

บทความวิจัย (Research Article)

ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

The Professionalism in Accounting Practice Affect of Image of Accounting Office

กรวิวีร์ จิตประสาร^{1*} พรชนก ทองลาด² และไพฑูรย์ อินตะขัน²

Korrawee Jitprasarn^{1*}, Pornchanok Tonglard², and Phaithun Intakhan²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและยังไม่ผ่านการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคเหนือจำนวน 44 แห่ง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี 1) ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร และ 2) ด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ มีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านบัญชีอย่างมืออาชีพให้กับผู้มาใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการจะเป็นผลสะท้อนภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: สำนักงานบัญชี ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

Abstract

The objective of this research was to study the effects of the professionalism in accounting practice that affect the image of accounting office by collecting information from the accounting office registered with the Department of Business Development and has yet to be certified as the qualified accounting office in Northern area, 44 firms. The questionnaire was used as the researching tool. The statistic used in data analysis was the Multiple Regression

¹ สาขาวิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Program in Accounting, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Corresponding author; email: Single.iice44@gmail.com

(Received: 7 January 2019; Revised: 12 February 2019; Accepted: 27 March 2019)

Analysis (MRA). The research show that the professionalism in accounting practice in terms of 1) interpersonal and communication, as well as 2) organizational and business management has positive effects to image of accounting office. Therefore, the accounting office should apply the result of this research as the guideline to perform professional accounting practice to the customers who shall be able to distinctly reflect the image of accounting office.

Keyword: Accounting office, Professionalism in accounting practice, Image of accounting office

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ที่มีการเพิ่มขึ้นในปี 2560 ถึงร้อยละ 8.6 โดยทั่วไปหากธุรกิจมีงานล้นมืออาจมีการว่าจ้างเด็กนักเรียนจบใหม่แทนพนักงานบัญชีมาช่วยดูแลในส่วนงานของการทำบัญชี หรือ ภาษี โดยไม่ได้ตระหนักถึงงบการเงินที่ยื่นให้กรมสรรพากรนั้นมีความถูกต้องครบถ้วนเพียงใดเพราะทางธุรกิจเองไม่มีความรู้เรื่องเหล่านี้ ดังนั้นความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี ไม่ว่าจะด้านการเรียนรู้ ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการบูรณาการค่านิยม ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร ด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ ล้วนแสดงถึงคุณภาพของงานที่ทางสำนักงานบัญชีส่งมอบให้ลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถประสบความสำเร็จในการทำบัญชีและก้าวสู่การเป็นองค์กรที่เป็นเลิศ ซึ่งหากองค์กรใด ๆ สามารถพัฒนาองค์กรให้เปลี่ยนแปลงไปสู่องค์กรแบบมืออาชีพได้นั้น สิ่งที่ได้มาก็คือคุณภาพการดำเนินงานขององค์กรเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและได้รับความน่าเชื่อถือความไว้วางใจ ถือเป็น การสร้างชื่อเสียงขององค์กรที่สะท้อนไปถึงลูกค้าได้อย่างชัดเจน

สำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ด้านการจัดทำบัญชี ให้ความรู้ทางด้านภาษีและจัดทำงบการเงินประจำปี เพื่อคอยตรวจสอบสภาพกิจการและวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน รายงานผลการดำเนินงานให้เจ้าของกิจการรับรู้ การจัดทำบัญชีเป็นงานที่อาศัยความครบถ้วน ความถูกต้องเพื่อให้งบการเงินที่จัดทำขึ้นมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด เพราะงบการเงินเป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงฐานะทางการเงิน แนวโน้ม ผลการดำเนินงานและทิศทางของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละรอบระยะเวลา การจัดทำงบการเงินที่มีประโยชน์เป็นการเสริมสร้างธุรกิจให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อีกทั้งสามารถนำงบการเงินมาใช้ ในการวิเคราะห์ ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และทันเวลาเพื่อให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษีของธุรกิจทำให้กิจการบางกิจการหันมาใช้บริการสำนักงานบัญชีมากกว่าการจ้างพนักงานประจำ เพราะเชื่อว่าสำนักงานบัญชีจะมีความเชี่ยวชาญทางด้านบัญชีที่ดีกว่า

งานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ความเป็นมืออาชีพทางการบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพของรายงานทางการเงินรวมถึงความเป็นประโยชน์ของข้อมูล พบว่าความผูกพันในอาชีพเป็นตัวแปรสาเหตุของความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพทางการบัญชีซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความผูกพันในอาชีพของนักบัญชีในองค์กรสามารถทำให้องค์กรนั้นมีความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพทางการบัญชีได้ และเมื่อองค์กรมีความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานทางวิชาชีพมีคุณภาพ ผลของการปฏิบัติงานทางวิชาชีพ คือ รายงาน

ทางการเงินก็จะมีประสิทธิภาพด้วยเช่นเดียวกัน และเมื่อผู้ใช้ข้อมูลนำรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพไปใช้ก็จะสามารถใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยเช่นเดียวกัน (จามจุรีย สุระ และคณะ, 2557)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชีในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีมีผลกระทบต่อกันอย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและยังไม่ผ่านการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงการทำงานภายในสำนักงานบัญชีให้เกิดการพัฒนาในอนาคต ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานบัญชีตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านบัญชีเพื่อให้งานมีคุณภาพและจะช่วยสะท้อนภาพผลกระทบของความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขบริหารจัดการระบบการทำงานได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
2. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
3. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านการบูรณาการค่านิยมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
4. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านความสัมพันธ์และการสื่อสารที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
5. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน

บัญชี

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาเรื่องความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและยังไม่ผ่านการรับรองเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคเหนือ จำนวน 213 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

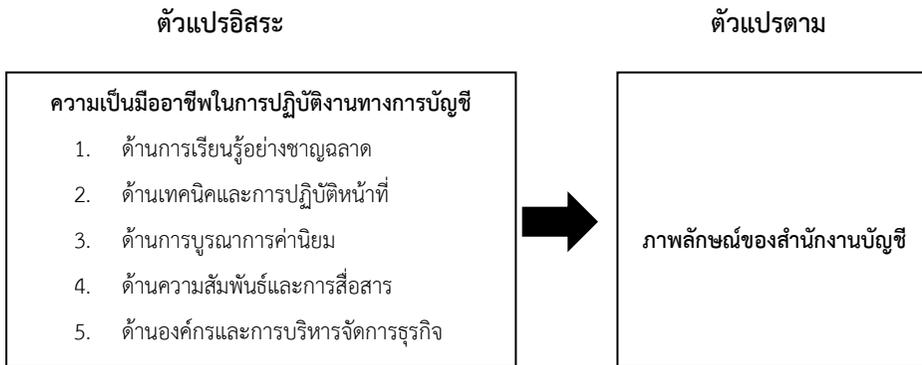
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด (Intelligent Learning: IL) ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ (Technical and Functional: TF) ด้านการบูรณาการค่านิยม (Integration of Values: IV) ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร (Interpersonal and Communication: TC) และด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ (Organizational and Business Management: OM)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การเรียนรู้อย่างชาญฉลาดมีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
- สมมติฐานที่ 2 เทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
- สมมติฐานที่ 3 การบูรณาการค่านิยมมีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
- สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์และการสื่อสารมีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
- สมมติฐานที่ 5 องค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจมีผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว 2) ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชีในการปฏิบัติงานทางการบัญชีโดยครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการบูรณาการค่านิยม ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร และองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุดโดยกำหนดคะแนนการตอบของแต่ละตัวเลือก คือ 5, 4, 3, 2, และ 1 ตามลำดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยนำรหัสของข้อมูลมาประมวลผลทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิจัย โดยทดสอบสมมติฐานทางสถิติตามที่กำหนดอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (หรือในบางกรณีอาจกำหนดเพิ่มได้ 0.01 หรือ 0.001 เป็นต้น)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยแบ่งสถิติที่จะใช้ในการวิเคราะห์เป็น 2 ประเภท ร่วมกับการพรรณนาข้อมูล ดังนี้ 1) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ภาพรวมทั้งหมดของแบบสอบถามจะใช้สถิติพรรณนารวม 3 ชนิด คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูลทั้งหมด 2) สถิติที่ใช้วิเคราะห์สมมติฐาน ที่ 1 ถึง 5 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการบูรณาการค่านิยม ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสารและด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ค้นหารูปแบบโครงสร้างเฉพาะของปัจจัยแต่ละตัว ทั้ง 5 ตัว และตัวแปรตาม ในลักษณะความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยสถิติ Factor analysis เพื่อพัฒนาโครงสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ และกำหนดน้ำหนักแก่ตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด

ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัยพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อเตรียมส่งเอกสารทางไปรษณีย์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำหนังสือขออนุญาตดำเนินการเพื่อจัดเก็บข้อมูล ลงนามโดยผู้มีอำนาจจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เพื่อขออนุญาตจัดเก็บข้อมูล โดยขอความร่วมมือให้หัวหน้าสำนักงานบัญชีที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่าง ตามชื่อ-ที่อยู่ของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ จำนวน 213 ฉบับ โดยได้แนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถามเพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. จากการส่งแบบสอบถามไปยังสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 44 ฉบับ และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนของเนื้อหาที่ได้รับการตอบกลับคืน พบว่ามีความสมบูรณ์ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 20.65 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามทฤษฎีของ (Aaker et al., 2001) โดยกำหนดไว้อย่างน้อยในอัตราร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่าง

4. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ

ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี (PAP)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด (IL)	4.43	0.43	มาก
2. ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ (TF)	4.49	0.51	มาก
3. ด้านการบูรณาการค่านิยม (IV)	4.44	0.44	มาก
4. ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร (IC)	4.33	0.47	มาก
5. ด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ (OM)	4.26	0.60	มาก
โดยรวม	4.39	0.39	มาก

จากตาราง 1 พบว่า หัวหน้าสำนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี (PAP) โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.51) ด้านการบูรณาการค่านิยม ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.44) และด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.43)

ตาราง 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ

ตัวแปร	IF	IL	TF	IV	IC	OM	VIF
\bar{X}	4.39	4.43	4.49	4.44	4.33	4.26	
S.D.	0.39	0.43	0.51	0.44	0.47	0.60	
IF	1	0.465**	0.655**	0.649**	0.728**	0.736**	
IL		1	0.506**	0.439**	0.483**	0.301*	1.541
TF			1	0.553**	0.626**	0.589**	2.095
IV				1	0.491**	0.566**	1.748
IC					1	0.680*	2.365
OM						1	2.307

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี มีค่าตั้งแต่ 1.541–2.365 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.301–0.736

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี (IF) ได้ดังนี้

$$IF = 0.191 + 0.071IL + 0.121TF + 0.248IV + 0.296IC + 0.249OM$$

IF คือ ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

IL คือ ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด

TF คือ ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่

IV คือ ด้านการบูรณาการค่านิยม

IC คือ ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร

OM คือ ด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 18.180$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.666 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีแต่ละด้านกับตัวแปรตามภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ

ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี (PAP)	ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี (IF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
	ค่าคงที่ (a)	0.191		
ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด (IL)	0.071	0.119	0.594	0.556
ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ (TF)	0.121	0.119	1.014	0.317
ด้านการบูรณาการค่านิยม (IV)	0.248	0.126	1.966	0.057
ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร (IC)	0.296	0.139	2.137	0.039*
ด้านองค์กรและการจัดการธุรกิจ (OM)	0.249	0.106	2.347	0.024*

$F = 18.180$ $p = 0.000$ $AdjR^2 = 0.666$

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

จากตาราง 3 พบว่า ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร และด้านองค์กรและการจัดการธุรกิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่ 4 และ 5 สำหรับความเป็นมือ

อาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด และด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ และด้านการบูรณาการค่านิยม ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร และด้านองค์กร และการบริหารจัดการธุรกิจ มีผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความสัมพันธ์และการสื่อสารมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี แสดงให้เห็นว่าสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก มุ่งเน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าให้เกิดความประทับใจ มีประสบการณ์ที่ดีในการเข้าใช้บริการ สำนักงานบัญชีรวมถึงใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมทั้งด้านความคิด การโต้ตอบกับลูกค้าในทุกช่องทาง ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการสื่อสารที่ถูกต้องจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยนันท์ วงศ์ชื่น และคณะ (2556) ความผูกพันในงาน ด้านเจตคติในการทำงาน ด้านการมีส่วนร่วมในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน และด้านเวลา ดังนั้น นักบัญชีควรนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน รวมทั้งองค์กรธุรกิจ SMEs ควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักบัญชีให้เกิดและผูกพันในงานอันสะท้อนถึงคุณภาพการปฏิบัติงาน ตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง และเสริมสร้างการบริหารบุคคลให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี แสดงให้เห็นว่าสำนักงานบัญชีมีกลยุทธ์การดูแลบริหารภาพลักษณ์ ของสำนักงานบัญชี โดยให้ความสำคัญกับการบริหารงาน บริหารคน สร้างความสามารถให้เกิดขึ้นในองค์กรด้วยการสรรหาและพัฒนาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพศาล ฤทธิกุล และคณะ (2560) ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการจัดการภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจบริการ ซึ่งการบริหารจัดการภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้ภาพลักษณ์ที่ปรากฏมาเป็นภาพเชิงบวกต่อองค์กรมากที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้ยังศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ แนวคิดด้านภาพลักษณ์องค์กร และแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ โดยมีการกำหนดกลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์องค์กร เพื่อพัฒนาธุรกิจบริการ อาทิ กลยุทธ์การพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหาร กลยุทธ์การจัดการคุณภาพสินค้าและบริการ ขององค์กร กลยุทธ์การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมกลยุทธ์การจัดการด้านการเงินและความมั่งคั่งขององค์กร กลยุทธ์การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และกลยุทธ์การจัดการความสามารถในการสรรหา การพัฒนาและการรักษาบุคลากร ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้เป็นประโยชน์

สำหรับองค์กรเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ให้มีการปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด ด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ และด้านการบูรณาการค่านิยม มีผลกระทบเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญกับภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ซึ่งอาจจะเกิดจากการปฏิบัติงานทางบัญชีนั่นสำนักงานได้มุ่งเน้นไปที่การให้บริการ เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และยังสามารถคงรักษาไว้ซึ่งผลกำไร เพื่อความอยู่รอดและสามารถเติบโตได้ในอนาคต จึงส่งผลให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าว มีผลกระทบเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

ผู้วิจัยต้องการเสนอแนะในเชิงกลยุทธ์ เพราะเชื่อว่าหากสำนักงานบัญชีต้องการให้องค์กรมีความยั่งยืนในระยะยาว ธุรกิจเกิดการเติบโตขึ้น องค์กรต้องสร้างจุดเด่นของรูปแบบการให้บริการให้เกิดการยอมรับจากลูกค้า โดยต้องอาศัยทักษะด้านการเรียนรู้ ด้านเทคนิคการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการบูรณาการค่านิยม ด้านความสัมพันธ์ การสื่อสาร และด้านการบริหารจัดการขององค์กร ประกอบเข้าด้วยกันแล้วถ่ายทอดออกมาเพื่อแสดงความสามารถของความเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง ซึ่งตามผลการวิจัยทักษะด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร และด้านองค์กรและการบริหารจัดการธุรกิจ จะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีได้ดีที่สุด ดังนั้นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการวิจัยภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี สามารถที่จะนำไปศึกษาต่อในปัจจัยด้านอื่นที่อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงความเป็นจริงมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นในการศึกษา ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาดังต่อไปนี้

1. ควรเลือกศึกษาข้อมูลของสำนักงานบัญชีในระดับภาคอื่น ๆ หรือระดับทั่วประเทศที่ได้รับรองการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพเรียบร้อยแล้ว เพื่อเป็นแนวทางให้กับสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ผ่านการรับรองให้สำนักงานบัญชีคุณภาพต่อไป

2. ควรเลือกหาข้อมูลปัจจัยอื่นมาศึกษา ในความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชีเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนให้สำนักงานปฏิบัติงานทางด้านบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). *รายชื่อสำนักงานบัญชีในแต่ละจังหวัด*. สืบค้น 10 ธันวาคม 2560, จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469403169
- จามจุรีย์ สุระ, ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์, และสลักจิต นิลผาย. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในวิชาชีพ กับความเป็นมืออาชีพทางการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 6(1), 56-57.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น (ฉบับปรับปรุงใหม่)* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ไพศาล ฤทธิกุล, เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์, สิริภัทร โชติช่วง, และสุรินทร์ ชุมแก้ว. (2560). กลยุทธ์การจัดการ ภาพลักษณ์องค์กรเพื่อพัฒนาธุรกิจบริการ คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 9(1), 265-275.
- อริยนันท์ วงศ์ชื่น, ญาณินท์ ตั้งภิญโญพุดผิคุณ, และอิงอร นาชัยฤทธิ์. (2556). ผลกระทบของความผูกพันในงาน ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 5(4), 14-21.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business Statistic for Contemporary Decision Making* (4th ed.). USA: John Wiley & Son.