

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี
THE FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF ACCOUNTING FIRMS
FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs)
IN NONTHABURI PROVINCE

สุทามาศ พรหมชัย

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sutamas Promchai

Email: am_sutamas@hotmail.com

Master of Business Administration, Accounting

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์กร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง น้อยกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี รูปแบบธุรกิจเป็นบริษัท ประเภทธุรกิจบริการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการน้อยกว่า 5 ล้านบาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยองค์กรด้านรูปแบบธุรกิจต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีไม่ต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

คำสำคัญ: กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ ; สำนักงานบัญชี

Abstract

The objectives of this study were 1) to study a decision to purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province. 2) to study a decision to purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province separated by personal and organizational factors. 3) to study market mix factor and lifestyle factor influencing a decision to purchase the accounting firm services fo SMEs in Nonthaburi province.

The sample group was 400 SMEs in Nonthaburi province. To purchase the accounting firm services. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression. The findings indicated that most of single female were in the age range less than 30 years old and hold bachelor's degree or equivalent, the duration of business is less than 5 years, the business model is a company, service business type, the average annual income of the business is less than 5 million baht and they purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province.

The results of hypothesis testing showed that SMEs in Nonthaburi province with business model organizational factors were different, making the decision to purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province was no different. With personal

factors include gender, age and level of education. And organizational factors include comprising period of operation, type of business, and average annual income were different, making the decision to purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province was different. Marketing mix included product price personnel and processes evidence affect to the decision to purchase the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province. Marketing mix included place evidence no affect to the decision to the accounting firm services of SMEs in Nonthaburi province.

Keywords : A Decision to purchase ; Accounting firm

บทนำ

เนื่องจากในสภาวะปัจจุบันมีการแข่งขันด้านเศรษฐกิจอย่างรุนแรง การดำเนินธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ข่าวสารข้อมูล (information) เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมาก สำหรับการตัดสินใจของบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหาร ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ไร้พรมแดน (globalization) ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความหลากหลาย และมีความรวดเร็ว ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและมีความสำคัญสำหรับผู้บริหารเพื่อนำมาตัดสินใจ คือ ข้อมูลข่าวสารทางการเงิน (financial information) ซึ่งข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงฐานะทางการเงิน หรือ ความมั่นคงของธุรกิจ โดยเป็นที่สิ่งบ่งบอกฐานะทางการเงินและความมั่นคง ของธุรกิจในอนาคต นอกจากนี้ยังรวมถึงข้อมูลของผลการดำเนินงานในอดีตที่ผ่านมาด้วย

สำนักงานบัญชี เป็นสำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการจัดทำบัญชีและจัดทำงบการเงิน โดยลักษณะธุรกิจประกอบไปด้วยส่วนของการให้คำปรึกษาด้านการวางระบบบัญชี การให้คำปรึกษาด้านบัญชี การวางแผนภาษีและการจัดทำภาษี ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีและตามประมวลรัษฎากร จึงมีความสำคัญ ต่อธุรกิจในทุกภาคเศรษฐกิจและมีศักยภาพในการสร้างรายได้ ซึ่งจะเป็นกลไกที่จะช่วยผลักดันและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในทุกธุรกิจให้มีการบริหารจัดการที่ดี

จากความสำคัญของการจัดทำบัญชีประกอบกับปัญหาของธุรกิจที่อาจไม่มีความเชี่ยวชาญเพียงพอ หรือปัญหาเรื่องของการใช้จ่ายในการจ้างพนักงานมาจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว โดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งถือว่ามี การขยายตัวของธุรกิจ SMEs สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกับการขยายตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการของสำนักงานรับทำบัญชี

เพื่อให้ตรงกับความต้องการของธุรกิจ รวมถึงยังเป็นการกระตุ้นให้สำนักงานรับทำบัญชีมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้มีความรู้ความสามารถทันกับการเปลี่ยนแปลงของหลักการบัญชีและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดว่าธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ซึ่งสิ่งต่างๆ ที่ คาดว่าจะได้รับข้างต้นนี้จะช่วยให้สำนักงานรับทำบัญชีประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์กร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 46,592 ราย (จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ข้อมูล ณ วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จำนวน 400 ชุด จากการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973)
3. ระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้า ตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 – 31 มกราคม 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงมุมมองในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการสามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทความทางวิชาการต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัยจากหลากหลายแหล่งที่มา ทั้งที่เป็นเอกสารหนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งสามารถจำแนกเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คำว่า “วิสาหกิจ” หรือ “Enterprise” มีความหมายครอบคลุมกลุ่มประเภทกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ การผลิต (Manufacturing Sector) การค้า (Trading Sector) และการบริการ (Services Sector) ส่วนคำว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” หรือ SMEs ย่อมาจาก Small and Medium Enterprises ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนมากประกอบการในรูปของบุคคลธรรมดา คณะบุคคลหรือห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีใช้นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือกิจการร่วมค้า ซึ่งจะประกอบธุรกิจขายสินค้า ผลิตสินค้า หรือให้บริการ หน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศไทย ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 (กรมสรรพากร, 2565 : ออนไลน์)

2. ความรู้เกี่ยวกับสำนักงานบัญชีและพนักงานบัญชี

สำนักงานบัญชี หมายถึง สำนักงานที่ให้บริการด้านการทำบัญชี ซึ่งสำนักงานบัญชีอาจจัดตั้งในรูปแบบบุคคลธรรมดา คณะบุคคล หรือนิติบุคคลก็ได้ โดยหัวหน้าสำนักงาน หรือผู้เป็นหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการแล้วแต่กรณี ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านการให้บริการรับทำบัญชีในสำนักงานอย่างน้อย 1 คน ต้องมีคุณสมบัติไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีปฏิบัติงานเต็มเวลา และแจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีต่อกรมไว้แล้ว และมีผู้ช่วยผู้ทำบัญชีที่มีคุณสมบัติไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีอย่างน้อย 1 คนปฏิบัติงานเต็มเวลาสังกัดอยู่

3. แนวคิดทฤษฎีด้านลักษณะประชากร

Hanna and Wozniak (2001) ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา และเชื้อชาติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักการตลาดมักจะพิจารณาใช้ในการพิจารณาแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการความชอบ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค

4.แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7Ps) คือ 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคคลและพนักงาน 6) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ 7) กระบวนการ

5.แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

ณัฐธิดา อินตะพรหม (2559) ได้ให้ความหมายของ การตัดสินใจซื้อ หมายถึงการเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากหลายๆ ทางที่มีอยู่โดยพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชุดา นาคเถื่อน (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาปัจจัยด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ด้านบริการบัญชี รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่เหลือน้อยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจต้องการสำนักงานรับทำบัญชีที่มีความถูกต้อง ครบถ้วนตามหลักการบัญชีและภาษีอากร สามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำด้านบัญชีและภาษีอากรได้อย่างดี มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สถานที่ตั้งสำนักงานบัญชีสะดวกต่อการติดต่อ พนักงานในสำนักงานมีความรู้ความชำนาญเฉพาะ มีประสบการณ์และมีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง สามารถเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี

ทิพย์ปาลิตา วรรณชิต้อคริมา (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด เป็นธุรกิจบริการ มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 3 ล้านบาท และมีระยะเวลาดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านตอบสนองลูกค้าและด้านความเป็นธรรม ตามลำดับ ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรับรู้ปัญหา มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านประเมินผลทางเลือกและด้านแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรของการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 46,592 ราย (จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ข้อมูล ณ วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564) ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มสะดวก (Convenience Sampling)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นลักษณะแบบคำถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ซึ่งเป็นลักษณะประชากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 3 ข้อ คือ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 4 ข้อ คือ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รูปแบบธุรกิจ ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับด้านบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 27 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามการให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 14 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามการให้การแสดงความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามการกระบวนตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้ทำการพิจารณาจากอะไรบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่มซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านระดับการศึกษา และปัจจัยองค์กร ที่ประกอบด้วย ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ด้านรูปแบบธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงประมาณ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด) และกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และจำแนกตามปัจจัยองค์กร ด้านรูปแบบธุรกิจ และจะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านระดับการศึกษา และจำแนกตามปัจจัยองค์กร ที่ประกอบด้วย ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ด้านประเภทธุรกิจ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ (ส่วนประสมทางการตลาด) ประกอบด้วย ด้านบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง น้อยกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี รูปแบบธุรกิจเป็นบริษัท ประเภทธุรกิจบริการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการน้อยกว่า 5 ล้านบาท สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์กร

2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยองค์กรด้านรูปแบบธุรกิจต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ไม่ต่างกัน

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี เชื่อว่าในการนำเสนอข้อมูลงบการเงิน มีความน่าเชื่อถือ ปราศจากความลำเอียง แสดงถึงรายการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงโดยมีหลักฐานอันเที่ยงธรรม

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี เห็นว่าการนำเสนองบการเงิน สามารถเปรียบเทียบในรอบระยะเวลาบัญชีที่แตกต่างกัน และสามารถเปรียบเทียบงบการเงินธุรกิจอื่นได้อย่างถูกต้อง

1.3 ด้านการพิจารณาทางเลือก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี เห็นว่าสำนักงานบัญชีมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ

1.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี เห็นว่าผลงานจากการบริการด้านบัญชีที่ได้รับเชื่อถือได้

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี เห็นว่ายินดีเลือกใช้บริการด้านบัญชีอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ ฌ็ชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ว่าการตัดสินใจ หมายถึง การใช้ความคิดในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุดจากหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌัฎฐิตา อินตะพรหม (2559) ได้ให้ความหมายของ การตัดสินใจซื้อ หมายถึงการเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากหลายๆ ทางที่มีอยู่โดยพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบเพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และKotler, Philip (2012) ได้กล่าวไว้ว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อ

เริ่มต้นก่อนการซื้อและมีผลกระทบหลังการซื้อแสดงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค และจากวิจัยของทิพย์ปาไลดา วรรัฐชิตอัครีมา (2560) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรับรู้ปัญหา มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านประเมินผลทางเลือกและด้านแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการ

2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัจจิมา เศรษฐบุตร และ ดร.สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2554) ได้กล่าวว่า เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชาย มีความแตกต่างกันมากทั้งในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกันจึงส่งผลให้ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการอย่างหนึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างหญิงและชาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรุต จิตตคานนท์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัจจิมา เศรษฐบุตร และ ดร.สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2554) ได้กล่าวว่า อายุ (Age) โดยทั่วไปบุคคลที่อายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ๆ ต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ เปลี่ยนไปเมื่อมีอายุมากขึ้นด้วย เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลที่สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปก็มีผลต่อพฤติกรรมและแนวคิดที่เปลี่ยนไปตามอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรุต จิตตคานนท์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัจจิมา เศรษฐบุตร และ ดร.สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2554) ได้กล่าวว่า การศึกษา (Education) การศึกษา

เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับแนวความคิดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการโดยระดับการศึกษาของบุคคลทำให้ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสินค้าและบริการแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้กว้างขวางมีความเข้าใจและมีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการได้แตกต่างตามระดับการศึกษาระดับสูงและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) ดูได้จากรายได้ อาชีพ เชื้อชาติภูมิหลังของครอบครัว เป็นต้น คนที่มีฐานะดีอาศัยอยู่ในเมืองจะมีโอกาสได้เลือกใช้สินค้าและบริการได้หลากหลายประเภทมากกว่า ทำให้ทัศนคติและแนวความคิดต่อสินค้าและบริการมีความแตกต่างจากบุคคลที่มีฐานะทางสังคมต่ำกว่า ตัวแปรรายได้จัดเป็นตัวแปรสำคัญที่จะกำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แขนงประชากรศาสตร์จึงมักมีตัวแปรรายได้ของบุคคลรวมอยู่ด้วยเสมอ เพื่อช่วยให้มองเห็นความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมและพฤติกรรมของบุคคลชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรุต จิตต์คานนท์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศรุต จิตต์คานนท์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และวิจัยของ อนงค์ ทับทิมทอง (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01 และวิจัยของ ทรงพล ทองวิจิตรและสิทธิชัย ฝรั่งทอง (2557) ได้วิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด ผลการวิจัยพบว่าระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและสอดคล้องกับวิจัยของ พิชญ์กสิณี นนท์กาญจนจินดา (2559) ได้วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี สืบเนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านบัญชี ดังนั้นการใช้บริการสำนักงานบัญชีผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเป็นสำคัญ

2.5 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีรูปแบบธุรกิจต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ แสงดาว เผือกผุด (2559) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการนิติบุคคลที่มีรูปแบบธุรกิจมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีไม่แตกต่างกัน และวิจัยของวงษ์ชานา ศิริสาร (2563) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจ ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศรุต จิตต์คัตคานนท์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทรงพล ทองวิจิตร และสิทธิชัย ฝรั่งทอง (2557) ได้วิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชี และกฎหมาย จำกัด ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจประเภทธุรกิจผลิตและจำหน่าย มีผลการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของบริษัท ทรงพลการบัญชีและกฎหมายจำกัด อยู่ในระดับมาก และวิจัยของนราทิพย์ จักขุบท (2564) ได้วิจัยเรื่องภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่นและความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าธุรกิจบริการ ความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.7 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี โดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ อนงค์ ทับทิมทอง (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่ามียรายได้ต่อปีต่ำกว่า 5 ล้านบาท ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01

3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) ในเรื่อง ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีความถูกต้องแม่นยำและครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2553) ได้กล่าวว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง กิจกรรมการบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเสนอขายเพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงระวี อยู่ทอง (2556) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบและปัญหาในการให้บริการของสำนักงานบัญชี

ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า จุดเด่นที่สุดของสำนักงานบัญชี คือ การจัดทำบัญชีและนำเสนองบการเงิน ได้อย่างถูกต้อง ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป และทันตามกำหนดเวลา ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับพัฒนา ธุรกิจการค้ามากที่สุด และวิจัยของอนงค์ ทับทิมทอง (2557) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า สำนักงานบัญชีที่จัดทำบัญชีและงบการเงินอย่างมีคุณภาพ จะทำให้สำนักงานบัญชื่อนั้นประสบความสำเร็จในการให้บริการ และวิจัยของวิชุดา นาคเถื่อน (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ด้านบริการบัญชี เพราะผู้ประกอบการธุรกิจต้องการสำนักงานรับทำบัญชีที่มีความถูกต้อง ครบถ้วนตามหลักการบัญชีและภาษีอากร และวิจัยของวงษ์ขานา ศิริสาร (2563) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ในเรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสอดคล้องกับปริมาณงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2553) ได้กล่าวว่า ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่คิดเป็นค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือจำนวน มูลค่า รวมทั้งผู้บริโภคมองง่าย เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีหรือใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งการตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการนั้น ต้องคำนึงถึงคุณค่าของบริการ ที่ลูกค้าจะได้รับ และคุณค่าจะ เท่ากับคุณประโยชน์ของบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า และสอดคล้องกับวิจัยของ ทรายทอง เลิศเปียง (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของบริษัทจำกัดในจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม และมีหลักเกณฑ์ในการคิดอย่างชัดเจน และวิจัยของ วริศรา โลहनันทชัย (2561) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัท ต่างชาติในการจัดทำบัญชี กรณีศึกษา : สำนักงานฟาร์อีสต์ การบัญชี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีของบริษัทต่างชาติที่มาจากญี่ปุ่น สิงคโปร์ จีน ไต้หวัน และมาเลเซีย รวม 5 บริษัท ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชี คือ ปัจจัยด้านราคา คือราคามีความเหมาะสมกับเนื้องาน ปริมาณงาน ของการให้บริการแก่ลูกค้า

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง สามารถติดตามความคืบหน้างานบริการได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Payne (1993) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของแหล่งที่ตั้งของสถานที่ให้บริการจะขึ้นกับประเภทชนิดของการบริการที่จะนำเสนอและระดับการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ ในการนำเสนอหรือส่งมอบการให้บริการกับลูกค้าจำเป็นที่จกต้องให้ความสำคัญกับ ปัจจัย 3 ประการคือ สถานที่ให้บริการ, เวลา และวิธีการในการนำเสนอบริการ

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่าด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องใช้การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถและมีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท และสอดคล้องกับวิจัยของสุวิษชัยร แสงเจริญ (2558) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของบริษัท จำนวนการบัญชี จำกัด ผลการวิจัยพบว่า พนักงานของ บริษัท จำนวนการบัญชี จำกัด สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ให้แก่พนักงาน บริษัท จำนวนการบัญชี จำกัด ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นรายบุคคล และวิจัยของวิชุดา นาคเลื่อน (2559) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานในสำนักงานมีความรู้ความชำนาญเฉพาะ มีประสบการณ์และมีมนุษยสัมพันธ์และเป็นกันเอง สามารถเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี

3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่องสามารถให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2553) กล่าวว่า ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการ เป็นส่วนประสมทางการตลาด ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับ ความสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ควรจัดให้บริการในลักษณะ One Stop Service ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการในเวลา และสถานที่เดียวกัน โดยไม่ให้ลูกค้าต้องเดินไปติดต่อหลายแผนกเหมือนอย่างเดิม และวิจัยของทรายทอง เลิศเปียง (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของบริษัทจำกัดในจังหวัดลำปาง

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัด คือ การให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องนอกเหนือจากงานสอบบัญชี การให้คำแนะนำและให้บริการอื่นภายหลังจากการปฏิบัติงานสอบบัญชีสามารถตอบสนองความต้องการของบริษัททันเวลา สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันท่วงที และวิจัยของวิชิตา นาคเลื่อน (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการสำนักงานรับทำบัญชีที่มีความถูกต้อง ครบถ้วนตามหลักการบัญชีและภาษีอากร สามารถในการให้คำปรึกษาแนะนำด้านบัญชีและภาษีอากรได้อย่างดี และวิจัยของนภัสสินี เปรื่องการ (2562) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคกลาง จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากการสรุปค่ามากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่งผลให้กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมาให้ความสนใจในเรื่องของการทำบัญชีในด้านต่างๆ ผู้ใช้บริการจึงต้องการการบริการในส่วนนี้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์แนะนำเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ หรือผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการสามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์กร

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยองค์กรด้านรูปแบบธุรกิจต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ไม่ต่างกัน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีต่างกัน

ดังนั้นผู้ประกอบการสำนักงานบัญชี จึงไม่ต้องสนใจกับปัจจัยองค์กรด้านรูปแบบธุรกิจ แต่ควรสนใจเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของกิจการต่างกัน เพราะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการบัญชี (ผลิตภัณฑ์) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเรื่องผู้ใช้บริการเชื่อมั่นได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีความถูกต้องแม่นยำและครบถ้วน ดังนั้นผู้ให้บริการรับทำบัญชีต้องคงคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอ

2. ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านค่าบริการจัดทำบัญชีมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสอดคล้องกับปริมาณงาน ดังนั้นผู้ให้บริการรับทำบัญชีควรทำความเข้าใจในระบบธุรกิจของผู้ประกอบการและกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากประเภทของธุรกิจ ปริมาณงานและความสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ

3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ดังนั้น ผู้ให้บริการรับทำบัญชี จึงไม่ต้องสนใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรจัดให้พนักงานได้มีการอบรมพนักงานให้อยู่ในจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

5. ด้านกระบวนการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ในเรื่องในเรื่องสามารถให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง ครบถ้วน ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรจัดให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ โดยการเข้าร่วมอบรม ติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและภาษีอากร ให้ทันต่อเหตุการณ์และทันสมัยอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีและความคาดหวังที่คาดว่าจะได้จากการบริการของสำนักงานบัญชีเพื่อให้ทางสำนักงานบัญชีสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงแก้ไขสำนักงานบัญชีต่อไป

2. ควรจะทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดอื่นใกล้เคียงเพื่อทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบการว่าได้รับการให้บริการตรงตามความต้องการหรือไม่ เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.ธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด จังหวัดนนทบุรี. สืบค้นเมื่อ วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564 จาก <http://www.dbd.go.th/>
- กรมสรรพากร กองบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก. (2562). ลักษณะ SMEs พ.ศ.2543. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564, จากเว็บไซต์: <https://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>.
- ณัฐธิดา อินตะพรหม. (2559).การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขต ดอนเมืองกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก
- ทรงพล ทองวิจิตรและสิทธิชัย ฝรั่งทอง. (2557). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซนต์อิสรีย์บางกอก
- ทรายทอง เลิศเปียง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดใน จังหวัดลำปาง. คณะพาณิชยศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
- ทาโร่ ยามาเน่ . (1973). การกำหนดกลุ่มจำนวนประชากรสำหรับการวิจัย (Sample Size Determination). สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564, จากเว็บไซต์: <https://www.rapeeaccount.com/account.html>.
- ทิพย์पालดา วรภูษิตอัครีมา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด
- นราทิพย์ จักขุบท. (2564). ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่นและความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นภัสสินี เปรื่องการ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคกลางการ. ค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ปฎิญา แก้วเจริญ. (2555). มุมมองการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรบัญชี มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พิชญ์ภัสสินี นนทกัญจนจินดา. (2559).ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำนักงาน บัญชีของผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี.สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- รชตะ รัตนโชติ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านคุณภาพการบริการ กรณีศึกษา สำนักงานบัญชีแห่งหนึ่ง.หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- วิศรา โลหะนันทชัย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัท ต่างชาติในการ จัดทำบัญชี กรณีศึกษา : สำนักงานฟาร์มรังสิต การบัญชี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบัญชี มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

- วิชุดา นาคเลื่อน. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสำนักงานรับทำบัญชีของ
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
ศรุต จิตต์คานนท์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของ
ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2547). พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2547. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม พ.ศ.2564
จาก <http://fap.or.th.a33.readyplanet.net/>
- สุวัชเชียร แสงเจริญ. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของบริษัท จำนวนการบัญชี จำกัด.
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- แสงดาว เผือกผุด. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลใน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- แสงระวี อยู่ทอง. (2556). การรูปแบบและปัญหาในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย .
วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เมษายน - กันยายน 2556
- โสภภาพรรณ ไชยพัฒน์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัด
ภูเก็ต. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- อนงค์ ทับทิมทอง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบัญชี
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. 2012. Marketing Management. 14th ed. Upper
Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.