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเข้าถึงการบริการได้ง่าย					
6.5 สำนักงานบัญชีมีการให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม					
<b>7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
7.1 เป็นสำนักงานบัญชีที่มีวัสดุและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมต่อการให้บริการลูกค้า					
7.2 มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้า					
7.3 มีการตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการทำงาน					
7.4 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสำนักงานแสดงให้เห็นชัดเจน					
7.5 มีแคนเตอร์เซอร์วิสไว้คอยบริการตอบข้อซักถามเบื้องต้น					

**ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวสุมาลี แก้วเขียว
วัน เดือน ปีเกิด	13 กุมภาพันธ์ 2533 จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปริญญาบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, 2556 มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, 2560
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ฯ ภูเก็ต
ประสบการณ์ทำงาน	เจ้าหน้าที่บัญชี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ฯภูเก็ต 2555-2560 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ศูนย์ฯ ภูเก็ต 2560
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	ไม่มี
รางวัลหรือทุนการศึกษาที่ได้รับ	ไม่มี

