

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและ  
ความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี

Factors of Service Quality of Accounting Office Affecting Customer  
Satisfaction and Loyalty in Chonburi Province

นิเทศ ทองสุกใส, อนรุรักษ์ เรืองรอบ  
Nitet Thongsuksai, Anurug Ruangrob

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี  
Master of Business Administration, Sripatum University at Chonburi  
E-mail: nitet\_tongsuksai@hotmail.com

บทคัดย่อ

Received: September 3, 2019

Revised: October 9, 2019

Accepted: December 25, 2019

การวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี (2) เปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีที่จำแนกตามลักษณะองค์การ (3) ศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นสถานประกอบการให้บริการในสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 แห่ง เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และแบบสอบถามระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า (1) สถานประกอบการมีคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดย มีค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.58 (2) ระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของสถานประกอบการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.53 (3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การตอบสนองต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า และความโปร่งใส และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และความโปร่งใสตามลำดับ

**คำสำคัญ :** คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดี, สำนักงานบัญชี

## Abstract

The objectives of this research were (1) to study the service quality of accounting office in Chonburi. (2) to comparison of service quality factors of accounting office classified by characteristics. (3) to study the level of influence of service quality factors of accounting that affects the satisfaction and loyalty of user of the accounting office in Chonburi.

The samples used in this study are establishments using services in the accounting office 400 places. The research was a questionnaire about the quality of service and level of satisfaction and loyalty of establishments in Chonburi. The statistics used in data analyze are percentage, average, standard deviation and use the multiple regression analysis to find influence of organizational factors of accounting office affecting customer satisfaction and loyalty in Chonburi province.

The research result indicated that (1) the establishments opinions about the service quality factors in the highest level when considered individually highest average. (2) The level of satisfaction and royalty of the establishments in Chonburi are in high level when considering in each aspect found that the satisfaction of organization highest average followed by the royalty of the establishment (3) service quality factors including professional expertise, responsiveness to customer, responsible to customer, customer care and transparency influence on satisfaction of establishment in Chonburi and professional expertise factors, responsibility to customers, image of accounting office and transparency have an influence on royalty of establishment in Chonburi province.

**Keywords :** Service quality, Satisfaction, royalty, Accounting office

## ที่มาและความสำคัญปัญหา

ธุรกิจสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างมาก แต่ธุรกิจประเภทนี้จะประสบผลสำเร็จได้นั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ ความชำนาญ รวมทั้งต้องติดตามประมวลกฎหมายและมาตรฐานการบัญชีที่ปรับปรุงและพัฒนาออกอย่างต่อเนื่อง เพราะธุรกิจประเภทนี้เผชิญกับการแข่งขันที่สูงซึ่งเห็นได้จากสถิติจำนวนสำนักงานบัญชีคุณภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1)

การพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจสำนักงานบัญชีจะต้องปฏิบัติงานที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือ โดยมีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้กำหนดให้มีการออกหนังสือรับรองคุณภาพให้แก่สำนักงานบัญชีที่ผ่านการตรวจประเมินการปฏิบัติตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ดังนั้นการบริหารจัดการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สำนักงานบัญชีต้องพยายามส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดขึ้นภายในสำนักงานบัญชีเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านคุณภาพการบริการที่ให้กับลูกค้าจากทั้งในและต่างประเทศ

ตารางที่ 1 จำนวนสำนักงานบัญชีส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 2556-2561

ปี	2556	2557	2558	2559	2560	2561
ส่วนกลาง	3	4	22	7	6	2
ส่วนภูมิภาค	13	16	9	12	7	5

คุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกซื้อบริการของลูกค้า เนื่องจากข้อมูลการบัญชีและรายงานทางการเงินที่สำนักงานบัญชีจัดทำให้สถานประกอบการจะส่งผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจและวางแผนกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความสำเร็จของสถานประกอบการซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมที่มีจำนวนมาก อันเนื่องมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลไทยตามนโยบายฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มพลังที่ใหญ่ที่สุดของภาคธุรกิจที่มีประมาณกว่าร้อยละ 85 ของรายที่ยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2560) และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเพราะเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ทั้งในแง่ของการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ในบทบาทที่หลากหลาย

คุณภาพการให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สถานประกอบการ ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้าได้สัมผัส ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ หากลูกค้ารับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับเท่ากับหรือสูงกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับมาใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีก จากมุมมองที่เปลี่ยนไปคำว่าคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ ลูกค้ามีสิทธิ์จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น จึงเป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กร และบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชน ต่างให้ความสนใจกับการรับรู้คุณภาพบริการของตนในมุมมองของลูกค้า โดยกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการเพื่อใช้ในการสร้างชื่อได้เปรียบทางการแข่งขันของตนเอง (เพ็ญธิดา พงษ์ธานี, 2552)

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสำนักงานบัญชีซึ่งมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงการตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชีที่เป็นปัจจัยคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งถือว่าเป็นเขตพื้นที่ที่มีนิคมอุตสาหกรรมเกิดขึ้นหลายแห่ง และเพื่อจะนำฐานข้อมูลที่ได้ทำการวิจัยไปเป็นแนวทางให้กับสำนักงานบัญชี และเพื่อให้เป็นไปตาม “โครงการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี” ซึ่งทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้จัดขึ้นด้วย

จังหวัดชลบุรีเป็นดินแดนชายฝั่งที่มีความมั่นคง มีภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการพัฒนาและสร้างศักยภาพของภาคธุรกิจ โดยข้อมูลของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยพบว่า จังหวัดชลบุรีมีนิคมอุตสาหกรรมจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมเหมราชชลบุรี นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ชลบุรี นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง นิคมอุตสาหกรรมทั้ง 4 แห่งต่างก็มีจำนวนผู้ประกอบการจำนวนมาก ซึ่งทุกกิจการจะต้องมีการจัดทำงบการเงินเพื่อสรุปผลข้อมูลฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของกิจการของกิจการ โดยธุรกิจสำนักงานบัญชีก็เป็นทางเลือกหนึ่งในการให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลทางการบัญชีที่ครบถ้วนและถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป แต่การจะเป็นสำนักงานบัญชีที่ได้รับการยอมรับนั้น จะต้องได้รับการรับรองคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงถือได้ว่าธุรกิจสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อธุรกิจภาคเศรษฐกิจและมีศักยภาพในการสร้างรายได้ซึ่งจะเป็นกลไกที่จะช่วยผลักดันและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในทุกธุรกิจให้มีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบต่อไป

งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับสำนักงานบัญชีในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การมีจริยธรรมธุรกิจ และภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรสำนักงานบัญชีในเขตภาคกลาง (ทิพวรรณ ทรัพย์สุวรรณ, 2560) คุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย (เพ็ญธิดา พงษ์ธานี, 2552) ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาเน้นศึกษาในแต่ละด้าน ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและจงรักภักดีของสถานประกอบการ ในจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีต่อไป และเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและยกระดับคุณภาพสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรีในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีที่จำแนกตามลักษณะองค์กร

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณภาพ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การตอบสนองต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และความโปร่งใส มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ นำมาประกอบเพื่อดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Kotler (2000) สรุปว่า การบริการ คือ ผลประโยชน์จากกิจกรรมที่มีไว้สำหรับเพื่อเสนอขายและทำให้ลูกค้าได้รับความพอใจ ซึ่งมีลักษณะอยู่ 4 ประเภท คือ (1) จับต้องไม่ได้ เพราะบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อบริการ (2) ไม่แน่นอน เพราะลักษณะการบริการนั้นมีความไม่แน่นอน เพราะต้องดูปัจจัยอื่นอีก

ด้วย เช่น ใครเป็นผู้ขาย จะขายอย่างไร ที่ไหน และเมื่อไหร่ (3) แยกการให้บริการไม่ได้ เพราะการบริการเป็นทั้งการผลิตและการบริโภคที่เกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ดังนั้นจึงควรทำพร้อมกัน (4) เก็บไม่ได้ เพราะ บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็น ดังนั้นจึงผลิตหรือเก็บรักษาไม่ได้ โดยถ้าความปรารถนาบริการมีอย่างสม่ำเสมอการบริการนั้นก็จะไม่เกิดปัญหา แต่ถ้าความปรารถนาบริการไม่มีความแน่นอนจะส่งผลให้เกิดผลเสีย

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) สรุปว่า คุณภาพการบริการ ได้แก่ ผลลัพธ์ทั้งหมดที่มาจากประสบการณ์ที่รับรู้และประเมินออกมาได้ ซึ่งจะเทียบบริการที่รับรู้หลังใช้บริการของลูกค้า รวมทั้งยังเป็นตัวชี้วัดในการประเมินความพึงพอใจได้อีกด้วย โดยจะมีการนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า โดยเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้วัดคุณภาพนั้นจะวิเคราะห์จากปัจจัยที่เห็นว่ามีค่าสำคัญอยู่ 10 ปัจจัย คือ (1) สิ่งสัมผัสได้ (2) ความเชื่อถือและวางใจได้ (3) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (4) การเข้าถึงการบริการ (5) ความมีอัธยาศัยไมตรี (6) การสื่อสาร (7) ความน่าเชื่อถือ (8) ความมั่นคงปลอดภัย (9) ความเข้าใจและรู้จักบริการ และ (10) ความเป็นรูปธรรมของการบริการและได้อธิบายถึงปัจจัยที่ลูกค้ายึดเป็นเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการทั่วไป 10 ปัจจัย ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ลูกค้าใช้บางด้านไม่เป็นอิสระกันจึงอาจมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่ และนอกจากนี้ปัจจัยบางตัวยังสามารถรวมปัจจัยเข้าด้วยกันได้ ดังนั้น จึงทำให้มีปัจจัยที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการเพียง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานประเมินคุณภาพของการบริการ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจได้การเอาใจใส่เป็นรายบุคคล

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์ (2552) สรุปว่า ความพึงพอใจ คือ สัมผัสที่ดีเมื่อลูกค้าพบว่าสินค้านั้นใช้งานได้จริงเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ซึ่งตามมาคือความภักดี Kotler & Keller (2006) สรุปว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับของความรู้สึกเมื่อมีการเทียบระหว่างบริการที่รับรู้กับสิ่งที่คาดหวังของบุคคลนั้น โดยลูกค้าสามารถรู้สึกถึงระดับความพึงพอใจได้ ดังนี้ (1) ถ้าผลงานที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะรู้สึกไม่พึงพอใจ (2) ถ้าผลงานที่รับรู้เท่ากับความคาดหวังจะรู้สึกพึงพอใจ (3) ถ้าผลงานที่รับรู้สูงเกินกว่าที่ความคาดหวังจะรู้สึกพึงพอใจมาก Kotler (2003) สรุปว่า ความพึงพอใจ (satisfaction) คือ สิ่งที่ลูกค้ารู้สึกหลังการซื้อสินค้าเมื่อเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับคุณภาพสินค้า โดยถ้าผลที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวังจะไม่พึงพอใจ (dissatisfied customer) และถ้าผลที่ได้รับตรงกับที่คาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ (satisfied customer) และถ้าผลที่ได้รับนั้นสูงเกินกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความประทับใจ (delighted customer)

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

วีณา โฆษิตสุรงค์กุล (2554, หน้า 1-2) สรุปว่า ความจงรักภักดี คือ ความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีต่อบริษัท ซึ่งถ้ามีความจงรักภักดีลูกค้าจะเลือกติดต่อกับบริษัทเราโดยไม่สนใจคู่แข่งรายอื่น ไม่ว่าคู่แข่งจะมีสินค้าหรือบริการที่ดีกว่าเราหรือไม่ก็ตาม การที่ลูกค้ายังคงมีความเกี่ยวพันที่ดีกับเรานั้นเพราะลูกค้าเชื่อมั่นว่าเราสามารถเสนอสิ่งต่าง ๆ ให้เขาอย่างรู้ใจและสร้างความพอใจได้อย่างสม่ำเสมอโดยไม่ต้องรอขอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเรารู้จักว่าเขาคือใครสนใจอะไร ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร บางครั้งลูกค้าที่ดีของบริษัทรู้จักสินค้าดีกว่าพนักงานขายของเราเองเสียอีก แถมยังกลายเป็นผู้สนับสนุนของเราทางอ้อมโดยการแนะนำปากต่อปากไปยังบุคคลอื่น

## ขอบเขตการวิจัย

### ประชากร

สถานประกอบการที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี จำนวน 400 สถานประกอบการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้บริหารและพนักงานบัญชีที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดชลบุรี

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ สถานประกอบการที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 แห่ง โดยเลือกกลุ่มเฉพาะเจาะจงที่ใช้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในจังหวัดชลบุรี

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์การ ประกอบด้วย ทุนจดทะเบียน ประเภทกิจการ ลักษณะธุรกิจ ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ รายได้รวมต่อปีและจำนวนพนักงาน และปัจจัยด้านคุณภาพ ประกอบด้วย ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การตอบสนองต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีและความโปร่งใส

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าสำนักงานบัญชี

## วิธีดำเนินการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้วิจัย

การเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ข้อมูลด้านองค์การของสถานประกอบการ ประกอบด้วยด้านทุนจดทะเบียน ประเภทกิจการ ลักษณะธุรกิจ ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจรายได้รวมต่อปีของกิจการ จำนวนพนักงาน (2) ข้อมูลปัจจัยด้านปัจจัยคุณภาพของสำนักงานบัญชี ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การตอบสนองต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ความโปร่งใส จำนวน 37 ข้อ โดยดัดแปลงจาก เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2552), เดชยุต ทองเพชรนิล (2560), กิรติ บันดาลสิน (2558), ของวราพร หอมทอง (2556), ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) เป็นแบบสอบถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวและแบ่งตามระดับความคิดเห็นในการสร้างคำถามในลักษณะอันตรภาคชั้น เป็น 5 ระดับ (interval scale) (3) ข้อมูลความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ จำนวน 13 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวและแบ่งตามระดับความคิดเห็นในการสร้างคำถามในลักษณะอันตรภาคชั้น เป็น 5 ระดับ (interval scale)

สำหรับการแปลผลข้อมูล ได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงถึง	มีระดับความเห็นมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แสดงถึง	มีระดับความเห็นระดับมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แสดงถึง	มีระดับความเห็นระดับปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงถึง	มีระดับความเห็นระดับน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงถึง	มีระดับความเห็นระดับน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ส่งให้กับสถานประกอบการที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีจำนวน 400 แห่ง ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลรวมตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2562
2. ทำการตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลไม่ครบ ผู้ศึกษาได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกเพิ่มเติมทันที
3. นำแบบสอบถามที่ตอบข้อคำถามเรียบร้อยแล้วมาลงข้อมูลในคอมพิวเตอร์ จากนั้นนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลที่ได้เป็นรหัสพร้อมบันทึกข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (statistical package for the social sciences: SPSS) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่และระบุค่าข้อมูลเป็นร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การ โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. ทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การตอบสนองต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และความโปร่งใส ที่มีผลความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

### สรุปผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยด้านข้อมูลของสถานประกอบการ

ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาทในอัตราร้อยละ 70.5 เป็นบริษัท ในอัตราร้อยละ 55.7 เป็นธุรกิจขายปลีกหรือธุรกิจขายส่ง ในอัตราร้อยละ 38.3 มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 5-10 ปี ในอัตราร้อยละ 37.5 มีรายได้รวมต่อปีน้อยกว่า 10 ล้านบาท ในอัตราร้อยละ 44.5 และมีจำนวนพนักงาน 10-30 คน ในอัตราร้อยละ 31.5

#### ส่วนที่ 2: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี

ผู้ประกอบการ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความเชี่ยวชาญทางอาชีพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และด้านความโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.52 ตามลำดับ (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	N = 400	
	$\bar{x}$	SD
1. ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ	4.58	.34
2. การตอบสนองต่อลูกค้า	4.55	.30
3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	4.54	.33
4. การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	4.53	.33
5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี	4.52	.35
6. ความโปร่งใส	4.52	.36
โดยรวม	4.54	.28

### ส่วนที่ 3: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ

ผู้ประกอบการ มีระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความพึงพอใจของสถานประกอบการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ความจงรักภักดีของสถานประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ(รายละเอียดดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ

ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ	N = 400	
	$\bar{x}$	SD
1. ความพึงพอใจของสถานประกอบการ	4.53	.36
2. ความจงรักภักดีของสถานประกอบการ	4.47	.36
โดยรวม	4.50	.32

### ส่วนที่ 4: ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสถานประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสามารถในการอธิบายอยู่ที่ร้อยละ 49.2 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสถานประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ด้าน สามารถพิจารณาจากค่าคะแนนมาตรฐาน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ ( $\beta = .30$ ) ลำดับที่ 2 คือ การดูแลเอาใจใส่และความโปร่งใส( $\beta = .21$ ) ลำดับที่ 3 คือ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ( $\beta = .11$ ) ลำดับที่ 4 คือ การตอบสนองต่อลูกค้า ( $\beta = .02$ ) และลำดับที่ 5 คือ ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ลูกค้า ( $\beta = -.01$ ) (รายละเอียดดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านคุณภาพ	ความพึงพอใจของสถานประกอบการ		t-value	p-value	
	B	สัมประสิทธิ์การถดถอย ( $\beta$ )			
ค่าคงที่ (constant)	.58		2.76*	.01	
1. ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ	.31	.30	6.10*	.00	
2. การตอบสนองต่อลูกค้า	.03	.02	.38	.70	
3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	.12	.11	1.86	.06	
4. การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	.23	.21	3.62*	.00	
5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี	-.01	-.01	-.183	.86	
6. ความโปร่งใส	.20	.21	3.90*	.00	
R = 0.70		R <sup>2</sup> = 0.49	Adjusted R <sup>2</sup> = 0.49	SE = 0.39	F = 63.38

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของสถานประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีระดับความสามารถในการอธิบายอยู่ที่ร้อยละ 46.3 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 ด้าน สามารถพิจารณาจากค่าคะแนนมาตรฐาน โดยเรียงลำดับน้ำหนักจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ( $\beta = .25$ ) ลำดับที่ 2 คือ ด้านความโปร่งใส ( $\beta = .17$ ) ลำดับที่ 3 คือ ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี ( $\beta = .13$ ) ลำดับที่ 4 คือ ด้านความเชี่ยวชาญทางอาชีพ ( $\beta = .12$ ) ลำดับที่ 5 คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ( $\beta = .08$ ) และลำดับที่ 6 คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\beta = .07$ ) (รายละเอียดดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการต่อความจงรักภักดีของสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านคุณภาพ	ความจงรักภักดีของสถานประกอบการ		t-value	p-value	
	B	สัมประสิทธิ์การถดถอย ( $\beta$ )			
ค่าคงที่ (constant)	.49		2.17*	.12	
1. ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ	.13	.12	2.45*	.00	
2. การตอบสนองต่อลูกค้า	.09	.07	1.23	.03	
3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	.27	.25	4.07*	.01	
4. การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า	.08	.08	1.24	.00	
5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี	.13	.13	2.15*	.04	
6. ความโปร่งใส	.17	.17	3.04*	.04	
R = 0.68		R <sup>2</sup> = 0.46	Adjusted R <sup>2</sup> = 0.46	SE = 0.46	F = 56.38

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลตามสมมุติฐานการวิจัย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความเชี่ยวชาญทางอาชีพ การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี และการตอบสนองต่อลูกค้า

1. ปัจจัยด้านความเชี่ยวชาญทางอาชีพ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานบัญชี ซึ่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยขั้นเชิงในการวางแผน การบริหารเหนือคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร หอมทอง (2556) เรื่องผลกระทบของความชำนาญในวิชาชีพบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของหัวหน้าการเงินธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กล่าวถึง หัวหน้าการเงิน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความชำนาญในวิชาชีพบัญชีโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทักษะวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านประสบการณ์การทำงาน และด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2. ปัจจัยความโปร่งใส เนื่องมาจากด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี ได้แก่ (1) มีความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์ (2) มีความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (3) มีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพในการให้บริการ ข้อ 4 การรับประกัน เป็นการรับประกันว่า จะได้รับการบริการเป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล และธวัช ภูษิตโภยโคย (2551) ได้กล่าวว่า ความโปร่งใสเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจไม่มีการปิดบังซ่อนเร้นบิดเบือน หรือเอาแต่ประโยชน์ส่วนตน โดยผู้บริการต้องปฏิบัติให้เห็นเป็นแบบอย่างเพื่อให้เกิดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน อีกทั้งผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยพบว่า ผู้ทำบัญชีของสำนักงานบัญชีมีค่านิยมจรรยาบรรณในวิชาชีพมากที่สุด โดยมีความซื่อสัตย์ดีที่สุดในเรื่องความโปร่งใสและรักษาความลับ ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อลูกค้า มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบัญชี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า เนื่องมาจากด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี (1) มีความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์ (2) มีความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (3) มีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพในการให้บริการ ข้อ 4 การรับประกัน เป็นการรับประกันว่า จะได้รับการบริการเป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล

4. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีส่งผลต่อความจงรักภักดีของสถานประกอบการ เนื่องจากภาพลักษณ์องค์การเป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อหน่วยงาน สถาบัน และภาพในใจดังกล่าวนั้นอาจได้มาจากประสบการณ์ในทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของอมราพร ปวบุตร (2550) พบว่า ภาพลักษณ์องค์การเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์การที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์หรือมีความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันโดยการกระทำ หรือพฤติกรรมองค์การ การบริการ การบริการ และประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์การ ประกอบด้วย ความเชื่อถือ ยอมรับ ประทับใจ

ความศรัทธา ความจงรักภักดี และชื่อเสียง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ทิพวรรณ ทรัพย์สุวรรณ (2560) พบว่า (1) จริยธรรมธุรกิจ ด้านความรับผิดชอบ และด้านการเคารพในสิทธิของบุคคลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร (2) จริยธรรมธุรกิจ ด้านความยุติธรรม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร (3) ภาพลักษณ์องค์กร ด้านความเลื่อมใสและศรัทธา และด้านความคล่องตัวในการบริหารงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารสำนักงานบัญชีควรตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับจริยธรรม โดยการสร้างแนวปฏิบัติให้บุคลากรมีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม รับผิดชอบต่อสังคม และเคารพสิทธิของบุคคลเพื่อสร้างภาพลักษณ์

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี ดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญทางอาชีพมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรมีการฝึกอบรมสัมมนาตามหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาทักษะและศักยภาพด้านความรู้ในวิชาชีพให้มีมากขึ้น โดยเฉพาะด้านบุคลากรควรจะมีการพัฒนาศักยภาพโดยให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อทันกับการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลทางการบัญชีควรมีกำหนดอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ทำบัญชีและผู้ช่วยผู้ทำบัญชีมีความแม่นยำในหลักการพื้นฐานของมาตรฐานการบัญชีเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ที่ถูกต้อง นอกจากนี้ สำนักงานบัญชีควรติดต่อกับสถานศึกษาที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนในวิชาชีพบัญชี เพื่อเป็นการสอนที่เป็นการฝึกปฏิบัติงานให้มากขึ้น ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ทำให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ

2. การตอบสนองต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรมีความกระตือรือร้นและมีความยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และสำนักงานบัญชีควรมีเอกสารคู่มือข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงาน เพื่อเป็นแนวทางและวิธีปฏิบัติไม่ให้เกิดซ้ำซ้อน ควรมีการให้พนักงานฝึกการบริการด้านงานสำนักงานบัญชี เช่น การเข้าอบรมงานที่เกี่ยวกับการบริการ เพื่อให้เป็นมาตรฐานและพัฒนาสำนักงานบัญชีให้เป็นที่ยอมรับแก่สถานประกอบการ

3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้น สำนักงานบัญชีควรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าเมื่อเกิดข้อผิดพลาดและปฏิบัติตามคู่มือ อีกทั้งต้องปฏิบัติงานให้ถูกต้องครบถ้วนและส่งมอบงานอย่างตรงตามเวลาอย่างเคร่งครัด และเมื่อจะยกเลิกการจ้าง ต้องทำสัญญาล่วงหน้าโดยระบุข้อมูลการคืนเอกสารอย่างชัดเจนและในเวลาที่เหมาะสม

4. การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้น สำนักงานบัญชีจะใส่ใจในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และต้องจดจำรายละเอียดของลูกค้า โดยมีการบริการที่เป็นกันเอง โดยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

5. ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้นสำนักงานบัญชีต้องสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการ อีกทั้งต้องสร้างชื่อเสียงหรือได้รับการรับรองจากหน่วยงานทางราชการ เช่น ได้รับการรับรองเป็น สำนักงานบัญชีคุณภาพ จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

6. ความโปร่งใสมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ ดังนั้นสำนักงานบัญชีจะต้องมีระบบติดตามงาน โดยมีเอกสารควบคุมบัญชีรับ-ส่งเอกสาร เพื่อเป็นการรักษาเอกสารของลูกค้าให้ครบถ้วนและไม่ให้สูญหายและรักษาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี โดยเฉพาะ (1) ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์ (2) มีความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (3) มีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและมีการรักษาความลับ ไม่นำข้อมูลลูกค้าไปเปิดเผย

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มสำนักงานบัญชีคุณภาพเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในคุณภาพการให้บริการในกลุ่มสำนักงานบัญชี จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่อยู่ในสำนักงานบัญชีคุณภาพและสำนักงานบัญชีที่ไม่ได้การรับรองคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อให้ทราบข้อดีข้อเสียของแต่ละองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในการสร้างความน่าเชื่อถือ และปัญหาต่อการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี
3. ควรศึกษาตัวแปรด้านอื่น ๆ เช่น จำนวนสำนักงานบัญชีที่เป็นคู่แข่ง ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกระทรวงพาณิชย์. (2543). *พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543*. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกระทรวงพาณิชย์
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกระทรวงพาณิชย์. (2561). *รายชื่อและที่ตั้งของสำนักงานบัญชีที่ผ่านการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี*. สืบค้นจาก [https://www.dbd.go.th/news\\_view.php?id=6165](https://www.dbd.go.th/news_view.php?id=6165).
- กรมสรรพากร. (2560). *ภาษีเงินได้นิติบุคคล*. สืบค้นจาก <https://www.rd.go.th/publish/308.0.html>.
- กীরติ บันดาลสิน. (2558). *การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์. (2552). *หัวใจสำคัญของงานบริการ, แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ*. สืบค้นจาก [www.research-system.siam.edu/images/coop/Introduction\\_To.../06\\_ch2.p](http://www.research-system.siam.edu/images/coop/Introduction_To.../06_ch2.p).
- เชมกร เข็มน้อย. (2554). *ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสมุทรสาคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เดชยุต ทองเพชรนิล. (2560). *ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ทิพวรรณ ทรัพย์สุวรรณ. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมธุรกิจภาพลักษณ์องค์กรและความสำเร็จขององค์กรสำนักงานบัญชีในเขตภาคกลาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธวัช ภูษิตโยโดย. (2551). การบัญชีกับการจัดการสำหรับ SMEs. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 23(86), 17-22.

- ธัชพล ไบบวเทศ. (2556). *ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าค้าปลีกหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประโชติ นำสุขตระกูล. (2553). *การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสำนักงานบัญชี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปริยาภรณ์ ศุภนาททรัพย์. (2546). *การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดทำบัญชีของสำนักงานสหมิตรการบัญชี* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยทองสุข.
- เพ็ญธิดา พงษ์ธานี. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รุ่งนียา วงศ์ศรี. (2560). *ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของสำนักงานบัญชีในจังหวัดชลบุรี* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- วรารพร หอมทอง. (2556). *ผลกระทบของความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานการบัญชีที่มีต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กฤษณรักษ์ ศรีขาว. (2555). *คุณภาพการบริการกับการสร้างความจงรักภักดีของธนาคารธนชาต จำกัด(มหาชน)* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วิมลรัตน์ หงษ์ทอง. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วีณา โสภิตสร้างสกุล. (2554). *Customer Loyalty*. สืบค้นจาก [http://www2.ftpi.or.th/dwnld/pworld/pw42/42\\_customer\\_loyalty.pdf](http://www2.ftpi.or.th/dwnld/pworld/pw42/42_customer_loyalty.pdf).
- หัทธยา คงปรีพันธ์. (2557). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าเปรียบเทียบระหว่างธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อมรพร ปวบุตร .(2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และภาพลักษณ์องค์การของธุรกิจที่ได้รับรางวัลส่งเสริมการลงทุน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12<sup>th</sup> ed). New jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11<sup>th</sup> ed). New jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (10<sup>th</sup> ed). New jersey: Pearson Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, & Berry, L. L.(1985). A conceptual model of service quality and its implication. *Journal of Marketing*, 49, 41–50.