

ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวนวรรตน์ บุญธนากร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ตุลาคม 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๖๕๘.๘๓๔๓
น ๒๙๙ป
ร.๓

ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวนวรรตน์ บุญนาคกร

26 ม.ค. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ตุลาคม 2547

h ๒๕๗๙/๖ ร.๓

นวัฒน์ บุญหนากร. (2547). ปัจจัยส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสาร
นิพนธ์ :ดร. พนิต กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้ความมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการบริการที่มีต่อพฤติกรรม การ
ใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ
ผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม
เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และการทดสอบ ไค-สแควร์ ผลการวิจัย พบว่า

1.ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้าน
บาท โดยประกอบธุรกิจโรงงานผลิต ซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1 – 5 ปี และมีรายได้จากการ
ประกอบการของปีที่ผ่านมามีไม่เกิน 30 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
ด้านส่วนประสมการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้าน
ส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ
, ด้านราคา และด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้
ประกอบการส่วนใหญ่ใช้บริการสำนักงานตรวจสอบบัญชี และผู้ประกอบการส่วนใหญ่พอใจบริการ
ตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง ในรอบ 5 ปี ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ผู้ตรวจสอบ
บัญชีเดิม และอาจบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ โดยส่วนใหญ่ต้องการบริการที่ปรึกษาด้าน
กฎหมายธุรกิจเพิ่มเติมจากบริการที่ใช้อยู่เดิม

2. ทุนจดทะเบียน, ประเภทธุรกิจ, และรายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติ
กรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 แต่รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการ
ใช้บริการตรวจสอบบัญชีในด้านประเภทของบริการและความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม ส่วนระยะ
เวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการใช้
บริการด้านประเภทของบริการ, ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และการบอกต่อบริการ

3. รูปแบบของกิจการ, ทุนจดทะเบียน, ประเภทของธุรกิจ,ระยะเวลาในการดำเนินงาน และ
รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการทุกด้าน อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการ
ตลาด และด้านบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร
ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการใช้บริการในด้าน ประเภทของบริการ, ความพึงพอใจ

ต่อการให้บริการ, การบอกต่อบริการ และความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม ส่วนปัจจัยด้านส่วน
ประสมการบริการ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติ
กรรมการใช้บริการด้าน ประเภทของบริการ, ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และการบอกต่อบริการ

**SERVICE MIX FACTORS INFLUENCING THE BEHAVIOR OF SELECTING
THE AUDIT SERVICES OF ENTREPRENEURS IN BANGKOK**

AN ABSTRACT

BY

MISS NAVARAT BOONTHANAKORN

**Presented in Partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University**

October 2004

Navarat Boonthanakorn. (2004). *Service mix Factors influencing behavior of selecting the audit services of entrepreneurs in Bangkok*. Master Project, M.B.A. (Management) Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University, Project Advisor : Dr. Panid Kulsiri

The purpose of this research is to study the service mix Factors influencing behavior of selecting the audit services of entrepreneurs in Bangkok. The sample used in this research is 400 entrepreneurs who currently own business that located in Bangkok metropolis. Questionnaires were used as a tool to collect data. Various statistical techniques were employed to analyze data such as percentage, standard deviation, and Chi-square. The results are as follows :

1. Most of entrepreneurs are traders whose businesses are in the form of company limited, have registered capital not higher than 5 million baht, have operated for 1-5 years with last - year revenue of less than 30 million baht. The study found that entrepreneurs have an opinion towards overall service mix factors at the highest level. When consider each aspect separately, entrepreneurs have opinion at the highest level towards the service mix factors in aspects of service, price, marketing promotion, personnel, physical characteristics, and process. Most entrepreneurs used the service offered by auditing companies. Entrepreneurs are satisfied with their current auditing company at moderate level. During these 5 years, most entrepreneurs have used the same auditor. They might spread their word to others about their current auditor. They prefer a business law counselor as an additional service as well.

2. Registered capitals, type of business, and operating revenue are associated with the overall behavior of selecting the audit services of entrepreneurs in Bangkok at a significant level of 0.05. Regarding the form of business, it has relationship with behavior of selecting the auditors of entrepreneurs in Bangkok at the statistical significant level of 0.05 in terms of types of service and additional services preference. Number of years in operating has relationship with behavior of selecting the auditors in terms of types of service, satisfaction of service, and word of mouth at the statistical significant level of 0.05.

3. Form of business, registered capital, type of business, number of years in operating and operating income have relationship with service mix factors in every aspect at the significant level of 0.05.

4. Service mix factors in the aspects of service, price, marketing promotion, and personnel have relationship with behaviors of selecting auditors of entrepreneurs in Bangkok at the statistical significant level of 0.05 in every aspect. Physical characteristics has relationship with behaviors of selecting auditors in terms of types of service, word of mouth, and additional services preference at the statistical significant level of 0.05. Service mix factors in terms of process has relationship with behaviors of selecting auditors in terms of types of service, satisfaction of service, and word of mouth at the statistical significant level of 0.05.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
Wm

(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
Sriorn

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....
Wm

(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธาน

.....
Sriorn

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยดา สมบัติวัฒนา)

.....
Sriorn

กรรมการ

(อาจารย์ สุวรรณี ตริวัฒนาวงศ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
Sriorn

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พ.ศ.2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาชี้แนะ และให้คำปรึกษาในการทำวิจัย และได้สละเวลาให้ความช่วยเหลือแนะนำ พร้อมทั้งยังตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ จนทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสิ้นเรียบร้อย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะดา สมบัติวัฒนา และ อาจารย์สุวรรณี ตริวัฒนาวงศ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการผู้เชี่ยวชาญ ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและช่วยแก้ไขแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้สารนิพนธ์นี้มีผลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้โดยตรงและโดยอ้อมจากหลักสูตร ที่ทำให้ผู้วิจัยได้รวบรวมความรู้จากบทเรียนของทุกท่านมาประยุกต์ใช้จนทำให้งานสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามซึ่งทำให้การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ EX-MBA (การจัดการ) รุ่น 3 เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้เข้ามาศึกษาหาความรู้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอน จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

นวรรตน์ บุญธนากร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	9
สมมุติฐานในการวิจัย	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	11
แนวคิดความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ.....	15
คุณภาพของการบริการ.....	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	20
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	26
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	29
มรรยาทผู้สอบบัญชี	34
พระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505	36
ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	37
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	39
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	142
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	142
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	144
อภิปรายผล	163
ข้อเสนอแนะ	168
ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป	169
บรรณานุกรม	170
ภาคผนวก	173
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	186

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคำถาม 7 คำถาม (6W _s และ 1H).....	23
2	แสดงผลการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	43
3	แสดงจำนวนและคำร้อยละลักษณะทั่วไปของธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ.....	49
4	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ.....	51
5	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา.....	52
6	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	52
7	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล.....	53
8	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	53
9	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ.....	54
10	แสดงพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี.....	55
11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี	57
12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ.....	58
13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	58
14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	59
15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ ต้องการเพิ่มเติม.....	60
16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี.....	61

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ	62
18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	63
19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	64
20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ ต้องการเพิ่มเติม.....	65
21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี	66
22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ	67
23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	68
24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	69
25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ ต้องการเพิ่มเติม	70
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี.....	71

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ.....	72
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	73
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	74
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม.....	75
31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี.....	76
32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ	77
33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	78
34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	79
35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม.....	80
36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ.....	81
37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา.....	82

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ.....	98
54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ.....	99
55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา	100
56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด...	101
57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล.....	102
58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	103
59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ.....	104
60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ	105
61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา.....	106
62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	107
63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล.....	108
64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	109
65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ.....	110
66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภท ของบริการตรวจสอบบัญชี.....	111

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึง พอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี.....	112
68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถึ ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	113
69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการกับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อ บริการตรวจสอบบัญชี.....	114
70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการ อื่นที่ต้องการเพิ่มเติม.....	115
71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประภ ทของบริการตรวจสอบบัญชี.....	116
72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึง พอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี.....	117
73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถึใน การเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	118
74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอก ต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	119
75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการ อื่นที่ต้องการเพิ่มเติม.....	120
76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประภทของบริการตรวจสอบบัญชี.....	121

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี.....	122
78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	123
79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี.....	124
80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม.....	125
81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของ บริการตรวจสอบบัญชี.....	126
82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี.....	127
83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี	128
84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี	129
85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคลกับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ ต้องการเพิ่มเติม.....	130
86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับ พฤติกรรม การใช้บริการ ตรวจสอบ บัญชี ใน กรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี	131

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
87	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี.....	132
88	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี.....	133
89	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี	134
90	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม	135
91	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี	136
92	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี	137
93	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี	138
94	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี	139
95	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม	140

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	แสดงองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ.....	28
2	แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	29
3	แสดงโมเดลคุณภาพของบริการ (Service-quality model).....	33

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลได้ประกาศลอยตัว ค่าเงินบาท ซึ่งจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้ทุกฝ่ายมีการ ทบทวนปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลทางบัญชี ซึ่งเป็นเวลานานมาแล้วผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กไม่ได้สนใจที่จะใช้บริการของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในการตรวจสอบงบการเงินของธุรกิจนั้นๆ การตรวจสอบงบการเงินโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจึงอาจถือเป็นภาระของธุรกิจโดยไม่ก่อประโยชน์อื่นใด นอกจากเพียงเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย ส่วนการสอบบัญชีจะมีคุณภาพหรือไม่ ผู้ประกอบการบางรายอาจถือว่าไม่สำคัญ โดยไม่ใส่ใจว่าจะสร้างความเสียหายแก่วิชาชีพหรือประเทศชาติโดยรวมอย่างไร

ปัจจุบันสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยได้มีการฟื้นตัว จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ปีพ.ศ. 2546) คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะมีอัตราการขยายตัวประมาณ 7 % - 8% ในปี พ.ศ. 2547 โดยเป็นการขยายตัวในอัตราเร่งจากประมาณการอัตราการขยายตัวที่ 6.2 % ในปี พ.ศ. 2546 และ 5.3 % ในปี พ.ศ. 2545 จึงมีธุรกิจการค้าต่างๆ จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จากสถิติการจดทะเบียนธุรกิจในปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจที่จดทะเบียนมีทั้งสิ้นเพียง 384,018 แห่ง แต่ในปี พ.ศ. 2546 มีธุรกิจจดทะเบียนทั้งสิ้นจำนวน 462,351 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2546)

ผู้ประกอบการธุรกิจโดยทั่วไปไม่ว่าจะประกอบธุรกิจในรูปแบบใด สิ่งหนึ่งที่จะละเว้นเสียไม่ได้คือ การจัดทำบัญชีเพราะการบัญชีมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการควบคุม การตัดสินใจตลอดจนการบริหารธุรกิจโดยมีผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ตามความต้องการ แต่ข้อมูลทางบัญชีเหล่านั้นจะเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้ก็ต่อเมื่อข้อมูลเหล่านั้นเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ดังนั้นรัฐบาลจึงออกกฎหมายเพื่อควบคุมการจัดทำบัญชีตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยบริษัทจำกัด กำหนดให้ธุรกิจที่ดำเนินกิจการในรูปบริษัทจำกัดต้องจัดทำงบการเงินให้ถูกต้องตามประเภทของกิจการนั้นๆ ตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายการบัญชี กำหนดให้บริษัทในประเทศไทยและนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศจะต้องมีผู้สอบบัญชีคนหนึ่งหรือหลายคนตรวจสอบ และให้ความเห็นต่องบการเงินที่ได้ตรวจสอบนั้น และต้องยื่นงบการเงินที่ตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตต่อส่วนราชการภายในห้าเดือนนับแต่วันปิดบัญชี

งานสอบบัญชีนี้ในประเทศต่างๆ ถือเป็นวิชาชีพอย่างหนึ่ง เรียกว่า "วิชาชีพสอบบัญชี" ซึ่งเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นจะต้องอาศัยผู้มีคุณสมบัติและความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เพราะเป็นผู้ให้ความเห็นต่อภาวะเศรษฐกิจเป็นส่วนรวม จึงเป็น

หนึ่งในวิชาชีพที่ความเกี่ยวพันกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นผู้สอบบัญชีจึงควรจะเป็นผู้ที่มีความสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริต มีความรอบรู้ ผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีนี้มีชื่อเรียกว่า "ผู้สอบบัญชี" (Auditor หรือ Public Accountant) ซึ่งเมื่อขึ้นทะเบียนตามกฎหมายแล้วเรียกว่า "ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต" (Certified Public Accountant) ซึ่งพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505 ได้กำหนดคุณสมบัติและความรู้ของผู้ที่จะขึ้นทะเบียนเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต โดยจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพสอบบัญชี (ก.บช.) ขึ้นในกระทรวงพาณิชย์ รับขึ้นทะเบียนและออกใบอนุญาตเป็น "ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต" แก่บุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนรวมทั้งได้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสอบบัญชีและผ่านการทดสอบแล้ว กฎหมายฉบับนี้ห้ามมิให้บุคคลอื่นซึ่งมิใช่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทำการสอบบัญชีของกิจการที่กฎหมายบัญญัติให้มีการสอบบัญชี นอกจากนั้นการปฏิบัติงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับมรรยาทของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2534) เพื่อเป็นขอบเขตและแนวทางในการให้บริการวิชาชีพสอบบัญชีด้วย

จึงกล่าวได้ว่าการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตถือเป็นธุรกิจให้บริการอย่างหนึ่งที่มีลักษณะพิเศษไปกว่าธุรกิจทั่วไปเพราะจะต้องเป็นไปตามกฎหมายกำหนด เช่น กำหนดวิธีการตรวจสอบ การเสนอรายงานผลการตรวจสอบ กำหนดมรรยาทในการปฏิบัติงาน จากข้อมูลข่าววิชาชีพบัญชีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2546:3) มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการสอบบัญชีที่สูง รวมถึงไม่สามารถติดต่อผู้สอบบัญชีเพื่อตรวจสอบบัญชี ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งใช้ผู้สอบบัญชีที่ลงลายมือชื่อรับรองงบการเงินโดยไม่ได้ตรวจสอบ ซึ่งผู้สอบบัญชีเหล่านั้นจะคิดค่าสอบบัญชีในอัตราค่อนข้างถูก ซึ่งไม่เกิดผลดีแก่ธุรกิจเนื่องจากมิได้มีการตรวจสอบบัญชีและงบการเงินที่แท้จริง ทำให้ข้อมูลงบการเงินที่นำเสนอหน่วยงานราชการไม่ถูกต้อง ดังนั้นทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงเข้ามาเข้มงวดเพื่อไม่ให้เกิดการลงลายมือชื่อโดยไม่ได้ตรวจสอบ การที่ผู้สอบบัญชีต้องปฏิบัติงานตรวจสอบโดยเข้าไปตรวจสอบบัญชีและเอกสารหลักฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องและหากพบข้อบกพร่อง ผู้สอบบัญชีจะแนะนำให้ธุรกิจปฏิบัติให้ถูกต้องซึ่งต้องใช้เวลาและความรู้ทางด้านการสอบบัญชีมาก ดังนั้นค่าสอบบัญชีจึงขึ้นอยู่กับความยุ่งยาก ความซับซ้อนของงาน ปริมาณงานและเวลาที่ใช้ ซึ่งธุรกิจสามารถได้รับประโยชน์จากข้อเสนอแนะของผู้สอบบัญชี ตลอดจนพัฒนาระบบบัญชีของตน ทำให้ธุรกิจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการบริหารต่อไปได้ ซึ่งธุรกิจจะต้องรู้จักใช้ผู้สอบบัญชีให้เกิดประโยชน์จากการที่จ่ายค่าตอบแทนให้ผู้สอบบัญชีแล้ว

จากกฎกระทรวงฉบับที่ 4 ได้กำหนดมรรยาททั่วไปของผู้สอบบัญชี ไม่โฆษณาหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาด้วยประการใด ๆ ซึ่งการประกอบวิชาชีพสอบบัญชีเว้นแต่การแสดงชื่อ คุณวุฒิ ที่อยู่ หรือชื่อที่ตั้งสำนักงานของตน ผู้ประกอบการบางรายจึงไม่สามารถหารายชื่อและสถานที่ติดต่อผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้ จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้เกิดนายหน้าคนกลางที่เป็นผู้ติดต่อหาผู้สอบบัญชีให้กับผู้ประกอบการซึ่งเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ค่าบริการสอบบัญชีสูง ซึ่งปัจจุบันกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้มีมาตรการที่จะตัดวงจรนายหน้า โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกับผู้สอบบัญชีติดต่อกันโดย

ตรงและกำหนดให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแจ้งรายชื่อธุรกิจที่จะลงลายมือชื่อรับรองการสอบบัญชีในปีถัดไปต่อคณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพสอบบัญชี (ก.บช.) ซึ่งจะมีผลให้ธุรกิจมีเวลามากขึ้นในการพิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีเป็นการล่วงหน้า ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาคนกลางหรือนายหน้าได้ การที่ธุรกิจสามารถติดต่อกับผู้สอบบัญชีโดยตรงไม่ผ่านนายหน้าคนกลาง จะทำให้ธุรกิจประหยัดค่าสอบบัญชี

- ผู้ประกอบธุรกิจบางรายที่จัดทำบัญชีไม่ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี หรือต้องการหลบหรือหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอากร จะไม่เห็นถึงความสำคัญของการตรวจสอบบัญชี ซึ่งส่งผลทำให้งบการเงินนั้นไม่ถูกต้อง แม้รายงานการเงินเพียงฉบับเดียวที่ไม่เป็นไปตามหลักการของมาตรฐานวิชาชีพ ก็จะเป็นผลให้สังคมธุรกิจขาดความเชื่อถือ (ข้อมูลจากข่าวประชาสัมพันธ์ สมาคมนักบัญชี 2543)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงคิดว่าควรมีการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการในด้านการพิจารณาเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี โดยทำการศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการมีต่อการใช้บริการตรวจสอบบัญชี เพื่อปรับปรุงการบริการให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี
2. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจที่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการและพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นที่จะศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี เพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการด้านตรวจสอบบัญชี อีกทั้งยังนำผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการใน กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ 5 % และที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และกำหนดความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปรากฏว่าได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้เป็นตัวแทนของประชากรที่สามารถเชื่อถือได้โดยได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Random Sampling) ดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มการปกครองใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย 50 เขต ตามเขตการปกครองของ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกเขตจากกลุ่มการปกครองกลุ่มละ 1 เขต
2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยให้แต่ละเขตที่ถูกเลือกมีกลุ่มขนาดตัวอย่างเท่า ๆ กัน
3. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยดูรายชื่อจากสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองปี พ.ศ. 2547 ของแต่ละเขตที่ถูกเลือก

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

1.1.1 รูปแบบกิจการ

- 1.1.1.1 บริษัทจำกัด
- 1.1.1.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- 1.1.1.3 อื่นๆ

1.1.2 ทุนจดทะเบียน

- 1.1.2.1 ไม่เกิน 5 ล้านบาท
- 1.1.2.2 6 - 20 ล้านบาท
- 1.1.2.3 21 - 50 ล้านบาท
- 1.1.2.4 มากกว่า 50 ล้านบาท

1.1.3 ประเภทของธุรกิจ

- 1.1.3.1 อุตสาหกรรมการผลิต
- 1.1.3.2 โรงงานผลิต
- 1.1.3.3 รับเหมาก่อสร้าง

- 1.1.3.4 ธุรกิจสังหาริมทรัพย์
- 1.1.3.5 ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ
- 1.1.3.6 ธุรกิจขายปลีกขายส่ง
- 1.1.3.7 ธุรกิจร้านอาหาร
- 1.1.3.8 ธุรกิจซื้อมาขายไป
- 1.1.3.9 ตัวแทนนายหน้า
- 1.1.3.10 บริการด้านการเงิน
- 1.1.3.11 บริการทั่วไป
- 1.1.3.12 อื่นๆ

1.1.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

- 1.1.4.1 1 - 5 ปี
- 1.1.4.2 6 - 10 ปี
- 1.1.4.3 11 - 20 ปี
- 1.1.4.4 มากกว่า 20 ปี

1.1.5 รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา

- 1.1.5.1 ไม่เกิน 30 ล้านบาท
- 1.1.5.2 31 - 50 ล้านบาท
- 1.1.5.3 51 - 100 ล้านบาท
- 1.1.5.4 101 - 200 ล้านบาท
- 1.1.5.5 มากกว่า 200 ล้านบาท

1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

1.2.1 ปัจจัยด้านบริการ (Services)

- 1.2.1.1 ชื่อเสียงของสำนักงานสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีอิสระ
- 1.2.1.2 ความน่าเชื่อถือของสำนักงาน หรือ ผู้สอบบัญชีอิสระ
- 1.2.1.3 ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน
- 1.2.1.4 ภาพลักษณ์ของสำนักงานสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีอิสระ
- 1.2.1.5 ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน
- 1.2.1.6 การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง
- 1.2.1.7 ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ
- 1.2.1.8 การใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ

1.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

- 1.2.2.1 อัตราค่าบริการที่เหมาะสม
- 1.2.2.2 เงื่อนไขในการชำระค่าบริการ

1.2.3 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- 1.2.3.1 การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์
- 1.2.3.2 ได้รับบริการเสริม ได้แก่ บริการที่ปรึกษา
- 1.2.3.3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต, สมุดหน้าเหลือง

1.2.4 ปัจจัยด้านบุคคล (People)

- 1.2.4.1 ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ
- 1.2.4.2 การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- 1.2.4.3 ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ
- 1.2.4.4 ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าที่นุก้าว และมีความซื่อสัตย์
- 1.2.4.5 มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี

1.2.5 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

- 1.2.5.1 ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน
- 1.2.5.2 ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน
- 1.2.5.3 ความสะอาดของสำนักงาน
- 1.2.5.4 ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า

1.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

- 1.2.6.1 การให้บริการที่รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน
- 1.2.6.2 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง
- 1.2.6.3 การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

2. ตัวแปรตาม (dependent Variables)

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

- 2.1.1 ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี
- 2.1.2 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ
- 2.1.3 ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบ
- 2.1.4 การบอกต่อ
- 2.1.5 ความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริการตรวจสอบบัญชี

หมายถึง สำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือ ผู้สอบบัญชีอิสระ ที่ได้รับอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชี ตามพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505 ที่ทำการตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชี และหลักฐานอื่นๆ โดยผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี ตามแนวทางปฏิบัติงานที่วิชาชีพได้

กำหนดเป็นมาตรฐานไว้ เพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินว่าได้จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปเพียงใดหรือไม่

2. ผู้ประกอบการ

หมายถึง บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องมีผู้สอบบัญชีตรวจสอบและแสดงความเห็นต่องบการเงิน

3. พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

หมายถึง การกระทำ ความรู้สึก การแสดงออก ได้แก่

3.1 ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี

หมายถึง สำนักงานสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีอิสระ

3.2 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

หมายถึง ความรู้สึก ได้แก่ มาก ปานกลาง น้อย

3.3 ความถี่ในการเปลี่ยนผู้สอบ

หมายถึง การเปลี่ยนผู้สอบในแต่ละปี ได้แก่ เปลี่ยนทุกปี ใช้ผู้สอบเดิม เป็นต้น

3.4 การบอกต่อ

หมายถึง การบอกต่อบริการสอบบัญชีที่ใช้บริการอยู่ให้บริษัทอื่นทราบ ได้แก่ บอกต่อแน่นอน อาจบอกต่อ ไม่บอกต่อแน่นอน

3.5 ความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม

หมายถึง การบริการอื่นที่ต้องการนอกเหนือจากการตรวจสอบบัญชี เช่น ที่ปรึกษาด้านภาษี ด้านกฎหมายธุรกิจ การจัดทำงบประมาณ การวางระบบบัญชี การตรวจสอบภายใน การฝึกอบรม สัมมนา เป็นต้น

4. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วัดส่วนประสมการบริการในด้านต่างๆ (Service mix) ซึ่งประกอบ

ด้วย :

5.1 ปัจจัยด้านบริการ (Services) หมายถึง ชื่อเสียงของบริษัท ความน่าเชื่อถือของสำนักงาน ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน ภาพลักษณ์ของผู้สอบบัญชี ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง ความตรงต่อเวลาในการเข้าบริการ

5.2 ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง อัตราค่าบริการที่เหมาะสม เจือปนไขในการชำระค่าบริการ

5.3 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต สมุดหน้าเหลือง การได้รับบริการเสริมเช่น บริการที่ปรึกษา ด้านบัญชี ภาษีอากร

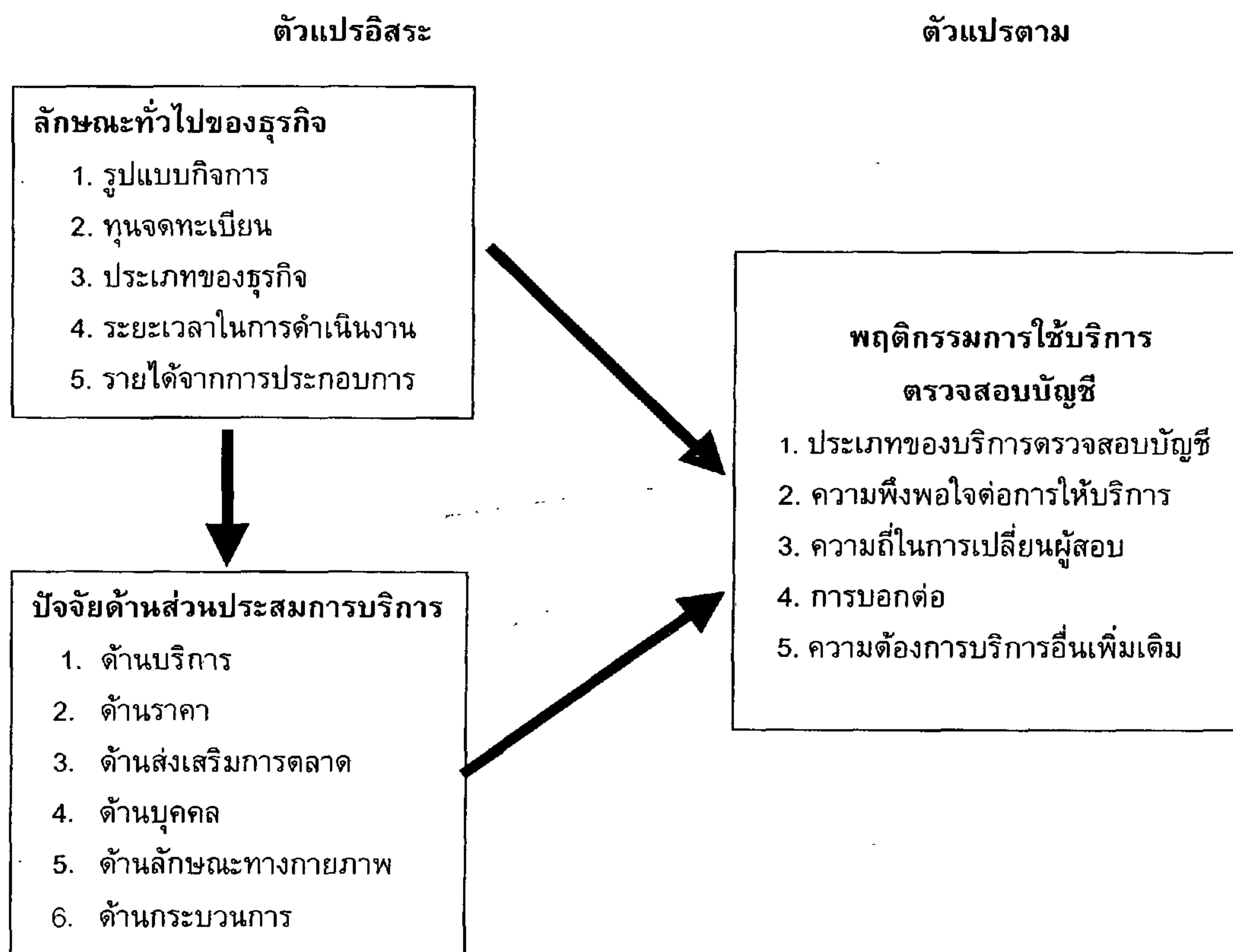
5.4 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หมายถึง ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตา ยิ้มแย้มและมีอัธยาศัยดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี

5.5 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน ความสะอาดของสำนักงาน ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า

5.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง การให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

2. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อใช้ประกอบในการทำงานวิจัยครั้งนี้ โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ
3. คุณภาพของการบริการ
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
6. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
7. มรรยาทผู้สอบบัญชี
8. พระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505
9. ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ

สำหรับความหมายและองค์ประกอบของการบริการและการบริการสาธารณะนั้น ได้มีนักวิชาการให้ความเห็นไว้มากมายหลายท่านดังนี้

คอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 608) กล่าวว่า การบริการ เป็นการแสดงสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่ง ๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ โดยที่การผลิตของมันอาจจะไม่หรืออาจจะถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพก็ได้

เลทรีเนน (วัชรวิ วัชรเสถียร. 2539 : 9; อ้างอิงจาก Lethinen. 1983 : 21) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

โบวี (Bovee. 1995 : 300) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง การปฏิบัติหรือการดำเนินการอันนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อผู้ซื้อบริการ โดยการบริการสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากเครื่องจักร (เช่นเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ) และจากบุคคล (เช่นที่ปรึกษา) หรือจากทั้งเครื่องจักรและบุคคลรวมกัน บริการสามารถเกิดขึ้นโดยตรงกับผู้ซื้อบริการ (เช่นการถอนเงิน) หรือเกิดขึ้นโดยอ้อมต่อผู้ซื้อบริการ (เช่นการซ่อมหลังคาบ้าน) เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2527 : 142) กล่าวว่าว่าการบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองตอบความต้องการของลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล หรือโรงแรม ซึ่งการให้บริการจะมีทั้ง

ผู้ให้และผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้วผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการ

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (หนาชัย ทวีทวากร. 2541:6; อ้างอิงจาก ศุภนิตย์ โชครัตนชัย.2536 : 13) ให้ความหมายว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรีให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

จากความหมายดังกล่าวอาจสรุปได้ว่าการบริการคือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ให้ความสะดวกสบาย และเกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดรายได้โดยไม่ต้องพึ่งพาอาศัยสินค้า โดยการบริการนั้นจะมีลักษณะเฉพาะคือไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ไม่ว่าจะก่อนซื้อหรือหลังซื้อ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของได้อย่างเป็นรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมกับ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ลักษณะของงานด้านการบริการ

การบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป โดยจากการตรวจเอกสารพบว่า จิรฉน์ ศรีรัตนบัลล์ (2541 : 170-177) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 334-336) และ สุมมนา อยู่โพธิ์ (2525 :7-8) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการไว้คล้ายคลึงกัน โดยได้แบ่งลักษณะสำคัญของการบริการออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. **สาระสำคัญของการไว้วางใจ (Trust)** การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับ ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคยได้ใช้บริการนั้นมาแล้ว

2. **สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)** การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่สามารถสัมผัสก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นการซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติและประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการ โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการจากสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา

ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหา เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถประเมินคุณภาพและตัดสินใจเลือกใช้บริการได้เร็วขึ้น ดังนี้

2.1 สถานที่ (Place) ผู้ให้บริการต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ เช่น อาคารต้องใหญ่โต โอ่โถง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้รับบริการ จัดหาที่นั่งให้เพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งมีเสียงเพลงประกอบด้วย

2.2 บุคคล (people) ผู้ให้บริการต้องมีการแต่งตั้งตัวที่เหมาะสม มีบุคลิกดี หน้าตาดี แยมแจ่มใส พุดสุภาพ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ได้รับจะดีด้วย

2.3 เครื่องมือ (Equipment) ผู้ให้บริการต้องจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และผู้รับบริการเกิดความพอใจ เช่น การบริการขนส่งสินค้า จะต้องมียานขนส่ง อุปกรณ์ในการยกขนต่าง ๆ อย่างเพียงพอ และพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลา

2.4 วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร (Communication Material) ผู้ให้บริการต้องจัดหาสื่อและเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อประสานงานได้อย่างรวดเร็ว มีแผ่นโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สวยงามทันสมัย และเหมาะสมกับการบริการที่เสนอแก่ผู้รับบริการ รวมถึงลักษณะของผู้รับบริการ

2.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือเครื่องหมายการค้า หรือตราสินค้าที่ใช้ในการบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเรียกชื่อได้ถูกต้อง ควรมีลักษณะการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการบริการที่เสนอขาย

2.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้น ๆ ได้ การผลิตและการบริโภคการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิต การขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวของมันเองออกจากกัน เหมือนเช่นการผลิตสินค้าทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มให้บริการจนกระทั่งบริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ (การผลิต) ขณะนั้นโดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกันคุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ

กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้รับบริการจะต้องรู้ถึงความหลากหลายในบริการ และสอบถามผู้อื่น ก่อนที่จะเลือกรับบริการ สำหรับผู้ให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

4.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมผู้ให้บริการรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการต้องเน้นด้านการฝึกอบรมในการบริการที่ดี

4.2 ต้องสร้างความพอใจให้ผู้รับบริการ โดยเน้นการให้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ การสำรวจข้อมูลผู้รับบริการและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

องค์ประกอบของงานบริการ

อดิเรก พงษ์กายี (2540 : 17) ได้ให้ความเห็นว่า งานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการคือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543 : 49-50) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ มีดังนี้

1. การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของลูกค้า
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อลูกค้าแต่ละคน
5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของการบริการ
6. คุณภาพของการให้บริการทั้งในระหว่างรับบริการและภายหลังรับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับการยกย่อง ชมเชย
8. ความปลอดภัยของการให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

Penchansky and Thomas (1981 : 127-140) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการทางการแพทย์สรุปเป็น 4 ประเภท

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่
2. การเข้าถึงแหล่งบริการ คือความสามารถที่จะเข้าไปใช้แหล่งบริการตามความสะดวก
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก
4. การยอมรับคุณภาพในการบริการ

ประเภทของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 1997:608-609) ได้จัดแบ่งประเภทของการบริการไว้เป็น 4 ประเภทคือ

1. บริการที่มีรูปลักษณะพร้อมสินค้า เช่น การผลิตและขายรถยนต์ ยอดขายของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับคุณภาพและการบริการลูกค้าที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ (เช่น ห้องแสดงสินค้า การซ่อมแซมและบำรุงรักษา การแนะนำติดตั้ง และการรับประกัน)
2. บริการที่ผสมผสานกับสินค้า เป็นการผสมผสานระหว่างการบริการกับสินค้าในสัดส่วนที่เท่าๆกัน เช่น ผู้คนมักเข้าไปในร้านอาหารเพื่อต้องการทั้งรับประทานอาหารและการบริการ
3. การบริการหลักพร้อมด้วยสินค้าและการบริการรอง เป็นการบริการที่ประกอบไปด้วยการบริการหลักที่พร้อมด้วยการบริการเสริม และหรือ สินค้าสนับสนุน เช่น การซื้อบริการโดยสารเครื่องบิน ซึ่งจุดประสงค์คือการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง แต่ในการเดินทางนั้น ๆ จะรวมค่าสินค้านำไปใช้ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ดันข้าวของตัว และนิตยสารของสารการบินไว้แล้ว
4. การบริการอย่างแท้จริง เช่น การเลี้ยงเด็ก การบำบัดทางจิต และการนวด เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534 : 142) ได้มีความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกัน โดยได้จัด

แบ่งประเภทของการบริการไว้เป็น 4 ประเภทเช่นกันคือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้แก่ผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการอินเทอร์เน็ต
3. บริการที่มีสินค้าควบด้วย เช่น บริการร้านอาหาร
4. บริการที่ไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวดแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร เป็นต้น

2. แนวคิดความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ

ชวลิตร เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 24-25) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการวัดได้ 7 ด้านคือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นการบริการอย่างกะตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่โอ้อวดคุย ทำธุระอื่นที่ไม่ให้บริการลูกค้า นอกจากจะทำงานอย่างรวดเร็ว ต้องมีความรอบคอบระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานเป็นอย่างดีและทำงานด้วยสมาธิ
2. การให้บริการอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสมและเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดการรอคอยในการบริการนานเกินไป
3. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วิทยุฒิ คุณวุฒิ เป็นการบริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้บริการก่อน ไม่มีการลัดคิว เอาเปรียบผู้ใช้บริการก่อน ไม่มีเลือกที่รักมักที่ชัง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการอย่างก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงาน และการให้บริการ โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในงานที่ปฏิบัติ
5. การให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อมมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์กับผู้มาใช้บริการ
6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่มีรูปแบบ การให้บริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน
7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่นสถานที่ตั้งมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องสุขา น้ำดื่ม เป็นต้น

ยุคลธร เชตุพงษ์ (2544) ได้กล่าวถึงความสอดคล้องของการบริการมีดังนี้

1. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือการให้บริการนั้นๆ ด้วยความสม่ำเสมอไม่ใช้ทำๆ หยุดตามความพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ปฏิบัติตาม
2. หลักความเสมอภาค การบริการที่จัดนั้น ต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
2. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
4. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2534) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ เป็นความสม่ำเสมอ และความพึงพา
2. การตอบสนอง การเต็มใจ ความพร้อม
3. ความสามารถในการให้บริการ การติดต่อสื่อสาร
4. การเข้าถึงการบริการ ความสุภาพอ่อนโยน

5. การสื่อสาร การรู้จัก และความมั่นคง ความเข้าใจ การสร้างสิ่งจับต้องได้

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการให้บริการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

5.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะการบริการคุณภาพ

5.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

5.3 ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ

ทฤษฎีความต้องการของอเดย์และแอนเดอร์เซน

Aday and Andersen (อ้างใน มสธ., 2544 : 350-351) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้บริโภคหรือผู้รับบริการว่า สิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการต้องการ และหากได้รับสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสะดวกที่รับจากการบริการ (Convenience) ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรับบริการไม่นาน ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ และลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ
2. การประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ได้แก่ การให้บริการทั้งหมดตามความต้องการและการสนใจของผู้ให้บริการต่อผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ
3. อริยาคัยและความสนใจต่อผู้บริโภค หรือผู้รับบริการ (Courtesy) ได้แก่ คำพูดเชิงบวก บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเอาใจใส่ตลอดเวลา
4. ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ เป็นต้น
5. คุณภาพของการบริการ (Quality of Service) ได้แก่ ความสามารถของผู้ให้บริการ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ชูรักจอาหาร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีสารเจือปน
6. ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ได้แก่ ราคายุติธรรม สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ

3. คุณภาพของการบริการ

ซีย์แทล์ม (Zeithaml, 1988) ได้กล่าวว่าคุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึงการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ โดยสร้างเครื่องมือวัดคุณภาพบริการโดยมีเกณฑ์ชี้วัด 5 ประการ ที่เรียกว่า "SERVQUAL" หรือ "RATER" ซึ่งง่ายต่อความเข้าใจและสามารถอธิบายได้ดังนี้ (Zeithaml et al., 1988 : 35-48)

1. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การบริการนั้นจะต้องถูกต้องแม่นยำและเหมาะสม ตั้งแต่ครั้งแรกและทุกๆ ครั้งที่ได้รับการบริการ ต้องมีความสม่ำเสมอและบริการทุกๆ ครั้งต้องได้ผลดีเช่นเดิม ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นที่พึงได้

2. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) การที่ผู้ให้บริการจะให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการได้นั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความสามารถ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถเป็นหลักประกันให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ ความสุภาพน่าเชื่อถือ ความเป็นมิตร ความสะอาด ประณีตในการปรากฏต่อสายตาผู้รับบริการ มีความซื่อสัตย์ มีคุณค่าน่าไว้วางใจ มีความปลอดภัยจากอันตรายต่อร่างกายและทรัพย์สิน และความมีชื่อเสียง เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ (Tangibles) เนื่องจากคุณภาพบริการสามารถประเมินการเปรียบเทียบจากการบริการที่ได้รับจริง การบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกทางกายภาพจะทำให้ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ เช่น ร้านอาหารที่ใหญ่โตหรูหรา สถานที่สะอาด สะดวก อาหารและเครื่องดื่มมีราคาแพง พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ในบางครั้งก็สามารถให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้ใช้บริการที่ดีกว่า

4. ความเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ให้บริการจะต้องมีความเอาใจใส่ในความต้องการของผู้รับบริการ รู้จักผู้รับบริการ และการจำผู้รับบริการได้ เช่น พนักงานสามารถจำชื่อผู้มารับบริการในร้านของตนได้ และพฤติกรรมบริการที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่ การให้ความสะดวกในการเข้าถึงบริการที่ง่าย เส้นทางจราจรไม่ยุ่งยาก การติดต่อสื่อสารมีระยะเวลารอคอยไม่นาน เป็นต้น

5. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และมีการชี้แจงในการให้บริการทุก ๆ ครั้ง

ความสำคัญของการบริการ

มิลเลท (สุวัฒนา ไบเจริญ, 2540 : 33-34 : อ้างอิงจาก Millet 1954 : 397-400) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยมีลักษณะ 5 ประการคือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรม ความเสมอภาพ และเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
2. การให้บริการอย่างทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

พาราสุรามันและคณะ (Parasuraman et al.1988) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า คุณภาพของการบริการตามการรับรู้ ของผู้บริโภคคือ การประเมินหรือลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการโดยภาพรวม (global judgment) หรืออาจกล่าวได้ว่า คุณภาพของการบริการและความพึงพอใจนั้นเป็นผลลัพธ์ของการประเมินของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการซึ่งขึ้นอยู่กับช่วงว่างหรือความแตกต่างระหว่างการบริการที่คาดหวังและการบริการที่ได้รับตามการรับรู้ หากการบริการที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและประเมินว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ

นอกจากนั้น Parasuraman (1988) ยังกล่าวถึงหลักการบริการที่ดีซึ่งต้องประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ซึ่งหมายถึงชื่อเสียงภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่รักษาไว้ได้ดี จนเกิดความเชื่อถือว่า การให้บริการได้มาตรฐาน อาจเป็นการวัดในเรื่องเวลา ว่าจะสามารถบริการได้ด้วยความรวดเร็ว
2. การตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งหมายถึงการตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของผู้รับบริการว่าต้องการได้รับการบริการในเรื่องไหน อย่างไร
3. ความสามารถ (Competence) หมายถึงความมีสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญในด้านวิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึงการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับบริการได้สะดวก ไม่มีระเบียบขั้นตอนมากมายหรือซับซ้อนเกินไป ใช้เวลาคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการจะต้องอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้เสมอ
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) เป็นการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ มีความอ่อนน้อม ให้เกียรติ มีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับ การทักทาย หรือการติดต่อประสานงาน
6. การสื่อสาร (Communication) หรือความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อความ และ

สัมพันธ์กับผู้รับบริการ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการทำให้ผู้รับบริการทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด

7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) หรือความเชื่อถือได้ สามารถเป็นที่พึ่งได้

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (Understanding) หรือความเข้าใจต่อผู้รับบริการ เป็นการเอาใจ เขามาใส่ใจเรา ซึ่งจะประกอบด้วย

- การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
- การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย

- การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ
- การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
- การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า คุณภาพของการบริการไม่เน้นเพียงผลของการบริการ แต่เน้น ความนึกคิด ภาพลักษณ์ในอดีต และการสัมผัส การรับรู้ ในการได้รับบริการในปัจจุบัน สิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของคน สถานที่ กริยา ท่าทาง ความรู้ความสามารถ และความตั้งใจจริง โอบอ้อม เอื้ออาทรในการให้บริการ

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

Engel and others (อ้างใน อุดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543 : 5-6) กิจกรรมทุกประเภทที่ มนุษย์กระทำ อาจเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ก็ตาม เรียกว่า พฤติกรรม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้มีขั้นตอนของการพัฒนาด้านความรู้ มีการใช้ความคิด การพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการรับรู้และ แสดงพฤติกรรมทางความรู้ออกมา สรุปได้ว่าพฤติกรรมด้านนี้บอกให้ทราบว่า ใครรู้หรือไม่รู้มาก น้อยเพียงใด จำแนกไว้ตามลำดับ 6 ขั้นตอน คือ

1.1 ความรู้ (Knowledge) ความสามารถในการที่ระลึกได้ถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคย ประสบมาโดยที่เรื่องราวนั้นอาจได้มาจากที่อื่นก็ได้

1.2 ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นขั้นตอนต่อจากความรู้ เมื่อรู้ก็สามารถ แปลความหรือคาดหมายได้ หรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ ทศนะใหม่เพื่อให้กว้างไกลไปจาก ข้อเท็จจริง

1.3 การนำความรู้ไปใช้ (Application) การที่ผู้คนสามารถนำเอาความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนมีอยู่เดิมไปแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น ๆ ได้

1.4 การวิเคราะห์ (Analysis) ความสามารถในการนำเอาหลักการ กฎเกณฑ์และวิธี การดำเนินการต่าง ๆ ของเรื่องที่มีประสบการณ์หรือรู้แล้วไปใช้แก้ปัญหาใหม่ได้

1.5 การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นที่บุคคลสามารถตัดสินใจตราค่าโดยอาศัยเกณฑ์ (Criteria) และมาตรฐานที่วางไว้

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ ค่านิยมต่าง ๆ การรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่ยากต่อการมองเห็นหรือเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจคน ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการจัดพฤติกรรมด้านนี้ การเกิดพฤติกรรมด้านนี้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน

2.1 ขั้นการรับรู้หรือการให้ความสนใจ (Receiving or Attention)

2.1.1 การตระหนัก (Awareness) เป็นพฤติกรรมขั้นแรกสุดของ Affective Domain เป็นขั้นที่บุคคลได้ถูกคิดหรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่งเหตุการณ์หนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ

2.1.2 ความยินดีหรือเต็มใจรับรู้ (Willingness to receive) เป็นการพึงพอใจต่อสิ่งเร้ามากระตุ้นและให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้น

2.1.3 การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ (Controlled and Selected Attention) เป็นขั้นที่บุคคลนั้นจะเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบหรือนำความพอใจมาให้

2.2 ขั้นการตอบสนอง (Responding) เป็นพฤติกรรมที่พัฒนาต่อจากขั้นรับรู้ กล่าวคือ เมื่อเกิดการรับรู้แล้ว บุคคลนั้นเริ่มมีปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งเร้า แยกเป็นกระบวนการย่อย ๆ จากระดับต่ำสุดของกระบวนการนี้

2.3 การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence Responding) เป็นการกระทำเพราะการเชื่อฟังหรือคล้อยตามหรือทำตามคำแนะนำโดยมีความรู้สึกต่อต้านเล็กน้อย

2.3.1 ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (Willingness in Respond) เป็นการอาสาสมัครที่จะทำโดยมิได้เกิดจากความเกรงกลัวหรือเกรงใจ เป็นเพราะตั้งใจทำงานด้วยตัวเอง

2.3.2 ความพอใจในการตอบสนอง (Satisfaction in Respond) เป็นการตอบสนองที่ประกอบด้วยอารมณ์ หรือความรู้สึกพึงพอใจ ยินดี สนุกสนาน

2.4 ขั้นการสร้างคุณค่าการเกิดค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของวัตถุ ปรากฏการณ์ และพฤติกรรม ด้วยตัวเขาเอง ซึ่งรวมถึงการเอากฎเกณฑ์ของสังคมมาเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ สิ่งบุคคลจะแสดงออกจะมีลักษณะคงเส้นคงวา ซึ่งเป็นคุณลักษณะของความเชื่อ หรือทัศนคติที่ความคุ่มพฤติกรรมของบุคคลหรือการตอบสนอง จะเป็นไปตามค่านิยมที่เขานับถือ ขั้นการเกิดคุณค่านี้แยกเป็น 3 ระดับคือ

2.4.1 การยอมรับค่านิยม (Acceptance of a Value) เป็นการที่ทุกคนเห็นด้วยและยอมรับในความเชื่อ ทัศนคติ หรือค่านิยมด้วยการกระทำอย่างคงเส้นคงวา

2.4.2 ความชอบในค่านิยม (Reference of Value) เป็นความรู้สึกที่แสดงถึงความนิยมในค่านิยมที่แสดงความต้องการ การยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขายอมรับค่านิยมแล้ว

2.4.3 การยึดมั่นในค่านิยม (Commitment) บุคคลจะแสดงออกอย่างชัดเจนว่าเขา ยึดถือค่านิยมสิ่งใด มีแรงจูงใจที่จะแสดงออกถึงการสนับสนุนช่วยเหลือทำด้วยความศรัทธาเชื่อมั่น ตลอดจนปฏิเสธที่จะกระทำสิ่งที่ยึดแย้งกับการเชื่อมั่น

2.5 การจัดระบบคุณค่า (Organization) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลมีค่านิยม หลายอย่าง บุคคลจึงต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของค่านิยมเหล่านั้น โดยจัดลำดับความสำคัญของ ค่านิยม เป็นการจัดระบบของค่านิยม และการพัฒนาระบบไปทีละน้อยจนอาจกลายเป็นค่านิยมใหม่ ขึ้นมา ระดับของการจัดระบบแยกเป็น 2 ระดับคือ

2.5.1 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับค่านิยม (Conceptualization of a Value) จะ เริ่มตั้งแต่การสร้างความเข้าใจในคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ด้วยการเข้ากลุ่มอภิปรายเปรียบเทียบ ซึ่งเป็น ความพยายามที่มองเห็นความสัมพันธ์ ของค่านิยมที่ยึดถืออยู่

2.5.2 การจัดระบบค่านิยม (Organization of Value Systems) เป็นการสร้างแบบ แผนหรือกฎเกณฑ์ตามสิ่งที่บุคคลจัดระบบขึ้น ซึ่งการจัดระบบค่านิยมนี้จะออกมาในลักษณะของการ พัฒนาปรัชญาแห่งชีวิต หรือเกิดอุดมการณ์ทางความคิดของบุคคล

2.6 การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value) พฤติกรรม ในขั้นนี้เป็นการพัฒนาถึงขั้นของการประพฤติปฏิบัติของบุคคล ตามระบบค่านิยมที่เขายึดถือ มีการ แสดงออกมาในรูปแบบที่คงเส้นคงวา และเป็นอัตโนมัติโดยมิได้มีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

2.6.1 การวางทั่วไปหรือสรุปค่านิยม (Generalized Set) คือ การแสดงออกซึ่ง ความแน่นอนของความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมที่ตนมี

2.6.2 แสดงลักษณะตามค่านิยม (Characterization) เป็นพฤติกรรมขั้นสูงสุดของ พฤติกรรมด้าน Affective Domain ที่แสดงให้เห็นหรือสังเกตได้โดยบุคคลอื่น การแสดงลักษณะนี้ ก่อนข้างจะถาวร ถือเป็นการสร้างลักษณะที่รวมเอาทุกสิ่งทุกอย่าง มาเป็นจุดใหญ่ที่สำคัญของ ลักษณะนิสัยสมบูรณ์ เช่น การมีปรัชญาชีวิต การมีเห็นผลเชิงจริยธรรม เป็นต้น

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่แสดง ออกมา เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาสามารถประเมินผลได้ ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านนี้ ต้องอาศัยระยะเวลาการตัดสินใจหลายขั้นตอน

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:125) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์พฤติกรรมด้าน การบริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นคว้าหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้ บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Mix) ที่สามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who ? , What?, Why?, When?, Where ? , และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasion and Operation มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แสดงคำถาม 7 คำถาม ดังนี้

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target Market)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร? (What Does the Consumer Buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าของคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6W _s และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3.ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the Consumer Buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการ ของเขาด้านร่างกายและด้านจิต วิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัย ทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒน ธรรม (4) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) (2) กลยุทธ์ด้านราคา (price Strategies) (3) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการ ตลาด (promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยพนักงาน การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการ จำหน่าย (Distribution Channel Strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อ (Who Participated in the Buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลใน การตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3)ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์ การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When Does the Consumer Buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasion) เช่นช่วงเดือนใดของปีหรือช่วง ฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของ เดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวัน สำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด (promotion Strategies) เช่นทำการส่งเสริม การตลาดเมื่อใดจึงสอดคล้องกับ โอกาสในการซื้อ

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6W _s และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where Does the Consumer Buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlet) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How Does the Consumer Buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขาย จะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : อุษณีย์ จิตตะปาโลและนุตประวีณ์ เลิศกาญจน์วัติ. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who Is In The Target Market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ตลาดเป้าหมายประกอบด้วยนักธุรกิจ มีรายได้ปานกลางจนถึงระดับสูงขึ้นไป

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What Does The Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (Objects)

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why Does The Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives)

ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who Participates In The Buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพล

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When Does The Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Outlets) ที่ผู้บริโภคจะไปทำการซื้อ ซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจำหน่าย

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How Does The Consumer Buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 160) ได้ให้ความหมายทัศนคติว่า หมายถึงระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

เทินสโตน (Thurstone L. 1946) ให้คำจำกัดความว่า “ทัศนคติ” คือ ความรู้สึกในทางบวกหรือลบในระดับมากหรือน้อยที่คนเรามีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจได้แก่ สิ่งของ บุคคล บทความ ความคิด ฯลฯ ซึ่งผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

กู๊ด (Good. 1973 : 59) กล่าวว่า ทัศนคติ คือความรู้สึกของคนเราที่มีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวในด้านความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้น ๆ

สุโขทัยธรรมาธิราช (2541 : 503) สรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึงความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกและความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมได้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายทัศนคตินั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 42) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในของบุคคลออกมาในรูปของความชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งของ บุคคล หรือเหตุการณ์ และทัศนคติเป็นแนวความคิดของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นปัจจัยส่งเสริมหรือขัดขวางต่อการตัดสินใจ

เค็ทซ์ (Ket. 1960 : 343) ให้ความหมายทัศนคติ หมายถึง ส่วนประกอบสองส่วนประกอบ คือความรู้สึกในการที่ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึก หรือความเชื่อ ซึ่งอธิบายถึงลักษณะตลอดจนความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่น ๆ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (พฤติกรรมผู้บริโภค. 2003) ได้กล่าวถึง สภาพและหน้าที่ของทัศนคติ (The Nature and Function of Attitudes) ว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรหนึ่งในศูนย์สั่งการของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค คำจำกัดความและคำอธิบายของนักวิชาการหลายคนได้แยกแยะออกเป็นหลายอย่าง และมีการขัดแย้งกันในด้านความเห็นซึ่งนัยหาข้อยุติไม่ได้

จากความหมายต่าง ๆ ของนักวิชาการผู้ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติได้อธิบายกันไว้หลายลักษณะด้วยกันสามารถสรุปความหมายของทัศนคติในระยะต้นได้ว่า ทัศนคติเป็นนามธรรม ในรูปของความคิดที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาได้ตอบ (State of

- Readiness) ต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดง
- ออกบ่งถึงสภาพจิตใจซึ่งมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

องค์ประกอบของทัศนคติ

นักวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดของทัศนคติที่มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ พัทธนี วรกวิน (2522 : 60 – 61) และ กุณฑลี เวชสาร (2544 : 96)

1. ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบคือ

- 1.1 องค์ประกอบด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง องค์ประกอบด้านความเชื่อความรู้ และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติ
- 1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ – ไม่ชอบหรือ ท่าทีที่ดี – ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ
- 1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมหรือแนวโน้มที่บุคคลจะปฏิบัติต่อเป้าหมายของทัศนคติ

นักวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดของทัศนคติที่มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ โรเซนเบิร์ก (Rosenberg. 1965) แคทซ์ (Katz. 1960) กิลฟอร์ด (Guilford. 1975) และคาร์เพลน (Kaplan. 1965)

2. ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบคือ

- 2.1 องค์ประกอบด้านสติปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง องค์ประกอบด้านความเชื่อ ความรู้ และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายของทัศนคติ
- 2.2 องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ – ไม่ชอบ หรือ ท่าทีที่ดี – ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ

นักวิชาการที่สนับสนุนแนวคิดของทัศนคติที่มี 1 องค์ประกอบ ได้แก่ วรรณคดี แสงประทีปทอง (2536 : 55)

3. ทัศนคติที่มี 1 องค์ประกอบคือ

- 3.1 องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ – ไม่ชอบ หรือ ท่าทีที่ดี – ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ

กระบวนการสร้างทัศนคติ

การที่จะเกิดทัศนคติในตัวผู้บริโภคนั้น จะต้องมีการบวนการในการสร้างทัศนคติอันมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ วิลเลียม (William. 1987 : 280) ดังนี้

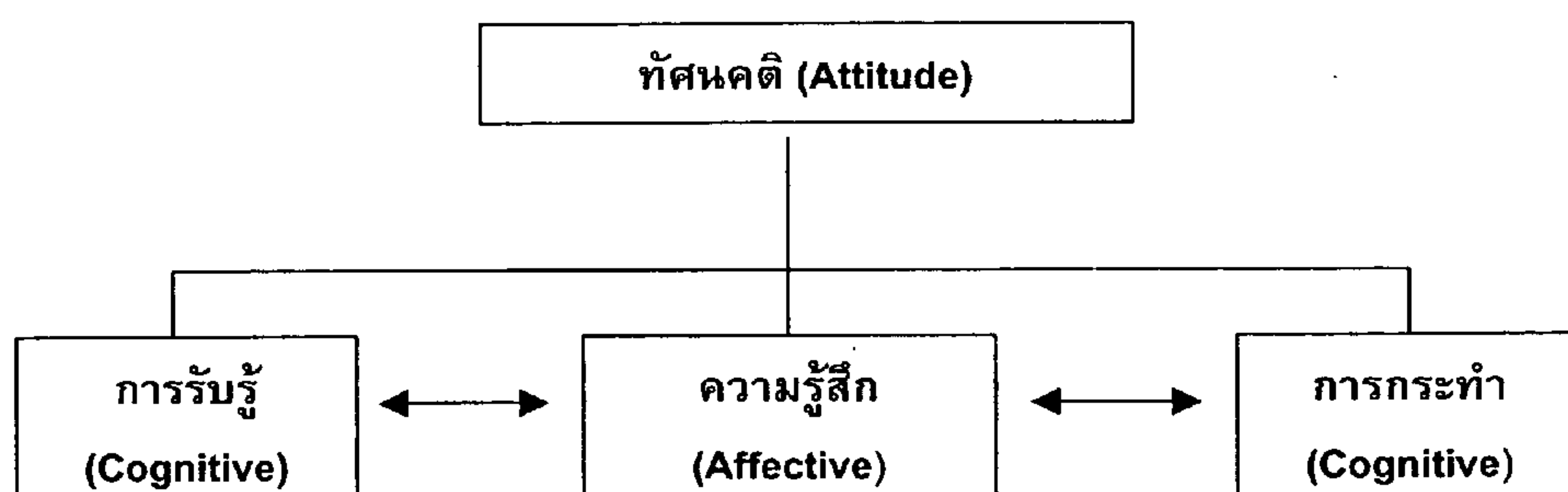
1. การรับรู้ (Cognitive) หมายถึง ความรู้ หรือความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น เชื่อว่า รถยนต์มีราคาแพง ส่วนของการรับรู้ เป็นส่วนประกอบแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการผสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้ และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อ ซึ่งหมายถึงสภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้

เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งก็คือการที่ ผู้บริโภค มีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ความรู้สึก (Affective) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น รู้สึกว่าจะชอบรถยนต์ราคาแพง ความรู้สึก เป็นส่วนประกอบทางด้านทัศนคติซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์หรือความรู้สึกของ ผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกเป็นส่วนที่ใช้ในการประเมิน ทัศนคติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ว่ามีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สภาพที่ เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ได้แก่ ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ ความกังวล ความ ประหลาดใจ เสาวพร เมืองแก้ว (2535 : 59) ได้บรรยายไว้ในวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค ว่า "...สตรีซื้อผลิตภัณฑ์จากความรู้สึกมากกว่าชาย สตรีจะซื้อสินค้าดีกว่าชาย โดยเปรียบเทียบ ราคาและคุณภาพ..."

3. การกระทำ (Behavior) หมายถึง แนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของพฤติกรรมที่มีต่อ สิ่งต่าง ๆ เช่น มีความต้องการที่จะซื้อรถยนต์ราคาแพง เป็นแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย วิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

การก่อตัวของทัศนคติ (Attitude Formation) อาจเกิดขึ้นได้ทั้งในทางบวกและทางลบ ถ้าทัศนคติก่อตัวขึ้นในทางบวก ผลดีที่ตามมาก็คือ การที่สินค้าต่าง ๆ จะได้รับความสนใจและถูกตอบสนองโดยการซื้อนั้น ย่อมเป็นไปได้อย่างมาก ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากทัศนคติก่อตัวขึ้นในทางลบ ย่อมไม่เป็นที่ปรารถนาของผู้เสนอขายสินค้า เพราะนอกจากจะขายสินค้าไม่ได้แล้ว ยังจะเกิดปัญหา ในเรื่องของภาพลักษณ์และการนำเสนอสินค้าตัวอื่น ๆ อีกด้วย



ภาพประกอบ 1 แสดงองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ

ที่มา : William, L. (1987). *Consumer Behavior*. Illinois : Von. Hoffman Press.

3.4 ความสำคัญของทัศนคติ

ความสำคัญของทัศนคติสรุปได้ดังนี้

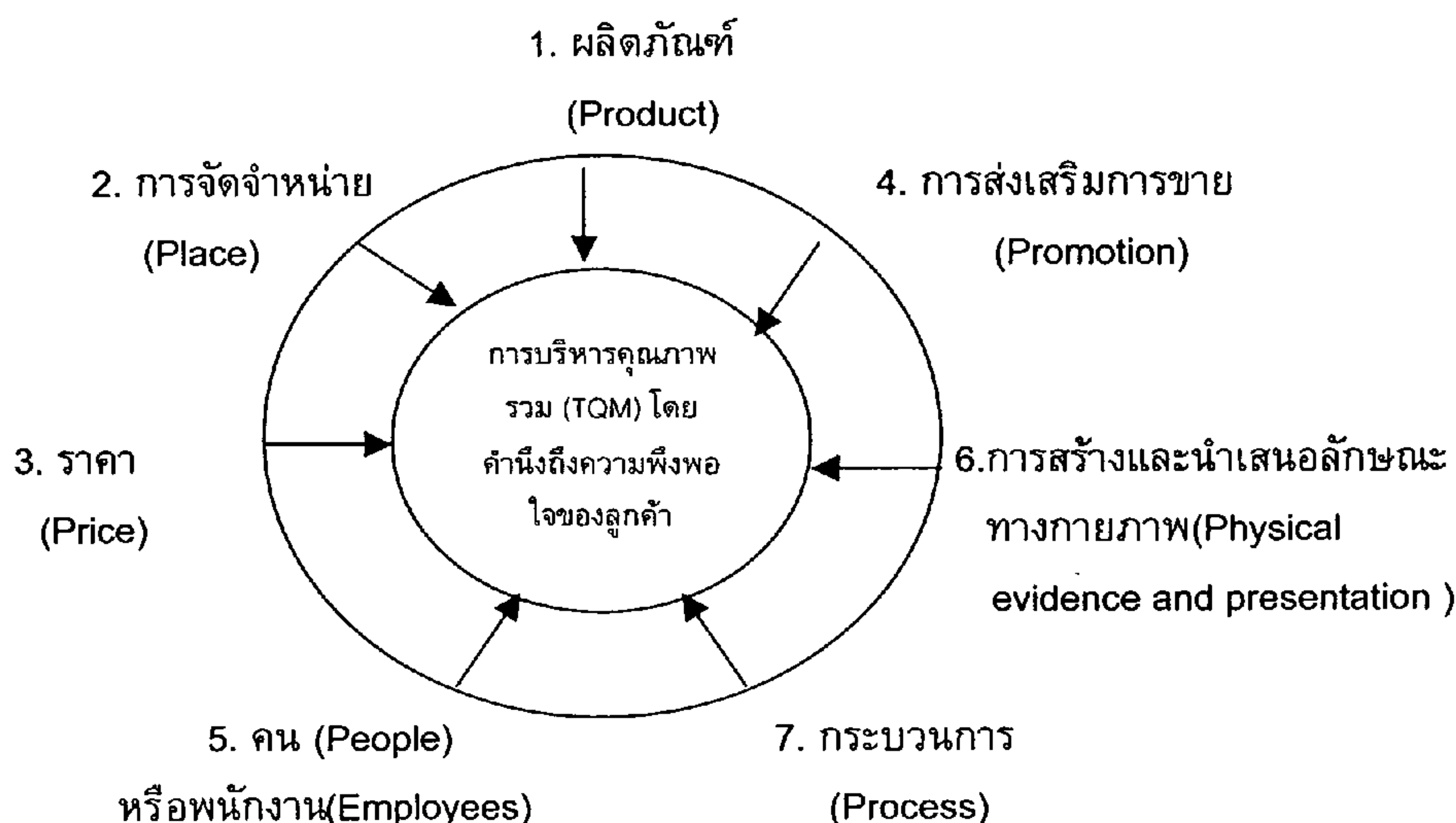
1. ทัศนคติเป็นฐานของปฏิสัมพันธ์ ทัศนคติเป็นฐานของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลกับสังคม เมื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ติดต่อกับคนอื่นเขาจะเรียนรู้ไปด้วยว่าทัศนคติ

ของผู้ที่ติดต่อกันด้วยนั้นเหมือนหรือแตกต่างไปจากทัศนคติของเขาเอง การประเมินทัศนคติระหว่างกัน在这一ลักษณะนี้ ช่วยกำหนดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในอนาคต นอกจากนี้ ทัศนคติยังเป็นฐานของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม เช่น ทัศนคติที่บุคคลมีต่อประเด็นต่าง ๆ ในสังคม

2. ทัศนคติเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ ทัศนคติยังเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์สังคมได้ เช่น ในช่วงการเลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัด มักจะมีการสำรวจทัศนคติของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงต่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง และการสำรวจนี้สามารถใช้พยากรณ์ผลการเลือกตั้งได้ค่อนข้างแม่นยำ

6. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย (5) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท (6) ต้องมีการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความสะดวกเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ (7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Consumer satisfaction)



ภาพประกอบ 2 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 337

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการ ในธุรกิจให้บริการ (Three types of marketing strategy in the service business) การตลาดธุรกิจบริการจึงต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน (Internal marketing) ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing)

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
2. การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า
3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ โดยพิจารณาจากด้านต่างๆ ดังนี้

- 3.1 คุณภาพด้านเทคนิค(Technical quality) เช่น วิธีการซ่อมแซม วิธีการซ่อมรถ
- 3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional quality) เช่นมีความรู้ด้านการรักษา ด้านการว่าความ
- 3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search qualities) เช่น ใบประกาศเกียรติคุณหรือโล่แสดงถึงความสามารถในการให้ได้หลังจากการซื้อบริการ
- 3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience qualities) คือลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้หลังจากการซื้อบริการ เช่นผลของการผ่าตัดตกแต่งบาดแผล (การทำศัลยกรรมตกแต่ง)
- 3.5 คุณภาพความเชื่อถือว่าจริง (Credence qualities) คือลักษณะบริการที่ผู้ซื้อยากที่จะประเมินแม้จะได้ใช้บริการแล้วก็ตาม เป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพความเชื่อถือว่าได้รับงานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการคือ
 - (1) ความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive differentiation)
 - (2) คุณภาพการให้บริการ (Service quality)
 - (3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity)

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็น

ข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพ การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 334-344)

1. คุณภาพการให้บริการ (Service quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาธุรกิจให้บริการลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ (1) การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่น บริการพื้นฐานของโรงแรม ได้แก่ ความสะอาด ความสุขสบายในการเข้าพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไปที่โรงแรมควรมีให้แก่ผู้พัก เป็นต้น (2) ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น โรงแรมมีสวนหย่อม มีสระว่ายน้ำ มีห้องอาหาร บริการให้เช่าวีดีโอ เป็นต้น

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป เช่น ร้านตัดผมสามารถชอยผมแปลกใหม่ได้ สายการบินที่มีที่นั่งแบบปรับนอนได้ มีสินค้าลดราคา มีบริการโทรศัพท์ มีเปียโน มีห้องสมุด มีคอมพิวเตอร์ให้บริการบนเครื่องบิน เป็นต้น นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า เช่น โรงแรมโอเรียลเต็ล มีภาพลักษณ์ที่ดีเหนือโรงแรมอื่น

2. โมเดลคุณภาพการให้บริการ (Service-quality model) Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบ

คุณภาพการให้บริการที่คาดหวังซึ่งสาเหตุในการส่งมอบการให้บริการไม่ประสบความสำเร็จซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ประการดังนี้

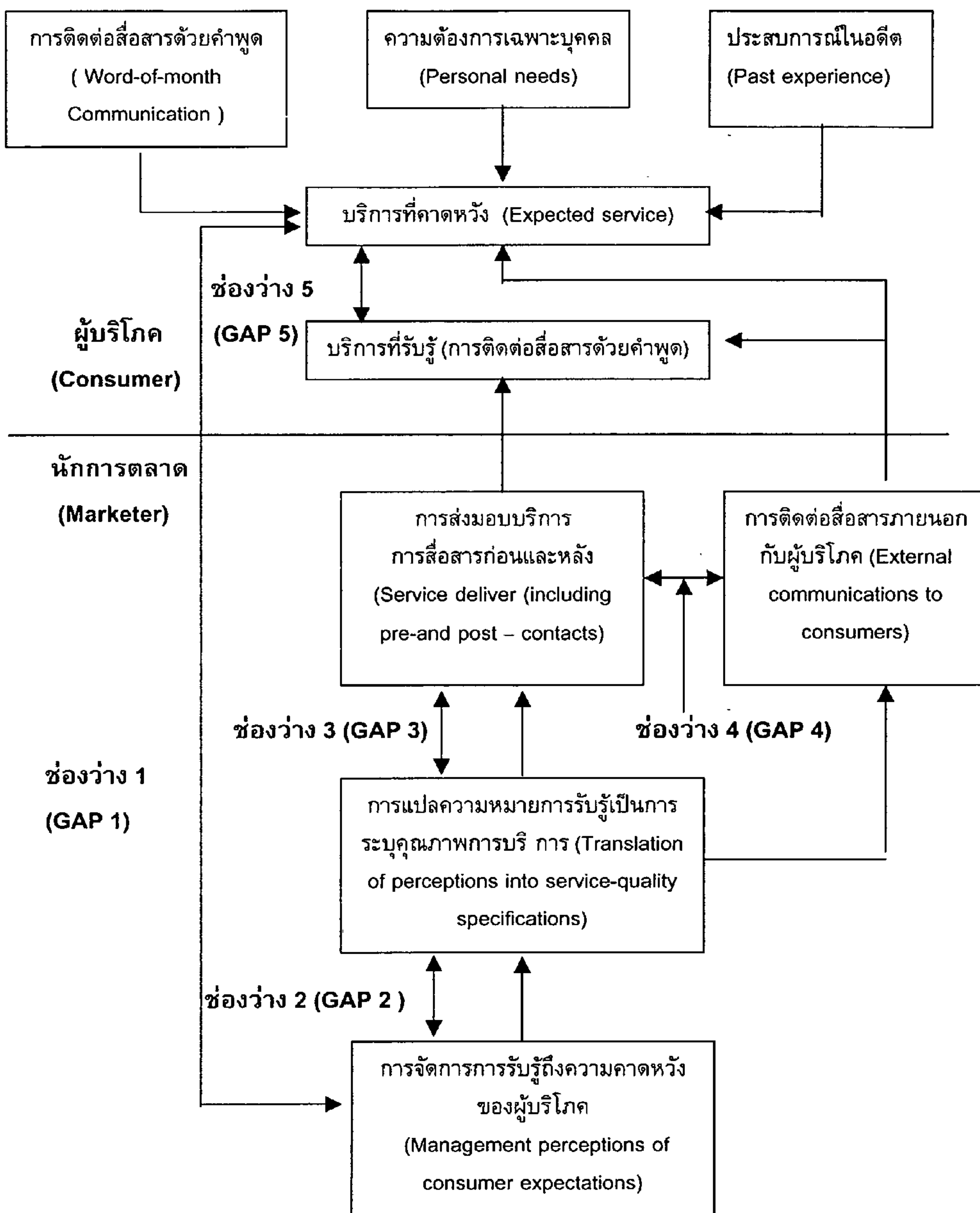
2.1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภค (Gap between consumer expectation and management perception) ถ้าฝ่ายจัดการไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดช่องว่างนี้ขึ้น

2.2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการ และลักษณะคุณภาพการให้บริการ (Gap between management perception and service-quality specifications) ฝ่ายจัดการอาจจะแก้ไขความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานเฉพาะอย่าง ตัวอย่าง ผู้บริหารบอกพยาบาลให้บริการอย่างรวดเร็วโดยไม่บอกระยะเวลาไว้

2.3 ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ (Gap between service quality specification and service delivery) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐาน

2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between service delivery and external communications) ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากตัวแทน และการโฆษณาของบริษัท ตัวอย่าง ถ้าโรงพยาบาลแสดงแผ่นพับราคาถูกและไม่สร้างภาพลักษณ์ เหล่านี้มีผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้า

2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้วัดการทำงานของบริษัท และไม่เป็นไปตามความคาดหวัง



ภาพประกอบ 3 แสดงโมเดลคุณภาพของบริการ (Service-quality model) (Kotler. 1997 : 478)

แนวความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic concept)

บริษัทที่มีการบริการที่ยอดเยี่ยมจะต้องมุ่งการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่สามารถสร้างความภักดีจากลูกค้าอย่างถาวร

มาตรฐานระดับสูง (High standards) บริการที่ดีที่สุดจะต้องกำหนดมาตรฐานด้านการให้บริการระดับสูง

ระบบเพื่อติดตามการให้บริการ (Systems for monitoring service performance) ธุรกิจต้องคอยตรวจสอบการทำงานด้านการให้บริการทั้งของบริษัทและของคู่แข่งขั้นด้วยเครื่องมือนี้เพื่อใช้วัดผลการทำงาน

ระบบเพื่อแก้ปัญหาข้อเสนอนะของลูกค้ (Systems for satifying customers' complaining) เป็นระบบเพื่อจัดคำติชมจากลูกค้เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น

การตอบสนองความพึงพอใจทั้งของพนักงานและของลูกค้ (Satisfying both employees and customers) บริษัทที่บริการเยี่ยมยอดต้องเชื่อถือว่าความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ด้วย ฝ่ายบริหารจะใช้การตลาดภายในและสร้างสภาพแวดล้อมที่ให้การสนับสนุนพนักงานและให้รางวัลสำหรับการให้บริการที่ดี โดยการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงาน

7. มรรยาทของผู้สอบบัญชี

ตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2534) อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18 และมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ออกกฎกระทรวงให้กำหนดมรรยาทของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตไว้ดังนี้

(1) ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต

- ไม่รับสอบบัญชีในกิจการที่ตนขาดความเป็นอิสระ
- ไม่รับสอบบัญชีในกิจการที่ตนขาดความเป็นกลางโดยมีผลประโยชน์หรือตำแหน่งเกี่ยวข้องกับกิจการนั้น หรือโดยมีเหตุอื่นที่อาจจะก่อให้เกิดความลำเอียง ยกเว้นค่าธรรมเนียมที่ได้รับจากการประกอบวิชาชีพสอบบัญชี หรือหน้าที่ในการประกอบวิชาชีพอิสระอื่นที่เกี่ยวกับกิจการนั้น

- ปฏิบัติงานสอบบัญชีด้วยความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต
- ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญของงบการเงินที่ตนลงลายมือชื่อรับรองในรายงาน โดยการแสดงความเห็น ซึ่งอาจทำให้เกิดการหลงผิดและอาจเสียหายแก่กิจการที่สอบบัญชานั้น หรือแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง

(2) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

- ไม่สอบบัญชีในกิจการที่เกินความรู้ความสามารถของตนที่จะปฏิบัติงานได้
- ปฏิบัติงานสอบบัญชีด้วยความระมัดระวังและรอบคอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่

· รับรองทั่วไป

- ไม่ลงลายมือชื่อรับรองในรายงานโดยการแสดงความเห็นเกี่ยวกับการคาดคะเนรายการใด ๆ ของกิจการที่ตนรับสอบบัญชี เว้นแต่เป็นการสอบบัญชีหรือสอบทานตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป
- ไม่ลงลายมือชื่อรับรองในรายงานโดยการแสดงความเห็นในการสอบบัญชีของกิจการใดที่ตนมิได้ปฏิบัติงานสอบบัญชีหรือควบคุมการสอบบัญชีตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองทั่วไป
- ไม่ยินยอมให้ผู้อื่นอ้างว่าตนเป็นผู้ทำการสอบบัญชีในกิจการใดโดยตนมิได้ปฏิบัติงานสอบบัญชีหรือควบคุมการสอบบัญชีในกิจการนั้น
- ให้บันทึกความเห็นไว้ในรายงานการสอบบัญชีเมื่อปรากฏว่ากิจการที่ตนรับสอบบัญชีนั้นมีการปฏิบัติที่ขัดหรือแย้งกับหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และมีผลกระทบที่สำคัญต่อการเงิน
- การลงลายมือชื่อรับรองโดยการแสดงความเห็นในรายงานการสอบบัญชีโดยมีเงื่อนไขหรือไม่แสดงความเห็น หรือโดยแสดงความเห็นว่างบการเงินไม่ถูกต้อง ต้องแสดงเหตุผลไว้ในรายงานนั้นด้วย

(3) มรรยาทต่อลูกค้า

- ไม่เปิดเผยความลับของกิจการที่ตนได้รู้มาในหน้าที่จากการสอบบัญชีเว้นแต่กรณีที่ต้องให้ถ้อยคำในฐานะพยานกฎหมาย
- ไม่ละทิ้งการปฏิบัติงานสอบบัญชีที่รับไว้แล้วโดยไม่มีเหตุอันสมควร

(4) มรรยาทต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ

- ไม่แย่งงานสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตอื่น
- ไม่ทำการสอบบัญชีเกินกว่าที่ได้รับมอบหมายจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตอื่น เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้มอบหมายนั้น

(5) มรรยาททั่วไป

- ไม่กระทำการใด ๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
- ไม่โฆษณาหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาด้วยประการใด ๆ ซึ่งการประกอบวิชาชีพสอบบัญชีเว้นแต่การแสดงชื่อ คุณวุฒิ ที่อยู่ หรือชื่อและที่ตั้งสำนักงานของตน
- ไม่ให้หรือรับว่าจะให้ทรัพย์สินหรือประโยชน์ใด ๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้บุคคลอื่นแนะนำหรือจัดหางานการสอบบัญชีมาให้ตนทำ
- ไม่เรียกรับทรัพย์สินหรือประโยชน์จากบุคคลใดในเมื่อบุคคลนี้ได้รับงานเพราะการแนะนำหรือการจัดหางานของตนในฐานะที่เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของกิจการนั้น
- ไม่กำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าตอบแทนโดยถือเอาอัตราสูงต่ำของยอดเงินหรือของมูลค่าทรัพย์สินใดที่ตนสอบบัญชี หรือมีส่วนร่วมในการสอบบัญชีเป็นเกณฑ์

8. พระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505

8.1 ความหมายของการสอบบัญชี

การสอบบัญชี คือ การตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชีและหลักฐานอื่น ๆ รวมทั้งใช้วิธีการตรวจสอบอื่นที่จำเป็น โดยผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีตามแนวทางปฏิบัติงานที่วิชาชีพได้กำหนดเป็นมาตรฐานไว้ เพื่อให้ผู้สอบบัญชีจะได้วินิจฉัยและแสดงความเห็นต่องบการเงินที่กิจการจัดทำขึ้นโดยอิสระ เพื่อแสดงให้เห็นถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการโดยถูกต้องตามที่ความในสาระสำคัญ ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป หรือไม่เพียงใด และงบการเงินดังกล่าวได้เปิดเผยหรือแสดงข้อมูลที่จำเป็นเพื่อให้ผู้อ่านงบการเงินได้ทราบเพียงพอหรือไม่ นอกจากนั้นในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีอาจพบข้อบกพร่องเกี่ยวกับการควบคุมภายในหรือพบการทุจริตในกิจการ ผู้สอบบัญชีก็จะสามารถเสนอข้อสังเกตต่อผู้บริหารของกิจการให้ทราบข้อบกพร่องและรายงานการทุจริตให้ผู้บริหารได้ทราบด้วย

8.2 ประโยชน์ของการสอบบัญชี

ในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารของกิจการจะมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำงบการเงินเพื่อแสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ซึ่งงบการเงินดังกล่าวนอกจากจะใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารแล้ว ยังเป็นประโยชน์แก่บุคคลหรือหลายฝ่ายด้วยกัน เช่น การตัดสินใจในการลงทุนซื้อหุ้นของกิจการนั้นๆ เป็นต้น

งบการเงินดังกล่าวจะเป็นประโยชน์และเป็นที่ยึดถือแก่ผู้ถือหุ้น และบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ต่อเมื่อผู้สอบบัญชีซึ่งมีความเป็นอิสระและเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญทางการบัญชีได้เข้าตรวจสอบและให้ความเห็นต่องบการเงินดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้เพราะงบการเงินที่ฝ่ายบริหารจัดทำขึ้นซึ่งผู้สอบบัญชียังไม่ได้ตรวจสอบอาจมีปัญหา เนื่องจาก

- ฝ่ายบริหารอาจมีเจตนาจัดทำงบการเงินให้แสดงข้อมูลผิดจากความเป็นจริง เพื่อแสดงผลงานในด้านที่ดี และปิดบังความเสียหายและผลการปฏิบัติงานที่ผิดพลาดไว้
- งบการเงินอาจมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในการจัดทำบัญชีหรืองบการเงินทำให้ข้อมูลที่ปรากฏในงบการเงินไม่ถูกต้องตามที่ควร หรือไม่ปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เช่น บันทึกค่าใช้จ่ายไว้เป็นทรัพย์สิน ไม่ได้ปรับปรุงรายการค่าใช้จ่าย ณ วันสิ้นปีให้ครบถ้วนตามรอบระยะเวลาบัญชีหรืออาจไม่ได้ตรวจตัดสินค่าคงเหลือในวันสิ้นปี
- งบการเงินอาจเปิดเผยข้อมูลและรายการไว้ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น ไม่ได้เปิดเผยนโยบายการบัญชี หรือเหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นภายหลังวันที่ในงบการเงิน และไม่ได้เปิดเผยในงบการเงิน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จำเป็นสำหรับผู้ใช้งบการเงิน
- ผู้บริหารอาจมีเจตนาจัดทำงบการเงินเป็นเท็จขึ้น เพื่อปิดบังการทุจริต หรือเพื่อแสดงฐานะการเงินที่เป็นเท็จหลอกลวงบุคคลภายนอก เช่น จัดทำงบการเงินโดยมีรายการไม่ตรงกับบัญชี

8.3 วัตถุประสงค์ของการสอบบัญชี

วัตถุประสงค์ของการสอบบัญชีมีจุดมุ่งหมายอยู่ 2 ประการ คือ

1.1 เพื่อตรวจสอบระบบข้อมูล (Audit of The Information Systems)

1.2 เพื่อตรวจสอบรายการบัญชีและยอดคงเหลือ (Substantive Audit Tests of Transactions and Balances)

ความมุ่งหมายของการตรวจสอบ แม้ว่าการตรวจสอบโดยทั่วไปมีความมุ่งหมายเพื่อให้ผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นต่อความถูกต้องตามควรของงบการเงินก็ตาม บางครั้งธุรกิจอาจมีความมุ่งหมายอย่างอื่นที่จะให้ผู้สอบบัญชีรับผิดชอบในเรื่องอื่นด้วยเช่นต้องการให้ตรวจสอบเพื่อประโยชน์ในการค้นหาการทุจริตหรือเพื่อประโยชน์ในการซื้อขายกิจการ ในการกู้ยืมเงิน เป็นต้น ดังนั้น ในการติดต่อกับผู้สอบบัญชี จึงควรจะต้องตกลงและแจ้งวัตถุประสงค์ให้ทราบโดยแน่ชัด

ค่าธรรมเนียมสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีจะแจ้งให้ธุรกิจทราบถึงค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชี ก่อนที่เริ่มงานตรวจสอบพร้อมทั้งขอบเขตและวิธีการตรวจสอบเพื่อป้องกันมิให้เกิดการโต้แย้งขึ้นได้ภายหลัง

9. ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

กลาว (Clow. 1993 : อ้างอิงจาก ดุษฎี ใหญ่เรืองศรี. 2541 : 42) ศึกษาเรื่องตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในการบริการ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กร ประสิทธิภาพเกี่ยวกับการบริการที่เคยได้รับ และความคิดเห็นของผู้บริโภคคนอื่น ๆ ในการสร้างความคาดหวังที่มีต่อการบริการ

สมพงษ์ เกษมสิน (2530 : อ้างอิงจาก ปรางค์ศิริ ทศนภักดิ์. 2537 : 19-20) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจด้านบริการ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการมีความแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล แต่ในส่วนรวมแล้วลูกค้ามีความพอใจเกิดจากการตอบสนองความต้องการตามความคาดหวัง โดยสรุปได้ดังนี้

1.ความมั่นคงในธุรกิจ หมายความว่า การบริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความเสี่ยงในทางธุรกิจน้อยลง อาจเป็นการให้คำปรึกษา แนะนำ ให้การดำเนินหรือทำธุรกิจ

2. การได้รับการยกย่องนับถือจากผู้บริการ เช่น สนับสนุน ส่งเสริมสร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ต้องยอมรับในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของผู้มาใช้บริการ

3.การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการให้บริการ

4.ความนุ่มนวลและแนบเนียน การมีปิยะวาจาสุภาพเรียบร้อย ความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อป้องกันมิให้ผู้มาใช้บริการเกิดความตึงเครียด ในขณะที่มาใช้บริการเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดี

5.ความพอใจต่อสถานที่ให้บริการ เช่น สภาพแวดล้อม ความสะอาด การบริการที่มีเครื่องมือทันสมัย

พรหมินทร์ วรนิษฐ์ (2538) การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสอบบัญชีของบริษัท จำกัดในจังหวัดเชียงใหม่” จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสอบบัญชี ผู้ประกอบการ ต้องการผู้ตรวจสอบที่มีความรู้ความสามารถและสามารถแก้ไขปัญหาได้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า การเสนอรายงานถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง ตามลำดับ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการจากผู้ สอบบัญชีคือ ผู้ประกอบการประสบปัญหาติดต่อผู้สอบได้ยากและอัตราค่าธรรมเนียมบริการสูง

ศิริเพ็ญ อนันตโท (2546) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ Orange ในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้เนื่องจากมีค่า บริการที่ถูกกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอื่น ผู้บริการมีความคิดเห็นเรื่องการได้รับประโยชน์จากการ ใช้บริการในระดับสูง ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังไม่แน่ใจในประสิทธิภาพในการให้บริการด้าน คุณภาพของสัญญาณ พื้นที่ให้บริการ ความหลากหลายของบริการเสริม และอัตราค่าบริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนธุรกิจในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง (sample size) เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ไม่สามารถระบุได้ว่า มีจำนวนผู้ประกอบการที่แท้จริงได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยวิธีการหาค่าจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ 5 % และที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปรากฏว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้เป็นตัวแทนของประชากรจำนวน 400 คน หรือแทนค่าสูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง ดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 260-261 ; อ้างอิงจาก Yamane. 1967 : 886-887)

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญ

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่า } n &= \frac{102,675}{[1 + (102,675)(0.05)^2]} \\
 &= 398.4477322 \\
 &\approx 400
 \end{aligned}$$

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) เพื่อให้การสุ่มตัวอย่างประชากรเป็นไปอย่างรอบคอบ ได้ตัวแทนที่แทนได้ในทุกส่วนของประชากร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มการปกครองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย 50 เขต ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร (แผนที่กรุงเทพฯ , 2544) ผู้วิจัยเลือกเขตจากกลุ่มการปกครองกลุ่มละ 1 เขต ดังนี้ เขตปทุมวัน เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตดินแดง เขตราชบุรีบูรณะ เขตบางกอกใหญ่

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยให้แต่ละเขตที่ถูกเลือกมีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน ดังนี้

กลุ่มที่	เขตที่เลือก	จำนวนตัวอย่างแบ่งตามสัดส่วน
1 . กลุ่มการปกครอง	เขตปทุมวัน	67
2 . กลุ่มบูรพา	เขตบางกะปิ	67
3 . กลุ่มศรีนครินทร์	เขตสะพานสูง	67
4 . กลุ่มเจ้าพระยา	เขตดินแดง	67
5 . กลุ่มกรุงธนใต้	เขตราชบุรีบูรณะ	66
6 . กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตบางกอกใหญ่	66
รวม		400

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยดูรายชื่อจากสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองปี พ.ศ. 2547 ของแต่ละเขตที่ถูกเลือก โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี เช่น ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการ

- ทัวไป สมุหบัญชี่ หุ่นส่วนบริษัท กรรมการผู้จัดการ ที่มีสถานประกอบการตามเขตต่างๆ ที่กำหนดไว้ในขั้นที่ตอน 2

2. . การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยออกแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทการประกอบการของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 รูปแบบกิจการ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ทุนจดทะเบียน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ประเภทของธุรกิจ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 รายได้จากการประกอบการเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยแบบสอบถามใช้วิธีให้คะแนนแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert กำหนดการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักความเห็นของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

การอภิปรายผลการวิจัย ของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{3} \\
 &= 1.33
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบวิธีการประเมินค่าของ Likert กับแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นส่วนประสมด้านบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 3.68 – 5.00 แสดงว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.67 แสดงว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 2.33 แสดงว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี ประกอบด้วย คำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ความถี่ในการเปลี่ยนบริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 การบอกต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 บริการอื่นเพิ่มเติม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำไปทดสอบหาความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ไปปรึกษากับอาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้
2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try – out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียง กับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก

จากการนำข้อมูลแบบสอบถามไป Try Out จะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient)

ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค

รายการ	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient)
ส่วนประสมการบริการ		
ปัจจัยด้านบริการ	8	.9546
ปัจจัยด้านราคา	2	.8287
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3	.8838
ปัจจัยด้านบุคคล	5	.9541
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4	.9112
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3	.8726

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1 ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี นำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ผู้วิจัยได้ทำการหารายชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ จากสมุดโทรศัพท์

หน้าเหลืองและทำการส่งจดหมายให้กลุ่มตัวอย่างพร้อมซองที่ระบุชื่อและที่อยู่ตอบกลับมายังผู้วิจัย

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเดือน เมษายน ถึง พฤษภาคม 2547

1.4 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้กรอกแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล

1.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ มาลงรหัสตัวเลข (code) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจาก

2.1 หนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ครั้งนี้ และใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนรายงานผลการวิจัย (Research Report)

2.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินงานดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า แยกแบบสอบถามให้เป็นหมวดหมู่ ตามตัวแปร ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทการประกอบการของธุรกิจระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา

3. การประมวลผลข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ลงรหัสแล้วมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows) เพื่อทำการประมวลผลตามสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Level of Significance)

การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ข้อมูลในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจ (รูปแบบกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ)ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

1.2 ข้อมูลในส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมการบริการที่มีต่อ บริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.3 ข้อมูลในส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี วิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

2. การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว สถิติที่ใช้ คือ Chi-Square (χ^2 - test)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

5.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

5.1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
	n - 1	แทน จำนวนตัวแปรอิสระ
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of the Test) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha) (ล้วน สายยศและอัศนา สายยศ.2536 :171) ดังสูตร

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	แทน จำนวนข้อของชุดคำถาม
	$\sum S_i^2$	แทน ผลรวมคะแนนของความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S^2	แทน คะแนนความแปรปรวนของคำถามทั้งหมดในชุดคำถาม

5.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

5.3.1 การทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบความสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยของ ตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 - test) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 182) และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi-Square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's v และ Somer's d

$$\chi^2 = \frac{\sum (O - E)^2}{E}$$

เมื่อ	χ^2	=	ค่า Chi-Square
	O	=	ความถี่ที่ได้จากการสังเกต
	E	=	ความถี่ที่คาดหวังทางทฤษฎี

สถิติ Cramer's v ใช้วัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้ง 2 ตัวแปรเป็นข้อมูลชนิดสเกลนามกำหนด Nominal (กัลยา วาณิชบัญชา. 2545 : 182) ใช้สูตร

$$\text{Cramer's } V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(t-1)}}$$

โดยที่ Cramer's V แทน สัมประสิทธิ์ Cramer V

χ^2 แทน ค่าของ χ^2 จากการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน

n แทน ขนาดของตัวอย่าง

t แทน จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย

สถิติ Somer's d ใช้ทำการวัดระดับความสัมพันธ์ เมื่อตัวแปรทั้งสองตัวเป็น Ordinal โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชบัญชา . 2545 : 182)

$$\text{Somer's } d = \frac{NS}{NS + ND + T_y}$$

เมื่อ Somer's d แทน สัมประสิทธิ์ Somer's d

NS แทน จำนวนคู่ที่มีอันดับเหมือนกันทั้งสองตัวแปร

ND แทน จำนวนคู่ที่มีอันดับต่างกันทั้ง 2 ตัวแปร

Ty แทน จำนวนคู่ที่มีลำดับการเรียงซ้ำของตัวแปรตาม

ค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (Salkind. 2000 : 208)

ค่าระดับความสัมพันธ์

0.81 – 1.00

0.61 – 0.80

0.41 – 0.60

0.21 – 0.40

0.01 – 0.20

ระดับความสัมพันธ์

สูงมาก (Very Strong)

ค่อนข้างสูง (Strong)

ปานกลาง (Moderate)

ค่อนข้างต่ำ (Weak)

ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	ผู้บริโภคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
χ^2	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Chi-square
v	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรฐานบัญญัติ
d	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรฐานเรียงอันดับ
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจ
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทการประกอบการของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน และรายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะทั่วไปของธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. รูปแบบของกิจการ		
บริษัทจำกัด	319	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	81	20.25
รวม	400	100.00
2. ทุนจดทะเบียน		
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	200	50.00
6 – 20 ล้านบาท	129	32.25
21 – 50 ล้านบาท	40	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	31	7.75
รวม	400	100.00
3. ประเภทการประกอบการของธุรกิจ		
อุตสาหกรรมการผลิต	98	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	53	13.25
ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	143	35.75
ธุรกิจบริการ	106	26.50
รวม	400	100.00
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
1 – 5 ปี	147	36.75
6 – 10 ปี	103	25.75
11 – 20 ปี	97	24.25
มากกว่า 20 ปี	53	13.25
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. รายได้ในการประกอบการของปีที่ผ่านมา		
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	232	58.00
31 — 50 ล้านบาท	87	21.75
51 — 100 ล้านบาท	50	12.50
101 — 200 ล้านบาท	17	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจโดยใช้กลุ่มผู้ประกอบการในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 ราย จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

รูปแบบของกิจการ ผู้ประกอบการมีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 319 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.75 และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 81 รายคิดเป็นร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

ทุนจดทะเบียน ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียน 6 — 20 ล้านบาท จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.25 ทุนจดทะเบียน 21 — 50 ล้านบาท จำนวน 40 ราย คิดเป็น ร้อยละ 10.00 และ ทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ประเภทการประกอบการของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจชี้อมา — ขาย ไป จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.75 ธุรกิจบริการ จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.50 ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.50 และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1 — 5 ปี จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาคือ ระยะเวลา 6 — 10 ปี จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.75 ระยะเวลา 11 — 20 ปี จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ ระยะเวลา มากกว่า 20 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมาไม่เกิน 30 ล้านบาท จำนวน 232 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ รายได้ 31 — 50 ล้านบาท จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75 รายได้ 51 — 100 ล้านบาท จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 รายได้ 101 — 200 ล้านบาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และรายได้มากกว่า 200 ล้านบาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 4 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านบริการ						
1. ชื่อเสียงของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ	219 (54.75%)	170 (42.50%)	11 (2.75%)	3.78	0.78	มาก
2. ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ	279 (69.75%)	108 (27.00%)	13 (3.25%)	3.95	0.89	มาก
3. ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน	321 (80.25%)	60 (15.00%)	19 (4.75%)	4.05	0.86	มาก
4. ภาพลักษณ์ของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือ ผู้สอบบัญชีอิสระ	237 (59.25%)	153 (38.25%)	10 (2.50%)	3.81	0.85	มาก
5. ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน	358 (89.50%)	32 (8.00%)	10 (2.50%)	4.32	0.77	มาก
6. การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง	263 (65.75%)	122 (30.50%)	15 (3.75%)	3.89	0.88	มาก
7. ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	343 (85.70%)	46 (11.50%)	11 (2.75%)	4.29	0.80	มาก
8. การใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ	261 (65.25%)	126 (31.50%)	13 (3.25%)	3.87	0.86	มาก
รวมความคิดเห็นด้านบริการ				3.99	0.68	มาก

จากตาราง 4 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความความคิดเห็นด้านบริการ อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน, ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน, ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ , การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง, การใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ, ภาพลักษณ์ของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ และชื่อเสียงของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32, 4.29, 4.05, 3.95, 3.89, 3.87, 3.81 และ 3.78 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านราคา						
9. อัตราค่าบริการที่พอเหมาะ	257 (64.25%)	138 (34.50%)	5 (1.25%)	3.93	0.83	มาก
10.เงื่อนไขในการชำระค่าบริการ เช่น ให้เครดิต 30 วัน	249 (62.25%)	137 (34.25%)	14 (3.50%)	3.86	0.89	มาก
รวมความคิดเห็นด้านราคา				3.89	0.81	มาก

จากตาราง 5 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นด้านราคา อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อัตราค่าบริการที่เหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระค่าบริการ เช่น ให้เครดิต 30 วัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และ 3.86 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
11. การแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น กฎหมายใหม่, ประกาศของสรรพากร มาตรฐานการบัญชีใหม่	244 (61.00 %)	137 (34.25 %)	19 (4.75 %)	3.85	0.93	มาก
12. การให้บริการเสริม เช่น บริการที่ปรึกษา	250 (62.50 %)	137 (34.25 %)	13 (3.25 %)	3.84	0.87	มาก
13. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต, สมุดหน้า เหลือง	156 (39.00 %)	163 (40.75 %)	81 (20.25 %)	3.38	1.08	มาก
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด				3.68	0.86	มาก

จากตาราง 6 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการต้องการ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น กฎหมายใหม่, ประกาศของสรรพากร, มาตรฐานการบัญชีใหม่, การให้บริการเสริม เช่น บริการที่ปรึกษา และโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต สมุดหน้าเหลืองอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.84 และ 3.38 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านบุคคล						
14. ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ	273 (68.25%)	121 (30.25%)	6 (1.50%)	4.05	0.83	มาก
15. การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า	268 (67.00%)	116 (29.00%)	16 (4.00%)	3.97	0.91	มาก
16. ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ	290 (72.50%)	95 (23.75%)	15 (3.75%)	3.97	0.85	มาก
17. ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตา ยิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี	267 (66.75%)	122 (30.50%)	11 (2.75%)	3.92	0.86	มาก
18. มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี	221 (55.25%)	162 (40.50%)	17 (4.25%)	3.77	0.91	มาก
รวมด้านบุคคล				3.93	0.77	มาก

จากตาราง 7 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านบุคคล อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ, การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า, ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ, ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตายิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี และมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 3.97, 3.97, 3.92 และ 3.77 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
19. ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน	286 (71.50%)	104 (26.00%)	10 (2.50%)	4.11	0.79	มาก
20. ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน	335 (83.75%)	58 (14.50%)	7 (1.75%)	4.23	0.70	มาก
21. ความสะอาดของสำนักงาน	210 (52.50%)	178 (44.50%)	12 (3.00%)	3.73	0.79	มาก
22. ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า	318 (79.50%)	75 (18.75%)	7 (1.75%)	4.14	0.77	มาก
รวมด้านลักษณะทางกายภาพ				4.05	0.64	มาก

จากตาราง 8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน, ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า, ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน และความสะอาดของสำนักงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, 4.14, 4.11 และ 3.73 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน ส่วนประสมการบริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ระดับความคิดเห็น		
				$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกระบวนการ						
23. การให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน	281 (70.25%)	114 (28.50%)	5 (1.25%)	3.99	0.79	มาก
24. การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	288 (72.00%)	106 (26.50%)	6 (1.50%)	3.99	0.78	มาก
25. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	243 (60.75%)	134 (33.50%)	23 (5.75%)	3.79	0.93	มาก
รวมด้านกระบวนการ				3.92	0.73	มาก

จากตาราง 9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการบริการด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการต้องการการให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน, การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.99 และ 3.79 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี ของกลุ่มตัวอย่างโดยแจกแจงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 10 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการทำน		
เลือก		
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	217	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	183	45.75
รวม	400	100.00
2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		
มาก	143	35.75
ปานกลาง	247	61.75
น้อย	10	2.50
รวม	400	100.00
3. ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในกิจการทำนในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา		
เปลี่ยนทุกปี	47	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	280	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	27	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	46	11.50
รวม	400	100.00
4. ท่านบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชีที่ท่านใช้อยู่ ให้บริษัทอื่นทราบหรือไม่		
บอกต่อแน่นอน	161	40.25
อาจบอกต่อ	217	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	22	5.50
รวม	400	100.00
5. บริการอื่นที่ท่านต้องการเพิ่มเติม		
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	111	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	153	38.25
การจัดทำงบประมาณ	20	5.00
วางระบบบัญชี	63	15.75
ตรวจสอบภายใน	17	4.25
การฝึกอบรม, สัมมนา	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีโดยใช้กลุ่มผู้ประกอบการในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 400 ราย จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการท่านเลือกใช้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ใช้สำนักงานตรวจสอบบัญชี จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 และใช้ผู้สอบบัญชีอิสระ จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 247 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.75 พึงพอใจในระดับมาก จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.75 อยู่ในระดับน้อย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีของกิจการในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ผู้ตรวจสอบบัญชีเดิม จำนวน 280 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 เปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกปีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.75 เปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกๆ 3 ปีขึ้นไป จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 และเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกๆ 2 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาจบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาบอกต่อแน่นอน จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.25 และไม่บอกต่อแน่นอน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการบริการที่ปรึกษาด้านกฎหมาย ธุรกิจจำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือที่ปรึกษาด้านภาษีอากร จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75 วางระบบบัญชีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.75 การฝึกอบรม สัมมนา จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 การจัดทำงบประมาณ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และการตรวจสอบภายใน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

1.1 รูปแบบของกิจการ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรูปแบบของกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี

รูปแบบของกิจการ		พฤติกรรมการใช้ ด้านประเภทของบริการ		รวม
		ตรวจสอบบัญชี		
		สำนักงานตรวจสอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีอิสระ	
บริษัทจำกัด	จำนวน	184	135	319
	ร้อยละ	57.70	42.30	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	33	48	81
	ร้อยละ	40.75	59.25	20.25
รวม	จำนวน	217	183	400
	ร้อยละ	54.25	45.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 10.215 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.006$$

$$v = 0.160 \quad \text{Sig.} = 0.006$$

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 10.215$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.006 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 16.00

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

รูปแบบของกิจการ		พฤติกรรมด้านความพึงพอใจต่อการให้		รวม
		บริการ		
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	109	210	319
	ร้อยละ	34.20	65.80	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	34	47	81
	ร้อยละ	42.00	58.00	20.25
รวม	จำนวน	143	257	400
	ร้อยละ	35.75	64.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 3.613 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.461$$

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 3.613$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.461 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจได้แก่ รูปแบบของกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

รูปแบบของกิจการ		พฤติกรรมด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้สอบบัญชี				รวม
		เปลี่ยน	ใช้ผู้สอบ	เปลี่ยน	เปลี่ยน	
		ทุกปี	เดิม	ทุก2ปี	ทุก 3 ปี	
บริษัทจำกัด	จำนวน	33	219	24	43	319
	ร้อยละ	10.30	68.70	7.50	13.50	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	14	61	3	3	81
	ร้อยละ	17.30	75.30	3.70	3.70	20.25
รวม	จำนวน	47	280	27	46	400
	ร้อยละ	11.75	70.00	6.75	11.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 11.980 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.152$$

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบพบว่า มีค่า $\chi^2 = 11.980$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.152 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจได้แก่ รูปแบบของกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

รูปแบบของกิจการ		พฤติกรรมด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		รวม
		บอกต่อแน่นอน	อาจบอกต่อ	
บริษัทจำกัด	จำนวน	121	198	319
	ร้อยละ	37.90	62.10	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	40	41	81
	ร้อยละ	49.38	50.62	20.25
รวม	จำนวน	161	239	400
	ร้อยละ	40.25	59.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 6.089 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.193$$

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 6.089$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.193 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

รูปแบบของกิจการ		พฤติกรรมด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม						รวม
		ที่ปรึกษา	ที่ปรึกษา	ทางบ	วางระบบ	ตรวจสอบ	ฝึกอบรม	
		ภาษี	กฎหมาย	ประมาณ	บัญชี	ภายใน	สัมมนา	
บริษัทจำกัด	จำนวน	80	125	17	50	14	33	319
	ร้อยละ	25.08	39.18	5.33	15.67	4.39	10.35	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	31	28	3	13	3	3	81
	ร้อยละ	38.27	34.57	3.70	16.06	3.70	3.70	20.25
รวม	จำนวน	111	153	20	63	17	36	400
	ร้อยละ	27.75	38.25	5.00	15.75	4.25	9.00	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 35.927 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.212 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 35.927$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 21.20

1.2 ทุนจดทะเบียน

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านทุนจดทะเบียน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี

ทุนจดทะเบียน	ประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการใช้		
	สำนักงานตรวจสอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีอิสระ	รวม
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	67	133
	ร้อยละ	33.50	66.50
6 - 20 ล้าน	จำนวน	88	41
	ร้อยละ	68.20	31.80
21 – 50 ล้าน	จำนวน	35	5
	ร้อยละ	87.50	12.50
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	27	4
	ร้อยละ	87.10	12.90
รวม	จำนวน	217	183
	ร้อยละ	54.25	45.75

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 76.129 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.436 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 76.129$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 43.60

ตาราง 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ทุนจดทะเบียน		ความพึงพอใจต่อการให้บริการ		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	35	165	200
	ร้อยละ	17.50	82.50	50.00
6 - 20 ล้าน	จำนวน	62	67	129
	ร้อยละ	48.00	52.00	32.25
21 – 50 ล้าน	จำนวน	32	8	40
	ร้อยละ	80.00	20.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	14	17	31
	ร้อยละ	45.20	54.80	7.75
รวม	จำนวน	143	257	400
	ร้อยละ	35.75	64.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 78.356 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.371 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 78.356$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 37.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณา
เปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ทุนจดทะเบียน		ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี				รวม
		เปลี่ยน	ใช้ผู้สอบ	เปลี่ยน	เปลี่ยน	
		ทุกปี	เดิม	ทุก 2 ปี	ทุก 3 ปี	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	21	153	8	18	200
	ร้อยละ	10.05	76.50	4.00	9.00	50.00
6 - 20 ล้าน	จำนวน	22	75	15	17	129
	ร้อยละ	17.05	58.15	11.65	13.15	32.25
มากกว่า 20 ล้านบาท	จำนวน	4	52	4	11	71
	ร้อยละ	5.65	73.20	5.65	15.50	17.75
รวม	จำนวน	47	280	27	46	400
	ร้อยละ	11.75	70.00	6.75	11.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 90.455 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.237 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์(Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 90.455$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการ ตรวจสอบบัญชี

ทุนจดทะเบียน		การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี			รวม
		บอกต่อ แน่นอน	อาจ บอกต่อ	ไม่บอกต่อ แน่นอน	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	50	135	15	200
	ร้อยละ	25.00	67.50	7.50	50.00
6 - 20 ล้าน	จำนวน	72	51	6	129
	ร้อยละ	55.80	39.50	4.70	32.25
มากกว่า 20 ล้านบาท	จำนวน	39	31	1	71
	ร้อยละ	54.90	43.70	1.40	17.75
รวม	จำนวน	161	217	22	400
	ร้อยละ	40.25	54.25	5.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 48.773 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.248 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครโดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 48.773$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 24.80

ตาราง 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการ
เพิ่มเติม

ทุนจดทะเบียน		บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม						รวม
		ที่ปรึกษา ภาษี	ที่ปรึกษา กฎหมาย	ทำงบ ประมาณ	วางระบบ บัญชี	ตรวจสอบ ภายใน	ฝึกอบรม สัมมนา	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	56	70	9	34	7	24	200
	ร้อยละ	28.00	35.00	4.50	17.00	3.50	12.00	50.00
6 - 20 ล้าน	จำนวน	32	54	8	22	4	9	129
	ร้อยละ	24.80	41.90	6.20	17.00	3.10	7.00	32.25
มากกว่า 20 ล้านบาท	จำนวน	23	29	3	7	6	3	71
	ร้อยละ	32.40	40.85	4.25	9.85	8.40	4.25	17.75
รวม	จำนวน	111	153	20	63	17	36	400
	ร้อยละ	27.75	38.25	5.00	15.75	4.25	9.00	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 30.374 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.034$$

$$v = 0.159 \quad \text{Sig.} = 0.026$$

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครโดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 30.374$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.034 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 15.90

1.3 ประเภทของธุรกิจ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของธุรกิจ		ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการใช้		รวม
		สำนักงานตรวจสอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีอิสระ	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	81	17	98
	ร้อยละ	82.65	17.35	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	27	26	53
	ร้อยละ	50.95	49.05	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	62	81	143
	ร้อยละ	43.36	56.64	35.75
บริการทั่วไป	จำนวน	47	59	106
	ร้อยละ	44.34	55.66	26.50
รวม	จำนวน	217	183	400
	ร้อยละ	54.25	45.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 71.793 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.424 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 71.793$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 42.40

ตาราง 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ประเภทของธุรกิจ		ความพึงพอใจต่อการให้บริการ		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	62	36	98
	ร้อยละ	63.27	36.73	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	21	32	53
	ร้อยละ	39.62	60.38	13.25
ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	จำนวน	30	113	143
	ร้อยละ	20.98	79.02	35.75
บริการทั่วไป	จำนวน	30	76	106
	ร้อยละ	28.30	71.70	26.50
รวม	จำนวน	143	257	400
	ร้อยละ	35.75	64.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 90.455 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.237 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 90.455$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70

ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ประเภทของธุรกิจ		ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี				รวม
		เปลี่ยน	ใช้ผู้สอบ	เปลี่ยน	เปลี่ยน	
		ทุกปี	เดิม	ทุก2ปี	ทุก 3 ปีขึ้นไป	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	11	62	9	16	98
	ร้อยละ	11.22	63.27	9.18	16.33	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	10	33	6	4	53
	ร้อยละ	18.87	62.26	11.32	7.55	13.25
ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	จำนวน	15	105	3	20	143
	ร้อยละ	10.49	73.43	2.10	13.98	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	11	80	9	6	106
	ร้อยละ	10.38	75.47	8.49	5.66	26.50
รวม	จำนวน	47	280	27	46	400
	ร้อยละ	11.75	70.00	6.75	11.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 115.447 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.537 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 115.447$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ด้านประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ด้านประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 53.70

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการ ตรวจสอบบัญชี

ประเภทของธุรกิจ		การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		รวม
		บอกต่อแน่นอน	อาจบอกต่อ	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	57	41	98
	ร้อยละ	58.16	41.84	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	29	24	53
	ร้อยละ	54.72	45.28	13.25
ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	จำนวน	44	99	143
	ร้อยละ	30.77	69.23	35.75
ธุรกิจบริการทั่วไป	จำนวน	31	75	106
	ร้อยละ	29.25	70.75	26.50
รวม	จำนวน	161	239	400
	ร้อยละ	40.25	59.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 77.561 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.207 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 77.561$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 20.70

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ประเภทของธุรกิจ		บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม						รวม
		ที่ปรึกษา ภาษี	ที่ปรึกษา กฎหมาย	ทำงาน ประมาณ	วางระบบ บัญชี	ตรวจสอบ ภายใน	ฝึกอบรม สัมมนา	
อุตสาหกรรมการผลิต	จำนวน	26	41	3	21	2	5	98
	ร้อยละ	26.55	41.85	3.05	21.45	2.05	5.10	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	8	20	5	7	7	6	53
	ร้อยละ	15.00	37.75	9.45	13.20	13.20	11.30	13.25
ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	จำนวน	59	43	5	17	6	13	143
	ร้อยละ	41.26	30.07	3.50	11.89	4.20	9.08	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	18	49	7	18	2	12	106
	ร้อยละ	16.98	46.23	6.60	16.98	1.89	11.32	26.50
รวม	จำนวน	111	153	20	63	17	36	400
	ร้อยละ	27.75	38.25	5.00	15.75	4.25	9.00	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 185.133 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.035 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 185.133$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม มีความสัมพันธ์กับประเภทของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 3.50

1.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการใช้		รวม
		สำนักงานตรวจสอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีอิสระ	
1 – 5 ปี	จำนวน	48	99	147
	ร้อยละ	32.70	67.30	36.75
6 - 10 ปี	จำนวน	58	45	103
	ร้อยละ	56.30	43.70	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	69	28	97
	ร้อยละ	71.10	28.90	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	42	11	53
	ร้อยละ	79.25	20.75	13.25
รวม	จำนวน	217	183	400
	ร้อยละ	54.25	45.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 52.284 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.362 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 52.284$ และค่า $\text{Sig. (2-sided)} = 0.000$ หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่าลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 36.20

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ความพึงพอใจต่อการให้บริการ		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	27	120	147
	ร้อยละ	18.37	81.63	36.75
6 - 10 ปี	จำนวน	41	62	103
	ร้อยละ	39.81	60.19	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	51	46	97
	ร้อยละ	52.58	47.42	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	24	29	53
	ร้อยละ	45.28	54.72	13.25
รวม	จำนวน	143	257	400
	ร้อยละ	35.75	64.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 43.059 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.258 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 43.059$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 25.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี				รวม
		เปลี่ยน	ใช้ผู้สอบ	เปลี่ยน	เปลี่ยน	
		ทุกปี	เดิม	ทุก 2 ปี	ทุก 3 ปี	
1 – 5 ปี	จำนวน	13	108	8	18	147
	ร้อยละ	8.80	73.50	5.40	12.20	36.75
6 - 10 ปี	จำนวน	21	61	7	14	103
	ร้อยละ	20.40	59.20	6.80	13.60	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	7	69	9	12	97
	ร้อยละ	7.20	71.10	9.30	12.40	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	6	42	3	2	53
	ร้อยละ	11.30	79.20	5.70	3.80	13.25
รวม	จำนวน	47	280	27	46	400
	ร้อยละ	11.75	70.00	6.75	11.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 18.172 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.111$$

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 18.172$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.111 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		
		บอกต่อแน่นอน	อาจบอกต่อ	รวม
1 – 5 ปี	จำนวน	38	109	147
	ร้อยละ	25.85	74.15	36.75
6 - 10 ปี	จำนวน	58	45	103
	ร้อยละ	56.31	43.69	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	45	52	97
	ร้อยละ	46.39	53.61	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	20	33	53
	ร้อยละ	37.74	62.26	13.25
รวม	จำนวน	161	239	400
	ร้อยละ	40.25	59.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 33.553 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.205 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 33.553$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 20.50

ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม						รวม
		ที่ปรึกษา	ที่ปรึกษา	ทำงบ	วางระบบ	ตรวจสอบ	ฝึกอบรม	
		ภาษี	กฎหมาย	ประมาณ	บัญชี	ภายใน	สัมมนา	
1 – 5 ปี	จำนวน	40	53	5	17	8	24	147
	ร้อยละ	27.21	36.05	3.40	11.56	5.45	16.33	36.75
6 - 10 ปี	จำนวน	19	42	7	22	3	10	103
	ร้อยละ	18.45	40.77	6.79	21.36	2.91	9.70	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	28	45	6	15	2	1	97
	ร้อยละ	28.87	46.39	6.19	15.46	2.06	1.03	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	24	13	2	9	4	1	53
	ร้อยละ	45.28	24.53	3.77	16.98	7.55	1.89	13.25
รวม	จำนวน	111	153	20	63	17	36	400
	ร้อยละ	27.75	38.25	5.00	15.75	4.25	9.00	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 26.874 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.081$$

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 26.874$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.081 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 รายได้จากการประกอบการ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรายได้จากการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี

รายได้จากการประกอบการ		ประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการใช้		รวม
		สำนักงานตรวจสอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีอิสระ	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	74	158	232
	ร้อยละ	31.90	68.10	58.00
31 - 50 ล้านบาท	จำนวน	73	14	87
	ร้อยละ	83.91	16.09	21.75
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	70	11	81
	ร้อยละ	86.42	13.58	20.25
รวม	จำนวน	217	183	400
	ร้อยละ	54.25	45.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 112.863 \text{ Sig. (2-sided) } = 0.000$$

$$v = 0.531 \text{ Sig. } = 0.000$$

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 112.863$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 53.10

ตาราง 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

รายได้จากการประกอบการ		ความพึงพอใจต่อการให้บริการ		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	43	189	232
	ร้อยละ	18.53	81.47	58.00
31 - 50 ล้านบาท	จำนวน	52	35	87
	ร้อยละ	59.77	40.23	21.75
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	48	33	81
	ร้อยละ	59.26	40.74	20.25
รวม	จำนวน	143	257	400
	ร้อยละ	35.75	64.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 75.798 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.382 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 75.798$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 38.20 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

รายได้จากการประกอบการ		ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี				รวม
		เปลี่ยน	ใช้ผู้สอบ	เปลี่ยน	เปลี่ยน	
		ทุกปี	เดิม	ทุก2ปี	ทุก 3 ปีขึ้นไป	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	37	168	10	17	232
	ร้อยละ	15.95	72.41	4.31	7.33	58.00
31 - 50 ล้านบาท	จำนวน	4	52	10	21	87
	ร้อยละ	4.60	59.77	11.49	24.14	21.75
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	6	60	7	8	81
	ร้อยละ	7.41	74.07	8.64	9.88	20.25
รวม	จำนวน	47	280	27	46	400
	ร้อยละ	11.75	70.00	6.75	11.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 57.069 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.151 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 57.069$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 15.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

รายได้จากการประกอบการ		การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี			รวม
		บอกต่อ แน่นอน	อาจ บอกต่อ	ไม่บอกต่อ แน่นอน	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	76	141	15	232
	ร้อยละ	32.76	60.78	6.47	58.00
31 - 50 ล้านบาท	จำนวน	44	40	3	87
	ร้อยละ	50.57	45.98	3.45	21.75
51 ล้านบาทขึ้นไป	จำนวน	41	36	4	81
	ร้อยละ	50.62	44.44	4.94	20.25
รวม	จำนวน	161	217	22	400
	ร้อยละ	40.25	54.25	5.50	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 19.884 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.011$$

$$v = 0.158 \quad \text{Sig.} = 0.011$$

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 19.884$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.011 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 15.80

ตาราง 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

รายได้จากการประกอบการ		บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม						รวม
		ที่ปรึกษา ภาษี	ที่ปรึกษา กฎหมาย	ทำงบ ประมาณ	วางระบบ บัญชี	ตรวจสอบ ภายใน	ฝึกอบรม สัมมนา	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	73	77	12	36	7	27	232
	ร้อยละ	31.47	33.19	5.17	15.52	3.02	11.63	58.00
31 - 50 ล้านบาท	จำนวน	15	40	1	21	7	3	87
	ร้อยละ	17.24	45.97	1.15	24.14	8.05	3.45	21.75
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	23	36	7	6	3	6	81
	ร้อยละ	28.40	44.44	8.64	7.41	3.70	7.41	20.25
รวม	จำนวน	111	153	20	63	17	36	400
	ร้อยละ	27.75	38.25	5.00	15.75	4.25	9.00	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 63.025 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.198 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 63.025$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 19.80

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการบริการ

- สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

2.1 รูปแบบกิจการ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรูปแบบของกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ตาราง 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	200	119	319
	ร้อยละ	62.70	37.30	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	63	18	81
	ร้อยละ	77.77	22.23	20.25
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 121.991 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.390 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 121.991$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 39.00

ตาราง 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	177	142	319
	ร้อยละ	55.49	44.51	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	50	31	81
	ร้อยละ	61.72	38.28	20.25
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 51.639 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.251 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 51.639$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 25.10

ตาราง 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	104	215	319
	ร้อยละ	32.60	67.40	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	43	38	81
	ร้อยละ	53.09	46.91	20.25
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	60.25	100

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 86.195 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.328 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 86.195$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 32.80

- ตาราง 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบุคคล)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	176	143	319
	ร้อยละ	55.20	44.80	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	61	20	81
	ร้อยละ	75.30	24.70	20.25
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$\chi^2 = 136.811$ Sig.(2-sided) = 0.000

$v = 0.414$ Sig. = 0.000

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบพบว่า มีค่า $\chi^2 = 136.811$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 41.40

ตาราง 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	219	100	319
	ร้อยละ	68.65	31.35	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	68	13	81
	ร้อยละ	83.95	16.05	20.25
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 69.655 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.295 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบพบว่า มีค่า $\chi^2 = 69.655$ และค่า Sig.(2-sided)= 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 29.50

ตาราง 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

รูปแบบกิจการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บริษัทจำกัด	จำนวน	154	165	319
	ร้อยละ	48.30	51.70	79.75
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	51	30	81
	ร้อยละ	62.95	37.05	20.25
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 68.640 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.293 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 68.640$ และค่า $\text{Sig. (2-sided)} = 0.000$ หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 29.30

2.2 ทุนจดทะเบียน

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านทุนจดทะเบียน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ตาราง 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบริการ)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	103	97	200
	ร้อยละ	51.50	48.50	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	109	20	129
	ร้อยละ	84.50	15.50	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	31	9	40
	ร้อยละ	77.50	22.50	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	20	11	31
	ร้อยละ	64.51	35.49	7.75
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 43.316 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.237 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 43.316$ และค่า $\text{Sig. (2-sided)} = 0.000$ หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	88	112	200
	ร้อยละ	44.00	56.00	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	95	34	129
	ร้อยละ	73.64	26.36	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	28	12	40
	ร้อยละ	70.00	30.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	16	15	31
	ร้อยละ	51.61	48.39	7.75
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 33.806 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.200 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 33.806$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 20.00 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	41	159	200
	ร้อยละ	20.50	79.50	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	76	53	129
	ร้อยละ	58.91	41.09	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	16	24	40
	ร้อยละ	40.00	60.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	14	17	31
	ร้อยละ	45.16	54.84	7.75
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 52.268 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.277 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 52.268$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 27.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบุคคล)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	86	114	200
	ร้อยละ	43.00	57.00	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	106	23	129
	ร้อยละ	82.17	17.83	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	28	12	40
	ร้อยละ	70.00	30.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	17	14	31
	ร้อยละ	54.84	45.16	7.75
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 54.548 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.253 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 54.548$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 25.30 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านลักษณะทางกายภาพ)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	117	83	200
	ร้อยละ	58.50	41.50	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	116	13	129
	ร้อยละ	89.92	10.08	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	36	4	40
	ร้อยละ	90.00	10.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	18	13	31
	ร้อยละ	58.06	41.94	7.75
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 47.777 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.216 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 47.777$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 21.60 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับ
ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

ทุนจดทะเบียน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านกระบวนการ)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	จำนวน	74	126	200
	ร้อยละ	37.00	63.00	50.00
6 - 20 ล้านบาท	จำนวน	91	38	129
	ร้อยละ	70.54	29.46	32.25
21 – 50 ล้านบาท	จำนวน	24	16	40
	ร้อยละ	60.00	40.00	10.00
มากกว่า 50 ล้านบาท	จำนวน	16	15	31
	ร้อยละ	51.61	48.39	7.75
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 38.260 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.224 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 38.260$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.40 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ประเภทธุรกิจ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบริการ)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	75	23	98
	ร้อยละ	76.53	23.47	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	32	21	53
	ร้อยละ	60.38	39.62	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	98	45	143
	ร้อยละ	68.53	31.47	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	58	48	106
	ร้อยละ	54.72	45.28	26.50
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 674.227 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.391 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 674.227$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 39.10

ตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	71	27	98
	ร้อยละ	72.45	27.55	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	25	28	53
	ร้อยละ	47.17	52.83	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	72	71	143
	ร้อยละ	50.35	49.65	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	59	47	106
	ร้อยละ	55.66	44.34	26.50
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 278.566 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.341 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 278.566$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 34.10

ตาราง 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านการส่งเสริมการตลาด)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	53	45	98
	ร้อยละ	54.08	45.92	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	19	34	53
	ร้อยละ	35.85	64.15	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	47	96	143
	ร้อยละ	32.87	67.13	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	28	78	106
	ร้อยละ	26.42	73.58	26.50
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 337.959 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.291 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 337.959$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 29.10

ตาราง 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ
ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	80	18	98
	ร้อยละ	81.63	18.37	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	26	27	53
	ร้อยละ	49.06	50.94	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	81	62	143
	ร้อยละ	56.64	43.36	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	50	56	106
	ร้อยละ	47.17	52.83	26.50
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 537.330 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.349 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 537.330$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 34.90

ตาราง 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านลักษณะทางกายภาพ)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	81	17	98
	ร้อยละ	82.65	17.35	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	45	8	53
	ร้อยละ	84.94	15.09	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	99	44	143
	ร้อยละ	69.23	30.77	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	62	44	106
	ร้อยละ	58.49	41.51	26.50
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 289.192 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.283 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 289.192$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 28.30

ตาราง 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับ ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

ประเภทธุรกิจ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านกระบวนการ)		
		มาก	ปานกลาง	
ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน	72	26	98
	ร้อยละ	73.47	26.53	24.50
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	20	33	53
	ร้อยละ	37.74	62.26	13.25
ธุรกิจซื้อ-ขายไป	จำนวน	67	76	143
	ร้อยละ	46.85	53.15	35.75
ธุรกิจบริการ	จำนวน	46	60	106
	ร้อยละ	43.40	56.60	26.50
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 273.036 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.275 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 273.036$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ร้อยละ 27.50

2.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ตาราง 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	73	74	147
	ร้อยละ	49.66	50.34	36.75
6 –10 ปี	จำนวน	64	39	103
	ร้อยละ	62.13	37.87	25.75
11 –20 ปี	จำนวน	89	8	97
	ร้อยละ	91.75	8.25	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	37	16	53
	ร้อยละ	69.81	30.19	13.25
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 50.478 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.247 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 50.478$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 24.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านราคา)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	49	98	147
	ร้อยละ	33.32	66.68	36.75
6 –10 ปี	จำนวน	62	41	103
	ร้อยละ	60.20	39.80	25.75
11 –20 ปี	จำนวน	84	13	97
	ร้อยละ	86.60	13.40	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	32	21	53
	ร้อยละ	60.37	39.63	13.25
รวม	จำนวน	173	227	400
	ร้อยละ	43.25	56.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 70.991 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d_s = 0.314 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 70.991$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 31.40 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	22	125	147
	ร้อยละ	14.95	85.05	36.75
6 – 10 ปี	จำนวน	49	54	103
	ร้อยละ	47.57	52.43	25.75
11 – 20 ปี	จำนวน	59	38	97
	ร้อยละ	60.82	39.18	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	17	36	53
	ร้อยละ	32.07	67.93	13.25
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 64.990 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.257 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 64.990$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 25.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบุคคล)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	55	92	147
	ร้อยละ	37.42	62.58	36.75
6 –10 ปี	จำนวน	65	38	103
	ร้อยละ	63.10	36.90	25.75
11 –20 ปี	จำนวน	86	11	97
	ร้อยละ	88.66	11.34	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	31	22	53
	ร้อยละ	58.49	41.51	13.25
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 69.928 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.288 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 69.928$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 28.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	74	73	147
	ร้อยละ	50.34	49.66	36.75
6 –10 ปี	จำนวน	88	15	103
	ร้อยละ	85.43	14.57	25.75
11 –20 ปี	จำนวน	96	1	97
	ร้อยละ	98.97	1.03	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	29	24	53
	ร้อยละ	54.71	45.29	13.25
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 85.804 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.221 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 85.804$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
1 – 5 ปี	จำนวน	47	97	147
	ร้อยละ	31.97	68.03	36.75
6 –10 ปี	จำนวน	58	45	103
	ร้อยละ	56.31	43.69	25.75
11 –20 ปี	จำนวน	75	22	97
	ร้อยละ	77.32	22.68	24.25
มากกว่า 20 ปี	จำนวน	25	28	53
	ร้อยละ	47.17	52.83	13.25
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 52.891 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.237 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 52.891$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัย ด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 รายได้จากการประกอบการ

H_0 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรายได้จากการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

H_1 : ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ด้านรายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ตาราง 60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	125	107	232
	ร้อยละ	53.87	46.13	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	70	17	87
	ร้อยละ	80.46	19.54	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	41	9	50
	ร้อยละ	82.00	18.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	13	1	14
	ร้อยละ	92.85	7.15	3.50
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 36.870 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.273 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 36.870$ และค่า $\text{Sig. (2-sided)} = 0.000$ หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์

เท่ากับร้อยละ 27.30 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	111	115	232
	ร้อยละ	47.84	52.16	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	57	30	87
	ร้อยละ	65.51	34.49	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	35	15	50
	ร้อยละ	70.00	30.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	10	4	14
	ร้อยละ	71.42	28.58	3.50
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 21.906 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.005$$

$$d = 0.208 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 21.906$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.005 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 20.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านการส่งเสริมการตลาด)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	56	176	232
	ร้อยละ	24.13	75.87	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	43	44	87
	ร้อยละ	49.42	50.58	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	25	25	50
	ร้อยละ	50.00	50.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	9	5	14
	ร้อยละ	64.28	35.72	3.50
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 47.271 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.005$$

$$d = 0.302 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 47.271$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.005 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 30.20 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	108	124	232
	ร้อยละ	46.54	53.46	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	65	22	87
	ร้อยละ	74.71	25.29	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	40	10	50
	ร้อยละ	80.00	20.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	10	4	14
	ร้อยละ	71.42	28.58	3.50
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 39.125 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.005$$

$$d = 0.280 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 39.125$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.005 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 28.00 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านลักษณะทางกายภาพ)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	142	90	232
	ร้อยละ	61.20	38.80	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	76	11	87
	ร้อยละ	87.35	12.65	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	44	6	50
	ร้อยละ	88.00	12.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	11	3	14
	ร้อยละ	78.57	21.43	3.50
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 30.955 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.237 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 30.955$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ

รายได้จากการประกอบการ		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านกระบวนการ)		
		มาก	ปานกลาง	
ไม่เกิน 30 ล้านบาท	จำนวน	90	142	232
	ร้อยละ	38.80	61.20	58.00
31 – 50 ล้านบาท	จำนวน	59	28	87
	ร้อยละ	67.81	32.19	21.75
51 – 100 ล้านบาท	จำนวน	32	18	50
	ร้อยละ	64.00	36.00	12.50
101 – 200 ล้านบาท	จำนวน	14	3	17
	ร้อยละ	82.35	17.65	4.25
มากกว่า 200 ล้านบาท	จำนวน	10	4	14
	ร้อยละ	71.42	28.58	3.50
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 37.021 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.271 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 37.021$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 27.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

3.1 ด้านบริการ

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	159	58	217
	ร้อยละ	73.27	26.73	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	104	79	183
	ร้อยละ	56.83	43.17	45.75
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 69.147 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.416 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 69.147$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้

บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 41.60

ตาราง 67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	128	15	143
	ร้อยละ	89.51	10.49	35.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	128	119	247
	ร้อยละ	51.82	48.18	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	7	3	10
	ร้อยละ	70.00	30.00	2.50
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 107.311 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.002$$

$$d = -0.357 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 107.311$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.002 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 35.70 และมีความสัมพันธ์

ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบริการ)		
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	22	25	47
	ร้อยละ	46.80	53.20	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	195	85	280
	ร้อยละ	69.65	30.35	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	18	9	27
	ร้อยละ	66.66	33.34	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	28	18	46
	ร้อยละ	60.87	39.13	11.50
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 48.034 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.048 \quad \text{Sig.} = 0.349$$

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 48.034$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 4.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร แต่ทิศทางความสัมพันธ์นี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการ ตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบริการ)		
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	127	34	161
	ร้อยละ	78.88	21.12	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	123	94	217
	ร้อยละ	56.68	43.32	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	13	9	22
	ร้อยละ	59.09	40.91	5.50
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 149.589 \text{ Sig. (2-sided) } = 0.000$$

$$v = 0.432 \text{ Sig. } = 0.000$$

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 149.589$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 43.20

ตาราง 70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านบริการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	73	38	111
	ร้อยละ	65.77	34.23	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	111	42	153
	ร้อยละ	72.55	27.45	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	15	5	20
	ร้อยละ	75.00	25.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	41	22	63
	ร้อยละ	65.07	34.93	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	11	6	17
	ร้อยละ	64.70	35.30	4.25
การฝึกอบรมสัมมนา	จำนวน	12	24	36
	ร้อยละ	33.33	66.67	9.00
รวม	จำนวน	263	137	400
	ร้อยละ	65.75	34.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 418.136 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.417 \text{ Sig.} = 0.019$$

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 418.136$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 41.70

3.2 ด้านราคา

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านราคา)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	140	77	217
	ร้อยละ	64.51	35.49	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	87	96	183
	ร้อยละ	47.54	52.46	45.75
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 20.154 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.224 \quad \text{Sig.} = 0.003$$

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 20.154$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.40

ตาราง 72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	112	31	143
	ร้อยละ	78.32	21.68	10.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	108	139	247
	ร้อยละ	43.72	56.28	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	7	3	10
	ร้อยละ	70.00	30.00	2.50
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 45.922 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.298 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 45.922$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 29.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	18	29	47
	ร้อยละ	38.30	61.70	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	170	110	280
	ร้อยละ	60.70	39.30	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	11	16	27
	ร้อยละ	40.75	59.25	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	28	18	46
	ร้อยละ	60.87	39.13	11.50
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 32.681 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.061 \quad \text{Sig.} = 0.225$$

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 32.681$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 6.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร แต่ทิศทางความสัมพันธ์นี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการ ตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	113	48	161
	ร้อยละ	70.20	29.80	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	102	115	217
	ร้อยละ	47.00	53.00	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	12	10	22
	ร้อยละ	54.55	45.45	5.50
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 35.164 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.210 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 74 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 35.164$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 21.00

ตาราง 75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านราคา)		
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	62	49	111
	ร้อยละ	55.86	44.14	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	88	65	153
	ร้อยละ	57.52	42.48	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	14	6	20
	ร้อยละ	70.00	30.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	40	23	63
	ร้อยละ	63.50	36.50	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	7	10	17
	ร้อยละ	41.20	58.80	4.25
การฝึกอบรม/สัมมนา	จำนวน	16	20	36
	ร้อยละ	44.44	55.56	9.00
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 88.329 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.192 \quad \text{Sig.} = 0.406$$

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 88.329$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 19.20 แต่ขนาดความสัมพันธ์นี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	105	112	217
	ร้อยละ	48.38	51.62	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	42	141	183
	ร้อยละ	22.95	77.05	45.75
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 43.930 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.331 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 43.930$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ร้อยละ 33.10

ตาราง 77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	88	55	143
	ร้อยละ	61.53	38.47	35.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	57	190	247
	ร้อยละ	23.07	76.93	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	2	8	10
	ร้อยละ	20.00	80.00	2.50
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 82.435 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.389 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 82.435$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 38.90 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	16	31	47
	ร้อยละ	34.04	65.96	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	103	177	280
	ร้อยละ	36.78	63.22	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	9	18	27
	ร้อยละ	33.33	66.67	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	19	27	46
	ร้อยละ	41.30	58.70	11.50
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 23.140 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.003$$

$$d = 0.023 \quad \text{Sig.} = 0.652$$

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 23.140$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.003 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 2.30 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร แต่ทิศทางความสัมพันธ์นี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	85	76	161
	ร้อยละ	52.80	47.20	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	60	157	217
	ร้อยละ	27.65	72.35	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	2	20	22
	ร้อยละ	9.10	90.90	5.50
รวม	จำนวน	147	253	400
	ร้อยละ	36.75	63.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 89.444 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.334 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 89.444$ และค่า Sig. (2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 33.40

ตาราง 80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านการส่งเสริมการตลาด)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	47	64	111
	ร้อยละ	42.34	57.66	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	55	98	153
	ร้อยละ	35.94	64.06	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	7	13	20
	ร้อยละ	35.00	65.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	25	38	63
	ร้อยละ	39.68	60.32	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	7	10	17
	ร้อยละ	41.17	58.83	4.25
การฝึกอบรมสัมมนา	จำนวน	6	30	36
	ร้อยละ	16.66	83.34	9.00
รวม	จำนวน	227	173	400
	ร้อยละ	56.75	43.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 121.608 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.225 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 80 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 121.608$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.50

3.4 ด้านบุคคล

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	146	71	217
	ร้อยละ	67.28	32.72	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	91	92	183
	ร้อยละ	49.72	50.28	45.75
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 58.582 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.383 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 81 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 58.582$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 38.30

ตาราง 82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	124	19	143
	ร้อยละ	86.71	13.29	35.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	111	136	247
	ร้อยละ	44.94	55.06	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	2	8	10
	ร้อยละ	20.00	80.00	2.50
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 124.031 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.427 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 82 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 124.031$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 42.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	19	28	47
	ร้อยละ	40.42	59.58	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	169	111	280
	ร้อยละ	60.35	39.65	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	25	2	27
	ร้อยละ	92.59	7.41	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	24	22	46
	ร้อยละ	52.17	47.83	11.50
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 61.437 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = 0.101 \quad \text{Sig.} = 0.039$$

จากตาราง 83 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 61.473$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 10.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	120	41	161
	ร้อยละ	74.53	25.47	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	111	106	217
	ร้อยละ	51.15	48.85	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	6	16	22
	ร้อยละ	27.27	72.73	5.50
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 145.707 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.427 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 84 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 145.707$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 42.70

ตาราง 85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานครด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านบุคคล)		
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	74	37	111
	ร้อยละ	66.67	33.33	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	94	59	153
	ร้อยละ	61.43	38.57	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	9	11	20
	ร้อยละ	45.00	55.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	35	28	63
	ร้อยละ	55.55	44.45	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	10	7	17
	ร้อยละ	58.82	41.18	4.25
การฝึกอบรมสัมมนา	จำนวน	15	21	36
	ร้อยละ	41.66	58.34	9.00
รวม	จำนวน	237	163	400
	ร้อยละ	59.25	40.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 458.903 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.437 \text{ Sig.} = 0.006$$

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 458.903$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 43.70

3.5 ด้านลักษณะทางกายภาพ

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	166	15	217
	ร้อยละ	76.49	23.51	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	121	62	287
	ร้อยละ	42.16	57.84	71.75
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 24.706 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.003$$

$$v = 0.249 \quad \text{Sig.} = 0.003$$

จากตาราง 86 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 24.706$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.003 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ร้อยละ 24.90

ตาราง 87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	139	4	143
	ร้อยละ	97.20	2.80	35.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	146	101	247
	ร้อยละ	59.10	40.90	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	8	2	10
	ร้อยละ	80.00	20.00	2.50
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 78.389 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.433 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 87 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 78.389$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 43.30 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านลักษณะทางกายภาพ)		
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	29	18	47
	ร้อยละ	61.70	38.30	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	201	79	280
	ร้อยละ	71.78	28.22	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	24	3	27
	ร้อยละ	88.88	11.12	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	33	13	46
	ร้อยละ	71.74	28.26	11.50
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 6.717 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.152$$

จากตาราง 88 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 6.717$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.152 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	147	14	161
	ร้อยละ	91.30	8.70	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	128	89	217
	ร้อยละ	58.98	41.02	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	12	10	22
	ร้อยละ	54.54	45.46	5.50
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 85.075 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.326 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 89 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 85.075$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 32.60

ตาราง 90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	82	29	111
	ร้อยละ	73.87	26.13	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	117	36	153
	ร้อยละ	76.47	23.53	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	13	7	20
	ร้อยละ	65.00	35.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	39	24	63
	ร้อยละ	61.90	38.10	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	15	2	17
	ร้อยละ	88.23	11.77	4.25
การฝึกอบรมสัมมนา	จำนวน	21	15	36
	ร้อยละ	58.33	41.67	9.00
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 123.570 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.227 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 90 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 123.570$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.70

3.6 ด้านกระบวนการ

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี

ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		ปานกลาง	น้อย	
สำนักงานตรวจสอบบัญชี	จำนวน	129	88	217
	ร้อยละ	59.44	40.56	54.25
ผู้สอบบัญชีอิสระ	จำนวน	76	107	183
	ร้อยละ	41.53	58.47	47.75
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 51.628 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.359 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 91 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 51.628$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ร้อยละ 35.90

ตาราง 92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี

ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
พึงพอใจมาก	จำนวน	120	23	143
	ร้อยละ	83.91	16.09	35.75
พึงพอใจปานกลาง	จำนวน	83	164	247
	ร้อยละ	33.60	66.40	61.75
พึงพอใจน้อย	จำนวน	2	8	10
	ร้อยละ	20.00	80.00	2.50
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 96.218 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$d = -0.478 \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 92 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 96.218$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับปานกลางโดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 47.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี

ความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ		รวม
		(ด้านกระบวนการ)		
		มาก	ปานกลาง	
เปลี่ยนทุกปี	จำนวน	18	29	47
	ร้อยละ	38.29	61.71	11.75
ใช้ผู้สอบเดิม	จำนวน	143	137	280
	ร้อยละ	51.07	48.93	70.00
เปลี่ยนทุก 2 ปี	จำนวน	14	13	27
	ร้อยละ	51.85	48.15	6.75
เปลี่ยนทุก 3 ปีขึ้นไป	จำนวน	30	16	46
	ร้อยละ	65.22	34.78	11.50
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 8.622 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.375$$

จากตาราง 93 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 8.622$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.375 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ตาราง 94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการ ตรวจสอบบัญชี

การบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
บอกต่อแน่นอน	จำนวน	114	47	161
	ร้อยละ	70.80	29.20	40.25
อาจบอกต่อ	จำนวน	88	129	217
	ร้อยละ	40.55	59.45	54.25
ไม่บอกต่อแน่นอน	จำนวน	3	19	22
	ร้อยละ	13.63	86.37	5.50
รวม	จำนวน	205	195	400
	ร้อยละ	51.25	48.75	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 112.193 \text{ Sig. (2-sided)} = 0.000$$

$$v = 0.374 \text{ Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 94 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 112.193$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.000 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ ร้อยละ 37.40

ตาราง 95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม

ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม		ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ (ด้านกระบวนการ)		รวม
		มาก	ปานกลาง	
ที่ปรึกษาด้านภาษีอากร	จำนวน	62	49	111
	ร้อยละ	55.86	44.14	27.75
ที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ	จำนวน	77	76	153
	ร้อยละ	50.32	49.68	38.25
การจัดทำงบประมาณ	จำนวน	8	12	20
	ร้อยละ	40.00	60.00	5.00
วางระบบบัญชี	จำนวน	33	30	63
	ร้อยละ	52.38	47.62	15.75
ตรวจสอบภายใน	จำนวน	9	8	17
	ร้อยละ	52.94	47.06	4.25
การฝึกอบรม/สัมมนา	จำนวน	16	20	36
	ร้อยละ	44.44	55.56	9.00
รวม	จำนวน	287	113	400
	ร้อยละ	71.75	28.25	100.00

การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$$\chi^2 = 66.279 \quad \text{Sig. (2-sided)} = 0.461$$

จากตาราง 95 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square test) ในการทดสอบ พบว่า มีค่า $\chi^2 = 66.279$ และค่า Sig.(2-sided) = 0.461 หมายความว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี				
	ประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี	ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความถี่ในการเปลี่ยนผู้สอบ	การบอกต่อ	ความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม
1. รูปแบบของธุรกิจ	✓	x	x	x	✓
2. ทุนจดทะเบียน	✓	✓	✓	✓	✓
3.ประเภทของธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓
4.ระยะเวลาในการดำเนินงาน	✓	✓	x	✓	x
5.รายได้จากการประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓

สมมติฐาน	ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ					
	ด้านบริการ	ด้านราคา	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคคล	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
1. รูปแบบของธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ทุนจดทะเบียน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.ประเภทของธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.ระยะเวลาในการดำเนินงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.รายได้จากการประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สมมติฐาน	พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี				
	ประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี	ความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ความถี่ในการเปลี่ยนผู้สอบ	การบอกต่อ	ความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม
1. ด้านบริการ	✓	✓	✓	✓	✓
2. ด้านราคา	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓
4. ด้านบุคคล	✓	✓	✓	✓	✓
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	x	✓	✓
6. ด้านกระบวนการ	✓	✓	x	✓	x

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายความว่า สอดคล้องกับสมมติฐาน

เครื่องหมาย x หมายความว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา เรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

สังเขปความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี
2. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจที่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการและพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร
2. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือและขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี การสัมภาษณ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ออกเป็น 3 ส่วน เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการในการประมวลผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการทุนจดทะเบียนประเภทการประกอบการของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 รูปแบบกิจการ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ทุนจดทะเบียน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ประเภทของธุรกิจ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 รายได้จากการประกอบการเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยแบบสอบถามใช้วิธีให้คะแนนแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี ประกอบด้วย คำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

ข้อที่ 1 ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ความถี่ในการเปลี่ยนบริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 การบอกต่อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 บริการอื่นเพิ่มเติม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน - พฤษภาคม 2547

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences) Version 10 for Windows โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ลงรหัส (Coding) ข้อมูลในแบบสอบถาม
3. ป้อนรหัสข้อมูลใส่เครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS /PC
4. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจ (รูปแบบกิจการทุน จดทะเบียน ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ) ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ
5. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมการบริการที่มีต่อ บริการ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
6. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ
7. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 - test) และทำการทดสอบเพิ่มเติมเมื่อ Chi-Square มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Cramer's v และ Somer's d

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท โดยประกอบธุรกิจซื้อมา - ขายไป ซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1 – 5 ปี และมีรายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมาไม่เกิน 30 ล้านบาท

2. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านบริการ ผู้ประกอบการมีระดับความความคิดเห็นด้านบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน, ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน, ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ, การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง, การใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ, ภาพลักษณ์ของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ และชื่อเสียงของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32, 4.29, 4.05, 3.95, 3.89, 3.87, 3.81 และ 3.78 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ประกอบการมีระดับความความคิดเห็นด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อัตราค่าบริการที่เหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระค่าบริการ เช่น ให้เครดิต 30 วัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการต้องการ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น กฎหมายใหม่, ประกาศของสรรพากร, มาตรฐานการบัญชีใหม่, การได้รับบริการเสริม เช่น บริการที่ปรึกษา และโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต สมุดหน้าเหลืองอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.84 และ 3.38 ตามลำดับ

ด้านบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ, การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า, ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ, ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตายิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี และมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 3.97, 3.97, 3.92 และ 3.77 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการต้องการ ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน, ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า, ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน และความสะอาดของสำนักงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, 4.14, 4.11 และ 3.73 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการบริการด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการต้องการการให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน, การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.99 และ 3.79 ตามลำดับ

2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี พบว่า

- ประเภทของบริการตรวจสอบบัญชีที่กิจการท่านเลือกใช้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ใช้สำนักงานตรวจสอบบัญชี จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 และใช้ผู้สอบบัญชีอิสระ จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 ตามลำดับ

- ความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 247 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.75 พึงพอใจในระดับมาก จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.75 อยู่ในระดับน้อย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

- ความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีของกิจการในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ผู้ตรวจสอบบัญชีเดิม จำนวน 280 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 เปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกปีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.75 เปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกๆ 3 ปีขึ้นไป จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 และเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีทุกๆ 2 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

- ผู้ประกอบการบอกรับบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาจบอกรับบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาบอกรับแน่นอน จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.25 และ ไม่บอกรับแน่นอน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

- บริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการบริการที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจจำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือที่ปรึกษาด้านภาษีอากร จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75 วางระบบบัญชีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.75 การฝึกอบรมสัมมนา จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 การจัดทำงบประมาณ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และการตรวจสอบภายใน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

3. สรุปผลการศึกษาจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร
รูปแบบของกิจการ

1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 16.00

5. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 19.80

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการบริการ

- รูปแบบกิจการ

1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 39.00

2. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 25.10

3. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 0.328

4. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 41.40

5. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วย

4. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน ส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบุคคล ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 28.00 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน ส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 23.70 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน ส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านกระบวนการ ในระดับ ค่อนข้างต่ำ โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 27.10 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร - ด้านบริการ

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 41.60

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธี

เดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 22.70

- ด้านกระบวนการ

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 35.90

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี ในระดับปานกลาง โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 47.80 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's v พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับก่อนข้างต่ำ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับร้อยละ 37.40

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามจะประกอบการรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท โดยประกอบธุรกิจซื้อมา - ขายไป ซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1 – 5 ปี และมีรายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมาไม่เกิน 30 ล้านบาท

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ด้านบริการ ผู้ประกอบการมีระดับความความคิดเห็นด้านบริการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชื่อเสียง, ความน่าเชื่อถือ, ภาพลักษณ์ของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ, ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน, ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน, การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง, ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ และการใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดุขุฎี ใหญ่เรืองศรี. (2541 : 61) เรื่องคุณภาพบริการตามความคาดหวังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลสงฆ์ กระทรวงสาธารณสุข พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความคาดหวังสูงในคุณภาพการบริการ ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ความเอาใจใส่ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ด้านราคา ผู้ประกอบการมีระดับความความคิดเห็นด้านราคา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อัตราค่าบริการที่เหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระค่าบริการ เช่น ให้เครดิต 30 วัน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2542 : บทคัดย่อ) พบว่า ราคาของสินค้าและบริการต้องเหมาะสม รวมทั้งต้องมีราคาถูก เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต, สมุดหน้าเหลือง อยู่ในระดับมาก และ ผู้ประกอบการต้องการการแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น กฎหมายใหม่, ประกาศของกรมสรรพากร มาตรฐานการบัญชีใหม่, การได้รับการเสริม เช่น บริการที่ปรึกษา อยู่ในระดับมาก

ด้านบุคคล ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ, การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า, ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ, ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตาดีมีเสน่ห์ และมีอัธยาศัยดี และมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสุภาพร ปาละลักษณ์ (2451 : 123) ที่พบว่า พนักงานขายเป็นสื่อบุคคลที่เป็นผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร คุณลักษณะของสินค้าถึงผู้บริโภคโดยตรง และส่วนใหญ่ได้รับการฝึกอบรมให้เป็นผู้มีความสามารถในการสร้างยอดขายในระดับสูงด้วย พนักงานที่มีประสิทธิภาพมักจะสามารถวิเคราะห์ผู้รับ

สาร และนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ในคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และบริการ พร้อมทั้งหาจุดขายในสินค้า/บริการเพื่อสร้างความสนใจ ทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์/บริการ และจะเป็นผู้มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนทัศนคติเกิดความต้องการและตัดสินใจในที่สุด

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน, ความสะอาดของสำนักงาน และความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับกฤษฎี โพธิ์ชนะพันธ์ (2542 : 60) การจัดสถานที่และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีที่นั่งรอรับการตรวจที่สบาย และจำนวนเพียงพอ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความสะดวก สบาย ไม่อึดอัด

ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการบริการด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการต้องการการให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน, การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับพรหมินทร์ วรนิษฐ์ (2538) พบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสอบบัญชี ผู้ประกอบการต้องการผู้ตรวจสอบที่มีความรู้ความสามารถและสามารถแก้ไขปัญหาได้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า การเสนอรายงานถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง

3. พฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี

ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ใช้สำนักงานตรวจสอบบัญชี โดยมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง และใช้ผู้ตรวจสอบบัญชีเดิม ซึ่งอาจบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชีที่ใช้อยู่ โดยต้องการบริการที่ปรึกษาด้านกฎหมายธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของคลาว (Clow. 1993 : อ้างอิงจาก ดุษฎี ใหญ่เรืองศรี. 2541 : 42) ศึกษาเรื่องตัวแปรที่มี อิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในการบริการ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กร ประสพการณ์เกี่ยวกับการบริการที่เคยได้รับ และความคิดเห็นของผู้บริโภคคนอื่น ๆ ในการสร้างความคาดหวังที่มีต่อการบริการ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

4.1 รูปแบบของกิจการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี ในระดับต่ำ และด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติมในระดับค่อนข้างต่ำ

4.2 รูปแบบของกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ, ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้สอบบัญชีและการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี

4.2 ทุนจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี, ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ, ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี และด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

4.3 ประเภทของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชี ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี และด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชีในระดับปานกลาง และด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

4.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี และด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ในระดับค่อนข้างต่ำ, ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี, ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี และด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

4.5 รายได้จากการประกอบการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทของการบริการตรวจสอบบัญชี ในระดับปานกลาง, ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ในระดับค่อนข้าง, ด้านความถี่ในการพิจารณาเปลี่ยนผู้ตรวจสอบบัญชี, ด้านการบอกต่อบริการตรวจสอบบัญชี และด้านบริการอื่นที่ต้องการเพิ่มเติม โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะเห็นว่าลักษณะทั่วไปของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของมิลเลท (สุวัฒนา ไบเจริญ, 2540 : 33-34 อ้างอิงจาก Millet, 1954 : 397 – 400) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการ คือการสร้าง ความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงการบริการที่มีความยุติธรรม ความเสมอภาค และเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร และสอดคล้องกับแนวความคิดของชาลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 24-25) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน คือ การให้บริการโดยไม่ยึดบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วิทยุฒิ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิว เอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้จากการประกอบการ กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการบริการ

5.1. รูปแบบของกิจการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

5.2. ทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ และด้านราคา ในระดับต่ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

5.3. ประเภทธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

5.4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ และด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับต่ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

5.5. รายได้จากการประกอบการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะเห็นว่าลักษณะทั่วไปของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของอเดย์และแอนเดอร์เซน (อ้างใน มสช. 2544 : 350-351) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้บริโภคหรือผู้รับบริการว่า สิ่งที่คุณบริโภคหรือผู้รับบริการต้องการ และหากได้รับสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสะดวกที่รับจากการบริการ (Convenience) ได้แก่ ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ และลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ
2. การประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ได้แก่ การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการและการสนใจของผู้ให้บริการต่อผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ
3. อหยาศัยและความสนใจต่อผู้บริโภค หรือผู้รับบริการ(Courtesy) ได้แก่ คำพูดเชิงบวก บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเอาใจใส่ตลอดเวลา
4. ข้อมูลที่รับจากการบริการ (Information) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป เช่น วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ เป็นต้น
5. คุณภาพของการบริการ (Quality of Service) ได้แก่ ความสามารถของผู้ให้บริการ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ธุรกิจอาหาร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีสารเจือปน
6. ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ได้แก่ ราคายุติธรรม สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้าน กระบวนการ กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร

6.1. ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

6.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

6.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

6.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

6.5 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

6.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 337. กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย (5) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการ คัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งชั้น พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท (6) ต้องมีการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ (7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Consumer satisfaction)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยในด้านต่าง ๆ ของการบริการตรวจสอบบัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชีซึ่งผู้ให้บริการตรวจสอบบัญชีสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพและการบริการให้เหมาะสม สามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการบริการ ได้แก่ ด้านบริการ, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการในด้าน ประเภทของบริการ, ความถี่ในการเปลี่ยนผู้สอบ, การบอกต่อ และความต้องการบริการอื่นเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความสัมพันธ์ในด้าน พฤติกรรมความพึงพอใจพบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม หมายถึงถ้าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจน้อย ก็จะทำให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีในหลายๆด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมิได้เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าวิธีการเก็บข้อมูลควรมีการจำกัดคำตอบโดยกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามให้ชัดเจน เพื่อให้ผลการวิจัยใกล้เคียงและถูกต้องมากที่สุด

ผลวิเคราะห์ระดับคะแนนความสำคัญรายด้าน สามารถสรุปได้ว่าลูกค้าได้ถือปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ในระดับมาก

1. ปัจจัยด้านบริการ

เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน, ความรวดเร็วตรงต่อเวลาในการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน, การให้บริการที่ดีสม่ำเสมอ และมีความความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ดังนั้นสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ ควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้และให้ความสำคัญเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่การบริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงเป้าหมาย

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการและเงื่อนไขการชำระค่าบริการ ดังนั้นสำนักงานตรวจสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีอิสระควรมีการพิจารณากำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมและควรให้มีเงื่อนไขในการชำระค่าบริการแก่ลูกค้าเพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการ

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการให้บริการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้ลูกค้าและบริการเสริม ดังนั้นสำนักงานตรวจสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีอิสระ ควรให้บริการเพิ่มเติมด้านข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อสร้างความแตกต่างและข้อได้เปรียบให้กับผู้ให้บริการ

4. ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการใช้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ, มีความสุภาพ ดูแลเอาใจใส่, มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี, มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี ดังนั้นสำนักงานตรวจสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีอิสระควรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการหาความรู้ และมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อสร้างทักษะในการทำงาน และอบรมมารยาทของพนักงาน อยู่เสมอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและประทับใจในบริการ

5. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ควรตรวจสอบความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน, ตรวจสอบความเป็นระเบียบของเอกสาร ก่อนส่งคืนลูกค้าและควรทำงานการเงินให้มีความสะอาดเรียบร้อย ซึ่งจะสามารถทำให้ผู้รับบริการ สัมผัสได้ถึงการบริการที่ดีเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการสูงสุด

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ

เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว และมีการบริการตามลำดับ ก่อนหลัง สำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระควรมีการวางแผนการให้บริการ เตรียมความพร้อมที่จะให้บริการเพื่อรวดเร็วตรงต่อเวลาและควรให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลังและมีการให้บริการที่ดี

เมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบแล้ว สามารถระบุได้ว่า ผู้สอบบัญชีจะต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพและการให้บริการในด้านต่างๆ ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยเดียวกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด และปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น
3. ควรศึกษาถึงความคาดหวัง, ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการที่มีต่อการใช้บริการตรวจสอบบัญชี เพื่อสามารถเข้าใจถึงความต้องการได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง และนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่างๆ ให้ตรงความต้องการของผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฎกระทรวง : ฉบับที่ 4. (พ.ศ. 2534). ออกตามความในพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2505.
 กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3.
 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรวัฒน์ ศรีรัตนบัลล์. (2541, มกราคม – มีนาคม). คุณภาพของการบริการทางการแพทย์กับแนวคิด
 ทางการตลาด. วารสารสาธารณสุขภาคกลาง. ฉบับที่ 2 : 170-177.
- ชวลิตร เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ
 จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์ สส.ม.
 กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการ
 พิมพ์.
- ดุขฎิ ใหญ่เรือง. (2541). คุณภาพการบริการตามความคาดหวังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
 ในการบริการรักษาพยาบาลของพระภิกษุอาพาธในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลสงฆ์
 กระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์).
 กรุงเทพฯ : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2533). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนา
 พานิช จำกัด.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2543). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือน
 แก้วการพิมพ์.
- ปรารค์ศิริ ทศนภักดิ์. (2537). ความพึงพอใจของครูและนักเรียนในโครงการอาหารกลางวัน โรงเรียน
 เรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัด
 อุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์ มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ :
 บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรหมินทร์ วณิชย์. (2538). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสอบบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัด
 เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 8.
 กรุงเทพฯ : หจก.โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ยุคลธร เขตพงษ์. (2544). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานี่น้ำมันบางจาก
 กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดทรัพย์มั่นคงบริการ จังหวัดสมุทรสาคร. ปริญญานิพนธ์
 กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.

- รัชยา กุลวาณิชไชยนันท์. (2534). ความพึงพอใจของผู้ประกันตน ต่อการบริการทางการแพทย์ตามนโยบายประกันสังคม : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ภาคนิพนธ์ สส.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก).
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). หลักการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศึกษาพรจำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเทกซ์.
- (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ เอ็น การพิมพ์ จำกัด. (2541).
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2525). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล และ นุตประวีณ์ เลิศกาญจน์วัติ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. 2540.

Couttrilan L. Bovee., Michael J. Houston and John V. Thill. (1995). *Marketing*. New York : Mc Graw-Hill Inc.

Kotler, P. (1988). *Marketing Management Englewood Cliffs*. New Jersey : Prentice Hall.

Parasuraman, A, L. Berry, and V. Zeithamal. (1988, January). *A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing. Issue 49 : 41-50.

Taro Yamanae. (1967). *Statistics : An Introductory Analysis*. New York. : Harper and Row.

Zeithaml, V.A. (1988, January). *Consumer Perceptions of Piece, Quality, and Value : A meansend Model and Synthesis of Evidence*. Journal Marketing. Issue 52 : 1-22 .

Zikmund, William G. (1987). *Business Research Methods* : Dryden Press, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรม
การให้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบ
แบบสอบถาม เพราะความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จตาม
วัตถุประสงค์ และ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาแสดงความคิดเห็นในครั้งนี้

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชี
ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลหรือกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด

1. รูปแบบของกิจการ

- | | |
|--|--|
| 1 ☐ บริษัทจำกัด | 2 ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด |
| 3 ☐ อื่นๆ..... | |

2. ทุนจดทะเบียน

- | | |
|--|---|
| 1 ☐ ไม่เกิน 5 ล้านบาท | 2 ☐ 6 - 20 ล้านบาท |
| 3 ☐ 21 - 50 ล้านบาท | 4 ☐ มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป |

3. ประเภทการประกอบการของธุรกิจ

- | | |
|--|--|
| 1 ☐ อุตสาหกรรมการผลิต | 2 ☐ โรงงานผลิต |
| 3 ☐ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง | 4 ☐ ธุรกิจสงฆ์หรือมหรสพ |
| 5 ☐ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ | 6 ☐ ธุรกิจขายปลีก-ขายส่ง |
| 7 ☐ ธุรกิจร้านอาหาร | 8 ☐ ธุรกิจซื้อมา - ขายไป |
| 9 ☐ ตัวแทนนายหน้า | 10 ☐ ธุรกิจด้านการเงิน |
| 11 ☐ บริการทั่วไป | 12 ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

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

5. รายได้จากการประกอบการของปีที่ผ่านมา

- | | |
|--|---|
| 1 ☐ ไม่เกิน 30 ล้านบาท | 2 ☐ 31 ล้าน - 50 ล้านบาท |
| 3 ☐ 51 ล้าน - 100 ล้านบาท | 4 ☐ 101 ล้าน - 200 ล้านบาท |
| 5 ☐ มากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการ

ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อท่านมากน้อยเพียงใดในการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี

โปรดพิจารณาข้อความและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านบริการ

- 1 ชื่อเสียงของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ
- 2 ความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี หรือผู้สอบบัญชีอิสระ
- 3 ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการทำงาน
- 4 ภาพลักษณ์ของสำนักงานตรวจสอบบัญชี หรือ ผู้สอบบัญชีอิสระ
- 5 ความถูกต้องแม่นยำของงบการเงิน
- 6 การให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง
- 7 ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ
- 8 การใช้ภาษาสื่อความหมายที่เข้าใจง่ายของผู้ให้บริการ

๕. ด้านราคา

- 9 อัตราค่าบริการที่เหมาะสม
- 10 เงื่อนไขในการชำระค่าบริการเช่น ให้เครดิต 30 วัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 11 การแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น กฎหมายใหม่, ประกาศสรรพากร
- 12 การให้บริการเสริม เช่น บริการที่ปรึกษา
- 13 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต , สมุดหน้าเหลือง

ด้านบุคคล

- 14 ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ
- 15 การดูแลและเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- 16 ความสุภาพและมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ
- 17 ความมีมนุษยสัมพันธ์ หน้าตายิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยดี
- 18 มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี

ด้านลักษณะทางกายภาพ

- 19 ความสะอาดเรียบร้อยของงบการเงิน
- 20 ความครบถ้วนก่อนส่งมอบงาน
- 21 ความสะอาดของสำนักงาน
- 22 ความเป็นระเบียบของเอกสารก่อนส่งคืนลูกค้า

๖
ด้านกระบวนการ

- 23 การให้บริการที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน
- 24 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง
- 25 การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

[illegible]

ภาคผนวก ข
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/ 4/03

วันที่ ๗ เมษายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

 เนื่องด้วย นางสาวนวรรตน์ บุญธนากร นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยด้านส่วนประสม
การบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร”
โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะดา สมบัติวัฒนา และ อาจารย์สุวรรณี ศรีวัฒนาวงศ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ
แบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของ
ผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร

 จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ
แบบสอบถามให้ นางสาวนวรรตน์ บุญธนากร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภกรณ์ หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะดา สมบัติวัฒนา	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์สุวรรณี ตรีวัฒนวงศ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย



ที่ ศธ 0519.12/4/04

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ เมษายน 2547

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวนวรรตน์ บุญนากร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวนวรรตน์ บุญนากร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3000253 มือถือ 01-2524242

ที่ ศธ 0519.12/4/05



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ เมษายน 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวนวรรตน์ บุญชนากร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวนวรรตน์ บุญชนากร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3000253 มือถือ 01-2524242

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวนวรรตน์ บุญธนากร
วันเดือนปีเกิด	23 กรกฎาคม 2511
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	2098/241 หมู่บ้านปรีชา ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานบัญชี โปรแอกเคานท์ 92/390 ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534	บริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ