

ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
วรรณิ์ ตั้งกิจสงวน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
กุมภาพันธ์ 2549
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

65๙.4
๑2๗1๑
๖.๐

ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน

- 9 ส.ค. 2549

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
กุมภาพันธ์ 2549

๒ 283526

วรรณิ ตั้งกิจสงวน (2549) ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ
กรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บช ม (การจัดการ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร
พุทธกาล รัชช

สารนิพนธ์ฉบับนี้มุ่งศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขต
ประเทศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาความเป็นไปได้สองด้าน คือ ด้านการตลาด และด้าน
การเงิน เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจตรวจสอบบัญชี และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี และเพื่อพิจารณาผลตอบแทนภายหลังการลงทุนทำ
ธุรกิจตรวจสอบบัญชี

1 ความเป็นไปได้ทางการตลาด ศึกษาถึงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านธุรกิจที่ตั้งอยู่ในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร คือ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลา
ในการดำเนินงาน และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อ
ต้องการทราบถึงอุปสงค์ของกลุ่มเป้าหมายต่อการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครและยัง
ดำเนินการอยู่จนถึงเดือนมีนาคม 2548 จำนวน 160,073 ราย และจำนวนตัวอย่างที่ศึกษาคือ 399
ธุรกิจ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการ
ทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสถิติของการทดสอบค่าที่ ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทาง
เดียว ถ้าพบความแตกต่างรายคู่ใช้วิธีของแอลเอสดี ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการศึกษาค้นคว้ามีรายละเอียดดังนี้

1 ลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี
ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้าน
ทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์ใน
ระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีความให้ความสำคัญในด้านส่วนประสมทาง
ตลาดโดยรวมมากขึ้น แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ
กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

3 ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีเกิดจากความรู้จักหรือ
เคยได้ยินบุคคลอื่นแนะนำให้เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ สำนักงานบัญชีเลือกให้ ทำให้การ
พิจารณาในด้านส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญรองลงไป และค่าธรรมเนียมที่ผู้ประกอบการ

คาดว่าคุ้มค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่ไม่แพงเกินไปนักสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

2. ความเป็นไปทางการเงิน

การจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกหนึ่งล้านบาท โดยมีอายุโครงการ 5 ปี โดยทำการศึกษาถึงรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ การจัดทำงบประมาณงบการเงิน การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ การทดสอบสมมติฐานทางการเงิน และการตัดสินใจลงทุนในโครงการ

ผลการศึกษาค้นคว้ามีรายละเอียดดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 4,396,833.83 บาท ซึ่งมีความมากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก แสดงให้เห็นว่าโครงการมีกระแสเงินรับสุทธิที่ดี แสดงให้เห็นว่าเมื่อสิ้นสุดโครงการจะมีเงินคืนให้กับเจ้าของโครงการเท่ากับ 4,396,833.83 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่าเท่ากับ 5.54 เท่า ซึ่งมีความมากกว่าหนึ่งมาก อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับ 62.50 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่ง ที่ตั้งไว้เท่ากับ 7.25 เปอร์เซ็นต์ และเป็นผลต่างของผลตอบแทนที่น่าสนใจ ระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 4 วัน ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานสำหรับธุรกิจการให้บริการที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ แต่สาเหตุมาจากการลงทุนครั้งแรกนั้นเป็นการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจึงทำให้ต้องจ่ายชำระเงินกู้ในส่วนของการลงทุนเริ่มแรก การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแล้วโครงการมีแนวโน้มของจุดคุ้มทุนสูงขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายคงที่ที่สูงขึ้น และอัตรากำไรส่วนเกินของโครงการสูงขึ้นตามค่าใช้จ่ายคงที่ด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำชดเชยได้

2. ผลการดำเนินงานตลอดโครงการพบว่า ผลการดำเนินงานมีผลกำไรตลอดอายุของโครงการโดยจะมีกำไรสะสมในปีที่ 5 อยู่ที่ 2,033,513.83 บาท ซึ่งถือว่าผลการดำเนินการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ถือว่าโครงการมีมีผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. จากการทดสอบสมมติฐานทางการเงินได้ผลสรุปว่า โครงการนี้น่าลงทุน

ผลการศึกษาทั้งด้านการตลาดและการเงินสรุปว่าธุรกิจให้บริการทำบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครน่าลงทุน

**THE FEASIBILITY OF AUDITING SERVICE BUSINESS AT PRAVET DISTRICT IN
BANGKOK METROPOLITAN AREA**

**AN ABSTRACT
BY
WANNEE TANGKITSAHUAN**

**Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University
February 2006**

Wanee Tangkitsahuan (2549) *The Feasibility of Auditing Service Business at Pravet District in Bangkok Metropolitan Area* Master's Project, M B A (Management) Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University, Project Advisor
Assoc Prof Dr Buddhagran Ratchathon

This thesis was aimed to study the feasibility in an operation of auditing service business at Pravet district, Bangkok Metropolis which was the study of the feasibility in two areas, namely, in marketing and financial areas for an analysis of targeted groups of auditing service business and various factors that resulted in making a decision for an alternative to use service relating to auditing business and for a consideration of returns after an investment in an operation of auditing service business

1 Marketing feasibility It was a study of data concerning factors in the area of businesses that were located in Bangkok Metropolis, they were, business size, business category, aspect of working administration, location and period of time in an operation and various factors that resulted in making a decision for an alternative to use auditing business service for the requirement to know about targeted groups' demands toward usage of auditing business service

Population used for this analysis were companies that were located in area of Bangkok Metropolis which still operated up to March 2005 in numbers of 160,073 cases and numbers of samples studied were 399 businesses by using methods of particular sampling using inquiries as an instrument in gathering data Statistics used in data analysis were percentage values, means and standard deviations Statistics used in testing of assumptions were statistical values of t-test, statistical values of testing of one way variance, LSD methods in the case of finding pair difference and statistical values of Pearson's simple correlation coefficient

Results of investigating study had details as follows

1 Aspects of different working administration resulted in the tendency of behavior in usage of auditing business service that was significantly statistical different at level 0.05

2 An entrepreneur's expectation toward a choice in usage of auditing business service in the area of marketing mix consisting of areas relating to service providing, image, price, location, personnel and marketing promotion had a relationship with the significantly statistical tendency in making a decision for a choice in usage of auditing business service at level of 0.5 but it had a relationship in a low level and was in the same direction, namely, if there was a weigh of importance in more overall marketing mix, the tendency of behavior

in usage of auditing business service in Pravet district, Bangkok Metropolis, would be increased a little bit only

3 Most of entrepreneurs made a decision in usage of auditing business service caused by recognition or ever charring an introduction by other people as the first rank A subsidiary rank was a service that was provided in selection by an accounting office making the consideration in the area of marketing mix a secondary important thing and fee which was expected by the entrepreneur that it was averagely worthwhile between 10,000-15,000 baht which was regarded as a price that was rather not too expensive for a small business

2 Financial details

An establishing of an audit business in Pravet distraact, Bangkok Metropolis used original investing money in amount of one million baht by having project term of five years conducting by studying involving revenues and expenditures of a project, arrangement of budget and financial statements, evaluation of project financial returns, testing of financial assumptions and a decision in an investment in the project

Results of investigating study had details as follows

1 Net present value was equal to 4,396,833 83 baht which had a more value than the original investing money It was shown that the project had a proper net receiving money current It represented that, upon termination of the project, there would by amount of money to be refunded to the project owner that was equal to 4,396,833 8 baht A rate of benefit-cost BC was equal to 5 54 times which had much more value than one A rate of the project return was equal to 62 50 percent which was more than a rate of interest at a low level plus one established equivalent to 7 25 percent and it was a differerent result of an interesting return A period of time for returning of the capital was equivalent to two years, six months and four days which was regarded that it was a period of time that was rather long for a service providing business that had a rather low investment But, for the cause that was derived from the first investment, it was a loan from a financial institute, it was thus needed to make payment of loan in part of the original investment Regarding an analysis of a break-event point that has already been made, the project had the tendency of break-event point that was increased due to an increase of a constant expenditure and an exceeding profit rate was also increased according to the constant expenditure which was what that was able to bring for compensation

2 For a result of an operation throughout the project, it was found that the result of operation was profitable throughout the project term by having an accumulative profit in the 5th year at 2,033,513 83 baht which was considered that the result of operation was in a

proper criterion regarding that the project had the result of operation in an acceptable criterion

3 From the testing of a financial assumption, it was concluded that this project was a good one that was likely to invest

For the result of study in both marketing and financial areas, it was concluded that the auditing business service in Private district, Bangkok Metropolis was likely to be invested

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ
กรุงเทพมหานคร ของ วรณีย์ ตั้งกิจสงวน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร พุทธกาล รัชชร)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร พุทธกาล รัชชร)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 1๕ เดือน กุมภาพันธ์ พ ศ 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชช อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาพร้อมทั้งเสนอแนะตลอดในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความไว้วางใจที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา และรองศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำเพิ่มเติม ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ กลุ่มลูกค้าของบ้านบัณฑิต สำนักงานบัญชีดวงเจริญ สำนักงานบัญชีแอกทิวดี สำนักงานบัญชีที่แอกเค้านท์ สำนักงานสอบบัญชีซีพีเอ ออดิท เซอร์วิสเชส และผู้บริหารธุรกิจทุกท่านในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามนี้ และช่วยเหลือในการจัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้วิจัย

ขอขอบคุณ คุณวุฒิชัย ไกรอานนท์ และคุณสายสมร สุตะวงศ์ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัทและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสำนักงานบัญชี

ขอขอบคุณบรรดาเพื่อนของผู้วิจัยทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือในการจัดเก็บแบบสอบถามรวมทั้งให้กำลังใจในการจัดทำสารนิพนธ์นี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ความสำเร็จและประโยชน์อันพึงมีจากงานสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมระลึกถึงพระคุณ บิดา มารดา และครูบาอาจารย์ของผู้วิจัยที่ให้ทั้งกำลังใจและวิชาความรู้ช่วงเวลาที่ผ่านมา จนทำให้ผู้วิจัยได้รับความสำเร็จจากการศึกษา

วรรณิ ตั้งกิจสงวน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของงานวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า	5
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
กฎหมาย ระเบียบ ประกาศของราชการ	10
บทความที่เกี่ยวข้อง	12
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
โครงการประกอบธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีของ บริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	55
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าทางด้านการตลาด	55
แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	55
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	56
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	59
การเก็บรวบรวมข้อมูล	60
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	61
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	61
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าทางการเงิน	64
การกำหนดแหล่งข้อมูล	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	66
4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล	70
สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล	70
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	70

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4(ต่อ) การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	70
การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน	104
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	121
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	121
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	125
ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการตลาด	125
ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการเงิน	136
อภิปรายผล	138
ข้อเสนอแนะ	140
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	141
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	146
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	181

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	25
2 แสดงตัวอย่างงบกำไรขาดทุน	42
3 แสดงตัวอย่างงบกระแสเงินสด	43
4 แสดงตัวอย่างงบดุล	44
5 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ	71
6 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านการให้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	74
7 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านภาพพจน์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	75
8 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านราคาที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	76
9 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	77
10 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	78
11 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	79
12 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชี	80
13 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของอัตราค่าธรรมเนียม ที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราค่าธรรมเนียมที่คาดว่าจะคุ้มค่า	82
14 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของความสนใจที่ใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	83
15 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรม ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	83
16 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด	84
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีจำแนกตามขนาดธุรกิจ	85

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีจำแนกตามประเภทธุรกิจ	86
19	แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีจำแนกตามลักษณะการบริหารงาน	87
20	แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน	88
21	แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีจำแนกตามสถานที่ตั้ง	89
22	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการให้บริการกับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	90
23	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านภาพพจน์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	93
24	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านราคากับแนวโน้ม พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	95
25	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งกับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	97
26	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านบุคลากรกับ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	99
27	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการส่งเสริม การตลาดกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีใน เขตประเทศ กรุงเทพมหานคร	102
28	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	103
29	แสดงแนวโน้มการเลือกใช้บริการของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด และอัตราค่าธรรมเนียม	105

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวนธุรกิจที่มีแนวโน้มเลือกใช้บริการ และรายได้ค่าธรรมเนียม ของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด	106
31	แสดงจำนวนพนักงานและจำนวนเงินเดือน ณ ลูกค้าจำนวน 80 ราย	107
32	แสดงงบกำไรขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี	110
33	แสดงงบกระแสเงินสดสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี	111
34	แสดงงบดุลสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี	112
35	แสดงกระแสเงินสดสุทธิและกระแสเงินสดสุทธิสะสมในแต่ละปี	113
36	แสดงข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	117
37	แสดงจำนวนธุรกิจและยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน	118
38	แสดงจำนวนธุรกิจและยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน	137

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	6
2 กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ	7
3 ทฤษฎีความคาดหวัง	17
4 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	29
5 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ	33
6 แสดงกระบวนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ	38

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

กฎหมายว่าด้วยห้างหุ้นส่วนและบริษัทตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้กำหนดให้นิติบุคคลมีหน้าที่ต้องจัดทำงบการเงิน และจัดให้มีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตรวจสอบและแสดงความเห็นต่องบการเงินก่อนการนำเสนอกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เว้นแต่กรณีงบการเงินของห้างหุ้นส่วน ที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท สินทรัพย์รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท และรายได้รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท ไม่ต้องจัดให้มีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตรวจสอบและแสดงความเห็นต่องบการเงินที่มีรอบบัญชีสิ้นสุดในหรือหลังวันที่ 31 ธันวาคม 2545 เป็นต้นไป แต่ต้องจัดให้มีผู้สอบบัญชีภาษีอากรตรวจสอบและรับรองบัญชีตามคำสั่งกรมสรรพากร ที่ ทป 122/2545 ลงวันที่ 19 พฤศจิกายน 2545 ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวเป็นเหตุให้ทุกนิติบุคคลต้องจัดหาผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรตรวจสอบ และแสดงความเห็นต่องบการเงินก่อนนำเสนอหน่วยงานราชการ ไม่ว่าจะเป็นกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือ กรมสรรพากร อีกทั้งในกรณีที่ธุรกิจต้องการขยายธุรกิจโดยการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจำเป็นต้องนำงบการเงินที่รับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตไปนำเสนอด้วย

ภายหลังวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นต้นมา ลักษณะการลงทุนของผู้ประกอบการได้เปลี่ยนจากธุรกิจขนาดใหญ่มาเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็กแทน รวมทั้งรัฐบาลยุคปัจจุบันได้พยายามส่งเสริมให้เป็นเจ้าของธุรกิจเองมากกว่าเป็นลูกจ้าง ดังนั้น การลงทุนจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ทั่วประเทศโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 90 เป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางซึ่งมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท และธุรกิจเหล่านี้มีความจำเป็นต้องใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอันเนื่องมาจากกฎหมายกำหนดให้ธุรกิจต้องจัดหาผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หรือผู้สอบบัญชีภาษีอากรรับรองงบการเงินก่อนการนำเสนอ และการนำเสนองบการเงินต้องนำเสนอทุกปี หากไม่นำเสนอจะมีโทษปรับตามความผิดด้วย (เอกสารประกอบการสัมมนา โครงการอบรมนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นใหม่ 2547, พฤษภาคม)

ธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะกฎหมายกำหนดให้ทุกธุรกิจต้องจัดให้มีการตรวจสอบและรับรองงบการเงินโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หรือผู้สอบบัญชีภาษีอากรด้วยความน่าเชื่อถือดังกล่าวผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสถานที่ตั้งของสำนักงานลูกค้าสามารถติดต่อได้ง่ายเป็นที่รู้จักของลูกค้า และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ รวมถึงต้นทุนคงที่ในส่วนของค่าเช่าสำนักงานมีจำนวนที่ไม่สูงมาก โดยผู้วิจัยจะศึกษาตั้งแต่ความคาดหวังของผู้ประกอบการ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท เงินทุนหมุนเวียน รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนบุคลากรที่ต้องจ้าง และด้วยทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาถึงความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครของงานวิจัยนี้เป็นข้อมูล และแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยสามารถนำไปปรับแผนทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุน

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการศึกษาค้นคว้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดตั้งสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งเป็นของผู้วิจัยเอง โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทจำกัดที่จัดตั้งขึ้นในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 160,073 ราย ซึ่งเป็นสถิติของจำนวนบริษัทจำกัดที่รวบรวมไว้ตั้งแต่ตั้งหอทะเบียน พ ศ 2455 ถึง มีนาคม 2548 (สำนักบริการข้อมูลธุรกิจ 2548, 2 เมษายน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษานี้ เป็นบริษัทจำกัด ที่จัดตั้งขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ตัวอย่างมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในขนาดของธุรกิจ สำหรับขนาดของตัวอย่างได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) คำนวณหาขนาดตัวอย่าง

2 ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้

พิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้านการตลาดมาศึกษาด้านการเงินต่อไป ซึ่งข้อมูลด้านการตลาดจะได้รับการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนข้อมูลทางการเงินจะได้รับการสอบถามผู้มีประสบการณ์

2.1 ความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วย

2.1.1 การศึกษาปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรม การเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

2.1.2 การศึกษาความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยขอบเขตดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

1.1 ขนาดธุรกิจ

1.1.1 ขนาดเล็ก

1.1.2 ขนาดกลาง

1.1.3 ขนาดใหญ่

1.2 ประเภทธุรกิจ

1.2.1 เกษตรกรรม

1.2.2 การผลิต

1.2.3 การขายส่ง ขายปลีก

1.2.4 การบริการ

1.2.5 นำเข้า ส่งออก

1.2.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.3 ลักษณะการบริหารงาน

1.3.1 บริหารงานเอง

1.3.2 มีบุคคลภายนอกช่วยบริหารงาน

1.4 สถานที่ตั้ง

1.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

1.5.1 น้อยกว่า 1 ปี

1.5.2 1-5 ปี

1.5.3 6-10 ปี

1.5.4 10 ปีขึ้นไป

2. ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ทางด้านสวนประสมทางการตลาด ได้แก่ บริการ ภาพพจน์ ราคา
ทำเลที่ตั้ง บุคลากร และการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม ได้แก่

แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี
ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจใช้บริการ และค่าธรรมเนียม

2.2 ความเป็นไปได้ทางการเงิน ประกอบด้วย

2.2.1 การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

2.2.2 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ ได้แก่ การจัดทำงบกำไรขาดทุน และ
งบดุลล่วงหน้า การประมาณการกระแสเงินสด

2.2.3 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน

ดังนี้

2.2.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

2.2.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

2.2.3.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)

2.2.3.4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

2.2.3.5 วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis)

3 ขอบเขตอายุของโครงการ กำหนดอายุโครงการ 5 ปี ตามอัตราอายุค่าเสื่อมราคา
สินทรัพย์ที่ลงทุน ตามประมวลรัษฎากร

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะแสดงออกด้วยพฤติกรรม หรือการกระทำ โดยสิ่งนั้นอาจจะเป็นรูปธรรม
หรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคาดหวังคาดการณ์ในสิ่งนั้น มีลักษณะเป็นการ
ประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งในงานวิจัยนี้จะ
ศึกษาถึงความคาดหวังในด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร
และด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการ

แนวโน้มพฤติกรรม หมายถึง การกระทำในปัจจุบันที่บอกถึงแนวโน้มการกระทำที่จะ
ปฏิบัติในอนาคต

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาโอกาสทางธุรกิจการให้บริการตรวจสอบ
บัญชี โดยศึกษาถึง รายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไร

1 การตรวจสอบบัญชี หมายถึง การตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารประกอบการลงบัญชี
และหลักฐานอื่น ๆ โดยผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี ตามแนวทางปฏิบัติงานที่วิชาชีพได้กำหนดเป็น

มาตรฐานไว้ เพื่อผู้สอบบัญชีจะสามารถวินิจฉัยและแสดงความเห็นได้ว่างบการเงินที่กิจการจัดทำขึ้นมีความถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปเพียงใดหรือไม่ และงบการเงินดังกล่าวได้แสดงข้อมูลที่จำเป็นเพื่อให้ผู้อ่านงบการเงินได้ทราบอย่างเพียงพอหรือไม่

2 ผู้ประกอบการ หมายถึง บริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในรูปนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

3 ขนาดธุรกิจ หมายถึง ขนาดความเล็กลงใหญ่ของทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยแบ่งเป็น ดังนี้

- | | |
|--------------------|--------------------------------------|
| 3 1 ธุรกิจขนาดเล็ก | ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท |
| 3 2 ธุรกิจขนาดกลาง | ทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาทถึง 30 ล้านบาท |
| 3 3 ธุรกิจขนาดใหญ่ | ทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาทขึ้นไป |

4 ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

- 4 1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี
- 4 2 มากกว่า 1 ปีถึง 5 ปี
- 4 3 มากกว่า 5 ปี ถึง 10 ปี
- 4 4 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

5 ประเภทธุรกิจ หมายถึง ประเภทการประกอบธุรกิจของ บริษัท แบ่งดังนี้

- 5 1 ธุรกิจเกษตรกรรม
- 5 2 ธุรกิจการผลิตสินค้า
- 5 3 ธุรกิจการขายส่ง ขายปลีก
- 5 4 ธุรกิจการให้บริการ
- 5 5 ธุรกิจนำเข้า ส่งออก
- 5 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6 ลักษณะการบริหารงาน หมายถึง การที่ธุรกิจจ้างบุคคลภายนอกเข้ามาบริหารงาน และตัดสินใจเรื่องสำคัญ ๆ ภายในกิจการ โดยแบ่งเป็น

- 6 1 มีบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจ
- 6 2 ไม่มีบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจ

7 สถานที่ตั้ง หมายถึง สำนักงานของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร

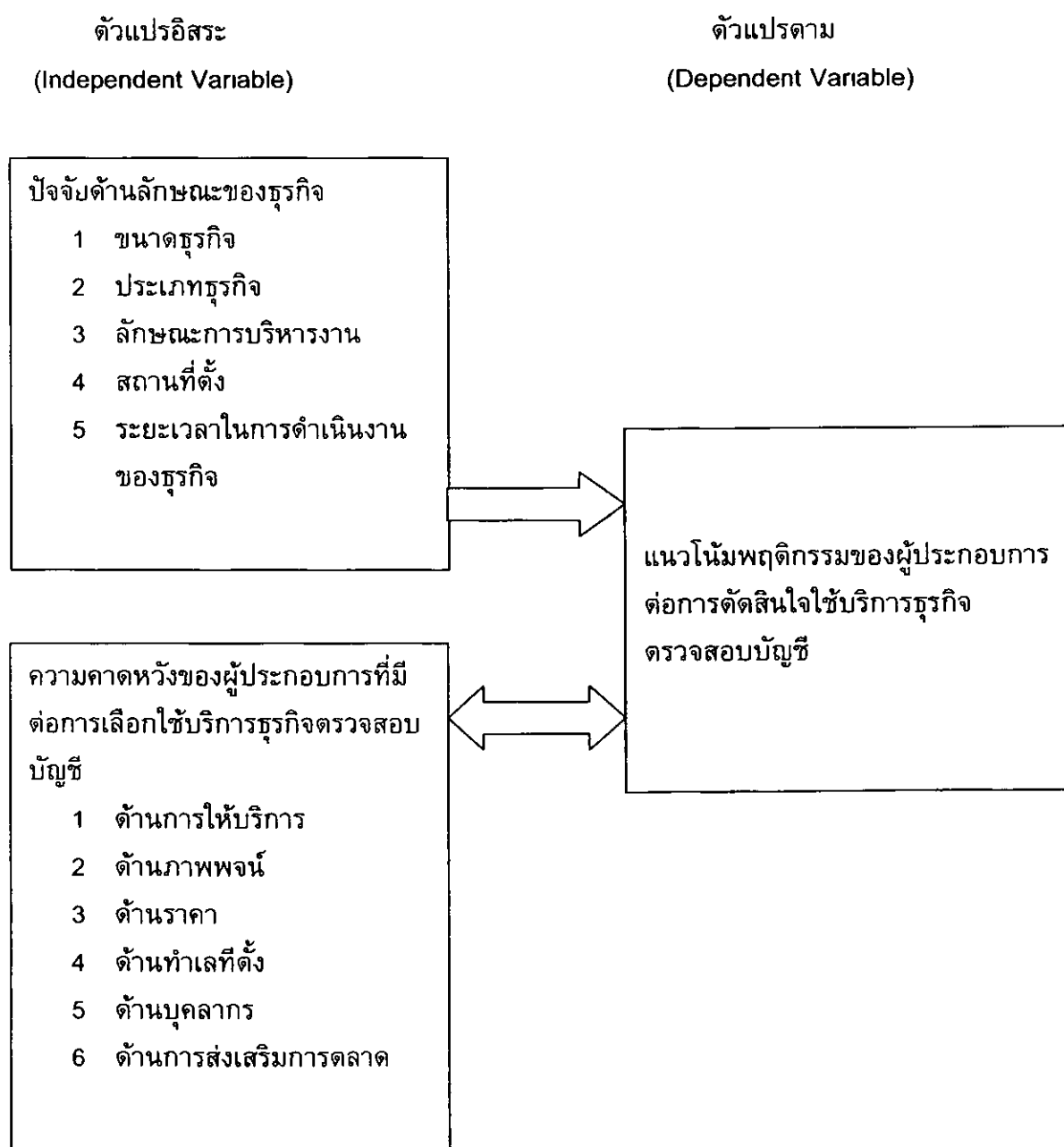
กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

กรอบแนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยแนวความคิดการศึกษาทางการตลาด จากนั้นจึงนำ

ข้อมูลด้านการตลาดที่ได้จากการศึกษามาศึกษาด้านการเงิน เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งกรอบแนวความคิดแสดงดังนี้

กรอบแนวความคิดที่ 1 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

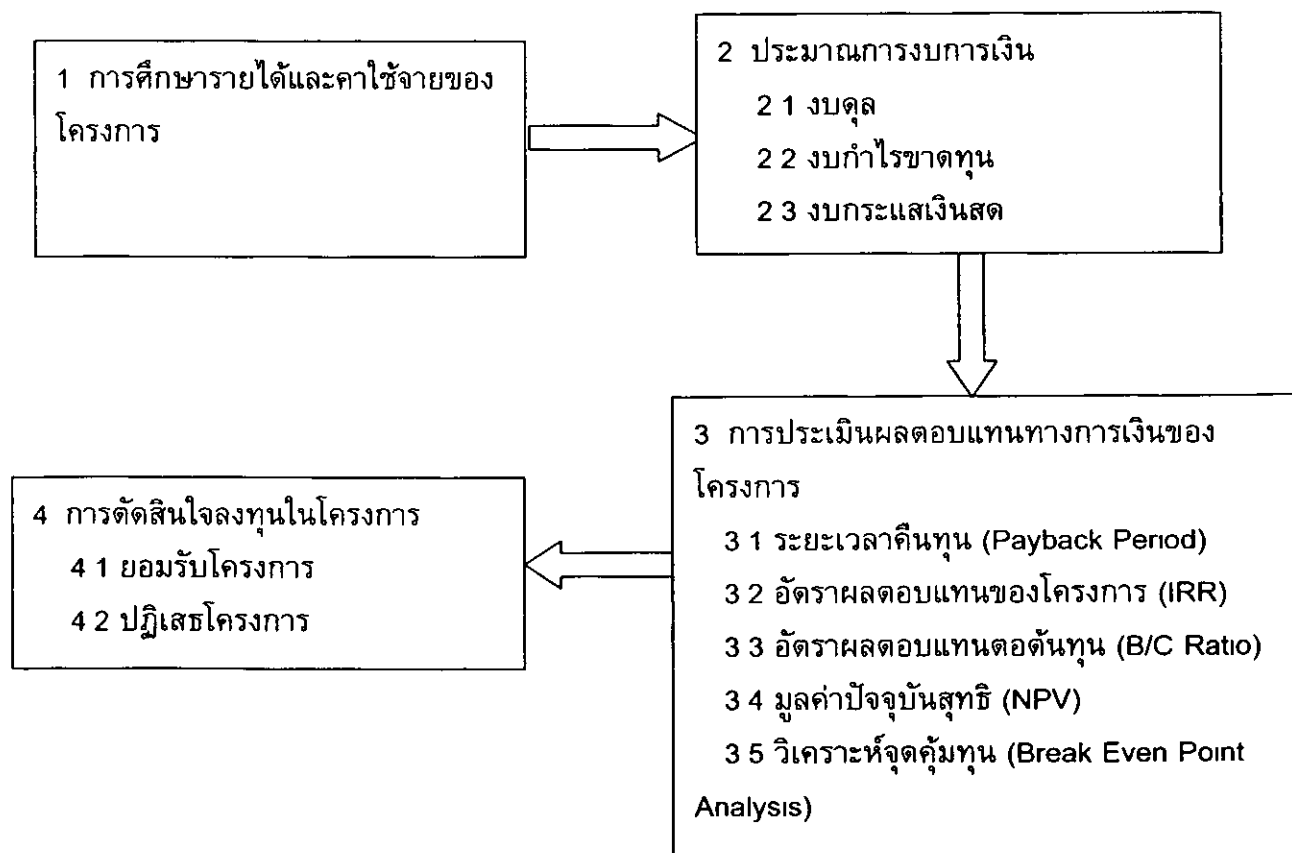
กรอบแนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยการสอบถามความเห็นของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงราคาค่าธรรมเนียมและอุปสงค์ของการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่ผู้ประกอบการต้องการ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

กรอบแนวความคิดที่ 2 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

การอาศัยเครื่องมือทางการเงินเพื่อวิเคราะห์และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนของโครงการ ร่วมกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนของโครงการ



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าจะประกอบด้วยสมมติฐานทางการตลาดและสมมติฐานทางการเงินซึ่งได้แยกสมมติฐานทั้งสองด้านดังนี้

1 สมมติฐานในด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

1.1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

1 2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

2 สมมติฐานทางการเงิน

2 1 สมมติฐานเพื่อทดสอบทางการเงิน

2 1 1 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์

2 1 2 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return IRR) มีค่ามากกว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR + 1)

2 1 3 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่ามากกว่าหนึ่ง

2 2 สมมติฐานเพื่อประกอบการจัดทำงบการเงิน

2 2 1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำเท่ากับ 6 25 เปอร์เซ็นต์ (โดยอิงธนาคารกรุงเทพ จำกัดมหาชน ณ วันที่ 22 มิถุนายน 2548)

2 2 2 เงินลงทุนโครงการเริ่มแรก (Cost of Capital) 1 ล้านบาท โดยกู้จากสถาบันการเงินจำนวน 750,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น

2 2 3 อัตราเงินเฟ้อ ตลอดอายุโครงการเท่ากับ 4 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี ([http://www the-thainews com/analyzed/domestic/dom110548_11 htm](http://www.the-thainews.com/analyzed/domestic/dom110548_11.htm) 2548, 23 มิถุนายน)

2 2 4 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานเริ่มแรก ประมาณ 400,000 บาท ซึ่งประกอบด้วย ค่าตกแต่งสำนักงาน เงินประกันการเช่าสำนักงาน ค่าเครื่องใช้สำนักงาน ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท และอื่น ๆ

2 2 5 รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 8 เปอร์เซ็นต์ตามอัตราการเติบโตของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร ([http://www dbd go th/corpsearch2/compare5year2 php?mfn01](http://www.dbd.go.th/corpsearch2/compare5year2.php?mfn01) 2548, 7 มิถุนายน)

2 2 6 อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี ตามอัตราค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรที่ลงทุน

2 2 7 ระยะเวลาในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้เท่ากับ 30 วัน

2 2 8 กลุ่มตัวอย่างที่นำมาคำนวณเป็นรายได้ของโครงการจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนธุรกิจตรวจสอบบัญชี

229 อัตราภาษีที่ใช้ในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลใช้อัตราร้อยละ 15
ตามประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตรา
รัษฎากร ฉบับที่ 431 พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 21 มกราคม 2548

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ดังต่อไปนี้

- 1 กฎหมาย ระเบียบและประกาศของทางราชการ
- 2 บทความที่เกี่ยวข้อง
- 3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 3 1 ทฤษฎีการให้บริการ
 - 3 2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านความคาดหวัง
 - 3 3 ทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
 - 3 4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3 5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้
 - 3 6 ทฤษฎีการพยากรณ์
- 4 โครงการประกอบธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร
- 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 กฎหมาย ระเบียบ ประกาศของราชการ

1 1 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 1 ลักษณะ 22 ห้างหุ้นส่วนและบริษัท หมวด 4 บริษัทจำกัด ส่วนที่ 4 การสอบบัญชี ซึ่งกำหนดให้ทุกบริษัทต้องปฏิบัติตาม ดังต่อไปนี้

“มาตรา 1197 บคูลนั้นต้องจัดให้มีผู้สอบบัญชีคนหนึ่งหรือหลายคนตรวจสอบแล้ว นำเสนอเพื่ออนุมัติในที่ประชุมใหญ่ภายในสี่เดือนนับแต่วันที่ลงนามในบคูลนั้น

อนึ่ง ให้ส่งสำเนาบคูลไปยังบุคคลทุกคนบรรดามีชื่อในทะเบียนผู้ถือหุ้นของบริษัทแต่ก่อน วันนัดประชุมใหญ่ล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามวัน

นอกจากนั้นให้มีสำเนาบคูลเปิดเผยไว้ในสำนักงานของบริษัทในระหว่างเวลาเช่นนั้น เพื่อให้ผู้ทรงใบหุ้นชนิดออกให้แก่ผู้ถือหุ้นนั้นตรวจดูได้ด้วย”

“มาตรา 1208 ผู้สอบบัญชีนั้นจะเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทก็ได้ แต่บุคคลผู้มีส่วนได้เสียในการทำงานที่บริษัททำโดยสถานอื่นอย่างหนึ่งอย่างใด นอกจากเป็นแต่ผู้ถือหุ้นในบริษัทเท่านั้นแล้ว ท่านว่าจะเลือกเอามาเป็นตำแหน่งผู้สอบบัญชีหาได้ไม่ กรรมการก็ดี หรือผู้อื่นซึ่งเป็นตัวแทนหรือเป็นลูกจ้างของบริษัทก็ดี เวลาอยู่ในตำแหน่งนั้น ๆ ก็จักเลือกเอามาเป็นตำแหน่งผู้สอบบัญชีของบริษัทหาได้ไม่”

“มาตรา 1209 ผู้สอบบัญชีนั้นให้ที่ประชุมสามัญเลือกตั้งทุกปี ผู้สอบบัญชีคนซึ่งออกไปนั้นจะเลือกกลับเข้ามารับตำแหน่งอีกก็ได้”

“มาตรา 1210 ผู้สอบบัญชีควรจะได้สินจ้างเท่าใดให้ที่ประชุมใหญ่กำหนด”

“มาตรา 1211 ถ้ามีตำแหน่งว่างลงในจำนวนผู้สอบบัญชีให้กรรมการนัดเรียกประชุมวิสามัญเพื่อให้เลือกตั้งขึ้นใหม่ให้ครบจำนวน”

“มาตรา 1212 ถ้ามิได้เลือกตั้งผู้สอบบัญชีโดยวิธีดังกล่าวมา เมื่อผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าห้าคนร้องขอ ก็ให้ศาลตั้งผู้สอบบัญชีประจำปีนั้น และกำหนดสินจ้างให้ด้วย”

“มาตรา 1213 ให้ผู้สอบบัญชีทุกคนเข้าตรวจสอบสรรพสมุดและบัญชีของบริษัทในเวลาอันสมควรได้ทุกเมื่อ และในการอันเกี่ยวกับสมุดและบัญชีเช่นนั้นให้ไต่ถามสอบสวนกรรมการหรือผู้อื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวแทนหรือเป็นลูกจ้างของบริษัทได้ไม่ว่าคนหนึ่งคนใด”

“มาตรา 1214 ผู้สอบบัญชีต้องทำรายงานवादด้วยงบดุลและบัญชียื่นต่อที่ประชุมสามัญผู้สอบบัญชีต้องแถลงในรายงานเช่นนั้นด้วยว่าตนเห็นว่างบดุลได้ทำโดยถูกต้องครบถ้วนหรือพียงว่าสำแดงให้เห็นการทำงานของบริษัทที่เป็นอยู่ตามจริงและถูกต้องหรือไม่”

12 พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีข้อความเกี่ยวข้องกับหัวข้อในการวิจัย โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

121 กำหนดให้นิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการให้บริการด้านสอบบัญชีต้องจดทะเบียนต่อสภาวิชาชีพตามเงื่อนไข ดังนี้ ต้องจัดให้มีหลักประกันต่อบุคคลที่สามเพื่อ ประกันความรับผิดชอบ และบุคคลผู้มีอำนาจลงนามในนิติบุคคลต้องเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

122 กำหนดให้ผู้สอบบัญชีต้องได้รับใบอนุญาตจากสภาวิชาชีพ และต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามสภาวิชาชีพกำหนด

123 กำหนดให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือมาตรฐานที่กำหนดตามพระราชบัญญัตินี้ และหากไม่ปฏิบัติตามจะมีโทษการประพาศติผิดจรรยาบรรณ ซึ่งควบคุมดูแลโดยคณะกรรมการจรรยาบรรณ

13 พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ซึ่งตามพระราชบัญญัติมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในส่วนของการยื่นงบการเงินต่อทางราชการ ซึ่งให้ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีและผู้ทำบัญชีต้องจัดทำบัญชีและยื่นงบการเงิน

14 ประกาศ กบข ฉบับที่ 44 (พ.ศ. 2544) และคำสั่งกรมสรรพากร ที่ ท.ป. 122/2545 เรื่องหลักเกณฑ์การพิจารณาการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร สาระสำคัญของประกาศและคำสั่งสองฉบับนี้ คือ กำหนดให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรต้องแจ้งรายชื่อธุรกิจที่ตนจะรับรองงบการเงินล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันผู้สอบบัญชีที่รับจ้างลงลายมือชื่อ โดยไม่ได้ตรวจสอบบัญชี และเป็นการป้องกันการแอบอ้างปลอมลายมือชื่อ และป้องกันการปฏิบัติงานเกินกว่าความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชี

จากข้อกำหนดต่าง ๆ ของทางราชการข้างต้น จะพบว่า บริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความจำเป็นต้องจัดทำบัญชีและต้องจัดให้มีผู้สอบบัญชีรับรองงบการเงินก่อนการนำส่งกับทางราชการในทุก ๆ ธุรกิจ ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชี

2 บทความที่เกี่ยวข้อง

Marketing Accounting Service ของ Nick Mangos Roffey and Jennifer Job กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้จะเปิดสำนักงานบัญชีของตนเองสำเร็จมีดังนี้

- 1 การให้บริการ ต้องเน้นการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ โดยมีการปฏิบัติสม่ำเสมอ และเที่ยงตรง
- 2 การกำหนดค่าธรรมเนียม จะต้องมีการกำหนดค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมไม่ถูกเกินไป และไม่แพงเกินไปจนผู้ประกอบการรับไม่ได้
- 3 ที่ตั้งสำนักงาน ต้องสามารถติดต่อได้สะดวกรวมถึงสถานที่จอดรถและการเดินทางไปมาได้สะดวก
- 4 ผู้ให้บริการ ต้องมีการกำหนดลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน
- 5 การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการบอกต่อและมีผู้แนะนำและประกันผลงาน

3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในที่นี้ จะกล่าวถึงเฉพาะทฤษฎีที่สำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งประกอบด้วย

- 3 1 ทฤษฎีการให้บริการ
- 3 2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านความคาดหวัง
- 3 3 ทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
- 3 4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3 5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้
- 3 6 ทฤษฎีการพยากรณ์

3 1 ทฤษฎีการให้บริการ

3 1 1 ความหมายของการบริการ

3 1 1 1 Phillip Kotler (Kotler 2000 428) ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการนั้น ๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็ได้ และกล่าวถึงหลักสำคัญ 5 ประการของการบริการ ดังนี้

- 1 Reliability The ability to perform the promised service dependably and accuracy
- 2 Responsiveness The willingness to help customers and to provide prompt service
- 3 Assurance The knowledge and courtesy of employees and their

ability to convey trust and confidence

4 Empathy The provision of caring, individualized attention to customers

5 Tangibles The appearance of physical facilities, equipment, personnel and communication materials

3 1 1 2 ไฮเซอร์ และเรนเดอร์ (Heizer ,& Render 1999 12) การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริหารงานของรัฐบาล การบริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น

3 1 1 3 คริสเตียน เกรนรูม (Christian Gronroos 1990 27) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรม หรือ ชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้บริกรมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า

3 1 1 4 ราชบัณฑิตยสถาน (2538 463) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า บริการ ไว้ดังนี้ บริการ (คำกริยา) หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ บริการ (คำนาม) หมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวก

3 1 1 5 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 431) กล่าวว่าไว้ว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งกล่าวถึงประเภท ลักษณะของบริการ และการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการจัดการธุรกิจบริการ

3 1 1 6 วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 6) ได้ให้ความหมายของ บริการ คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลิตผลออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือ สิ่งที่เกี่ยวข้องเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา

3 1 1 7 สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541 316) ได้ให้ความหมายว่า บริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของบริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้

3 1 1 8 คอตเลอร์ (บ คู่แข่ง จำกัด 2541 608 , อ้างอิงจาก Phillip Kotler) การบริการ คือ เป็นการแสดงสมรรถนะ ที่หน่วยงานหนึ่ง ๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์สภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ โดยที่การผลิตของมันอาจจะหรืออาจจะไม่ถูกผูกมัดกับ ผลิตภัณฑ์ก็ได้

3 1 1 9 วิชญ์ สิมะโชคดี (2541 202) กล่าวว่า การบริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่มีสัมผัสจับต้องได้ยากและสูญสลายหายไปได้ง่าย การบริการสามารถสร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการเพื่อส่งมอบการบริการหนึ่ง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ (เป็นการส่งมอบการปฏิบัติของผู้ให้บริการ เพื่อประชาชนแก่ผู้รับบริการ) การบริโภค หรือการใช้บริการจะเกิดขึ้นในทันทีที่มีการให้บริการนั้น ๆ หรือเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการเกิดขึ้น

3 1 2 กลยุทธ์การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ งานการตลาดของผู้ขายบริการ จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1 คุณภาพการให้บริการสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้นำพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

2 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการ คือ (1) การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่น บริการพื้นฐานของโรงแรม ได้แก่ ความสะอาด ความสุขสบายในการเข้าพัก ตลอดทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานทั่วไปที่โรงแรมควรจะมีให้แก่ผู้พัก เป็นต้น (2) ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service feature) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น โรงแรมมีสวนหย่อม มีสระว่ายน้ำ มีห้องอาหาร บริการให้เช่าวีดีโอ เป็นต้น

2 1 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลังจากการรับบริการให้บริการเขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

2 2 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

2 3 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป เช่น ร้านตัดผมสามารถชอยผมแปลกใหม่ได้ สายการบินที่มีที่นั่งแบบปรับนอนได้ มีสินค้าลดราคา มีบริการโทรศัพท์ มีเปียโน มีห้องสมุด มีคอมพิวเตอร์ให้บริการบนเครื่องบิน เป็นต้น นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์และตราสินค้า เช่น โรงแรม โอเรียนเต็ล มีภาพลักษณ์ที่ดีเหนือโรงแรมอื่น ๆ

กล่าวโดยสรุปความหมายของการบริการ คือ กิจกรรมซึ่งอยู่ในรูปที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ตาม ที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อสนองความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และไม่สามารถจับต้องได้ สอดคล้องกับธุรกิจตรวจสอบบัญชี คือ ให้การบริการตรวจสอบเอกสารสมุดบัญชีของผู้ประกอบการ เพื่อนำเสนอความเห็นต่อการเงิน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถจับต้องการตรวจสอบเอกสารสมุดบัญชีได้ การให้บริการไม่สามารถแบ่งแยกบริการออกจากผู้ตรวจสอบบัญชีได้

รูปแบบการให้บริการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละราย และไม่สามารถเก็บรักษาการตรวจสอบบัญชีแต่ละครั้งไว้ได้ การให้บริการจะหมดไปตามการตรวจสอบเอกสารสมุดบัญชีในแต่ละครั้ง ดังนั้นธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นธุรกิจการให้บริการประเภทหนึ่ง

3 2 ทฤษฎีและแนวคิดด้านความคาดหวัง

สรูรงค์ จันทน์เอม (2529 55) ให้ความหมายว่า คือ ความเชื่อว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งน่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดไม่น่าจะเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นตรงตามความเชื่อถือ หรือการคาดการณ์ล่วงหน้าหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน หากความคาดหวังนี้ประสบความสำเร็จหรือถูกต้องจะมีเจตคติที่ดีหรือมีความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น แต่หากความคาดหวังผิดพลาดในสิ่งใด ก็จะมีเจตคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2537 30) ให้ความหมายของความคาดหวังจากเป้าหมายไปสู่การปฏิบัติงานว่า หมายถึง ความคาดหวัง (ความเป็นไปได้) ที่ว่ามีถ้ามีความพยายามแล้วย่อมนำไปสู่การกระทำ แม้การกระทำที่สำเร็จจะไม่บรรลุเป้าหมาย เพราะงานยากเกินไป หรือประเมินค่าไม่เพียงพอ หรือบุคคลขาดความชำนาญ

Sarbin (1994 22) ให้ความหมายของความคาดหวังว่าพฤติกรรมของผู้ดำรงตำแหน่งใดก็ตามมักจะแสดงออกโดยอาศัยความนึกคิดคาดคะเนว่า ผู้อื่นเห็นว่าผู้ดำรงตำแหน่งนั้นควรปฏิบัติเช่นไร เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ ส่วนมากผู้ดำรงตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งมักจะสังเกตเห็นหน้าที่ของผู้ดำรงตำแหน่งอื่นแล้วก็กะหน้าที่ให้กับตำแหน่งหน้าที่ของตนเองตามลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่ง การสังเกตและความคาดคะเนไม่ตรงกับผู้ดำรงตำแหน่งมักไม่สบายใจเวลาดำเนินการอย่างไรลงไปที่ไม่ตรงกับการคาดคะเน ความไม่สบายใจเช่นนี้มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของผู้ดำรงตำแหน่งนั้นๆ ด้วย

วิชัย พรหมเมศ (2537 14) ให้คำจำกัดความของความคาดหวังว่า คือการคาดการณ์หรือการตั้งความคาดหวังล่วงหน้า โดยประสบการณ์ในอดีตจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวังของมนุษย์

เพชร หาลาก (2538 10-11) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลเป็นการตั้งขึ้นเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นความต้องการเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันแทบจะแยกไม่ออกเพราะถ้ามนุษย์เกิดความต้องการแล้ว ความคาดหวังก็จะตามมา แล้วการกระทำพฤติกรรมไปสู่เป้าหมาย อยากรู้ก็ตามความต้องการของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับที่ตนต้องการแล้ว ก็จะมี ความคาดหวังถึงสิ่งที่อยู่สูงขึ้นไปอีกตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

ความคาดหวังกับสิ่งที่ทำได้จริง (Expectancy and availability) “ความคาดหวัง” กับ “สิ่งที่ทำได้จริง” มีอิทธิพลต่อพลังความต้องการ กล่าวคือ เป็นตัวบันทึกลงให้ความต้องการมีความรุนแรงมากหรือน้อย

ความคาดหวัง (Expectancy) ความคาดหวังที่นาจะเป็นไปได้ ต่อความต้องการภายใต้ อิทธิพล หรือผลรวมของประสบการณ์ในอดีต เช่น จากพ่อแม่ เพื่อน ครู การอ่าน สื่อมวลชน ฯลฯ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น ครูหนึ่งท่าน มีความคาดหวังและพลังความต้องการสูงในอันที่จะเป็นครูดีเด่นของอำเภอ แต่ถูกเสียดสี ถูกผู้ใหญ่บางคนกลั่นแกล้ง ถ้าไม่มากหนักหนานัก ความคาดหวังอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงไปบ้างก็ไม่มากถึงกับเกิดความท้อถอย แต่ถ้าถูกขัดขวางหนักเข้า จะทำให้แรงจูงใจไม่มีพลังเหลืออยู่เลย ถ้าประสบการณ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จมีปริมาณที่สูงถึงจุด เขาก็จะเลิกล้มความพยายามที่จะไปให้ถึงจุดหมายที่ตั้งใจไว้

สิ่งที่ทำได้จริง (Availability) “สิ่งที่ทำได้จริง” เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจุดมุ่งหมาย ที่ ความสามารถจะขึ้นไปถึงได้ของความต้องการ เช่น ถ้ามีแสงสว่างที่จะอ่านหนังสือให้จบเล่ม แต่ บังเอิญไฟดับไม่มีแสงสว่าง จึงมีความคับข้องใจจึงต้องเข้านอนแทนการอ่านหนังสือจะเป็นไปได้ว่า สิ่งที่จะทำได้จริงนั้น เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมสิ่งใหม่ ถ้าไม่สร้างความพอใจถึงจุดหมายได้ความ ไม่สบายใจก็คงจะยังมีอยู่ และในที่สุดก็เลิกล้มความตั้งใจเหมือนกับการทดลองกับปลาในตู้กระจก เอาเหยื่อมาให้มันกิน ต่อมาเอากระจกมากั้นเอาไว้ ปลาพยายามจะกินเหยื่อ แต่กินไม่ได้เพราะติด กระจก ปลาเกิดความคับข้องใจ และในที่สุดก็เลิกสนใจเหยื่ออีก ภายหลังเอากระจกออกปลาก็ไม่ กินเหยื่อ เพราะรู้สึกว่ามันไม่มีความสามารถด้วยตัวของมันเองแล้ว มันจะเลิกพฤติกรรม (กิน เหยื่อ) อันนั้น

เมื่อความคาดหวังไม่สมหวัง ถึงแม้จะมีแรงจูงใจก็ตาม ย่อมจะมีบ้าง บางครั้งไม่ประสบ ผลสำเร็จหรือไม่ได้ผลดีตามที่คาดหวังไว้ เพราะอาจมีอุปสรรคบางประการ ซึ่งอาจจะคิดไม่ถึงหรือ คาดคิดถึงก็ตาม เมื่อประสบกับความไม่สำเร็จ บุคคลย่อมจะแสดงออกใน 2 ลักษณะ

- 1 เกิดความย่อท้อ ท้อแท้ เบื่อหน่ายไม่กล้าทำอีก หรือหลบหนีไม่ยอมทำอีกเลย
- 2 พยายามหาทางศึกษาข้อบกพร่องเพื่อแก้ไขแล้วพยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อทำ ให้งานนั้นให้สำเร็จจงได้

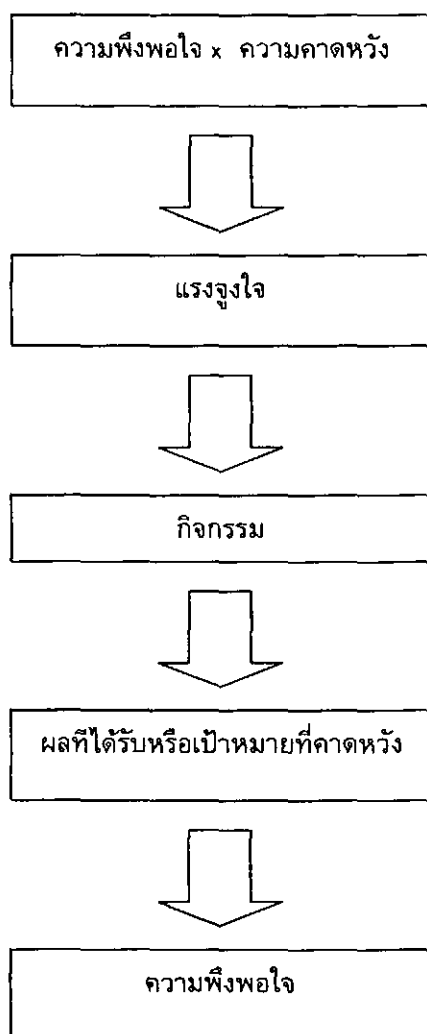
บุญเม พันธ์รอบ (2528 55-61) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังของวิกเตอร์ วรูม ไว้ ดังนี้

ทฤษฎีความคาดหวังของวิกเตอร์ วรูม ได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดจากนักจิตวิทยา รุนแรกหลายคน อาทิเช่น เลวิน (Kurt Lewin) และทอลแมน (Edward Tolman) ต่อมาวิกเตอร์ วรูม ได้นำ แนวคิดดังกล่าวมาปรับปรุง บางครั้งมีผู้เรียกทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีย่อๆ ว่า ทฤษฎี VIE หรือ VIE Theory เนื่องจากทฤษฎีนี้มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

- 1 V มาจากคำว่า Valence ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจ
- 2 I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อ เครื่องมืออุปกรณ์ วิถีทางที่จะ นำไปสู่ความพึงพอใจ

3 E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคล หรืออินทรีย์มีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ทุกชีวิตพยายามดิ้นรนแสดงหาอย่างน้อยที่สุด ก็คือความต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เมื่อปัจจัยเหล่านี้ได้รับการ

ตอบสนองแล้ว ก็มีความต้องการระดับสูงขึ้นไปเรื่อยๆ จากความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างนี้เอง ทำให้เกิดความพยายามกระทำดำเนินการวิธีใดวิธีหนึ่งด้วยมือหรือเครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุความพอใจ หรือเพื่อให้ได้รับผลของการดำเนินการนั้น ตามที่ได้แสดงความพยายามนั้นเอง เรียกว่า ความคาดหวังและความพอใจสิ่งต่างๆ ความคาดหวังอาจจะเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ดังภาพ



ภาพประกอบ 3 ทฤษฎีความคาดหวัง

ทีมา บุญเต็ม พันรอบ (2528) สังคมวิทยา มนุษย์วิทยา หน้า 61

กล่าวโดยสรุปความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะแสดงออกด้วยพฤติกรรม หรือการกระทำโดยสิ่งนั้นอาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคาดหวังคาดการณ์ในสิ่งนั้น มีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็น

สิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกันก็อาจแตกต่างกันออกไปได้ ทั้งนี้แล้วแต่ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ แรงจูงใจ และการเห็นคุณค่าของความสำเร็จของสิ่งนั้น ๆ

พาราสุรามาน (Parasuraman, et al 1988 16) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้น ๆ โดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกลงไป ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้ (H Lock, Vandermerwe 1996 123-125)

1 ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากนักบัญชีเกี่ยวกับการขอคืนภาษีจะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกันอยู่ เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีบริการอาหารในเที่ยวบินระหว่างระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีการบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2 ความคาดหวังของลูกค้า จะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง กลุ่มคนหนุ่มคนสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง เป็นต้น แต่ในประเทศ Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3 ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายการต่าง ๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อน ลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือ การนำเสนอของพนักงานขาย

ซีมอล, พาราสุรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman ,& Berry, 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

- 1 การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
- 2 ความต้องการของแต่ละบุคคล
- 3 ประสบการณ์ในอดีต
- 4 ข่าวสารจากสื่อ และ จากผู้ให้บริการ
- 5 ราคา

ความคาดหวังของผู้มารับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจวัดได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 2 แบบด้วยกัน คือ หากการทำงานของข้อเสนอดตรงกับระดับความคาดหวังของผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะมีใจความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าเกิดขึ้นจากปัจจัย 7 ประการ ดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่าง ๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ
4. ราคาของบริการนั้น ๆ
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น ๆ
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้า
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น ๆ

โดยในบางครั้งความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับการบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกที่ไม่พอใจได้ เช่น ในกรณีของการให้บริการของสำนักงานบัญชีต้องให้บริการที่รวดเร็วและทันต่อความต้องการใช้งบการเงินเพื่อมาตัดสินใจ เมื่อลูกค้าได้รับงบการเงินที่ทันต่อเวลาทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและบอกต่อให้มาใช้บริการของสำนักงานบัญชีต่อไปอีก

จากทฤษฎีและแนวคิดด้านความคาดหวัง สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย ที่คาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งความคาดหวังของแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะผันแปรแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความเป็นอยู่ และสภาพภาพของแต่ละบุคคล ความคาดหวังเป็นสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจ หากได้รับการตอบสนองกับสิ่งที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และประทับใจในสินค้า หรือบริการที่ได้รับ ซึ่งในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร ได้ผู้วิจัยนำทฤษฎีและแนวคิดของพาราสุรามาน (Parasuraman, et al 1988 : 16) เป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อทราบความคาดหวังของผู้ประกอบการในการใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งสามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ซึ่งหากทำให้เกิดความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

3.3 ทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมการตลาด

แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย เครื่องมือต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541)

1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ โดยผลิตภัณฑ์ได้แก่ คุณภาพสินค้า การรับประกันสินค้า และบริการดูแลหลังการขาย เป็นต้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจว่าคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) ควรเป็นอย่างไร ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) จะประกอบด้วยสินค้าและบริการอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะต้องมีคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีสินค้าหลายประเภทหลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อได้ตามความต้องการ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

นอกจากนี้ Kotler (2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า คุณภาพ คือ องค์ประกอบและลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทำให้เกิดความสามารภ ในการสร้างความพึงพอใจต่อความจำเป็นที่แจ้งไว้หรือที่สื่อให้เห็น

2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อโดยราคา ได้แก่ ระดับราคาสินค้า ส่วนลดทางการค้าต่าง ๆ งดในการชำระเงิน คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คุณภาพเปรียบเทียบต่อราคา ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceive Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการ

ยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2 2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2 3 การแข่งขัน

2 4 ปัจจัยอื่น ๆ

ปัจจัยด้านราคา ระดับราคาเป็นตัวตัดสินใจที่สำคัญ โดยราคามีทั้งด้านที่เป็นลบและบวก ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ สภาวะเศรษฐกิจและการรับรู้ของผู้ใช้ เมื่อราคาเป็นกฎด้านบวก ราคาสูงขึ้นมีผลต่อการซื้อที่มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม กฎด้านลบ ราคาต่ำส่งผลให้ขายได้มากขึ้น ดังนั้นราคาจึงมีความสำคัญเพราะมันจะส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า ผู้ใช้บางคนใช้ราคาของเป็นตัวกำหนดคุณภาพของสินค้าและเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะเป็นตัวตัดสินใจด้วย (Kotler and Armstrong, 1989)

3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจการ ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง โดยการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ ท่าเรือ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ช่องทางการจำหน่าย ดังนั้นการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3 1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3 2 การสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Market Logistic) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การจัดจำหน่ายเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนโอนสินค้าโดยกำหนดว่าจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร กิจกรรมในการขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าทำอย่างไร และปริมาณเท่าไร จึงจะเพียงพอกับความต้องการจำหน่ายได้ตลอดปี เป็นต้น (ประภัสสร บุญมี, 2542) ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจุดรวมของสถานที่ซึ่งจะทำการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (Peter and Donnelly, 1992) โดยมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย เช่น Parasuraman, et al (1991) ศึกษาพบว่า ที่มารับบริการจะต้องได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมาย ซับซ้อนเกินไป การบริการจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง การบริการรวดเร็ว การบริการเป็นไปอย่างเสมอภาคและ ซัพพลายและคานุก (Schiffman ,& Kanuk 1997) ศึกษาวิจัยด้านพื้นที่ทางภูมิศาสตร์พบว่า พื้นที่ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนการใช้และรูปแบบการใช้

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการ

ติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งบริษัทอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication - IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4 1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ องค์การ และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

4 2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้ง ข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล

4 3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง

4 4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อ องค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ โดยการใช้การส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา การแจก ของแถม การชิงโชค การแจกคูปอง เป็นต้น การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริม การตลาดที่หวังผลในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเฉพาะหน้า จะใช้ได้ ผลดีเมื่อกระทำควบคู่ไปกับการโฆษณา โดยการส่งเสริมการขายจะเป็นตัวเสริมกำลังการโฆษณาที่ จะช่วยให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้าเร็วขึ้น การส่งเสริมการขายทำได้หลายวิธีการ การเลือกใช้วิธี ไหนจึงขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ว่าจะต้องการตอบสนองในลักษณะใด (สายสวรรค์ เรืองวิเศษและ อัจจิมา จันทราทิพย์ 2530) หรือการประชาสัมพันธ์โดยการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทให้ ผู้บริโภคหรือคนทั่วไปเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกิจการและทำให้เกิดการยอมรับสินค้าหรือบริการได้ง่าย (ประภัสสร บุญมี 2542)

แต่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (The Marketing Mix for Service) ซึ่งธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในธุรกิจบริการ จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย 7Ps (Donald 1984, ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2541) โดยมีเพิ่มเติมอีก 3Ps จาก 4Ps ที่ได้กล่าวมาแล้วดังนี้

5 บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ในการให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยการ คัดเลือก, การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกัน ี่ คู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มี ความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6 ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ของผู้ให้บริการ (Physical Evidence) ได้แก่ การ ตกแต่งสถานที่ สี ผังที่ตั้ง ระดับเสียง ลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้าง คุณค่าให้กับลูกค้าหรือความสะอาด ความรวดเร็ว โดยอดุลย์ จาตุรงคกุล (2543) ได้ศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับสภาพต่าง ๆ เช่น แสงสว่าง การแวดล้อม การระบายอากาศ อุณหภูมิ สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในสภาพที่ดี สวยงาม

7 กระบวนการในการให้บริการ (Process) ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ขั้นตอนการบริการ วิธีการซื้อขาย เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดย พาราสุรามาน (Parasuraman, et al 1991) ได้ศึกษาพบว่าลูกค้าจะต้องได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมาย ซับซ้อนเกินไป การบริการจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเป็นไปอย่างเสมอภาค

แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในทางการตลาด เพราะเป็นการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อมาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย องค์ประกอบทั้งหมดของส่วนประสมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ของผู้ให้บริการ และกระบวนการในการให้บริการ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือไปจากการใช้โฆษณาหรือกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) เพื่อวัดพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยผู้วิจัยได้รวมในส่วนของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการในการให้บริการเป็นส่วนเดียวกัน เนื่องจากไม่สามารถแบ่งแยกผลิตภัณฑ์และกระบวนการในการให้บริการได้

3 4 ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

3 4 1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการศึกษากันอย่างมากมาย ซึ่งมีผู้ได้ให้ความหมายไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 192) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman ,& Kanul 2000 G-3) หรือเป็นขั้นตอนเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา โซโลมอน (Solomon 2002 528) หรือหมายถึง การศึกษาถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและมีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด

(Marketing concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระดุนหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542 112) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย บุคคลและครอบครัวที่ทำการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้ทั้งหมดรวมกันเป็นตลาดเพื่อผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542 32) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใด ไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

เบล็คเวล และคนอื่นๆ (Blackwell, & others 2001 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลดำเนินการ เมื่อได้รับ เมื่อบริโภค และเมื่อจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือ พฤติกรรมผู้บริโภคเคยถูกกล่าวถึงในแง่ว่าเป็นการศึกษาว่าทำไมคนถึงซื้อ เมื่อนักการตลาดทราบถึงเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า (ยี่ห้อ) นั้นๆ นักการตลาดสามารถนำเหตุนี้ๆ ไปเป็นหลักในการพัฒนาและวางกลยุทธ์ที่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในภายภาคหน้า

3 4 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2546 193)

คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS OBJECTS OBJECTIVES ORGANIZATIONS OCCASIONS OUTLETS และ OPERATIONS

ตาราง 1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน <ol style="list-style-type: none"> 1 ประชากรศาสตร์ 2 ภูมิศาสตร์ 3 จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4 พฤติกรรมศาสตร์ 	กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product components) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1 ผลิตภัณฑ์หลัก 2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3 ผลิตภัณฑ์ควบ 4 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการพนักงาน และภาพลักษณ์

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ <ol style="list-style-type: none"> 1 ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2 ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3 ปัจจัยเฉพาะบุคคล 	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3 กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channal strategies)
4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1 ผู้ริเริ่ม 2 ผู้มีอิทธิพล 3 ผู้ตัดสินใจ 4 ผู้ซื้อ 5 ผู้ใช้ 	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเวลาใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์	กลยุทธ์ของทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่าน คนกลางอย่างไร
7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจ (Operation) ประกอบด้วย 1 การรับรู้ปัญหา 2 การค้นหาข้อมูล 3 การประเมินผลทางเลือก 4 ตัดสินใจซื้อ 5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีต่อนักการตลาดและผู้บริโภคอย่างมาก ซึ่งสามารถแยกออกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1 ประโยชน์ของพฤติกรรมผู้บริโภคมีต่อนักการตลาด นักการตลาดได้รับประโยชน์จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค 2 ประการคือ

1.1 พฤติกรรมผู้บริโภคมีประโยชน์ต่อนักการตลาด ในแง่มุมของการบริหารการตลาดเป็นอย่างมาก เพราะนักการตลาดจะใช้ความรู้เรื่องพฤติกรรมเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมาย (Target Market) หากนักการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว นักการตลาดก็คงจะไม่ทราบความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง ผลที่ปรากฏออกมาอาจเป็นว่า นักการตลาดกำหนดเป้าหมายผิด พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงกลายเป็นเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แท้จริง ซึ่งหมายความว่าถึงแม้จะมีผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค

และต้องพิจารณารวมไปถึงด้วยว่าผู้บริโภคต้องการอะไรอย่างแท้จริง การให้ความสนใจในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในแง่มุมมองของความต้องการยังช่วยให้การตลาดยังสามารถที่จะช่วยแนะนำฝ่ายผลิตทราบว่าผลผลิตอะไร เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มใดใช้ การให้คำแนะนำฝ่ายผลิตว่าจะผลิดอะไรเพื่อใคร เป็นปัจจัยที่จะทำให้สินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นมานั้นตรงกับความต้องการผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

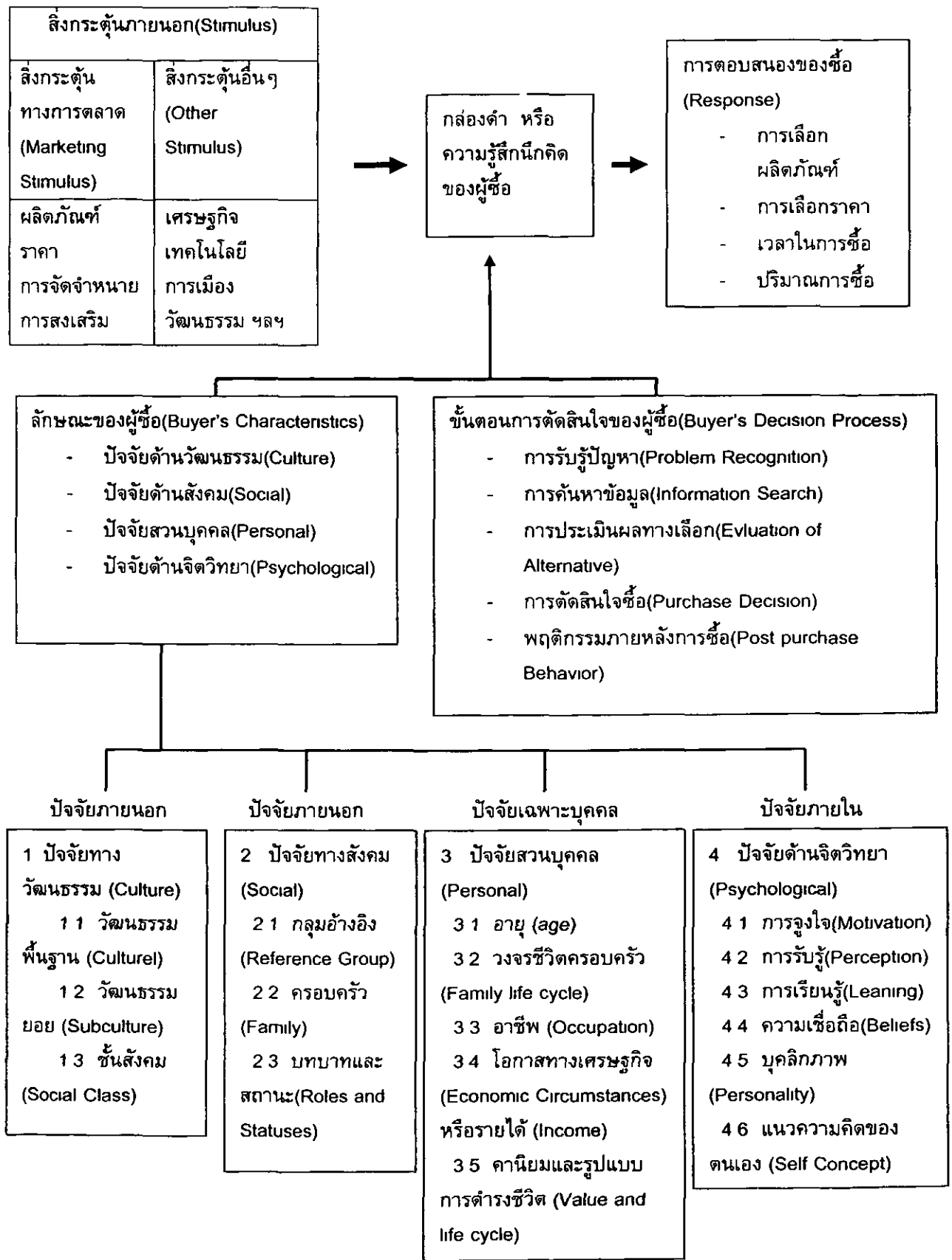
1.2 การทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้นักการตลาดได้ทราบถึงโอกาสทางการตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือโอกาสทางตลาดใหม่ๆ นักการตลาดที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเฉพาะเข้าใจถึงความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคอันเป็นสิ่งบ่งบอกโอกาสทางการตลาดใหม่

2 ประโยชน์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผู้บริโภค

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผู้บริโภคเอง คือ การที่ผู้บริโภคมีความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะจะทำให้ผู้บริโภคเองสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การมีความเข้าใจสินค้าและบริการด้านคุณภาพ ราคา วิธีใช้ ยังไม่เพียงพอ ผู้บริโภคควรมีความเข้าใจว่าสินค้าและบริการแต่ละชนิดว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างไรบ้างก่อนจะตัดสินใจซื้อ เพราะการพิจารณาถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการต่อผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

3.4.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory



ภาพประกอบ 4 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่มา Kotler (2000) Marketing management หน้า 5

3 4 4 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2540 : 130) ซึ่งแต่ละอย่างมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน หมายถึง รูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยผ่านขบวนการอบรม และขัดเกลาทางสังคม ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคล เช่น วัฒนธรรมแบบไทยๆ ที่มีรากฐานมาจากพุทธศาสนาทำให้คนไทยมีความเป็นอยู่ที่สมถะ เรียบง่าย และมักน้อย การที่จะชักจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ นักการตลาดต้องใช้การโฆษณากระตุ้น และจูงใจให้ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็น ไม่ใช่สิ่งหรูหรา ฟุ่มเฟือย เป็นต้น

1.2 วัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติต่างๆ , กลุ่มศาสนา , กลุ่มสีผิว , พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ , กลุ่มอาชีพ , กลุ่มย่อยด้านอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกันโดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกัน จะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง ชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 ระดับ และแบ่งกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ

2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขาย ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มบุคคลที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลต่างๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความ

คิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

23 บทบาทและสถานะ บุคคลเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่ต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการซื้อยาสีฟันสมุนไพรของครอบครัวหนึ่ง จะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ ผู้ใช้

3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

31 อายุ กลุ่มอายุที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

32 วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอน เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

33 อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกัน จะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

34 โอกาสทางเศรษฐกิจ หรือรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล กระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

35 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากกว่าผู้มีการศึกษาดำ

36 ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

4 ปัจจัยทางจิตวิทยา ถือว่าเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อและการใช้สินค้า

41 การจูงใจ หมายถึง พลังผลักดันที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติการจูงใจภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคมหรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจ ด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจที่มีชื่อเสียงมาก คือ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ซึ่งได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ จากต่ำไปสูง ดังนี้

4.1.1 ความต้องการของร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด

เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการยกย่อง และ ความต้องการทางเพศ

4 1 2 ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ความต้องการความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

4 1 3 ความต้องการด้านสังคม หรือความต้องการความรัก และการยอมรับ เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น สินค้าที่สนองความต้องการระดับนี้ ได้แก่ ของขวัญ สค ส เครื่องแบบ ดอกกุหลาบ เป็นต้น

4 1 4 ความต้องการการยกย่อง ซึ่งเป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะจากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่นๆ

4 1 5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้อง หรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

4 2 การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูล เพื่อที่สร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึง กระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการด้านอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้ จะพิจารณากระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก

4 3 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ(หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น และเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory)

4 4 ความเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

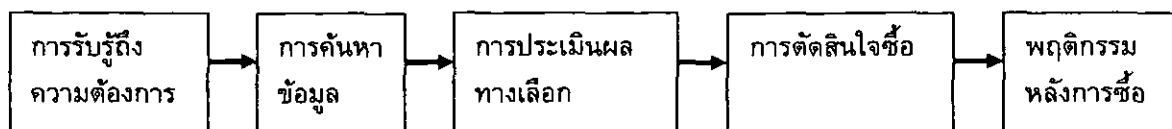
4 5 ทักษะคติ ในการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิด หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4 6 บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกัน

4 7 แนวคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5 แนวความคิดด้านกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคทั่วไปมีกระบวนการซื้ออันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน ดังนี้
(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2540 145-146)



ภาพประกอบ 5 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ

5.1 การรับรู้ความต้องการ ความต้องการของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกร่างกาย สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งแล้ว จะกลายเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมตอบสนอง ซึ่งบุคคลสามารถเรียนรู้ถึงวิธีการตอบสนองต่อการกระตุ้นเหล่านี้โดยอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์ในอดีต

5.2 การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ตัวผู้บริโภค จะดำเนินการตอบสนองความต้องการของเขาทันทีถ้าความต้องการนั้นยังไม่ได้มีการตอบสนอง ความต้องการนั้นจะถูกสะสมเอาไว้เพื่อการตอบสนองภายหลังเมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากจะทำให้เกิดภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการที่สะสมไว้ ปริมาณของข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นหา จะขึ้นอยู่กับบุคคล เมชื่อกับการแก้ปัญหาามากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการถือเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้สินค้าของผู้บริโภค ได้แก่

- 1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น
- 2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ และการแสดงสินค้า เป็นต้น
- 3 แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น
- 4 แหล่งประสบการณ์
- 5 แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

5.3 การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลเข้ามาแล้วจากขั้นที่ 2 ก็

จะเกิดความเข้าใจแล้วทำการประเมินผลข้อมูลเหล่านั้น เพื่อพิจารณาทางเลือกต่อไป ซึ่งอาศัยหลักเกณฑ์หลายประการคือ

5 3 1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน เช่น เบียร์ มีคุณสมบัติ คือ รสกลม กล่อม มีแอลกอฮอล์สูงหรือต่ำ ความขม ปริมาณการบรรจุ ราคา

5 3 2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน การตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

5 3 3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

5 3 4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

5 4 การตัดสินใจซื้อ เมื่อทำการประเมินแล้วจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่างๆ ที่เป็นทางเลือก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เขาชอบที่สุด ซึ่งก่อนตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะต้องพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

5 4 1 ทัศนคติของบุคคลอื่น ที่มีผลต่อสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ จะมีทั้งทัศนคติด้านบวกและด้านลบ ถ้าเป็นทัศนคติด้านบวก เช่น เห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี ก็จะช่วยเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น หากเป็นทัศนคติด้านลบ เช่น เห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพไม่ดี ราคาแพงเกินไป ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเล และอาจยกเลิกการซื้อได้

5 4 2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ ความตั้งใจซื้อจะได้รับอิทธิพลจากระดับรายได้ ขนาดของครอบครัว ภาวะทางเศรษฐกิจ การคาดคะเนต้นทุน และการคาดคะเนถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า

5 4 3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ ขณะที่ผู้บริโภครากำลังจะซื้อ อาจมีปัจจัยบางอย่างมากระทบกระเทือนต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ความไม่พอใจในลักษณะของพนักงานหรือความกังวลใจเกี่ยวกับรายได้

5 5 ความรู้สึกหลังการซื้อ หลังการซื้อ หรือทดลองใช้สินค้า ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจสินค้า โดยที่ความพอใจภายหลังการซื้อจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำและการบอกต่อผู้อื่น หากไม่ได้รับความพอใจหลังการซื้อหรือใช้สินค้า ก็จะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น และจะบอกกล่าวต่อไปยังผู้บริโภครายอื่นๆ ในทางลบ

จากทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้ทราบว่า แนวความคิดของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อ ประสบการณ์ การใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตและบริการสามารถประเมินผลเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่ง

เป็นผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 192) มาเป็นสวนหนึ่งในการจัดทำแบบสอบถามงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย

3.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงการและการศึกษาความเป็นไปได้

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2540 : 2) ได้ให้ความหมายว่า การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรม และการเงินของโครงการเป็นหลัก เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ ซึ่งในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียด และสิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิต รวมทั้งทางเลือกอื่น ๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิต และดำเนินการเพียงไร ทั้งเพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้ได้มากที่สุด

ชัยยศ สันติวงษ์ (2533 : 37) ได้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า Macro และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกกลงไปที่เรียกว่า Micro

ประสิทธิ์ ดงยงศิริ (2544 : 100) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการว่า เป็นการศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดี จะได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ในการจัดทำโครงการ เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้น จำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการต่าง ๆ ดังนี้ (ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และ อัจฉรา ชีวะตระกลูกิจ 2543 : 7 – 10)

- 1 การศึกษาด้านการตลาดหรืออุปสงค์
- 2 การศึกษาด้านเทคนิค
- 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ
- 4 การศึกษาด้านเศรษฐกิจ
- 5 การศึกษาด้านการบริหาร
- 6 การศึกษาด้านการเงิน

1 การศึกษาด้านการตลาดหรืออุปสงค์

การวิเคราะห์และคาดคะเนถึงอุปสงค์ของผลผลิตของโครงการเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการวางแผนและวิเคราะห์โครงการเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะธุรกิจผลิตสินค้ามาเพื่อขาย หากไม่มีตลาดรองรับผลผลิตก็ไม่มี ความจำเป็นต้องทำการผลิต นอกจากนั้นขนาดของอุปสงค์ยังใช้เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงขนาดของโครงการอีกด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์อุปสงค์ของโครงการจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อโครงการที่จะเพิกเฉยไม่ได้ การวิเคราะห์อุปสงค์จำเป็นจะต้องคำนึงถึงปัญหาต่อไปนี้

- 1 1 อุปสงค์ในผลผลิตของโครงการนี้มีมากเพียงใด
- 1 2 อุปสงค์ของผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากน้อยเพียงใด
- 1 3 โครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อย

เพียงใด

เพื่อให้สามารถตอบคำถามทั้งสามประการดังกล่าว นักวิเคราะห์โครงการจะต้องเริ่มต้นด้วยการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้วอย่างเป็นระบบแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในอดีตด้านราคาและปริมาณของผลผลิตชนิดนั้น ซึ่งพอจะทำให้ทราบขนาดอุปสงค์ของผลผลิตได้ หากเป็นผลผลิตที่ยังไม่มีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบผู้วิเคราะห์โครงการอาจต้องเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มาใช้ในการวิเคราะห์หากเป็นผลผลิตใหม่ที่ยังไม่เคยมีการผลิต หรือจำหน่ายมาก่อนภายในประเทศ ผู้วิเคราะห์ก็อาจศึกษาถึงแนวโน้มของผลผลิตชนิดนั้นในต่างประเทศที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจคล้าย ๆ กัน กับประเทศที่กำลังศึกษาอยู่

เมื่อได้มีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ถึงขนาดของอุปสงค์ของผลผลิตที่ต้องการศึกษาอยู่ก็สามารถคาดคะเนถึงขนาดของอุปสงค์ในอนาคตได้ โดยอาศัยวิธีการคาดคะเนวิธีต่าง ๆ เช่น การคาดคะเนโดยอาศัยค่าแนวโน้มในอดีต การคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2 การศึกษาทางเทคนิค

การศึกษาโครงการด้านเทคนิคนั้น โดยทั่วไปจะเริ่มต้นด้วยการพิจารณาว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นมีความเหมาะสมทางด้านเทคนิคหรือการออกแบบและทางด้านวิศวกรรมเพียงใด นอกจากนั้นก็ควรวิเคราะห์ในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 2 1 สถานที่ตั้งของโครงการ
- 2 2 การออกแบบและวิศวกรรมของโครงการ
- 2 3 ขนาดของโครงการและการพิจารณาถึงความคาดหวังของตลาด
- 2 4 วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- 2 5 ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ
- 2 6 กำหนดการดำเนินงานของโครงการ
- 2 7 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ

ในการจัดทำโครงการจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของโครงการ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อโครงการทำให้โครงการต้องประสบกับปัญหาอุปสรรคและความล้มเหลวได้ หรืออาจทำให้สภาพแวดล้อมภายนอกโครงการอันได้แก่ กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี สาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

4 การศึกษาด้านเศรษฐกิจ

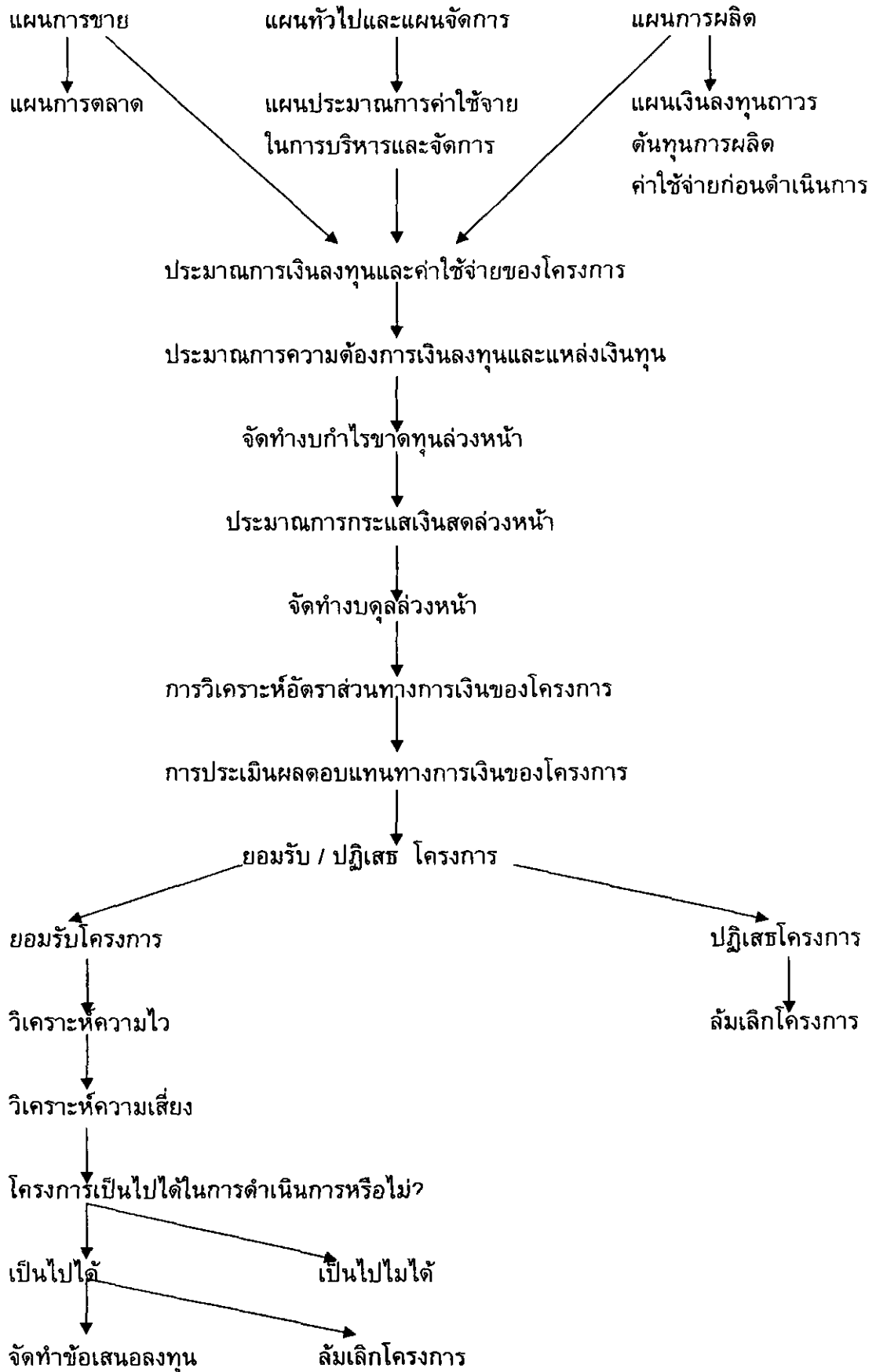
การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ผู้วิเคราะห์โครงการจำเป็นต้องคำนึงถึง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านเศรษฐกิจว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นจะให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์จะแสดงออกมาในรูปของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสูงกว่า หรือต่ำกว่าค่าใช้จ่ายการลงทุนที่จ่ายไป ถ้าผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ดี และถ้าผลตอบแทนที่ได้รับต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ไม่ดีทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์โครงการทางเศรษฐกิจจึงมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือ ปฏิเสธโครงการ

5 การศึกษาด้านการบริหาร

จากการที่ได้มีการศึกษาด้านต่าง ๆ มาแล้ว คือ การศึกษาด้านการตลาด การศึกษาด้านเทคนิค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ การศึกษาด้านเศรษฐกิจและปรากฏว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นเป็นโครงการที่ดีเมื่อโครงการได้รับการอนุมัติ และดำเนินงานแล้วอาจประสบกับความล้มเหลวและขาดทุนได้เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการหรือการบริหารโครงการไม่มีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของโครงการจึงขึ้นอยู่กับการบริหารเป็นสำคัญ ดังนั้นในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ด้านการบริหารด้วยเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะบริหารโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

6 การศึกษาด้านการเงิน

การศึกษาด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของโครงการในด้านของเอกชนเป็นสำคัญ เพราะเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือ ความสามารถในการทำกำไรของโครงการ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินใด ๆ ในทุกขั้นตอนของโครงการ นอกจากนั้นถ้าเป็นโครงการที่ต้องกู้ยืมเงินมาลงทุนก็ต้องพิจารณาด้วยว่าจะมีความสามารถในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้หรือไม่ กระบวนการในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการแสดงดังแผนภูมิต่อไปนี้ (ณดา จันทร์สม 2544 2)



ภาพประกอบ 6 แสดงกระบวนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ

โดยทั่วไป การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการจะประกอบด้วยเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 6 1 การประมาณการเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ
- 6 2 ประมาณการความต้องการเงินทุนและแหล่งเงินทุน
- 6 3 การจัดท่างบการเงินล่วงหน้า
- 6 4 การวิเคราะห์อัตราสวนทางการเงินของโครงการ
- 6 5 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

6 1 การประมาณการเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ หมายถึง การคาดการณ์ เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของโครงการ ซึ่งการคาดการณ์อาจได้มาโดยข้อมูลอดีตที่เคยเกิดขึ้นและการพยากรณ์ เป็นต้น เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายที่คาดคะเน ประกอบด้วย

- 6 1 1 ที่ดิน การพัฒนาและปรับที่ดิน
- 6 1 2 ตัวอาคารโรงงานและระบบที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบอากาศที่ใช้กับเครื่องจักรที่ใช้ลม และระบบความปลอดภัย และการรักษาความปลอดภัย
- 6 1 3 สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ งานโยธา
- 6 1 4 เครื่องจักร เครื่องมือการผลิต (รวมถึงการติดตั้ง การขนส่ง)
- 6 1 5 เครื่องใช้สำนักงาน
- 6 1 6 ยานพาหนะ

6 1 7 เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ (Net Working Capital) คือ สินทรัพย์หมุนเวียนหักด้วยหนี้สินหมุนเวียนเป็นเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินโครงการประจำวันให้เป็นไปตามตารางการผลิตสินทรัพย์หมุนเวียนประกอบด้วย

6 1 7 1 เงินในมือ (และเงินสดในธนาคาร) เป็นเงินสดขั้นต่ำที่โครงการต้องดำรงไว้เป็นค่าใช้จ่ายประจำในการดำเนินงาน โดยปกติจะพิจารณาการประมาณการความจำเป็นที่จะต้องใช้ในแต่ละช่วงเวลา

6 1 7 2 ลูกหนี้การค้า คือ สินเชื่อที่ใช้แก่ลูกค้า ซึ่งขนาดของลูกหนี้การค้าขึ้นอยู่กับนโยบายการขายเชื่อของโครงการ การกำหนดระยะเวลาในการให้สินเชื่อขึ้นอยู่กับสภาพแข่งขันของตลาด ถ้าโครงการต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด อาจใช้นโยบายการขายระยะเวลากการใช้สินเชื่อแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้น

6 1 7 3 สินค้าคงเหลือ ประกอบด้วย วัตถุดิบ วัสดุจำเป็น สินค้าที่อยู่ในกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูป โดยปกติสินค้าคงเหลือจะมีมูลค่ามากเมื่อเทียบกับรายการอื่นในสินทรัพย์หมุนเวียน

หนี้สินหมุนเวียน ประกอบด้วย

6 1 7 4 เจ้าหนี้การค้า ซึ่งเป็นยอดเงินเชื่อในการจัดหาวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นต่าง ๆ

6 1 8 ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ นอกจากเงินลงทุนถาวร ค่าใช้จ่ายที่เกิดก่อนเริ่มดำเนินการผลิต เช่น ค่าใช้จ่าย ที่เสียไปเพื่อให้ได้สินทรัพย์ทุนมา ได้แก่

6 1 8 1 ค่าใช้จ่ายในการก่อตั้งบริษัท หรือออกหุ้นทุน รวมค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

6 1 8 2 ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการศึกษา เช่น ค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเป็นไปได้ การศึกษาด้านวิศวกรรม ก่อนการดำเนินการ ค่าที่ปรึกษาก่อนการดำเนินงาน ค่าที่ปรึกษาก่อนการดำเนินการ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการวางแผนโครงการ

6 1 8 3 ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการผลิต ได้แก่

6 1 8 3 1 เงินเดือน สวัสดิการ ของบุคคลที่เกี่ยวข้องก่อนเปิดดำเนินการ

6 1 8 3 2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

6 1 8 3 3 ค่าติดตั้งในการเตรียมการ เช่น สำนักงานชั่วคราว

6 1 8 3 4 ต้นทุนส่งเสริมผลิตภัณฑ์ก่อนการดำเนินการผลิต

6 1 8 3 5 ต้นทุนการฝึกอบรม

6 1 8 3 6 ดอกเบี้ยเงินกู้ระหว่างก่อสร้าง

6 1 8 4 ค่าใช้จ่ายทดลองดำเนินงาน ส่วนสูญเสียที่เกิดจากการผลิตในช่วงการลองเครื่อง

6 2 ประมาณการความต้องการเงินทุนและแหล่งเงินทุน จากการประมาณการเงินลงทุน และค่าใช้จ่ายของโครงการ จากนั้นต้องพิจารณาแหล่งเงินทุนของโครงการว่าจะมาแหล่งใด เช่น การกู้ยืม หรือการออกหุ้นสามัญเพื่อระดมทุน ในสัดส่วนเท่าไร ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะส่งผลต่อโครงการสร้างเงินทุน และต้นทุนเงินทุนของโครงการ ข้อดีข้อเสียเปรียบเทียบเงินทุนจากทั้งสองแหล่ง คือ แหล่งเงินทุน หรือส่วนของเจ้าของโดยการออกหุ้นสามัญ คือ ไม่มีข้อผูกพันที่จะต้องจ่าย ซึ่งต่างจากการกู้ยืมที่ต้องชำระคืนเงินต้น และต้องชำระดอกเบี้ยตามระยะเวลา และอัตราที่กำหนด นอกจากนี้เงินปันผลที่จ่ายให้กับผู้ถือหุ้นไม่สามารถนำไปหักกับค่าใช้จ่ายก่อนนำไปคิดภาษีของโครงการได้ ซึ่งต่างจากดอกเบี้ยซึ่งนำไปลดหย่อนภาระภาษีของโครงการได้ จะทำให้ต้นทุนในการก่อหนี้ต่ำกว่าการใช้ต้นทุนส่วนของเจ้าของโดยการออกหุ้นสามัญ นอกจากนั้นแล้ว ค่าใช้จ่ายการออกหุ้นสามัญค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับการกู้ยืมการกำหนดสัดส่วนที่เหมาะสมของการกู้ยืมกับการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของ ย่อมขึ้นอยู่กับความเสี่ยงของโครงการประกอบด้วย ถ้าโครงการมีความเสี่ยงจากการดำเนินการค่อนข้างมาก เช่น มีต้นทุนคงที่สูงหรือมีความเสี่ยงที่ยอดขายจะไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ เป็นต้น โอกาสที่เพิ่มความเสี่ยงทางการเงินโดยการกู้ยืมจะลดลงในขณะที่บางโครงการมีความเสี่ยงจากการดำเนินงานต่ำ เช่น โครงการผลิตกระแสไฟฟ้าที่มีความต้องการสูง ความเสี่ยงจากการดำเนินงานน้อย ย่อมมีโอกาสที่จะเพิ่มความเสี่ยงจากการกู้ยืมได้เพิ่มขึ้น

6 3 การจัดหางบการเงินล่วงหน้า เมื่อได้ทำการประมาณการเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ของโครงการ และการคาดการณ์แหล่งเงินทุนของโครงการแล้ว ขั้นตอนต่อไปของการวิเคราะห์ทางการเงินก็คือ การจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งประกอบด้วย งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล โดยความหมายของแต่ละงบการเงิน ดังนี้

งบกำไรขาดทุน คือ งบที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จจากการดำเนินงานของกิจการ ช่วงระยะเวลาหนึ่งที่ระบุ ผู้ใช้งบการเงินจะใช้งบกำไรขาดทุนเพื่อวัดค่าการลงทุน วัดสถานะของสินเชื่อ และความสำเร็จในการทำกำไรของกิจการ

งบกระแสเงินสด คือ เป็นงบแสดงที่มาและการใช้เงินของกิจการระหว่างงวดเวลาหนึ่ง งบกระแสเงินสดเป็นงบที่มีประโยชน์ช่วยการวิเคราะห์สภาพความคล่องตัวของกิจการแสดงถึงความสามารถในการหาเงินจากการประกอบกิจการ กำลังความสามารถในการก่อหนี้ ชำระหนี้และความสามารถในการจ่ายเงินปันผล

งบดุล คือ งบที่แสดงฐานะการเงินของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง งบดุลมีชื่อหนึ่ง คือ งบแสดงฐานะการเงิน เป็นงบที่แสดง ทรัพย์สิน หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการ เป็นยอดรวมสะสมมานับตั้งแต่วันเริ่มกิจการจนถึงวันที่ระบุในงบประโยชน์ของงบดุล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท

631 การประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ (ฐานา เงินไหล และ
อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ 2543 บทที่ 7)

การประมาณการงบกำไรขาดทุน หรือการจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า จัดทำขึ้นเพื่อแสดงการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุของโครงการ ว่าแต่ละปีในโครงการที่ทำคาดว่าจะได้กำไรขาดทุนเท่าใด

การประมาณการงบกำไรขาดทุน จำเป็นต้องมีการประมาณการรายได้จากการขาย ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ต้นทุนการผลิต) และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ตลอดอายุโครงการเสียก่อน จากนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบกันซึ่งถ้าปีใดรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย โครงการก็จะได้กำไรในปีนั้น และในทางตรงกันข้าม ถ้าปีใดรายได้ได้น้อยกว่าค่าใช้จ่ายปีนั้นโครงการก็จะขาดทุน

การประมาณการงบกำไรขาดทุน แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้
 บริษัท รักไทย จำกัด
 งบกำไรขาดทุน
 สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2544

ตาราง 2 แสดงตัวอย่างงบกำไรขาดทุน

ปี	0	1	ปีสุดท้าย
โปรแกรมการผลิต	ระยะก่อสร้าง		
รายได้จากการขาย	-	xx	xx
หัก ต้นทุนการผลิต	-	xx	xx
กำไรขั้นต้น	-	xx	xx
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	-	xx	xx
กำไรก่อนภาษี	-	xx	xx
หัก ภาษีเงินได้	-	xx	xx
กำไรสุทธิ	-	xx	xx

งบกำไรขาดทุน จะประกอบด้วย

1 ส่วนหัวของงบกำไรขาดทุน ประกอบด้วย (1) ชื่อกิจการ (2) ชื่องบการเงิน (3) รอบระยะเวลาการดำเนินงานและวันสิ้นสุด

2 ส่วนของตัวงบกำไรขาดทุน เป็นการรายงานรายได้ ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนจากการดำเนินงานในรอบระยะเวลาตามที่ระบุไว้ในหัวงบกำไรขาดทุน

รูปแบบของงบกำไรขาดทุน รูปแบบของการรายงานข้อมูลในงบกำไรขาดทุน สามารถจัดทำได้ 2 แบบ คือ งบกำไรขาดทุนแบบขั้นตอนเดียว (Single Step Income Statement) และงบกำไรขาดทุนแบบหลายขั้นตอน (Multiple Step Income Statement) การรายงานงบกำไรขาดทุนอาจอยู่ในรูปบัญชี (Accounting Form) หรือรูปรายงาน (Reporting Form) ซึ่งนิยมมาก

6 3 2 การประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า

กระแสเงินสดของโครงการ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะใช้ประเมินค่าโครงการลงทุนว่าควรตัดสินใจลงทุนหรือไม่ลงทุนต่อไป การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องพิจารณาว่าเงินสดรับมากเพียงพอสำหรับรายการใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งรายการเงินสดจ่ายที่สำคัญ คือ การลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ หากพบว่าโครงการขาดสภาพคล่อง คือ (เงินสดรับน้อยกว่าเงินสด

จ่าย) ย่อมชี้ว่าโครงการไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ ตารางต่อไปนี้จะแสดงงบประมาณเงินสดล่วงหน้า

ตาราง 3 แสดงตัวอย่างงบกระแสเงินสด

ปีที่	0	1	ปีสุดท้าย
โปรแกรมการผลิต	ระยะก่อสร้าง		
ก กระแสเงินสดรับ			
รายได้จากการขาย		xx	xx
ข กระแสเงินสดจ่าย			
1 เงินลงทุนทั้งสิ้น			
1 1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	xx		
1 2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		xx	
1 3 เงินทุนหมุนเวียน	xx		
2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวม ค่าเสื่อมราคาและรายการตัดค่าใช้จ่าย ก่อนการดำเนินงาน)	xx	xx	xx
3 ภาษีเงินได้	xx	xx	xx
ค กระแสเงินสดสุทธิ (ก) – (ข)	xx	xx	xx

6 3 3 การประมาณการงบดุล

การประมาณการงบดุล หรือการจัดทำงบดุลล่วงหน้า เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพราะงบดุล โดยประมาณนี้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากงบอื่น ๆ ที่ประมาณการมาก่อนหน้านี้แล้วงบดุลโดยประมาณของโครงการจะทำให้ผู้บริหารเห็นถึงฐานะทางการเงิน ตลอดอายุของโครงการ โดยที่รายการในงบดุลดังกล่าวจะแสดงยอดสะสม ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ที่จัดทำงบดุลขึ้น ซึ่งโดยปกติก็คือ ณ เวลาสิ้นสุดปีใด ๆ ตารางต่อไปนี้จะแสดงถึงรายการในงบดุลล่วงหน้าของโครงการ

ตาราง 4 แสดงตัวอย่างงบดุล

ปีที่	0	1	ปีสุดท้าย
โปรแกรมการผลิต	ระยะก่อสร้าง		
ก สินทรัพย์ทั้งสิ้น			
1 สินทรัพย์หมุนเวียน			
1 1 เงินสด	xx	xx	xx
1 2 สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	xx	xx	xx
2 สินทรัพย์ถาวร			
2 1 ที่ดิน	xx	xx	xx
2 2 อาคารและอุปกรณ์สุทธิ	xx	xx	xx
3 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		xx	xx
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	xx	xx	xx
ข หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
1 หนี้สินหมุนเวียน	xx	xx	xx
2 หนี้สินระยะยาว	xx	xx	xx
3 เงินทุน	xx	xx	xx
4 กำไรสะสม	xx	xx	xx
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	xx	xx	xx

6.4 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของโครงการ

มีวิธีการหลายอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงิน เพื่อดึงข้อมูลทางการเงินที่มีความสำคัญให้ปรากฏและเปรียบเทียบกัน วิธีการต่าง ๆ นี้รวมถึง การวิเคราะห์เปรียบเทียบ การวิเคราะห์อัตราร้อยละ และการพิจารณารายการที่มีความเกี่ยวพันกัน การวิเคราะห์อัตราส่วนมากจะเป็นจุดเริ่มต้นของการรวบรวมข้อมูลโดยนักวิเคราะห์และอาจจะจำแนกอัตราส่วนเพิ่มการวิเคราะห์ออกได้ดังนี้

6.4.1 อัตราสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) เป็นอัตราส่วนวัดความสามารถในการชำระหนี้สินระยะสั้นของกิจการ ประกอบด้วย

6.4.1.1 อัตราส่วน Current Ratio ใช้สูตร

$$\frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

6 4 1 2 อัตราส่วน Acid-Test Ratio ใช้สูตร

$$\frac{\text{เงินสด} + \text{เงินลงทุนชั่วคราว} + \text{ลูกหนี้สุทธิ}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

6 4 1 3 อัตราส่วน Defensive-Interval Ratio ใช้สูตร

ทรัพย์สินคล่อง

ประมาณการรายจ่ายดำเนินการประจำวัน(ถือตามเกณฑ์รายจ่ายปีก่อนหักรายการที่ไม่เกี่ยวกับเงินสด)

6 4 2 อัตราส่วนกิจกรรม (Activity Ratio) เป็นอัตราส่วนวัดสมรรถภาพการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินของกิจการ ประกอบด้วย

6 4 2 1 อัตราหมุนของลูกหนี้ ใช้สูตร

ขายสุทธิ

$$\frac{\text{ตัวเงินรับและลูกหนี้การค้าถัวเฉลี่ยสุทธิ}}{\text{ขายสุทธิ}}$$

6 4 2 2 อัตราส่วนอายุลูกหนี้ ใช้สูตร

365

อัตราหมุนของลูกหนี้

6 4 2 3 อัตราหมุนของสินค้าคงคลัง ใช้สูตร

ต้นทุนขาย

สินค้าคงคลังถัวเฉลี่ย

6 4 2 4 อัตราส่วนอายุสินค้า ใช้สูตร

365

อัตราหมุนของสินค้าคงคลัง

6 4 3 อัตราส่วนกำไร (Profitability Ratio) เป็นอัตราส่วนวัดระดับความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของกิจการที่กระทำในงวดเวลาหนึ่ง ประกอบด้วย

6 4 3 1 อัตราผลตอบแทนของทรัพย์สิน ใช้สูตร

กำไรสุทธิ

ทรัพย์สินรวมถัวเฉลี่ย

6 4 3 2 อัตรากำไรต่อยอดขาย ใช้สูตร

กำไรสุทธิ

ขายสุทธิ

6 4 3 3 อัตราส่วนผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ

กำไรสุทธิ - เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ

ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญถัวเฉลี่ย

6 4 3 4 กำไรต่อหุ้น ใช้สูตร

กำไรสุทธิ

จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

6 4 3 5 อัตราส่วน Price Earning Ratio (P/E) ใช้สูตร

$$\frac{\text{ราคาตลาดของหุ้น}}{\text{กำไรต่อหุ้น}}$$

กำไรต่อหุ้น

6 4 3 6 อัตราส่วนเงินปันผลต่อกำไร ใช้สูตร

$$\frac{\text{เงินสดปันผล}}{\text{กำไรสุทธิ}}$$

กำไรสุทธิ

6 4 4 อัตราส่วนคุ้มกัน (Coverage Ratio) เป็นอัตราส่วนวัดความคุ้มกันสำหรับเจ้าหนี้ระยะยาวและผู้ลงทุน ประกอบด้วย

6 4 4 1 อัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินรวม ใช้สูตร

$$\frac{\text{หนี้สิน}}{\text{ทรัพย์สินรวม}}$$

ทรัพย์สินรวม

6 4 4 2 อัตราส่วนหนี้สินต่อสวนของผู้ถือหุ้น ใช้สูตร

$$\frac{\text{หนี้สิน}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

ส่วนของผู้ถือหุ้น

6 4 4 3 อัตราส่วนของกำไรต่อดอกเบี้ยจ่าย ใช้สูตร

$$\frac{\text{กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี}}{\text{ดอกเบี้ยจ่าย}}$$

ดอกเบี้ยจ่าย

6 4 4 4 ราคาตามบัญชีต่อหุ้น ใช้สูตร

$$\frac{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ}}{\text{จำนวนหุ้นที่ออก}}$$

จำนวนหุ้นที่ออก

6 5 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

ในการประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการลงทุน เพื่อประกอบการตัดสินใจว่ากิจการควรลงทุนหรือไม่ ผู้ตัดสินใจมีหลักเกณฑ์หลายหลักเกณฑ์ที่จะสามารถนำมาประเมินโครงการลงทุนได้ ดังนั้น ในที่นี้จะอธิบายถึงหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประเมินโครงการ ก่อนที่จะอธิบายถึงหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ประเมินโครงการลงทุนนั้นเราจะมีข้อสมมุติบางประการเสียก่อน (รัตน สหาย คณิต 2543 9) ดังนี้

1 โครงการลงทุนที่จะพิจารณาเป็นโครงการเดี่ยวหรืออิสระ ไม่สัมพันธ์หรือเกี่ยวเนื่องกับโครงการลงทุนอื่น นั่นคือ การลงทุนหรือไม่ลงทุนในโครงการนั้น ไม่มีผลกระทบต่อโครงการอื่น และในทางตรงกันข้าม การลงทุนหรือไม่ลงทุนในโครงการอื่นก็ไม่มีผลกระทบต่อโครงการลงทุนที่พิจารณา

2 การประมาณกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการ และต้นทุนของเงินทุนทำได้โดยถูกต้องแน่นอน (Certainty) ไม่มีความเสี่ยงว่าจะคาดคะเนผิดพลาด

หลักเกณฑ์ในการประเมินโครงการลงทุนที่จะนำมาอธิบายในที่นี้ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (Average rate of return) และหลักเกณฑ์ที่อาศัยวิธีการหักลดกระแสเงินสด (Discounted-cash-flow-method)

6 5 1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)

ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ payout or payoff period) หมายถึง ระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอที่กิจการคาดว่าจะได้รับกระแสรับสุทธิต่อปีที่เกิดจากการลงทุนเท่ากับเงินทุนทั้งหมดที่ลงไปในตอนแรก เราสามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน ได้ดังนี้

$$P = \frac{Co}{R}$$

โดย P = ระยะเวลาคืนทุน
Co = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก
R = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนตามสมการข้างต้นนี้ ต้องมีข้อสมมุติเพิ่มเติมว่า กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีนั้นมีจำนวนเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ ในกรณีที่กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีไม่เท่ากัน กิจการจะสามารถหาระยะเวลาคืนทุนได้ โดยการบวกกระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเท่ากับจำนวนเงินลงทุนในตอนแรก ได้ระยะเวลาเท่าใด ระยะเวลานั้นก็คือ ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

การใช้หลักเกณฑ์ระยะเวลาคืนทุนในการประเมินโครงการนั้น กิจการจะตั้งเป้าหมายไว้ก่อนว่าต้องการจะได้รับเงินทุนคืนจากโครงการนี้ภายในระยะเวลาเท่าใด เมื่อคาดคะเนกระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปี และคำนวณระยะเวลาคืนทุนได้แล้ว กิจการก็จะเปรียบเทียบกับระยะเวลาคืนทุนที่เป็นเป้าหมาย ถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่า หรือเท่ากับระยะเวลาที่เป็นเป้าหมายในกรณีที่มีโครงการเดียว กิจการก็จะตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้ยาวนานกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้กิจการก็จะไม่ลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้าเป็นกรณีที่กิจการต้องเลือกลงทุนระหว่างโครงการหลายโครงการ กิจการก็จะเลือกลงทุนในโครงการที่ให้ระยะเวลาคืนทุนสั้นที่สุด

6 5 2 อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (Average rate of return)

หลักเกณฑ์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเป็นอีกวิธีหนึ่งที่นิยมนำมาใช้ประเมินโครงการลงทุน วิธีการคำนวณ คือ หาผลรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีคาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการแล้วหารด้วยจำนวนเงินลงทุน ตัวเลขที่คำนวณได้ คือ อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย นั่นคือ

$$ARR = \frac{\sum_{t=1}^n R_t}{Co}$$

โดย ARR = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย
R = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีคาดว่าจะได้รับ
n = อายุของโครงการ

ปกติค่าของอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยจะอยู่ในรูปร้อยละ เพื่อให้สามารถนำไปเปรียบเทียบกับต้นทุน ซึ่งอยู่ในรูปร้อยละเช่นเดียวกันได้ ในกรณีที่มีโครงการเดียว ถ้าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงกว่าต้นทุนของเงินทุน กิจการก็จะตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่ำกว่าต้นทุนของเงินทุน กิจการจะตัดสินใจไม่ลงทุนในโครงการนั้น นั่นคือ ถ้า

$$\begin{array}{l} \text{ARR} > K \quad \longrightarrow \quad \text{ลงทุน} \\ \text{ARR} < K \quad \longrightarrow \quad \text{ไม่ลงทุน} \end{array}$$

ในกรณีที่โครงการลงทุนให้ ARR สูงกว่า K มีหลายโครงการ กิจการจะเรียงลำดับโครงการที่ให้ ARR สูงที่สุด และลดลงไปจนถึงโครงการที่ให้ ARR ต่ำสุด และกิจการจะตัดสินใจลงทุนในโครงการที่ให้ ARR สูงที่สุดก่อนการใช้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเป็นหลักเกณฑ์ประเมินโครงการลงทุน

6.5.3 หลักเกณฑ์การหักลดกระแสเงินสด (Discounted-cash-flow-method)

หลักเกณฑ์ที่ใช้ประเมินโครงการลงทุนโดยอาศัยวิธีการหักลดกระแสเงินสดแบ่งออกเป็น 3 หลักเกณฑ์ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return IRR) และดัชนีกำไร (Profitability index PI)

6.5.3.1 หลักเกณฑ์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ ซึ่งใช้ต้นทุนของเงินทุนเป็นอัตราหักลดแล้วนำมาหักด้วยจำนวนเงินที่ลงทุน เราสามารถคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิได้จากสมการ ดังนี้

$$\text{NPV} = \frac{R_1}{(1+k)} + \frac{R_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+k)^n} + \frac{S}{(1+k)^n} - C_0$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับสุทธิ
 R_1, R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2 ... ปีที่ n
 K = ต้นทุนของเงินทุน
 C_0 = จำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น
 n = อายุของโครงการ

ในกรณีที่โครงการลงทุนสิ้นสุดลงแล้ว ยังมีทรัพย์สินที่มีมูลค่า ซึ่งสามารถนำไปขายทำรายรับให้แก่กิจการ สมการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ

$$\text{NPV} = \frac{R_1}{(1+k)} + \frac{R_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+k)^n} + \frac{S}{(1+k)^n} - C_0$$

โดย S = ราคาซากของทรัพย์สิน

ถ้าค่า NPV ที่คำนวณได้จากสมการมีค่าเป็นบวก หมายถึง ผลรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการ ซึ่งคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันมีค่าสูงกว่าจำนวนเงินที่ลงทุน โครงการลงทุนนั้นจะให้ผลตอบแทนสูงกว่าจำนวนเงินที่ลงทุน กิจการจะตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้น แต่ถ้าค่า NPV ที่คำนวณได้มีค่าเป็นลบ หมายความว่า ผลรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิ ซึ่งคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันมีค่าต่ำกว่าจำนวนเงินที่ลงทุน กิจการจะตัดสินใจไม่ลงทุนในโครงการนั้น ๆ คือ หลักเกณฑ์การตัดสินใจ คือ

NPV > 0 \longrightarrow ลงทุน
 NPV < 0 \longrightarrow ไม่ลงทุน

6 5 3 2 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

อัตราผลตอบแทนภายใน หมายถึง อัตราหักลดกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับตลอดอายุของโครงการให้มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น เราสามารถคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในจากสมการ ดังนี้

$$C_0 = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+r)^n}$$

โดย C_0 = เงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น

R_1 R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2 ปีที่ n

n = อายุของโครงการ

r = อัตราหักลดหรืออัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

เมื่อคำนวณค่า r หรือ IRR ของโครงการได้แล้วก็นำมาเปรียบเทียบกับต้นทุนเงินทุน (K) และผู้บริหารจะตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการหรือไม่ ดังนี้

IRR > K \longrightarrow ลงทุน
 IRR < K \longrightarrow ไม่ลงทุน

6 5 3 3 ดัชนีกำไร (Profitability index, PI)

อัตราผลตอบแทนต่อหุ้น (Benefit-cost, BC) เป็นค่าที่แสดงว่า เงินแต่ละหน่วยที่ลงทุนไปนั้นจะให้ผลตอบแทน เมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเท่ากับเท่าใด ค่าอัตราส่วนนี้เมื่อนำมาแสดงอยู่ในรูปร้อยละ จะเรียกว่าดัชนีกำไร (Profitability index, PI) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงว่าผลได้หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับคิดเป็นร้อยละเท่าใดของเงินลงทุนซึ่งเทียบเท่ากับหนึ่งร้อย เราสามารถคำนวณอัตราส่วนผลได้ต่อต้นทุนของโครงการลงทุนหนึ่ง ๆ ได้ ดังนี้

$$BC = \frac{PV}{C_0}$$

โดย BC = อัตราส่วนผลได้ต่อต้นทุน
 PV = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน
 Co = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก

หรือสามารถคำนวณดัชนี PI ได้ดังนี้

$$PI = \frac{PV}{Co} \times 100$$

โดย PI = ดัชนีกำไร

ในการตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการนั้นหรือไม่ กิจการจะยึดหลักการตัดสินใจ ดังนี้

BC	>	1	—————>	ลงทุน	
BC	<	1	—————>	ไม่ลงทุน	
หรือ	PI	>	100%	—————>	ลงทุน
	PI	<	100%	—————>	ไม่ลงทุน

3.6 ทฤษฎีการพยากรณ์

ในทางธุรกิจมีการคิดค้นและพัฒนาการพยากรณ์มาหลายวิธี เพื่อให้ได้เทคนิคการพยากรณ์ที่แม่นยำ ซึ่งความแม่นยำของแต่ละวิธีไม่คงที่แน่นอน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อม อีกทั้งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารและกระแสของโลกาภิวัตน์ ซึ่งทำความยากลำบากในการพยากรณ์ทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ดังนั้นการพยากรณ์ที่รวดเร็ว แม่นยำ และสามารถหาสัญญาณของการเปลี่ยนแปลง (Signal of Turning Point) จะสามารถทำให้ธุรกิจสามารถแก้ไขสถานการณ์ ฉุกเฉินโอกาสในอนาคตได้ดี

ประเภทของการพยากรณ์ มี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (อัจฉรา จันทรฉาย 2542 : 2-5)

- เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (Quantitative Forecast)
- เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (Qualitative Forecast)

เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ ประกอบด้วย 2 กลุ่มใหญ่ คือ

1 เทคนิคอนุกรมเวลา (Time Series Models) ซึ่งได้แก่ เทคนิคค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบต่าง ๆ และเทคนิคกลุ่ม พวกทำให้เรียบ (Smoothing Techniques)

2 เทคนิคความสัมพันธ์ของข้อมูล (Causal Models) ได้แก่ เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยแบบง่ายและแบบพหุ

เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ

ในกรณีที่ไม่มีข้อมูล หรือกรณีที่การพยากรณ์ในอนาคตไกล ๆ ที่เชื่อว่าข้อมูลในอดีตไม่สามารถพยากรณ์ได้ดี เพราะสภาวะความไม่แน่นอนในอนาคต อาจใช้เทคนิคเชิงคุณภาพ ซึ่งมีหลายวิธี ได้แก่ เทคนิคกลุ่มที่เป็น Subjective Forecast Models ได้แก่ เทคนิคที่ใช้พนักงานทำการ

พยากรณ์กลุ่ม หรือ เทคนิคการสำรวจวิจัยทางการตลาด เทคนิคกลุ่มที่อธิบาย (Exploratory Forecasting Methods) ได้แก่ เทคนิค Scenario Analysis Delphi Analogy เป็นต้น เทคนิคกลุ่ม Normative Forecasting ได้แก่ Relevance Trees และ เทคนิคพวก S-Curve Model

4 โครงการประกอบธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด ในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาด้านการบริหาร ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ และการวิเคราะห์ภาวะตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนการกำหนด ภารกิจ (Mission) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT) ของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด

สภาพเศรษฐกิจทั่วไป

สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปในช่วงต้นปี 2548 ที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง เนื่องจากราคาน้ำมันได้พุ่งสูงขึ้นและมีการปรับอัตราดอกเบี้ยให้สูงขึ้นตามด้วย จากเหตุดังกล่าวทำให้อัตราเงินเพื่อเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการบริโภคที่ลดลง ทำให้สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปมีการขยายตัวในอัตราที่ลดลง

ส่วนด้านการลงทุนทางรัฐบาลพยายามส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจ SMEs รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนในประเทศ หรือเป็นนักลงทุนต่างชาติ โดยใช้สิทธิการส่งเสริมการลงทุนและสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการลงทุนมากขึ้น รัฐบาลได้มีการปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์หลายอย่างเพื่ออำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป การลงทุนมีแนวโน้มขยายตัวโดยเฉพาะเป็นการลงทุนในลักษณะการร่วมทุนระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ แต่การลงทุนที่คนไทยเป็นเจ้าของยังคงมีอัตราที่สูงกว่าหนึ่งเท่าตัวจากการลงทุนดังกล่าวทำให้มีบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดได้จัดตั้งขึ้นใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี รวมทั้งรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ให้ SMEs เน้นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและสามารถพึ่งพาตนเองได้ และรัฐบาลพยายามยกเว้นกฎหมายเพื่อยกระดับพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษเช่นเดียวกับเมืองเส้นเงินของจีน ดังนั้น แนวโน้มเศรษฐกิจทั่วไปจะมีการชะลอตัวลง แต่ยังมี การส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐ

ภาวะตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จัดตั้งอยู่ในรูปของ บุคคลธรรมดา มากกว่านิติบุคคล สืบเนื่องมาจากข้อกำหนดตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี กำหนดให้ธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งในรูปนิติบุคคลต้องจัดให้มีหลักประกันต่อบุคคลที่สาม เพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากในเรื่องดังกล่าวหลาย ๆ สำนักงานได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสำนักงาน จากนิติบุคคลเป็นบุคคลธรรมดา การปรับเปลี่ยนดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการลดความน่าเชื่อถือของสำนักงานไป และมีการปรับเปลี่ยนอำนาจและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการควบคุมการ

ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี (กบช) ไปกำกับดูแลการปฏิบัติงานของสภาวิชาชีพแทน และให้สภาวิชาชีพเป็นผู้กำกับดูแลผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและสำนักงานสอบบัญชีแทน เพื่อให้ผู้ประกอบการวิชาชีพกำกับดูแลกันเอง และยกระดับมาตรฐานวิชาชีพให้ทัดเทียมกับนานาชาติ ประเทศ ผลกระทบดังกล่าวทำให้สำนักงานสอบบัญชีมีความระมัดระวังในการเลือกผู้ประกอบการมากขึ้น และมีภาวะการแข่งขันในการเลือกผู้ประกอบการที่มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

จากภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น ทำให้ทุกสำนักงานมีการปรับเปลี่ยนการให้บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น และเน้นการให้บริการเชิงคุณภาพมากขึ้นให้เกิดความแตกต่าง โดยการให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้นจำนวนบริษัทที่สามารถตรวจสอบได้ในแต่ละปีของแต่ละสำนักงาน จะลดลง ซึ่งอัตราค่าธรรมเนียมจะเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของการให้บริการ อุตสาหกรรมธุรกิจมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีผู้เข้ามาใหม่ในธุรกิจตรวจสอบบัญชีเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากมีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้รับใบอนุญาตเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นเดียวกัน แต่อัตราการเพิ่มขึ้นนั้นยังไม่เพียงพอกับจำนวนที่เพิ่มขึ้นของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นใหม่ แม้ว่าภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น มีการตัดราคากันบ้าง การให้บริการที่ยังไม่ได้มาตรฐานตามวิชาชีพ แต่ผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชียังสามารถเติบโตได้อีก โดยข้อกำหนดตามจรรยาบรรณวิชาชีพแล้ว ผู้สอบบัญชีหนึ่งคนสามารถตรวจสอบและรับรองบัญชีได้ไม่เกิน 300 รายต่อปี เพราะถ้าตรวจสอบและรับรองเกิน 300 รายต่อปี แสดงว่าผู้สอบบัญชีไม่ได้ปฏิบัติงานสอบบัญชีจริง ซึ่งเป็นการเกินความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชีจะพึงปฏิบัติงานได้

SWOT ANALYSIS

STRENGTH จุดแข็ง

- 1 ผู้วิจัย เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีความรู้ความเชี่ยวชาญในตรวจสอบบัญชี และให้ความมั่นใจกับลูกค้าได้ว่าสำนักงานมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง
- 2 ผู้วิจัย เป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำบัญชีและตรวจสอบบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเคยปฏิบัติงานในบริษัทใหญ่มาแล้ว
- 3 ผู้วิจัย มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นรายได้หลักที่เกิดจากการแนะนำ และส่งงานต่อจากกลุ่มเพื่อนธุรกิจด้วยกัน

WEAKNESS จุดอ่อน

- 1 เนื่องจากสำนักงานได้เปิดดำเนินการใหม่ยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือเท่าใดนัก
- 2 สำนักงานยังไม่มีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบบัญชี
- 3 ในการดำเนินการระยะแรกยังไม่มีทุนทรัพย์ และแหล่งเงินทุนในการดำเนิน

ธุรกิจ

OPPORTUNITY โอกาส

- 1 บริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัดมีการจัดตั้งใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี เป็นอีกโอกาสหนึ่งในการหาลูกค้า
- 2 สำนักงานสอบบัญชี และผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ให้บริการในปัจจุบัน ประมาณหนึ่งในสามยังไม่ได้มาตรฐานการให้บริการ

THREAT อุปสรรค

- 1 ธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง

MISSION

“เราบริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ ด้วยราคายุติธรรม”

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สฤษฎี กมลภากรณ์ (2547) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจให้บริการทำบัญชีในเขตจังหวัดสมุทรปราการ มีจุดมุ่งหมาย ศึกษาความเป็นไปได้สองด้าน คือ ด้านการตลาด และด้านการเงิน ในการศึกษาด้านการตลาด ทำให้ทราบข้อมูลของกลุ่มธุรกิจที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจให้บริการทำบัญชี และอุปสงค์ของความต้องการใช้บริการสำนักงานบัญชีวิไลกันทร รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสำนักงานบัญชี และในส่วนของศึกษาทางการเงิน เงินลงทุน 1 ล้านบาท อายุโครงการ 5 ปี มีผลกำไรสะสมเมื่อสิ้นสุดโครงการเท่ากับ 3,068,120 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 5,920,492 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าสูงถึง 74% ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 ปี กับ 56 เดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า เหมาะแก่การลงทุน ธุรกิจให้บริการทำบัญชีเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในการลงทุน

สมหวัง ศุภโชคชัยวัฒนา, นิตินันท์ เหมรักษ์ และ พรสวรรค์ เรืองสุขอุดม (2540) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีอนุญาต และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทจดทะเบียน และรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการเลือกผู้สอบบัญชี 6 ลำดับแรก คือ

- 1 คุณภาพงานสอบบัญชี และการให้คำปรึกษาอื่นนอกเหนือจากการสอบบัญชี
- 2 ความมีชื่อเสียงของสำนักงานสอบบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
- 3 ความสามารถและความเชี่ยวชาญของทีมงานสอบบัญชี
- 4 ขนาดและที่ตั้งของสำนักงานสอบบัญชี

5 การเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของบริษัทแม่ หรือ ผู้ถือหุ้นหลัก

6 ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีดำ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย ทำให้ทราบอันดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

จากทฤษฎีและแนวคิดด้านความคาดหวังของพาราสุรามาน (Parasuraman, et al 1988 16) ทำให้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ประกอบการในการใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งสามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ซึ่งหากทำให้เกิดความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทฤษฎีและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ทำให้สามารถวัดพฤติกรรมการใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่ว่าจะเป็นด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้วิจัยได้รวมในส่วนของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการในการให้บริการเป็นส่วนเดียวกัน เนื่องจากไม่สามารถแบ่งแยกผลิตภัณฑ์และกระบวนการในการให้บริการได้ และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 192) เพื่อทราบพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำแบบสอบถามงานวิจัยขึ้นนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชี ในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร เป็นไปตามความมุ่งหมายที่คาดไว้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยตามลำดับสาระสำคัญ โดยแยกการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ทางด้านการตลาด และทางด้านการเงิน

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าทางด้านการตลาด ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

- 1 แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
- 3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
- 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1 แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ตำรา ทฤษฎี กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2548 ออนไลน์ และ Google Company Limited 2548 ออนไลน์)

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทจำกัดที่จัดตั้งขึ้นในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2548 มีอยู่ทั้งสิ้นจำนวน 160,073 ราย โดยเป็นสถิติการจดทะเบียนจัดตั้ง สิ้นสภาพและคงอยู่ (ทั่วราชอาณาจักร) รวบรวมไว้ตั้งแต่ตั้งหอทะเบียน พ.ศ. 2455 ถึง 31 มีนาคม 2548 ของกลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2548 ออนไลน์)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทจำกัด ที่จัดตั้งขึ้นในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เพราะต้องการให้

กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในเรื่องขนาดของธุรกิจ โดยขนาดของตัวอย่างใช้สูตรของทาร์ยามาน (บุญธรรม กิจปริดาภิวัตน์ 2543 : 88) จะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 399 ธุรกิจ

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในการวิจัยครั้งนี้

กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือเท่ากับ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%) เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{160,073}{1 + (160,073 \times (0.05)^2)} \\ &= 399 \text{ ธุรกิจ} \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ ซึ่งใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันของขนาดธุรกิจที่เป็นขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยกลุ่มตัวอย่างกำหนดจากกลุ่มของผู้ประกอบการทั่วไปที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านบาท และกลุ่มลูกค้าของสำนักงานบัญชีอีก 5 แห่ง คือ บ้านมั่นคง สำนักงานบัญชีดวงเจริญ สำนักงานบัญชีแอกทิวิตี้ สำนักงานบัญชีที่แอกเค้านท์ สำนักงานสอบบัญชีซีพีเอ ออดิท เซอร์วิสเชส เพื่อให้ได้จำนวนตามที่ต้องการ

2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะถูกสร้างจากการศึกษาค้นคว้าในชั้นทุติยภูมิ (Secondary Data) อันได้แก่ ผลงานวิจัยของคนอื่น บทความ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 ตัวอย่าง จะสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ โดยสอบถามเกี่ยวกับ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ ว่ามีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการสำนักงานตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการอย่างไร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นสี่ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ โดยสอบถามถึง ขนาดของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงานมีบุคลากรภายนอกช่วยตัดสินใจหรือไม่ สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

แบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ

แบบถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ประกอบที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นการสร้างแบบสอบถามแบบ Semantic Differential Scale โดยแบ่งเป็นช่วง 5 ระดับ ตั้งแต่ซ้ายสุดของสเกลแทนคุณสมบัติ หรือความหมายที่แตกต่าง หรือตรงข้ามกับด้านขวาสุด (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545)

รวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ล่าช้า
	5	4	3	2	1	
สำคัญ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่สำคัญ
	5	4	3	2	1	
มืออาชีพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ธรรมดา
	5	4	3	2	1	
ดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่ดี
	5	4	3	2	1	
เป็นที่รู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่เป็นที่รู้จัก
	5	4	3	2	1	
ทันสมัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ล้าสมัย
	5	4	3	2	1	
ถูกกว่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	แพงกว่า
	5	4	3	2	1	
คุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ไม่คุ้มค่า
	5	4	3	2	1	

การจัดข้อมูลแบบ Semantic differential ใช้วัดระดับของข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) สเกล 5 อันดับ ตั้งแต่ 1-5 โดยที่ 5 จะแทนความหมายเชิงบวกที่สุด และ 1 จะแทนความหมายเชิงลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

5 คะแนน หมายถึง ระดับความคาดหวังที่ต้องการมากที่สุด

4	คะแนน	หมายถึง	ระดับความคาดหวังที่ต้องการมาก
3	คะแนน	หมายถึง	ระดับความคาดหวังที่ต้องการปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	ระดับความคาดหวังที่ต้องการน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	ระดับความคาดหวังที่ไม่ต้องการ

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับความสำคัญ ของความคาดหวังของผู้ประกอบการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่า	ระดับความคาดหวังที่ต้องการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่า	ระดับความคาดหวังที่ต้องการมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่า	ระดับความคาดหวังที่ต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่า	ระดับความคาดหวังที่ต้องการน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่า	ระดับความคาดหวังที่ไม่ต้องการ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ของผู้ประกอบการ จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ โดย

แบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ

แบบถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ

แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ

แบบสอบถามประเภทอันตรภาค (Interval scale) จำนวน 1 ข้อ โดยใช้สเกล 5 อันดับในการวัดผล โดยที่ 5 จะแทนความหมายเชิงบวกที่สุด และ 1 จะแทนความหมายเชิงลบที่สุด โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

5	คะแนน	หมายถึง	มีแนวโน้มใช้บริการมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีแนวโน้มใช้บริการมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีแนวโน้มใช้บริการปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีแนวโน้มใช้บริการน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีแนวโน้มใช้บริการน้อยที่สุด

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับความสำคัญของแนวโน้มการใช้บริการตรวจสอบบัญชีของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่า	มีแนวโน้มใช้บริการในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่า	มีแนวโน้มใช้บริการในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่า	แนวโน้มใช้บริการในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่า	มีแนวโน้มใช้บริการในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่า	มีแนวโน้มใช้บริการในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชี

3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1 ศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่บริษัท ต้องการให้บริการจากสำนักงานตรวจสอบบัญชี และศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบวิชาชีพนี้

2 รวบรวมข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้จากวารสาร งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

3 นำข้อมูลที่ได้จากสร้างสอบถามมารวบรวมเพื่อคำนวณหารายได้จากการประกอบกิจการให้บริการตรวจสอบบัญชี และทราบปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะการบริการที่ดีของสำนักงานตรวจสอบบัญชี

4 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง

5 การหาคุณภาพของแบบสอบถามประกอบไปด้วยการหาความเที่ยงตรงและหาความเชื่อมั่นดังนี้

5.1 การวัดความเที่ยงตรง (Validity) การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นจะนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้แก่ ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้

5.2 ความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดสอบใช้กับธุรกิจจำนวน 40 ราย แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2546) ซึ่งสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ Cronbach's Alpha} &= \text{ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม} \\ k &= \text{จำนวนคำถาม} \\ \overline{\text{covariance}} &= \text{ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนรวมระหว่างคำถามต่าง ๆ} \\ \overline{\text{variance}} &= \text{ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม} \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์คำนวณความเชื่อมั่นโดยรวมโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) ได้ระดับความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามเท่ากับ 0.8942 โดยมีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งสามารถแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านการให้บริการ	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.7726
ด้านภาพพจน์	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8214
ด้านราคา	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8188
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8049
ด้านบุคลากร	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.7969
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8284

4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1 ขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มบริษัท ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครช่วยตอบแบบสอบถาม

2 ทำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือช่วยตอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างบริษัทในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 4 สัปดาห์

3 ส่งแบบสอบถามทางจดหมาย

5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมากลับมาจะตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ มาลงรหัสตัวเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 11.0 (Statistical Package for the Social Sciences for Windows)

6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

6.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ ใช้สัญลักษณ์ \bar{X} โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2546 : 54)

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

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

6.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแสดงการกระจายของข้อมูล โดยใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 : 65)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวด้วยยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

6.4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน (บุญชม ศรีสะอาด 2541 : 213-218) โดยใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยที่	$df = n_1 + n_2 - 2$
	$t =$ ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	$\bar{X}_1 =$ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2 =$ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$S_1^2 =$ ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$S_2^2 =$ ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$n_1 =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$n_2 =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	$df =$ ชั้นความเป็นอิสระ

6.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ F - test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (One - Way Analysis of Variance) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 256)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยมี	$df_b = k - 1$
	$df_w = n - k$
เมื่อ	F แทน ค่าสถิติทดสอบที่มีการแจกแจงปกติ
	MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	k แทน จำนวนกลุ่ม
	n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด
	df_b แทน ชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	df_w แทน ชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Fisher's Least-significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 258)

$$LSD = t_{1 - \frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

$$\begin{aligned} \text{โดยที่ } n_i & \neq n_j \\ r & = n - k \end{aligned}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i และ j
 MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
 k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
 n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
 α แทน ค่าความเชื่อมั่น

6.6 ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541 : 72)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนน X
 $\sum Y$ แทน ผลรวมของคะแนน Y
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
 $\sum Y^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
 $\sum XY$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
 n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $0 \leq r \leq 1$ ดังนี้

1 ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2 ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4 ถ้า r มีค่าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและความสัมพันธ์กันมาก

5 ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

6 ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (วรางคณา อติศรประเสริฐ เอกสารประกอบการสอนวิชาการระเบียบวิธีการวิจัยธุรกิจ 2545) มีดังนี้

มีค่าระหว่าง 0 00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์เลย (no correlation)

มีค่าระหว่าง 0 01 - 0 20 หมายถึง แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย (virtually no correlation)

มีค่าระหว่าง 0 21 - 0 45 หมายถึง มีความสัมพันธ์น้อย (weak correlation)

มีค่าระหว่าง 0 46 - 0 75 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง (moderate correlation)

มีค่าระหว่าง 0 76 - 0 90 หมายถึง มีความสัมพันธ์มาก (strong correlation)

มีค่าระหว่าง 0 91 - 0 99 หมายถึง มีความสัมพันธ์มากที่สุด (very strong correlation)

มีค่าระหว่าง 1 00 หมายถึง มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (perfect correlation)

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าทางด้านการเงิน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าทางด้านการเงินประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

- 1 การกำหนดแหล่งข้อมูล
- 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1 การกำหนดแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่จะเก็บรวบรวมได้จากข้อมูลดังนี้

1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งจะได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจใช้บริการสำนักงานตรวจสอบบัญชีและมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนผู้สอบบัญชีเท่านั้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความสนใจจะไม่นำมาเป็นตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

นอกจากนั้น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของโครงการจะได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้มีประสบการณ์ที่เคยเปิดสำนักงานตรวจสอบบัญชีมาแล้ว

2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความที่เกี่ยวข้อง และจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการจัดทำประมาณงบกำไรขาดทุน ประมาณการงบกระแสเงินสด และประมาณการงบดุล เพื่อนำประมาณการงบการเงินที่จัดทำขึ้นไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งข้อมูลที่ต้องเก็บรวบรวม จะประกอบด้วยข้อมูลด้านรายได้ และข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายของโครงการ

1 การเก็บรวบรวมข้อมูลรายได้

เก็บข้อมูลจากข้อมูลจริง และจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจใช้บริการตรวจสอบบัญชีของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนธุรกิจตรวจสอบบัญชี หากกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสนใจจะใช้บริการจะไม่นำมาเป็นข้อมูลรายได้ การเก็บข้อมูลรายได้จะทำโดยแบ่งตามขนาดของธุรกิจ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 1) เพื่อให้ทราบว่าแต่ละขนาดธุรกิจมีจำนวนเท่าใดที่สนใจจะใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ส่วนในเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมจะได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อ 5 และหาค่าเฉลี่ยของค่าธรรมเนียมของแต่ละขนาดธุรกิจ จากนั้นจึงนำจำนวนของแต่ละขนาดธุรกิจคูณกับค่าเฉลี่ยของค่าธรรมเนียมเป็นการประมาณการรายได้ของบริษัท

2 การเก็บรวบรวมข้อมูลค่าใช้จ่าย

เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่า ค่าน้ำค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าเสื่อมราคา ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ ค่าเดินทาง เป็นต้น โดยทำการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ค่าเครื่องใช้สำนักงาน ค่ายานพาหนะสำหรับติดต่อ เงินประกันค่าเช่าสำนักงาน ค่าใช้จ่ายตกแต่งสำนักงาน ซึ่งประมาณค่าใช้จ่ายเท่ากับ สี่แสนบาทถ้วน

2.2 ข้อมูลเงินเดือนพนักงาน ประเมินจากจำนวนพนักงานที่ต้องใช้ โดยธุรกิจจำนวน 30 ราย ต่อพนักงานตรวจสอบบัญชี 1 คน และจำนวนธุรกิจ 90 รายต่อผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบบัญชี 1 คน เพราะฉะนั้นหากมีธุรกิจ 90 รายต้องมีพนักงานตรวจสอบบัญชี 3 คน ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบบัญชี 1 คน และจะต้องจ้างเพิ่มขึ้นทุก 1 คนเมื่อมีธุรกิจครบ และจะจัดให้พนักงานรับ-ส่งเอกสาร 1 คน พร้อมพนักงานรับโทรศัพท์และบริการลูกค้า

โดยอัตราเงินเดือนจะจ้างตามวุฒิการศึกษา ดังต่อไปนี้

ปริญญาตรีทุกสาขา ไม่มีประสบการณ์เริ่มต้นที่ 9,500 บาท หากมีประสบการณ์จะเพิ่มขึ้นปีละ 500 บาท

ปวส ทุกสาขา ไม่มีประสบการณ์เริ่มต้นที่ 7,500 บาท หากมีประสบการณ์จะเพิ่มขึ้นปีละ 300 บาท

ปวช ทุกสาขา ไม่มีประสบการณ์เริ่มต้นที่ 5,500 บาท หากมีประสบการณ์จะเพิ่มขึ้นปีละ 200 บาท

2 3 ค่าเช่าสำนักงาน ใช้วิธีการกำหนดทำเลที่ตั้งสำนักงาน และทำการสอบถามเจ้าของพื้นที่ให้เช่า และเปรียบเทียบราคาที่เหมาะสม

2 4 ค่าใช้จ่ายอรรถประโยชน์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น ค่าน้ำดื่ม กาแฟ ชา คอฟฟี่เมต และอื่น ๆ โดยใช้วิธีสอบถามจากผู้มีประสบการณ์ และผู้จำหน่ายสินค้า และเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์กับรายได้ และประมาณเป็นจำนวนเงิน

2 5 ค่าพาหนะเดินทาง เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางติดต่อลูกค้าของเจ้าของสำนักงาน และพนักงานรับ-ส่งเอกสาร ใช้วิธีสอบถามจากผู้มีประสบการณ์

2 6 ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ ใช้วิธีสอบถามผู้จำหน่ายสินค้าและประมาณออกมาเป็นค่าใช้จ่าย

3. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จะเป็นขั้นตอนหลังจากได้ทำขั้นตอนการจัดทำประมาณการกระแสเงินสด ประมาณการงบกำไรขาดทุน และประมาณการงบดุล และจากนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ประกอบด้วย

- 1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
- 2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)
- 3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)
- 4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
- 5 วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis)

ซึ่งเทคนิคดังกล่าวใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ เพื่อให้ทราบว่าโครงการคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่

- 1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอที่กิจการคาดว่าจะได้รับกระแสรับสุทธิที่เกิดจากการลงทุนเท่ากับเงินทุนทั้งหมดที่ลงไปในตอนแรก เราสามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน ได้ดังนี้

$$P = \frac{Co}{R}$$

โดย P = ระยะเวลาคืนทุน
Co = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก
R = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี

2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ หมายถึง อัตราหักลดกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับตลอดอายุของโครงการให้มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น ซึ่งโครงการใดมีค่า IRR เท่ากับ หรือมากกว่า ศูนย์ เป็นโครงการที่น่าจะลงทุนและยอมรับ โดยคำนวณจากสมการ ดังนี้

$$Co = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+r)^n}$$

โดย Co = เงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น
R₁ R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2 ปีที่ n
n = อายุของโครงการ
r = อัตราหักลดหรืออัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost Ratio BC) เป็นค่าที่แสดงว่า เงินแต่ละหน่วยที่ลงทุนไปนั้นจะให้ผลตอบแทน เมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเท่ากับเท่าใด ค่าอัตราส่วนนี้เมื่อนำมาแสดงอยู่ในรูปร้อยละ จะเรียกว่าดัชนีกำไร (Profitability index, PI) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงว่าผลได้หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับคิดเป็นร้อยละเท่าใดของเงินลงทุนซึ่งเทียบเท่ากับหนึ่งร้อย ซึ่งทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการเงินทุนจะก่อให้เกิดกำไรเป็กี่เท่าของต้นทุน หากอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ หนึ่ง จะลงทุนหรือยอมรับโครงการ โดยสามารถคำนวณได้จากสมการ ดังนี้

$$BC = \frac{PV}{Co}$$

โดย BC = อัตราส่วนผลได้ต่อต้นทุน

PV = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน

Co = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก

หรือสามารถคำนวณดัชนี PI ได้ดังนี้

$$PI = \frac{PV}{Co} \times 100$$

โดย PI = ดัชนีกำไร

4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ ซึ่งใช้ต้นทุนของเงินทุน เป็นอัตราหักลดแล้วนำมาหักด้วยจำนวนเงินที่ลงทุน หากมูลค่าปัจจุบันมีค่ามากกว่าศูนย์หรือ เป็นบวก แสดงว่าโครงการนำลงทุนและยอมรับโครงการ ซึ่งหมายถึงผลตอบแทนของโครงการ ณ มูลค่าปัจจุบันมีค่ามากกว่าเงินลงทุน โดยคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิได้จากสมการ ดังนี้

$$NPV = \frac{R_1}{(1+k)} + \frac{R_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+k)^n} + \frac{S}{(1+k)^n} - Co$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับสุทธิ

R₁ R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2 ปีที่ n

K = ต้นทุนของเงินทุน

Co = จำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น

n = อายุของโครงการ

S = ราคาซากของทรัพย์สิน

5 วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน คือ การหาปริมาณการขายสินค้า หรือ ยอดขาย ที่คุ้ม หรือพอดี กับต้นทุนที่ดำเนินการไป จึงหมายถึง การหาจุดที่การดำเนินธุรกิจมีกำไรเป็นศูนย์ ซึ่งการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนนี้จะมีประโยชน์ในการพิจารณากำหนดราคาขายของสินค้าด้วย โดยจุดคุ้มทุนที่สูงมาก จะแสดงถึงความเสี่ยงที่สูงของโครงการ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่ช่วยชี้ให้เห็นว่า ราคาขายที่ตั้งไว้ในจุดคุ้มทุนระดับนั้น เป็นราคาที่ค่อนข้างต่ำ หากสามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้นไป ย่อมจะมีผลทำให้จุดคุ้มทุนลดต่ำลงไป คำนวณจากสมการ ดังนี้

$$\text{ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

$$\text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \text{ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการขาย และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ระยะเวลาสั้น ๆ เช่น เงินเดือน ค่าเสื่อมราคา ค่าซ่อมแซม ค่าเช่า เป็นต้น

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย หมายถึง ต้นทุนต่อหน่วยที่ผันแปรตามปริมาณการขาย เป็นต้นทุนที่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อทำการขายสินค้า และจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามปริมาณการขาย

ราคาขายต่อหน่วย หมายถึง ราคาของสินค้าแต่ละหน่วยที่คาดว่าจะขายได้

บทที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชี
ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยผลการวิเคราะห์ทางการตลาด จะแบ่งวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
เป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งมีสัญลักษณ์ และตัวอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนข้าราชการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F - Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
F-Prob ,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบใช้ในการสรุปผล การทดสอบสมมติฐาน
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1 การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอใน
รูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของ
ธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 การศึกษาปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 การศึกษาความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยขอบเขตดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ

ลักษณะปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ โดยสอบถามถึง ขนาดของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงานมีบุคคลภายนอกช่วยตัดสินใจหรือไม่ สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ

ลักษณะปัจจัยธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 ขนาดธุรกิจ		
ขนาดเล็ก	235	58.9
ขนาดกลาง	164	41.1
รวม	399	100.0
2 ประเภทธุรกิจ		
ธุรกิจเกษตรกรรม	31	7.8
ธุรกิจผลิตสินค้า	78	19.5
ธุรกิจขายส่ง ขายปลีก	90	22.6
ธุรกิจการให้บริการ	155	38.8
ธุรกิจนำเข้า ส่งออก	45	11.3
รวม	399	100.0
3 ลักษณะการบริหารงาน		
มีบุคคลภายนอกช่วยบริหารงาน	148	62.9
ไม่มีบุคคลภายนอกช่วยบริหารงาน	251	37.1
รวม	399	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

ลักษณะปัจจัยธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	44	11 0
มากกว่า 1 ปีถึง 5 ปี	206	51 6
มากกว่า 5 ปีถึง 10 ปี	85	21 4
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	64	16 0
รวม	399	100 0
5 สถานที่ตั้ง		
กลุ่มรัตนโกสินทร์	54	13 5
กลุ่มบูรพา	76	19 1
กลุ่มศรีนครินทร์	119	29 8
กลุ่มเจ้าพระยา	58	14 5
กลุ่มกรุงธนใต้	48	12 0
กลุ่มกรุงธนเหนือ	44	11 1
รวม	399	100 0

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ ได้ผลสรุปดังนี้

1 ขนาดธุรกิจ ขนาดธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กมีจำนวน 235 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 58 9 ซึ่งมากกว่าธุรกิจขนาดกลางที่มีจำนวน 164 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41 1

2 ประเภทธุรกิจ ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามแยกเป็นสัดส่วนของประเภทธุรกิจได้ ดังนี้ ธุรกิจเกษตรกรรมมีจำนวน 31 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 7 8 ธุรกิจการผลิตสินค้ามีจำนวน 78 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19 5 ธุรกิจการขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน 90 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 22 6 ธุรกิจด้านการให้บริการมีจำนวน 155 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 38 8 ธุรกิจนำเข้า ส่งออกมีจำนวน 45 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11 3 ดังนั้นประเภทธุรกิจด้านการให้บริการมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 155 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจด้านการขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน 90 ธุรกิจ

3 ลักษณะการบริหารงาน ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้บุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจมีจำนวน 148 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37 1 ซึ่งน้อยกว่าธุรกิจที่ไม่ใช้บุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจมีจำนวน 251 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 62 9

4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่าธุรกิจที่ดำเนินงานมาน้อยกว่า 1 ปีมีจำนวน 44

ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 1 ปีถึง 5 ปีมีจำนวน 206 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 51.6 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 5 ปีถึง 10 ปีมีจำนวน 85 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.4 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปมีจำนวน 64 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.0 ดังนั้น ธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 1 ปีถึง 5 ปีมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 206 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 5 ปีถึง 10 ปีมีจำนวน 85 ธุรกิจ

5 สถานที่ตั้ง สถานที่ตั้งของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามแบ่งออกตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร โดยมีสัดส่วนดังนี้ ธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มรัตนโกสินทร์มีจำนวน 54 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.5 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มบูรพามีจำนวน 76 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.1 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มศรีนครินทร์มีจำนวน 119 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.8 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มเจ้าพระยามีจำนวน 58 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.5 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มกรุงธนใต้มีจำนวน 48 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.0 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มกรุงธนเหนือมีจำนวน 44 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.1 ดังนั้น ธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มศรีนครินทร์มีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 119 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มบูรพามีจำนวน 76 ธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี เพื่อวัดระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านการให้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD	ระดับความคาดหวัง
ด้านการให้บริการ					
1 ความรวดเร็วในการให้บริการ (รวดเร็ว → ล่าช้า)	1	5	4.42	759	ค่อนข้างมาก
2 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง (สำคัญ → ไม่สำคัญ)	2	5	4.41	744	ค่อนข้างมาก
3 การให้บริการตรวจสอบบัญชีที่ สำนักงานของผู้ประกอบการ (ต้องการ → ไม่ต้องการ)	1	5	4.01	1,079	ค่อนข้าง
4 ลักษณะการให้บริการ (เชี่ยวชาญมาก → เหมือนที่อื่นทั่วไป)	1	5	4.26	841	ค่อนข้างมาก
5 ภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบ บัญชี (สำคัญ → ไม่สำคัญ)	1	5	4.05	863	ค่อนข้าง
6 การให้บริการส่งเอกสาร (ต้องการ → ไม่ต้องการ)	1	5	3.97	1,033	ค่อนข้าง
ภาพรวมด้านการให้บริการ	1.67	5	4.19	6310	ค่อนข้าง

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านการให้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1 ความรวดเร็วในการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42

2 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง เช่น ให้คำแนะนำปรึกษา ตรวจสอบภายใน แสดงให้เห็น

ว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการให้บริการเกี่ยวเนื่องอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41

3 การให้บริการตรวจสอบบัญชีที่สำนักงานของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีที่สำนักงานของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.01

4 ลักษณะการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านลักษณะการให้บริการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26

5 ภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.05

6 การให้บริการส่งเอกสาร แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการให้บริการส่งเอกสารอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.97

ตาราง 7 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านภาพพจน์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD	ระดับความคาดหวัง
ด้านภาพพจน์					
1 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (เป็นที่รู้จัก → ไม่เป็นที่รู้จัก)	2	5	3.93	0.866	ค่อนข้างทางด้านซ้าย
2 ภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (ทันสมัย → ล้าสมัย)	2	5	3.93	0.816	ค่อนข้างทางด้านซ้าย
ภาพรวมด้านภาพพจน์	2	5	3.62	0.786	ค่อนข้างทางด้านซ้าย

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านภาพพจน์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านภาพพจน์โดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.62 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.93

2 ภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.93

ตาราง 8 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านราคาที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	S D	ระดับความคาดหวัง
ด้านราคา					
1 ค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่น (ถูกกว่า → แพงกว่า)	1	5	4.02	0.927	ก่อนไปทางด้านซ้าย
2 ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียม (คุ้มค่า → ไม่คุ้มค่า)	1	5	4.27	0.876	ก่อนไปทางด้านซ้ายมาก
ภาพรวมด้านราคา	1	5	4.14	0.815	ก่อนไปทางด้านซ้าย

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านราคาที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.14 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1 อัตราค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านอัตราค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.02

2 ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียม แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27

ตาราง 9 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย สวนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้าน
ทำเลที่ตั้งที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของ ผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD	ระดับความ คาดหวัง
ด้านทำเลที่ตั้ง					
1 ความสะดวกในการติดต่อ (สะดวก → ไม่สะดวก)	1	5	4.25	879	ค่อนข้างมาก ด้านซ้าย
2 สถานที่จอดรถ (กว้างขวาง → คับแคบ)	1	5	3.94	960	ค่อนข้าง ด้านซ้าย
3 ทำเลที่ตั้ง (เข้าถึงง่าย → เข้าถึงยาก)	1	5	4.11	941	ค่อนข้าง ด้านซ้าย
ภาพรวมด้านทำเลที่ตั้ง	3.62	758	4.10	846	ค่อนข้าง ด้านซ้าย

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านทำเลที่ตั้งที่มี
ต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านทำเล
ที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.10 โดยแยกเป็นรายข้อได้
ดังนี้

1 ความสะดวกในการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้าน
ความสะดวกในการติดต่ออยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25

2 สถานที่จอดรถของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความ
คาดหวังในด้านสถานที่จอดรถของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความ
ด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.94

3 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังใน
ด้านทำเลที่ตั้งของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย
4.11

ตาราง 10 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD	ระดับความคาดหวัง
ด้านบุคลากร					
1 จำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (เพียงพอ → ไม่เพียงพอ)	1	5	4.27	757	ค่อนข้างมาก
2 ความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (มาก → น้อย)	2	5	4.44	740	ค่อนข้างมาก
3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน (ใช้ → ไม่ใช้)	1	5	4.11	796	ค่อนข้าง
4 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน (ดี → ไม่ดี)	2	5	3.99	791	ค่อนข้าง
5 การติดต่อประสานงาน (สุภาพ → ไม่สุภาพ)	2	5	4.33	758	ค่อนข้างมาก
ภาพรวมด้านบุคลากร	2.4	758	4.27	573	ค่อนข้างมาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1 จำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านจำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27

2 ความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็น

ว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44

3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น โปรแกรมตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.11

4 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านบุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.99

5 การติดต่อประสานงาน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการติดต่อประสานงานอยู่ระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33

ตาราง 11 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ลักษณะความคาดหวังของ ผู้ประกอบการ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD	ระดับความ คาดหวัง
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1 การแนะนำบอกต่อ (แนะนำ ไม่แนะนำ)	2	5	4.10	0.767	ค่อนข้าง ด้านซ้าย
2 การบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์ (มีบริการ ไม่มีบริการ)	1	5	3.69	1.00	ค่อนข้าง ด้านซ้าย
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	1.5	5	3.89	0.773	ค่อนข้าง ด้านซ้าย

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.89 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1 การแนะนำบอกต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการแนะนำบอกต่ออยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.10

2 การบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์อยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.69

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกใช้ บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญและแนวโน้มที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีโดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ได้ตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 วิธีการจัดหาธุรกิจตรวจสอบบัญชี		
สำนักงานบัญชี	95	23.8
พนักงานบัญชี	67	16.8
ผู้ประกอบการ	80	20.1
บุคคลอื่นแนะนำ	137	34.3
โฆษณา ประชาสัมพันธ์	20	5.0
รวม	399	100.0
2 เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชี		
ความมีชื่อเสียง	11	2.8
การได้รับคำแนะนำ	147	36.8
ความเชื่อถือได้	135	33.8
ความโปร่งใส	14	3.5
พนักงานบัญชี	27	6.8
สำนักงานบัญชี	27	7.3
ค่าธรรมเนียม	32	8.0
โฆษณา ประชาสัมพันธ์	4	1.0
รวม	399	100.0

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
3 ลักษณะภายนอก		
ทันสมัย	13	3.3
น่าเชื่อถือ	317	79.4
ความโปร่งใส	33	8.3
ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	22	5.5
พบเห็นง่าย	14	3.5
รวม	399	100.0
4 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง		
ให้คำแนะนำปรึกษา	298	74.7
ตรวจสอบภายใน	58	14.5
ตรวจสอบระหว่างกาล	22	5.5
สังเกตการณ์ตรวจนับสินค้าคงเหลือ	21	5.3
รวม	399	100.0

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสำคัญที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ ได้ผลสรุปดังนี้

1 วิธีการจัดหาธุรกิจตรวจสอบบัญชี ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีวิธีการจัดหาธุรกิจตรวจสอบบัญชีโดยสำนักงานบัญชีมีจำนวน 95 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.8 จัดหาโดยพนักงานบัญชีมีจำนวน 67 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.8 จัดหาโดยผู้ประกอบการมีจำนวน 80 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.1 จัดหาโดยบุคคลอื่นแนะนำมีจำนวน 137 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.3 จัดหาโดยดูจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีจำนวน 20 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5 ดังนั้นวิธีการจัดหาธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการโดยบุคคลอื่นแนะนำมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 137 ธุรกิจ รองลงมาคือ จัดหาโดยสำนักงานบัญชีมีจำนวน 95 ธุรกิจ

2 เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีได้ ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 11 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.8 การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นมีจำนวน 147 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.8 ความเชื่อถือได้ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 135 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.8 ความโปร่งใสของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 14 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.5 พนักงานบัญชีแนะนำให้ใช้บริการมีจำนวน 27 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.8 สำนักงานบัญชีแนะนำให้ใช้บริการมีจำนวน 29 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 32 ธุรกิจ คิดเป็น

ร้อยละ 80 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 4 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10 ดังนั้น การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 147 ธุรกิจ รองลงมาคือความเชื่อถือได้ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 135 ธุรกิจ

3 ลักษณะภายนอก ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในลักษณะภายนอกของธุรกิจสอบบัญชี ดังนี้ ความทันสมัยมีจำนวน 13 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33 ความน่าเชื่อถือมีจำนวน 317 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 79.4 ความโปร่งใสมีจำนวน 33 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ความเป็นระเบียบเรียบร้อยมีจำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.5 พบเห็นงายมีจำนวน 14 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ดังนั้นลักษณะภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 317 ธุรกิจ รองลงมาคือความโปร่งใสมีจำนวน 33 ธุรกิจ

4 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังเกี่ยวกับการให้บริการเกี่ยวเนื่องที่จะได้รับเพิ่มจากใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีดังนี้ การให้คำแนะนำปรึกษาจำนวน 298 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 74.7 ตรวจสอบภายในมีจำนวน 58 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตรวจสอบระหว่างกาลมีจำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.5 การสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้าคงเหลือมีจำนวน 21 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ดังนั้น ธุรกิจมีความคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการคำแนะนำปรึกษาเพิ่มนอกเหนือจากบริการตรวจสอบบัญชีมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 298 ธุรกิจ รองลงมาคือการให้บริการตรวจสอบภายในมีจำนวน 58 ธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจเกี่ยวกับอัตราค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบบัญชี โดยทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของอัตราค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราค่าธรรมเนียมที่คาดว่าจะคุ้มค่า

อัตราค่าธรรมเนียม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{X}	SD
ค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจริง	0.00	635,000.00	27,598.37	53,923.83
ค่าธรรมเนียมที่คาดว่าจะคุ้มค่า	1,500.00	500,000.00	21,421.05	36,23.29

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์อัตราค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบบัญชีที่ได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 399 ธุรกิจมีค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจริงมี

อัตราต่ำสุดคือไม่คิดค่าบริการ อัตราสูงสุดเท่ากับ 635,000 00 บาท อัตราถัวเฉลี่ยเท่ากับ 27,598 37 บาท และอัตราค่าธรรมเนียมที่คาดว่าจะมีอัตราต่ำสุดเท่ากับ 1,500 00 บาท อัตราสูงสุดเท่ากับ 500,000 00 บาท อัตราถัวเฉลี่ยเท่ากับ 21,421 05 บาท

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจเกี่ยวกับความสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของความสนใจที่ใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ความสนใจที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความสนใจ	168	42 1
มีความสนใจ	231	57 9
รวม	399	100 0

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจที่ใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่มีจำนวน 231 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 57 9 ซึ่งมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งขึ้นใหม่มีจำนวน 168 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 42 1

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจเกี่ยวกับแนวโน้มที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

แนวโน้มพฤติกรรม	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	\bar{X}	SD	แปลผล
มีแนวโน้มพฤติกรรมใช้บริการ	1	5	2 81	1 213	ปานกลาง

จากตาราง 15 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร พบว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81

เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชี ความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร พบว่า

ตาราง 16 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด

ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ	ความถี่	ร้อยละ
1 อัตราค่าธรรมเนียมควรดูจากปริมาณงาน	8	17.78
2 อัตราค่าธรรมเนียมควรกำหนดเป็นมาตรฐาน	3	6.67
3 ควรจัดทำงบการเงินให้เสร็จก่อนกำหนดเวลา	7	15.57
4 ควรมีบริการให้คำแนะนำปรึกษาทั้งทางด้านบัญชีและภาษีอากร	11	24.44
5 พนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีควรมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมสม่ำเสมอ เพื่อให้ ตอบคำถามของผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้องและทันสมัย	6	13.33
6 ควรมีการตรวจสอบบัญชีอย่างสม่ำเสมอมากกว่า 1 ครั้งต่อปี	3	6.67
7 ควรมีความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน	1	2.22
8 ควรให้ความสำคัญกับทุกธุรกิจเท่า ๆ กัน	2	4.44
9 ควรมีการวางแผนการตรวจสอบบัญชีล่วงหน้า	1	2.22
10 ควรนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม	1	2.22
11 พนักงานตรวจสอบบัญชีควรมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดี	2	4.44
รวม	45	100

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 5 สมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 11 ขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน

H_1 ขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ห้ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ Independent Simple t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำแนกตามขนาดธุรกิจ

	ขนาดธุรกิจ				t-test	df	P
	ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง				
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
แนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี	2.76	1.192	2.88	1.319	- .918	397	359

จากตาราง 17 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านขนาดธุรกิจกับแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Simple t-test มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.359 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ขนาดธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 12 ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน

H_1 ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) จะนำไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob
แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	8.805	4	2.201	1.425	0.225
	ภายในกลุ่ม	608.719	394	1.545		
	รวม	617.524	398			

จากตาราง 18 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านประเภทธุรกิจกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.225 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 13 ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน

H_1 ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ Independent Simple t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำแนกตามลักษณะการบริหารงาน

	ลักษณะการบริหารงาน				t-test	df	P
	มีบุคคลช่วย		ไม่มีบุคคลช่วย				
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชี	3.03	1.266	2.68	1.183	-2.747	397	0.06

จากตาราง 19 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านลักษณะการบริหารงานกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Simple t-test มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 14 ระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน

H_1 ระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) จะนำไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่า

ค่าเฉลี่ยคู่ใดที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob
แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	1 465	3	0 488	0 313	0 816
	ภายในกลุ่ม	616 059	395	1 560		
	รวม	617 524	398			

จากตาราง 20 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านระยะเวลาดำเนินงานกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.816 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาดำเนินงานที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 15 สถานที่ตั้งแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 สถานที่ตั้งแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน

H_1 สถานที่ตั้งแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) จะนำไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่า

ค่าเฉลี่ยคู่ใดที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำแนกตามสถานที่ตั้ง

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob
แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	5.030	5	1.006	0.645	0.665
	ภายในกลุ่ม	612.494	393	1.559		
	รวม	617.524	398			

จากตาราง 21 พบว่าการทดสอบสมมติฐานด้านสถานที่ตั้งกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.665 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานที่ตั้งที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจ

ตรวจสอบบัญชีทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ซึ่งสามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ความคาดหวังด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการให้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการให้บริการ	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1 ความรวดเร็วในการให้บริการ	0.149**	0.003	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
2 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง	0.100*	0.045	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
3 ให้บริการที่สำนักงานผู้ประกอบการ	0.018	0.721	ไม่มี	เดียวกัน
4 ลักษณะการให้บริการ	0.091	0.069	ไม่มี	เดียวกัน
5 ภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	0.128*	0.011	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
6 การให้บริการส่งเอกสาร	0.144**	0.004	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
ภาพรวมด้านการให้บริการ	0.143**	0.004	แทบจะไม่มี	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านการให้บริการโดยรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านการให้บริการในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.143 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านบริการในภาพรวมมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

ธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้คือ

1 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความรวดเร็วในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.149 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านความรวดเร็วในการให้บริการมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 ด้านการให้บริการเกี่ยวเนื่องกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการให้บริการเกี่ยวเนื่องมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.100 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการให้บริการเกี่ยวเนื่องมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

3 ด้านการให้บริการที่สำนักงานของผู้ประกอบการกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.721 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านการให้บริการที่สำนักงานของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4 ด้านลักษณะการให้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านลักษณะการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5 ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ

ตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.128 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

6 ด้านการให้บริการส่งเอกสารกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการให้บริการส่งเอกสารมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.144 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการให้บริการส่งเอกสารมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังด้านภาพพจน์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านภาพพจน์ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านภาพพจน์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านภาพพจน์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านภาพพจน์	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1 ความมีชื่อเสียง	0.135**	0.007	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
2 รูปลักษณ์ภายนอก	0.153**	0.002	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
ภาพรวมด้านภาพพจน์	0.154**	0.002	แทบจะไม่มี	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านภาพพจน์โดยรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านภาพพจน์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.154 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านภาพพจน์โดยรวมมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

1 ด้านความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.135 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 ด้านรูปลักษณะภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านรูปลักษณะภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.153 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านรูปลักษณะภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ความคาดหวังด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านราคากับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านราคา	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1 ค่าธรรมเนียมเทียบกับธุรกิจอื่น	0.177**	0.000	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
2 ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียม	0.115*	0.022	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
ภาพรวมด้านราคา	0.162**	0.001	แทบจะไม่มี	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านราคาโดยรวมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.177 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านราคาโดยรวมมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

1 ด้านค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.177 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้าน

ค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 ด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการให้บริการมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1 ความสะดวกในการติดต่อ	0.216**	0.000	น้อย	เดียวกัน
2 สถานที่จอดรถ	0.220**	0.000	น้อย	เดียวกัน
3 ทำเลที่ตั้ง	0.213**	0.000	น้อย	เดียวกัน
ภาพรวมด้านทำเลที่ตั้ง	0.237**	0.000	น้อย	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 25 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านทำเลที่ตั้งโดยรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

1 ด้านความสะดวกในการติดต่อกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความสะดวกในการติดต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านความสะดวกในการติดต่อมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

2 ด้านสถานที่จอตรกกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขต
 ประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product
 Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ
 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านสถานที่จอตรกมี
 ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ
 กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ
 0.220 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
 กล่าวคือถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านสถานที่จอตรกมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ
 ธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

3 ด้านทำเลที่ตั้งกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ
 กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment
 Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
 สมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์
 กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.213 แสดงว่า ตัวแปร
 ทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ามีการให้
 ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขต
 ประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ความคาดหวังด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม
 การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้
 บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้
 บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson
 Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐาน
 หลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง
 ตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านบุคลากรกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านบุคลากร	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1 จำนวนพนักงาน	0.049	0.329	ไม่มี	เดียวกัน
2 ความรู้ความสามารถของพนักงาน	0.104*	0.038	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
3 การนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงาน	0.160**	0.001	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
4 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	0.214**	0.000	น้อย	เดียวกัน
5 การติดต่อประสานงาน	0.182**	0.000	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
ภาพรวมด้านการให้บริการ	0.191**	0.000	แทบจะไม่มี	เดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านบุคลากรโดยรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านบุคลากรโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.191 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านบุคลากรโดยรวมมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

1 ด้านจำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.329 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า

ด้านจำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2 ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.104 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

3 ด้านการนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงานกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.160 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงานมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

4 ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.214 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจ

ตรวจสอบบัญชีขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

5 ด้านการติดต่อประสานงานกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการติดต่อประสานงานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.182 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการติดต่อประสานงานมากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 26 ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

H_1 ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดกับ
แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีใน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
1 การแนะนำบอกต่อ	0.269**	0.000	น้อย	เดียวกัน
2 การติดต่อผ่านเว็บไซต์	0.149**	0.003	แทบจะไม่มี	เดียวกัน
ภาพรวมด้านส่งเสริมการตลาด	0.230**	0.000	น้อย	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตาราง 27 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมกับ
แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ
สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า
Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ
สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์
กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.230 แสดงว่า ตัวแปร
ทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้
ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นรายด้าน
ได้ดังนี้ คือ

1 ด้านการแนะนำบอกต่อกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีใน
เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product
Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการแนะนำบอกต่อ
มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ
กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ
0.269 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ
ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการแนะนำบอกต่อมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

2 ด้านการติดต่อผ่านเว็บไซต์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการติดต่อผ่านเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.149 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการติดต่อผ่านเว็บไซต์มากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สรุปตารางการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 28 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	
1.1	ขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2	ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3	ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.4	สถานที่ตั้งแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.5	ระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 28 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
2	ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี	
2 1	ความคาดหวังด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2 2	ความคาดหวังด้านภาพพจน์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2 3	ความคาดหวังด้านราคามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2 4	ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2 5	ความคาดหวังด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2 6	ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	เป็นไปตามสมมติฐาน

2 การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเป็นการศึกษาถึงผลการประกอบการล่วงหน้า และกระแสเงินสดหมุนเวียนภายในโครงการ และนำผลจากการศึกษามาทดสอบสมมุติฐาน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยจะต้องนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดมาช่วยในการ

รวบรวมข้อมูลในส่วนส่วนรายได้ของโครงการ ซึ่งขั้นตอนการศึกษาผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินประกอบด้วยหัวข้อเป็น 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 การศึกษารายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ
- ส่วนที่ 2 การจัดทำประมาณการงบการเงิน
- ส่วนที่ 3 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานทางการเงิน
- ส่วนที่ 5 การตัดสินใจลงทุนในโครงการ

ส่วนที่ 1 การศึกษารายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ

การศึกษารายได้ของโครงการ จากการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรจำนวน 160,073 ธุรกิจ โดยกำหนดให้ขนาดของตัวอย่างเท่ากับ 399 ธุรกิจ ตามที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้จำนวนของผู้ประกอบการที่คาดว่าจะใช้บริการของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงแนวโน้มการเลือกใช้บริการของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด และอัตราค่าธรรมเนียม

ขนาดธุรกิจ	แนวโน้มการเลือก ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ยอัตรา ค่าธรรมเนียม	อัตรา เปอร์เซ็นต์	จำนวนธุรกิจ
ขนาดเล็ก	มีแนวโน้มน้อยที่สุด	12,863 83	21 3	50
	มีแนวโน้มน้อย	12,863 83	14 9	35
	มีแนวโน้มปานกลาง	12,863 83	37 0	87
	มีแนวโน้มมาก	12,863 83	20 0	47
	มีแนวโน้มมากที่สุด	12,863 83	6 8	16
รวม		12,863 83	100 00	235
ขนาดกลาง	มีแนวโน้มน้อยที่สุด	33,682 93	26 8	44
	มีแนวโน้มน้อย	33,682 93	4 9	8
	มีแนวโน้มปานกลาง	33,682 93	29 9	49
	มีแนวโน้มมาก	33,682 93	30 5	50
	มีแนวโน้มมากที่สุด	33,682 93	7 9	13
รวม		33,682 93	100	164

ตาราง 30 แสดงจำนวนธุรกิจที่มีแนวโน้มเลือกใช้บริการ และรายได้ค่าธรรมเนียมของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด

ขนาดธุรกิจ	จำนวน ธุรกิจ	*สัดส่วนการ เลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ยอัตรา ค่าธรรมเนียม	**จำนวนธุรกิจ ที่มีแนวโน้ม	รายได้โครงการ ต่อปี
ขนาดเล็ก	50	5/15	12,863 83	6	77,182 98
	35	4/15	12,863 83	13	167,229 79
	87	3/15	12,863 83	18	231,548 94
	47	2/15	12,863 83	5	64,319 15
	16	1/15	12,863 83	4	51,455 32
รวม	235	1	12,863 83	46	591,736 18
ขนาดกลาง	44	5/15	33,682 93	5	168,414 65
	8	4/15	33,682 93	14	471,561 02
	49	3/15	33,682 93	10	336,829 30
	50	2/15	33,682 93	2	67,365 86
	13	1/15	33,682 93	3	101,048 79
รวม	164	1	33,682 93	34	1,145,219 62
รวมรายได้ ต่อปี				80	1,736,955 80

*สัดส่วนการเลือกใช้บริการ คำนวณจากระดับการให้คะแนนตามแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 ข้อที่ 8 แล้วนำคะแนนที่ได้มาหารด้วยเฉลี่ยเพื่อกำหนดเป็นสัดส่วนในการเลือกใช้บริการ

**จำนวนธุรกิจที่มีแนวโน้ม เฉพาะจากการคำนวณนับเป็น 1 ธุรกิจ

การศึกษาค่าใช้จ่ายของโครงการ ค่าใช้จ่ายของโครงการ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เงินเดือนและประโยชน์อื่นของพนักงาน ค่าเช่า ค่าอรรถประโยชน์ ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ โดยทำการสัมภาษณ์กับสำนักงานบัญชีและสำนักงานสอบบัญชีที่เปิดดำเนินการแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์

คุณวุฒิชัย ไกรอานนท์ สำนักงานสอบบัญชี ซีพีเอ ออดิท เซอร์วิสเชส โทรศัพท์ 028713706

คุณสายสมร สุตะวงศ์ สำนักงานบัญชีแอ็คทีวิตีแอนด์เค้าท์ โทรศัพท์ 027044271
ซึ่งสามารถสรุปค่าใช้จ่ายโดยประมาณ ดังนี้

1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ค่าเครื่องใช้สำนักงาน ค่ายานพาหนะสำหรับติดต่อ เงินประกันค่าเช่าสำนักงาน ค่าใช้จ่ายตกแต่งสำนักงาน ซึ่งประมาณค่าใช้จ่ายเท่ากับ 400,000 00 บาท ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	12,000 บาท
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	105,000 บาท
ค่ายานพาหนะสำหรับติดต่อ	250,000 บาท
เงินประกันค่าเช่าสำนักงาน	33,000 บาท

2 เงินเดือนพนักงาน จากข้อมูลรายได้ของโครงการพบว่ามีธุรกิจที่เป็นเป้าหมาย จำนวน 80 ธุรกิจ เพราะฉะนั้นมีความจำเป็นต้องใช้พนักงานดังต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงจำนวนพนักงานและจำนวนเงินเดือน ณ ลูกจ้างจำนวน 80 ราย

ตำแหน่งงาน	จำนวนพนักงาน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบบัญชี	1	15,000	15,000
พนักงานตรวจสอบบัญชี	3	9,500	28,500
พนักงานรับโทรศัพท์	1	7,500	7,500
พนักงานรับส่งเอกสาร	1	5,500	5,500
รวมเงินเดือน	6		56,500
รวมเงินเดือนต่อปี			678,000
โบนัส 1 เดือน			56,500

เงินประกันสังคมของพนักงานคำนวณจากอัตราเงินเดือนร้อยละ 5 เฉพาะส่วนที่นายจ้างต้องออกให้กับลูกจ้าง เดือนละ 2,825 บาท ปีละ 33,900 บาท

3 ค่าเช่าสำนักงาน คาดการณ์ว่าจะใช้พื้นที่ประมาณ 55 ตารางเมตร โดยได้สอบถามอาคารเดอะทรีโอการ์ร์เด็นท์บนถนนศรีนครินทร์ ใกล้กับห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ซึ่งคิดค่าเช่าตารางเมตรละ 200 00 บาท โดยรวมค่าบริการสวนกลางของอาคารแล้ว รวมเป็นเงินเดือนละ 11,000 บาท ปีละ 132,000 บาท

4 ค่าใช้จ่ายอรรถประโยชน์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น ค่าน้ำ

ดื่ม กาแฟ ชา คอฟฟี่เมต และอื่น ๆ โดยใช้วิธีสอบถามจากสำนักงานที่เปิดดำเนินการแล้วตาม
 ราชนามข้างต้นนี้ มีค่าใช้จ่ายอัตราประโยชน์เดือนละ 7,000 บาท ปีละ 84,000 บาท

5 ค่าพาหนะเดินทาง เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางติดต่อลูกค้าของเจ้าของสำนักงาน
 และพนักงานรับ-ส่งเอกสาร เดือนละ 4,000 บาท ปีละ 48,000 บาท

6 ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ เดือนละ 3,000 บาท ปีละ 36,000 บาท

7 ค่าสอบบัญชีประจำปี ปีละ 15,000 บาท

8 ค่าเสื่อมราคา คำนวณจากเครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะสำหรับติดต่อก โดยใช้อัตราค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20 ต่อปี ดังนั้นค่าเสื่อมราคาเท่ากับปีละ 71,000 บาท

9 ดอกเบี้ยจ่าย คำนวณจากเงินกู้ 750,000 บาท ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 6.25 ต่อปี ดังนั้นดอกเบี้ยจ่ายเท่ากับปีละ 46,875 บาท

รายการ	ค่าใช้จ่ายต่อปี
เงินเดือน	678,000
โบนัส	56,500
เงินประกันสังคม	33,900
ค่าเช่าสำนักงาน	132,000
ค่าใช้จ่ายอัตราประโยชน์	84,000
ค่าพาหนะเดินทาง	48,000
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	36,000
ค่าสอบบัญชี	15,000
ค่าเสื่อมราคา	71,000
ดอกเบี้ยจ่าย	46,875

ส่วนที่ 2 การจัดทำประมาณการงบการเงิน

การจัดทำประมาณการงบการเงิน ประกอบด้วยการจัดทำ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุลตามลำดับ โดยจัดทำเป็นระยะเวลา 5 ปี ตามอายุของโครงการ ซึ่งมีนโยบายทางการเงินและข้อสมมติฐานทางการเงินที่นำมาใช้ มีดังนี้

1 ระยะเวลาชำระชำระจากลูกหนี้เท่ากับ 30 วัน นับจากวันที่ออกใบแจ้งหนี้ ซึ่งคาดว่าจะการออกใบแจ้งหนี้จะอยู่ในระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนกรกฎาคม โดยอาจมีผลทำให้ไม่มีลูกหนี้คงเหลือในงบการเงิน

2 อัตราเงินเพื่อตลอดอายุโครงการเท่ากับร้อยละ 4 ต่อปี

([http://www the-thainews com/analyzed/domestic/dom110548_11.htm](http://www.the-thainews.com/analyzed/domestic/dom110548_11.htm) 2548, 23 มิถุนายน)

3 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำเท่ากับร้อยละ 6.25 ต่อปี (โดยอิงธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน ณ วันที่ 22 มิถุนายน 2548)

4 เงินลงทุนโครงการเริ่มแรก (Cost of Capital) 1 ล้านบาท โดยกู้จากสถาบันการเงิน จำนวน 750,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น

5 รายได้เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 8 ต่อปีตามอัตราการเติบโตของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร

6 อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี ตามอัตราค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรที่ลงทุน

7 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานเท่ากับ 400,000 บาท

8 อัตราค่าจ้างของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตคำนวณจากจำนวนธุรกิจคูณด้วยอัตราค่าจ้างต่อหนึ่งธุรกิจ

9 อัตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นตามวุฒิการศึกษา

10 หากมีเงินสดคงเหลือมากกว่า 100,000 บาทจะจ่ายชำระเงินกู้สถานบันการเงินทันที

11 ธุรกิจที่นำมาคำนวณเป็นรายได้ของโครงการคำนวณจากแนวโน้มในการเลือกใช้บริการตรวจสอบบัญชีของโครงการ

บริการตรวจสอบบัญชีของโครงการ

12 อัตราภาษีที่ใช้ในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลใช้อัตราร้อยละ 15 ตามประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร ฉบับที่ 431 พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 21 มกราคม 2548

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถจัดทำงบกำไรขาดทุนได้ดังนี้

ตาราง 32 แสดงงบกำไรขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
จำนวนลูกค้า	80	87	94	102	111
รายได้	1,736,955 80	1,875,912 26	2,025,985 25	2,188,064 06	2,363,109 19
ค่าใช้จ่าย					
ค่าจ้าง	280,000 00	304,500 00	329,000 00	357,000 00	388,500 00
เงินเดือน	734,500 00	767,000 00	799,500 00	955,500 00	994,500 00
ค่าใช้จ่ายอื่น	360,900 00	350,100 00	351,300 00	358,200 00	359,400 00
ค่าเสื่อมราคา	71,000 00	71,000 00	71,000 00	71,000 00	71,000 00
รวมค่าใช้จ่าย	1,446,400 00	1,492,600 00	1,550,800 00	1,741,700 00	1,813,400 00
กำไรสุทธิ	290,555 80	383,312 26	475,185 25	446,364 06	549,709 19
ดอกเบียจ่าย	46,875 00	0 00	0 00	0 00	0 00
ภาษีเงินได้ 15%	36,552 12	57,496 84	71,277 79	66,954 61	82,456 38
กำไรสุทธิหลัง					
ภาษี	207,128 68	325,815 42	403,907 46	379,409 46	467,252 81
กำไรสะสม	207,128 68	532,944 10	936,851 56	1,316,261 02	1,783,513 83

การจัดทำงบกระแสเงินสด จากการจัดทำงบกำไรขาดทุนเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำงบกระแสเงินสด ซึ่งรายละเอียดในการจัดทำงบกระแสเงินสดนั้นจะทำได้ยอดคงเหลือของเงินสดและเงินฝากธนาคาร สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น หนี้สินหมุนเวียนอื่น เงินกู้ยืมสถาบันการเงิน ทุนเรือนหุ้นเพื่อจัดทำงบดุลต่อไป ส่วนงบกระแสเงินสดนั้นประกอบด้วย กระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และเงินสดคงเหลือสุทธิ ซึ่งแสดงงบกระแสเงินสดได้ดังนี้

ตาราง 33 แสดงงบกระแสเงินสดสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดรับ					
เงินลงทุนเริ่มแรก	250,000 00	0 00	0 00	0 00	0 00
เงินกู้ยืมธนาคาร	750,000 00	0 00	0 00	0 00	0 00
รายได้	1,736,955 80	1,875,912 26	2,025,985 25	2,188,064 06	2,363,109 19
รวมกระแสเงินสดรับ	2,736,955 80	1,875,912 26	2,025,985 25	2,188,064 06	2,363,109 19
กระแสเงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายก่อน					
ดำเนินการ	400,000 00	0 00	0 00	0 00	0 00
ค่าจ้าง	280,000 00	304,500 00	329,000 00	357,000 00	388,500 00
เงินเดือน	734,500 00	767,000 00	799,500 00	955,500 00	994,500 00
ค่าใช้จ่ายอื่น	333,900 00	350,100 00	351,300 00	358,200 00	359,400 00
ดอกเบี้ยจ่าย	46,875 00	0 00	0 00	0 00	0 00
ภาษีเงินได้	0 00	36,552 12	57,496 84	71,277 79	66,954 61
รวมค่าใช้จ่าย	1,795,275 00	1,458,152 12	1,537,296 84	1,741,977 79	1,809,354 61
เงินสดสุทธิ	941,680 80	417,760 14	488,688 41	446,086 28	553,754 58
เงินสดคงเหลือยกมา	0 00	191,680 80	609,440 94	1,098,129 35	1,544,215 63
รวมเงินสดคงเหลือ	941,680 80	609,440 94	1,098,129 35	1,544,215 63	2,097,970 21
จ่ายชำระเงินกู้	750,000 00	0 00	0 00	0 00	0 00
เงินสดคงเหลือยกไป	191,680 80	609,440 94	1,098,129 35	1,544,215 63	2,097,970 21

ได้การจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินในปีแรก เนื่องจากมีกระแสเงินสดที่เพียงพอต่อการจ่ายชำระเงินกู้

การจัดทำงบดุล ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดมาเรียบเรียงเพื่อจัดทำงบดุล ซึ่งงบดุลเป็นยอดคงเหลือในแต่ละบัญชีทั้งด้านสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน โดยมียอดคงเหลือในแต่ละบัญชีตามรายละเอียดดังนี้

ตาราง 34 แสดงงบดุลสำหรับรอบระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝาก	191,680 80	609,440 94	1,098,129 35	1,544,215 63	2,097,970 21
รวมสินทรัพย์					
หมุนเวียน	191,680 80	609,440 94	1,098,129 35	1,544,215 63	2,097,970 21
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
สินทรัพย์ถาวร	355,000 00	355,000 00	355,000 00	355,000 00	355,000 00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	(71,000 00)	(142,000 00)	(213,000 00)	(284,000 00)	(355,000 00)
สินทรัพย์ไม่					
หมุนเวียน	33,000 00	33,000 00	33,000 00	33,000 00	33,000 00
รวมสินทรัพย์ไม่					
หมุนเวียน	317,000 00	246,000 00	175,000 00	104,000 00	33,000 00
รวมสินทรัพย์	506,680 80	855,440 94	1,273,129 35	1,648,215 63	2,130,970 21
หนี้สินและส่วนของผู้					
ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
ค่าสอบบัญชี	15,000 00	15,000 00	15,000 00	15,000 00	15,000 00
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	36,552 12	57,496 84	71,277 79	66,954 61	82,456 38
รวมหนี้สินหมุนเวียน	51,552 12	72,496 84	86,277 79	81,954 61	97,456 38
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ยืม	0 00	0 00	0 00	0 00	0 00
รวมหนี้สินไม่					
หมุนเวียน	0 00	0 00	0 00	0 00	0 00
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนเรือนหุ้น	250,000 00	250,000 00	250,000 00	250,000 00	250,000 00
กำไรสะสม	207,128 68	532,944 10	936,851 56	1,316,261 02	1,783,513 83
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	457,128 68	782,944 10	1,186,851 56	1,566,261 02	2,033,513 83
รวมหนี้สินและ	506,680 80	855,440 94	1,273,129 35	1,648,215 63	2,130,970 21
ส่วนของผู้ถือหุ้น					

จากการจัดทำบดุล ทำให้พบว่าโครงการมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียน และสามารถชำระคืนเงินกู้ภายในปีแรกของการดำเนินได้ และเมื่อสิ้นสุดโครงการในปีที่ 5 บริษัทจะมีกำไรสะสมเท่ากับ 2,033,513.83 บาท

ส่วนที่ 3 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ เป็นขั้นตอนในการพิจารณาว่าโครงการน่าจะลงทุนหรือไม่ โดยพิจารณาจาก ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis)

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอที่กิจการคาดว่าจะได้รับกระแสรับสุทธิที่เกิดจากการลงทุนเท่ากับเงินทุนทั้งหมดที่ลงไปในตอนแรก เราสามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน ได้ดังนี้

$$P = \frac{C_0}{R}$$

โดย P = ระยะเวลาคืนทุน
 C₀ = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก
 R = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี

แต่หากกระแสเงินสดสุทธิได้รับในแต่ละปีไม่เท่ากัน โครงการจะสามารถหาระยะเวลาคืนทุน โดยการบวกกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเท่ากับเงินลงทุนในตอนแรก ได้ระยะเวลาเท่าใดระยะเวลานั้น คือ ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

จากสูตรสามารถคำนวณได้ดังนี้

ตาราง 35 แสดงกระแสเงินสดสุทธิและกระแสเงินสดสุทธิสะสมในแต่ละ ปี

ปีที่	เงินลงทุนครั้งแรก	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสุทธิสะสม
1	1,000,000.00	191,680.80	191,680.80
2		609,440.94	801,121.74
3		1,098,129.35	1,899,251.09
4		1,544,215.63	3,443,466.72
5		2,097,970.21	5,541,436.93

จากตารางจะเห็นว่ากระแสเงินสดสุทธิสะสมมีค่ามากกว่าเงินลงทุนครั้งแรกในปีที่ 3 โดยมีสัดส่วนการคำนวณเป็นจำนวนเดือนในปีที่ 3 ดังนี้

$$\begin{aligned} P &= \frac{1,000,000}{1,899,251.09} \\ &= 0.53 \text{ ปี} \\ &= 6 \text{ เดือน } 4 \text{ วัน} \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 4 วัน

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return IRR) หมายถึง อัตราหักลดกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับตลอดอายุของโครงการให้มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น ซึ่งโครงการใดมีค่า IRR เท่ากับ หรือมากกว่า ศูนย์ เป็นโครงการที่น่าจะลงทุนและยอมรับ โดยคำนวณจากสมการ ดังนี้

$$C_0 = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+r)^n}$$

โดย C_0 = เงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น
 R_1, R_2, \dots, R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2, ..., ปีที่ n
 n = อายุของโครงการ
 r = อัตราหักลดหรืออัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

จากข้อสมมติฐานในการจัดทำงบการเงิน ได้กำหนดต้นทุนของเงินทุนเท่ากับ 6.25% และคำนวณหาค่า IRR ได้ดังนี้

$$1,000,000 = \frac{191,680.80}{(1+r)} + \frac{609,440.94}{(1+r)^2} + \frac{1,098,129.35}{(1+r)^3} + \frac{1,544,215.63}{(1+r)^4} + \frac{2,097,970.21}{(1+r)^5}$$

$$\text{IRR, } r = 62.50 \%$$

$$62.50 \% > 6.25 \%$$

ฉะนั้น $\text{IRR} > k$ จึงเป็นโครงการที่น่าลงทุน

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost Ratio BC) เป็นค่าที่แสดงว่า เงินแต่ละหน่วยที่ลงทุนไปนั้นจะให้ผลตอบแทน เมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเท่ากับเท่าใด ค่าอัตราส่วนนี้เมื่อนำมาแสดงอยู่ในรูปร้อยละ จะเรียกว่าดัชนีกำไร (Profitability index, PI) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงว่าผลได้หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับคิดเป็นร้อยละเท่าใดของเงินลงทุนซึ่งเทียบเท่ากับหนึ่งร้อย ซึ่งทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการลงทุนจะก่อให้เกิดกำไรเป็นกี่เท่าของต้นทุน หากอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ หนึ่ง จะลงทุนหรือยอมรับโครงการ โดยสามารถคำนวณได้จากสมการ ดังนี้

$$BC = \frac{PV}{Co}$$

โดย BC = อัตราส่วนผลได้ต่อต้นทุน
 PV = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน
 Co = จำนวนเงินลงทุนในตอนแรก

$$BC = \frac{5,541,436.93}{1,000,000} = 5.54 \text{ เท่า}$$

ฉะนั้น BC Ratio มีค่ามากกว่า 1 จึงเป็นโครงการที่น่าลงทุน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) หมายถึง ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ ซึ่งใช้ต้นทุนของเงินทุนเป็นอัตราหักลดแล้วนำมาหักด้วยจำนวนเงินที่ลงทุน หากมูลค่าปัจจุบันมีค่ามากกว่าศูนย์หรือ เป็นบวก แสดงว่าโครงการน่าลงทุนและยอมรับโครงการ ซึ่งหมายถึงผลตอบแทนของโครงการ ณ มูลค่าปัจจุบันมีค่ามากกว่าเงินลงทุน โดยคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิได้จากสมการ ดังนี้

$$NPV = \frac{R_1}{(1+k)} + \frac{R_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+k)^n} + \frac{S}{(1+k)^n} - Co$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับสุทธิ
 R_1 R_n = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ปีที่ 2 ... ปีที่ n
 K = ต้นทุนของเงินทุน

Co	=	จำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้น
n	=	อายุของโครงการ
S	=	ราคาซากของทรัพย์สิน

$$NPV = \frac{191,680.80}{(1 + 6.25\%)} + \frac{609,440.94}{(1 + 6.25\%)^2} + \frac{1,098,129.35}{(1 + 6.25\%)^3} + \frac{1,544,215.63}{(1 + 6.25\%)^4} + \frac{2,097,970.21}{(1 + 6.25\%)^5} - 1,000,000$$

$$NPV = 180,405.46 + 539,850.80 + 915,517.57 + 1,211,691.86 + 1,549,368.15 - 1,000,000$$

$$NPV = 4,396,833.83 \text{ บาท}$$

ฉะนั้น ค่า NPV มีค่ามากกว่า 0 จึงเป็นโครงการที่น่าลงทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point) คือ การหาปริมาณการขายสินค้า หรือ ยอดขาย ที่คุ้ม หรือพอดีกับต้นทุนที่ดำเนินการไป จึงหมายถึง การหาจุดที่การดำเนินธุรกิจมีกำไร เป็นศูนย์ ซึ่งการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนนี้จะมีประโยชน์ในการพิจารณากำหนดราคาขายของสินค้าด้วย โดยจุดคุ้มทุนที่สูงมาก จะแสดงถึงความเสี่ยงที่สูงของโครงการ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่ช่วยชี้ให้เห็นว่า ราคาขายที่ตั้งไว้ในจุดคุ้มทุนระดับนั้น เป็นราคาที่ค่อนข้างต่ำ หากสามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้นไป ย่อมจะมีผลทำให้จุดคุ้มทุนลดต่ำลงไป คำนวณจากสมการ ดังนี้

$$\text{ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

$$\text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \text{ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการขาย และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ระยะเวลาสั้น ๆ เช่น เงินเดือน ค่าเสื่อมราคา ค่าซ่อมแซม ค่าเช่า เป็นต้น

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย หมายถึง ต้นทุนต่อหน่วยที่ผันแปรตามปริมาณการขาย เป็น ต้นทุนที่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อทำการขายสินค้า และจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามปริมาณการขาย

ราคาขายต่อหน่วย หมายถึง ราคาของสินค้าแต่ละหน่วยที่คาดว่าจะขายได้

ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการจำเป็นต้องแยกค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายผันแปร และค่าใช้จ่ายคงที่ออกจากกัน ซึ่งจากโครงสร้างของสำนักงานสอบบัญชีนั้น ค่าใช้จ่ายผันแปร ได้แก่ ค่าจ้างผู้สอบบัญชี ภาษีเงินได้ ส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ เงินเดือน ค่าใช้จ่ายอื่น ค่าสอบบัญชี ค่าเสื่อมราคา ซึ่งแสดงรายละเอียดได้ตามตารางดังนี้

ตาราง 36 แสดงข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
จำนวนลูกค้า	80	87	94	102	111
รายได้	1,736,955 80	1,875,912 26	2,025,985 25	2,188,064 06	2,363,109 19
ยอดขายต่อหน่วย	21,711 95	21,562 21	21,552 03	21,451 61	21,289 27
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายผันแปร	316,552 12	361,996 84	400,277 79	423,954 61	470,956 38
ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย	3,956 90	4,160 88	4,258 27	4,156 42	4,242 85
ค่าใช้จ่ายคงที่	1,213,275 00	1,188,100 00	1,221,800 00	1,384,700 00	1,424,900 00
รวมค่าใช้จ่าย	1,529,827 12	1,550,096 84	1,622,077 79	1,808,654 61	1,895,856 36
กำไรสุทธิ	207,128 68	325,815 42	403,907 46	379,409 46	467,252 81
กำไรสะสม	207,128 68	532,944 10	936,851 56	1,316,261 02	1,783,513 83

จากตารางประกอบที่ 36 สามารถนำมาคำนวณ ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุนได้ดังนี้

$$\text{ปีที่ 1 จำนวนธุรกิจ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายคงที่}}{(\text{ยอดขายต่อหน่วย} - \text{ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย})}$$

$$= \frac{1,213,275}{(21,711 95 - 3,956 90)}$$

$$= 68 33 \text{ ธุรกิจ}$$

$$\text{ฉะนั้นยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} = 68 33 \times 21,711 95$$

$$= 1,483,666 28 \text{ บาท}$$

$$\text{ปีที่ 2 จำนวนธุรกิจ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{1,188,100}{(21,562 21 - 4,160 88)}$$

$$= 68 29 \text{ ธุรกิจ}$$

$$\text{ฉะนั้นยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} = 68 29 \times 21,562 21$$

$$= 1,472,190 14 \text{ บาท}$$

ปีที่ 3 จำนวนธุรกิจ ณ จุดคุ้มทุน	=	$\frac{1,221,800}{(21,553\ 03 - 4,258\ 27)}$
	=	70 61 ธุรกิจ
ฉะนั้นยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน	=	70 61 x 21,553 03
	=	1,522,628 66 บาท
ปีที่ 4 จำนวนธุรกิจ ณ จุดคุ้มทุน	=	$\frac{1,384,700}{(21,451\ 61 - 4,156\ 42)}$
	=	80 06 ธุรกิจ
ฉะนั้นยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน	=	80 06 x 21,451 61
	=	1,717,474 11 บาท
ปีที่ 5 จำนวนธุรกิจ ณ จุดคุ้มทุน	=	$\frac{1,424,900}{(21,289\ 27 - 4,242\ 85)}$
	=	83 39 ธุรกิจ
ฉะนั้นยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน	=	83 59 x 21,289 27
	=	1,779,557,27 บาท

ตาราง 37 แสดงจำนวนธุรกิจและยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
จำนวน ณ จุดคุ้มทุน	68 33	68 29	70 61	80 06	83 59
รายได้ ณ จุดคุ้มทุน	1,483,666 28	1,472,190 14	1,522,628 66	1,717,474 11	1,779,557 27
เปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น		(0 77)	3 43	12 80	3 61
สัดส่วนการเพิ่มขึ้น			4 20	9 37	(9 87)

จากตาราง 36 เห็นว่ายอดขาย ณ จุดคุ้มทุนไม่เท่ากันกันทุกปีและมียอดที่สูงขึ้น สาเหตุเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายคงที่ที่เพิ่มสูงขึ้น ยกเว้นในปีที่ 2 ที่ค่าใช้จ่ายคงที่ลดลงเนื่องจากไม่มีรายจ่ายของค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และอัตราการเพิ่มขึ้นของกำไรส่วนเกินของโครงการเป็นไปในทิศทางเดียวกับค่าใช้จ่ายคงที่ แสดงว่าค่าใช้จ่ายคงที่ของโครงการจะเพิ่มขึ้นแต่อัตรากำไรส่วนเกินจะเพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกันเพื่อนำมาชดเชยกับค่าใช้จ่ายคงที่ที่เพิ่มขึ้น

สรุปการประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการจากการทดสอบด้วยเครื่องมือทางเงินพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 4,396,833.83 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์มาก แสดงให้เห็นว่าโครงการมีกระแสเงินรับสุทธิที่ดีมีมูลค่าปัจจุบันที่มากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรกอยู่ที่ 4,396,833.83 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับ เปอร์เซนต์ ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่งที่ตั้งไว้เท่ากับ 6.25 เปอร์เซนต์ แต่ระยะเวลาในการคืนทุนอยู่ในปีที่ 3 ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานสำหรับธุรกิจการให้บริการที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ แต่สาเหตุมาจากในการลงทุนครั้งแรกนั้นเป็นการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจึงทำให้ต้องจ่ายชำระเงินกู้ในส่วนของการลงทุนเริ่มแรก ส่วนของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแล้วโครงการมีแนวโน้มของจุดคุ้มทุนสูงขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายคงที่สูงขึ้น และอัตรากำไรส่วนเกินของโครงการสูงขึ้นตามค่าใช้จ่ายคงที่ด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำชดเชยได้

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานทางการเงิน

การทดสอบสมมติฐานทางการเงินเป็นการทดสอบความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อพิจารณาว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยสมมติฐานที่นำมาทดสอบของโครงการมี 3 ข้อ ดังนี้

1 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ ซึ่งจากการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่า ค่าของ NPV เท่ากับ 4,396,833.83 บาท โดยที่มีค่ามากกว่าศูนย์มาก จึงทำให้ยอมรับโครงการนี้ได้

2 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return IRR) มีค่ามากกว่า อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR + 1) จากผลการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่าค่า IRR อยู่ที่ 62.50% ซึ่งมีความมากกว่า อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR + 1) ดังนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ได้

3 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่ามากกว่าหนึ่ง จากผลการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่าค่า BC อยู่ที่ 5.54 เท่า ซึ่งมีความมากกว่าหนึ่งมาก ฉะนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ได้

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจลงทุนในโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินตามขั้นตอนข้างต้นเพื่อเป็นข้อพิจารณาในการตัดสินใจลงทุนในโครงการนี้ ซึ่งประเด็นที่จะต้องพิจารณา คือ แหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในโครงการ ผลการดำเนินงานตลอดอายุโครงการ และประเมินผลตอบแทนทางการเงิน

แหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในโครงการ เงินลงทุนของโครงการทั้งหมด คือ หนึ่งล้านบาท โดยจะเป็นผู้ถือหุ้นนำลงทุน 250,000 บาท ส่วนที่เหลือ 750,000 บาท กู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งตามภาวะปัจจุบันแล้วการกู้ยืมต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันการกู้ยืม ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นสิ่งที่ไม่ยุ่งยาก อย่างไรก็ตามเจ้าของโครงการเองสามารถดำเนินการผ่านขั้นตอนนี้ได้

ผลการดำเนินงานตลอดโครงการพบว่า ผลการดำเนินงานมีผลกำไรตลอดอายุของโครงการโดยจะมีกำไรสะสมในปีที่ 5 อยู่ที่ 2,033,513.83 บาท ซึ่งถือว่าผลการดำเนินการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ถือว่าโครงการนี้มีผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การประเมินผลตอบแทนการเงิน ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการจากการทดสอบด้วยเครื่องมือทางการเงิน ดังรายละเอียดนี้

1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 4,396,833.83 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก แสดงให้เห็นว่าโครงการมีกระแสเงินรับสุทธิที่ดี แสดงให้เห็นว่าเมื่อสิ้นสุดโครงการจะมีเงินคืนให้กับเจ้าของโครงการเท่ากับ 4,396,833.83 บาท

2 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่าเท่ากับ 5.54 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่าหนึ่งมาก ฉะนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ได้

3 อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับ 62.50 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่ง ที่ตั้งไว้เท่ากับ 6.25 เปอร์เซ็นต์ และเป็นผลต่างของผลตอบแทนที่น่าสนใจ

4 ระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 4 วัน ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานสำหรับธุรกิจการให้บริการที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ แต่สาเหตุมาจากการลงทุนครั้งแรกนั้นเป็นการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจึงทำให้ต้องจ่ายชำระดอกเบี้ยในส่วนของการลงทุนเริ่มแรก

5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแล้วโครงการมีแนวโน้มของจุดคุ้มทุนสูงขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายคงที่สูงขึ้น และอัตรากำไรส่วนเกินของโครงการสูงขึ้นตามค่าใช้จ่ายคงที่ด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำชดเชยได้

เมื่อพิจารณาเครื่องมือทางการเงินทั้ง 5 ตัวดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ดีทั้งหมด และประกอบการพิจารณาถึงแหล่งเงินทุน และผลการดำเนินงานที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีด้วย ฉะนั้นทำให้สามารถยอมรับโครงการนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์โครงการนี้อยู่ในภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในเกณฑ์ปกติ ไม่มีเหตุการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจแต่อย่างใด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยชิ้นนี้เกิดเนื่องจากผู้วิจัยมีความสนใจในธุรกิจตรวจสอบบัญชีซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะกฎหมายกำหนดให้ทุกธุรกิจต้องจัดให้มีการตรวจสอบและรับรองงบการเงิน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หรือผู้สอบบัญชีภาษีอากร จากการสอบถามผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้านนี้มาก่อนทำให้ทราบว่าต้นทุนในการลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนภายในธุรกิจ ซึ่งเป็นเงินลงทุนครั้งแรกนั้นเป็นจำนวนที่ไม่สูงมาก รวมถึงการจัดหาสถานที่ตั้งของสำนักงาน ถ้าสามารถกำหนดทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ง่าย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และเป็นที่รู้จักของลูกค้า การจะเข้าสู่ธุรกิจตรวจสอบบัญชีกระทำได้ไม่ยากเกินไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาตั้งแต่ความคาดหวังของผู้ประกอบการ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัทและประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียน รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนบุคลากรที่ต้องจ้าง และตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้านงานวิจัยชิ้นนี้มีความมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาถึงความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงการศึกษความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครของงานวิจัยนี้เป็นข้อมูล และแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชี โดยสามารถนำไปปรับแผนทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุน

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าจะประกอบด้วยสมมติฐานทางการตลาดและสมมติฐานทางการเงินซึ่งได้แยกสมมติฐานทั้งสองด้านดังนี้

1 สมมติฐานในด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

1.1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

1.2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

2 สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานเพื่อทดสอบทางการเงิน

2.1.1 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์

2.1.2 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return IRR) มีค่ามากกว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR+1)

2.1.3 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่ามากกว่าหนึ่ง

2.2 สมมติฐานเพื่อประกอบการจัดทำงบการเงิน

2.2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำเท่ากับ 6.25 เปอร์เซ็นต์ (โดยอิงธนาคารกรุงเทพ จำกัดมหาชน ณ วันที่ 22 มิถุนายน 2548)

2.2.2 เงินลงทุนโครงการเริ่มแรก (Cost of Capital) 1 ล้านบาท โดยกู้จากสถาบันการเงินจำนวน 750,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น

2.2.3 อัตราเงินเฟ้อ ตลอดอายุโครงการเท่ากับ 4 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี

2.2.4 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานเริ่มแรก ประมาณ 400,000 บาท ซึ่งประกอบด้วย ค่าตกแต่งสำนักงาน เงินประกันการเช่าสำนักงาน ค่าเครื่องใช้สำนักงาน ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท และอื่น ๆ

2.2.5 รายได้เพิ่มขึ้นปีละ 8 เปอร์เซ็นต์ตามอัตราการเติบโตของธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2.6 อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี ตามอัตราค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรที่ลงทุน

2.2.7 ระยะเวลาในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้เท่ากับ 30 วัน

2 2 8 กลุ่มตัวอย่างที่นำมาคำนวณเป็นรายได้ของโครงการจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนธุรกิจตรวจสอบบัญชี

2 2 9 อัตราภาษีที่ใช้ในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลใช้อัตราร้อยละ 15 ตามประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร ฉบับที่ 431 พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 21 มกราคม 2548

วิธีการดำเนินการศึกษา

1 วิธีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการตลาด การค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดจะได้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปัจจัยด้านธุรกิจ ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชี และแนวโน้มในการเลือกใช้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชี และข้อมูลทุติยภูมิ จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนธุรกิจ ภาวะเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทจำกัดที่จัดตั้งขึ้นในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2548 มีอยู่ทั้งสิ้นจำนวน 160,073 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทจำกัด ที่จัดตั้งขึ้นในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยกลุ่มตัวอย่างกำหนดจากกลุ่มของผู้ประกอบการทั่วไปที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านบาท และกลุ่มลูกค้าของสำนักงานบัญชีอีก 5 แห่ง คือ บ้านมั่นคง สำนักงานบัญชีดวงเจริญ สำนักงานบัญชีแอกทิวดี สำนักงานบัญชีที่แอกเค้านท์ สำนักงานสอบบัญชีซีพีเอ ออดิท เซอร์วิสเชส เพราะต้องการให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในเรื่องขนาดของธุรกิจ โดยขนาดของตัวอย่างคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเนะ จะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 399 ธุรกิจ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะถูกสร้างจากการศึกษาค้นคว้าในชั้นทุติยภูมิ (Secondary Data) อันได้แก่ ผลงานวิจัยของคนอื่น บทความ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 ตัวอย่าง จะสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ โดยสอบถามเกี่ยวกับ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ ว่ามีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการอย่างไร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นสี่ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ โดยสอบถามถึง ขนาดของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงานมีบุคคลภายนอกช่วยตัดสินใจหรือไม่ สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

แบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ

แบบถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ประกอบที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นการสร้างแบบสอบถามแบบ Semantic Differential Scale โดยแบ่งเป็นช่วง 5 ระดับ ตั้งแต่ขั้วสุดของสเกลแทนคุณสมบัติ หรือความหมายที่แตกต่าง หรือตรงข้ามกับด้านขั้วสุด

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการ จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ โดย

แบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ

แบบถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ

แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ

แบบสอบถามประเภทอันตรภาค (Interval scale) จำนวน 1 ข้อ โดยใช้สเกล 5 อันดับในการวัดผล โดยที่ 5 จะแทนความหมายเชิงบวกที่สุด และ 1 จะแทนความหมายเชิงลบที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1 ขอบหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มบริษัท ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครช่วยตอบแบบสอบถาม

2 ทำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือช่วยตอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างบริษัทในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 4 สัปดาห์

3 ส่งแบบสอบถามทางจดหมาย

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาจะตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนเฉพาะฉบับ

ที่มีความสมบูรณ์ มาลงรหัสตัวเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 11.0 (Statistical Package for the Social Sciences for Windows)

2 วิธีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินนั้นเป็นขั้นตอนภายหลังจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดแล้ว และนำข้อมูลทางการตลาดมารวบรวมเพื่อจัดทำงบประมาณการเงิน และเมื่อได้ข้อมูลจากงบประมาณการเงินแล้วจึงนำมาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางการเงินวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินเพื่อตัดสินใจจะลงทุนหรือไม่ ซึ่งเครื่องมือทางการเงินได้แก่

- 1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
- 2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)
- 3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)
- 4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
- 5 วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศกรุงเทพมหานคร ได้ผลสรุปสองด้าน คือ ด้านการตลาด และด้านการเงิน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1 ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการตลาด เป็นนำมาวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป้าหมายจะเป็นลูกค้าของโครงการนี้ โดยแยกผลการศึกษาเป็นสองด้าน คือ ด้านวิเคราะห์ปัจจัยทั่วไป และด้านแนวโน้มในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจ

1 ขนาดธุรกิจ ขนาดธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กมีจำนวน 235 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.9 ซึ่งมากกว่าธุรกิจขนาดกลางที่มีจำนวน 164 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.1

2 ประเภทธุรกิจ ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามแยกเป็นสัดส่วนของประเภทธุรกิจได้ ดังนี้ ธุรกิจเกษตรกรรมมีจำนวน 31 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ธุรกิจการผลิตสินค้ามีจำนวน 78 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.5 ธุรกิจการขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน 90 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.6 ธุรกิจด้านการให้บริการมีจำนวน 155 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 38.8 ธุรกิจนำเข้า ส่งออกมีจำนวน 45 ธุรกิจ คิดเป็น

ร้อยละ 11.3 ดังนั้นประเภทธุรกิจด้านการให้บริการมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 155 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจด้านการขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน 90 ธุรกิจ

3 ลักษณะการบริหารงาน ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้บุคลากรภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจมีจำนวน 148 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.1 ซึ่งน้อยกว่าธุรกิจที่ไม่ใช้บุคลากรภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือตัดสินใจมีจำนวน 251 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 62.9

4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่าธุรกิจที่ดำเนินงานมาน้อยกว่า 1 ปีมีจำนวน 44 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 1 ปีถึง 5 ปีมีจำนวน 206 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 51.6 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 5 ปีถึง 10 ปีมีจำนวน 85 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.4 ธุรกิจดำเนินงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปมีจำนวน 64 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.0 ดังนั้น ธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 1 ปีถึง 5 ปีมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 206 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจที่ดำเนินงานมากกว่า 5 ปีถึง 10 ปีมีจำนวน 85 ธุรกิจ

5 สถานที่ตั้ง สถานที่ตั้งของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามแบ่งออกตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร โดยมีสัดส่วนดังนี้ ธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มรัตนโกสินทร์มีจำนวน 54 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.5 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มบูรพามีจำนวน 76 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.1 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มศรีนครินทร์มีจำนวน 119 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.8 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มเจ้าพระยามีจำนวน 58 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.5 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มกรุงธนใต้มีจำนวน 48 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.0 สถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มกรุงธนเหนือมีจำนวน 44 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.1 ดังนั้น ธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มศรีนครินทร์มีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 119 ธุรกิจ รองลงมาคือธุรกิจที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในกลุ่มบูรพามีจำนวน 76 ธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านการให้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1.1 ความรวดเร็วในการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42

1.2 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง เช่น ให้คำแนะนำปรึกษา ตรวจสอบภายในแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการให้บริการเกี่ยวเนื่องอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41

1.3 การให้บริการตรวจสอบบัญชีที่สำนักงานของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า

ผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการให้บริการตรวจสอบบัญชีที่สำนักงานของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4 01

1 4 ลักษณะการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านลักษณะการให้บริการอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4 26

1 5 ภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4 05

1 6 การให้บริการส่งเอกสาร แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในการให้บริการส่งเอกสารอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3 97

2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านภาพพจน์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านภาพพจน์โดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3 62 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

2 1 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3 93

2 2 ภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3 93

3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านราคาที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4 14 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

3 1 อัตราค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านอัตราค่าธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่นอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4 02

3 2 ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียม แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4 27

4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4 10 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

4 1 ความสะดวกในการติดต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความสะดวกในการติดต่ออยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4 25

4 2 สถานที่จอดรถของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความ

คาดหวังในด้านสถานที่จอดรถของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.94

4.3 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านทำเลที่ตั้งของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.11

5 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านบุคลากรที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

5.1 จำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านจำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27

5.2 ความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44

5.3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น โปรแกรมตรวจสอบบัญชีแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.11

5.4 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านบุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.99

5.5 การติดต่อประสานงาน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการติดต่อประสานงานอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33

6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่ามีระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.89 โดยแยกเป็นรายข้อได้ดังนี้

6.1 การแนะนำออกต่อ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการแนะนำออกต่ออยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 4.10

6.2 การบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังในด้านการบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์อยู่ในระดับมีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย มีค่าเฉลี่ย 3.69

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกใช้ บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสำคัญที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี
ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ ได้ผลสรุปดังนี้

1 วิธีการจัดหาธุรกิจตรวจสอบบัญชี ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีวิธีการจัด
หาธุรกิจตรวจสอบบัญชีโดยสำนักงานบัญชีมีจำนวน 95 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.8 จัดหาโดย
พนักงานบัญชีมีจำนวน 67 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.8 จัดหาโดยผู้ประกอบการมีจำนวน 80 ธุรกิจ
คิดเป็นร้อยละ 20.1 จัดหาโดยบุคคลอื่นแนะนำมีจำนวน 137 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.3 จัดหาโดยดู
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มีจำนวน 20 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5 ดังนั้นวิธีการจัดหาธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการโดยบุคคลอื่นแนะนำมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 137 ธุรกิจ
รองลงมาคือจัดหาโดยสำนักงานบัญชีมีจำนวน 95 ธุรกิจ

2 เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ธุรกิจที่ตอบแบบ
สอบถามมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีได้ ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของธุรกิจ
ตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 11 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.8 การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นมีจำนวน
147 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.8 ความเชื่อถือได้ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 135 ธุรกิจ คิดเป็น
ร้อยละ 33.8 ความโปร่งใสของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 14 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.5 พนักงาน
บัญชีแนะนำให้ใช้บริการมีจำนวน 27 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.8 สำนักงานบัญชีแนะนำให้ใช้บริการมี
จำนวน 29 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 32 ธุรกิจ คิดเป็น
ร้อยละ 8.0 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีจำนวน 4 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
1.0 ดังนั้น การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบ
บัญชีมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 147 ธุรกิจ รองลงมาคือความเชื่อถือได้ของธุรกิจตรวจสอบ
บัญชีมีจำนวน 135 ธุรกิจ

3 ลักษณะภายนอก ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในลักษณะภาย
นอกของธุรกิจสอบบัญชี ดังนี้ ความทันสมัยมีจำนวน 13 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ความน่าเชื่อถือมี
จำนวน 317 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 79.4 ความโปร่งใสมีจำนวน 33 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ความ
เป็นระเบียบเรียบร้อยมีจำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.5 พบเห็นง่ายมีจำนวน 14 ธุรกิจ คิดเป็น
ร้อยละ 3.5 ดังนั้นลักษณะภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นสิ่งที่
ผู้ประกอบการต้องการมีจำนวนมากที่สุดคือ มีจำนวน 317 ธุรกิจ รองลงมาคือความโปร่งใสมีจำนวน
33 ธุรกิจ

4 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังเกี่ยว
กับการให้บริการเกี่ยวเนื่องที่จะได้รับเพิ่มจากใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีดังนี้ การให้คำแนะนำ
ปรึกษาจำนวน 298 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 74.7 ตรวจสอบภายในมีจำนวน 58 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
14.5 ตรวจสอบระหว่างกาลมีจำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.5 การสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้า

คงเหลือมีจำนวน 21 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ดังนั้น ธุรกิจมีความคาดหวังที่จะได้รับการให้บริการคำแนะนำปรึกษาเพิ่มนอกเหนือจากบริการตรวจสอบบัญชีมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือมีจำนวน 298 ธุรกิจ รองลงมาคือการให้บริการตรวจสอบภายในมีจำนวน 58 ธุรกิจ

2 ผลการวิเคราะห์อัตราค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบบัญชีที่ได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการจำนวน 399 ธุรกิจมีค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจริงมีอัตราต่ำสุดคือไม่คิดค่าบริการ อัตราสูงสุดเท่ากับ 635,000.00 บาท อัตราถัวเฉลี่ยเท่ากับ 27,598.37 บาท และอัตราค่าธรรมเนียมที่คาดว่าจะมีอัตราต่ำสุดเท่ากับ 1,500.00 บาท อัตราสูงสุดเท่ากับ 500,000.00 บาท อัตราถัวเฉลี่ยเท่ากับ 21,421.05 บาท

3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจที่ใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่มีจำนวน 231 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 57.9 ซึ่งมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่มีจำนวน 168 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.1

4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีที่จัดตั้งขึ้นใหม่ในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร พบว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจตรวจสอบบัญชี ที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดคือ การให้บริการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้คำแนะนำปรึกษาทั้งด้านบัญชีและภาษีอากร รองลงมาคือ การคำนวณค่าบริการควรคำนวณจากปริมาณงาน อันดับที่สามคือ ควรจัดทำงบการเงินให้เสร็จก่อนกำหนดเวลา อันดับสี่คือ ธุรกิจตรวจสอบบัญชีควรมีการพัฒนาศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ตอบคำถามของผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้องและทันสมัย กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ประกอบการต้องการความเชื่อมั่นว่าธุรกิจตรวจสอบบัญชีสามารถให้บริการได้อย่างผู้เชี่ยวชาญในทั้งด้านบัญชีและภาษีอากร

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ขนาดธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการบริหารงาน สถานที่ตั้ง และระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ประเภทธุรกิจแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระยะเวลาดำเนินงานที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 สถานที่ตั้งแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าสถานที่ตั้งที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ประกอบการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ความคาดหวังด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความคาดหวังด้านการให้บริการในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปร

ความสำคัญในด้านบุคลากรโดยรวมมากขึ้น แทนจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

2 5 1 ด้านจำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2 5 2 ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองแทนจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมากขึ้น แทนจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 5 3 ด้านการนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองแทนจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาปฏิบัติงานมากขึ้น แทนจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 5 4 ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชีขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

2 5 5 ด้านการติดต่อประสานงานมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองแทนจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในการติดต่อประสานงานมากขึ้น แทนจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2 6 ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่ตัดสินใจใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปร

ทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ คือ

2 6 1 ด้านการแนะนำบอกต่อมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองความสัมพันธ์กันในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการแนะนำบอกต่อมากขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ในระดับน้อย

2 6 2 ด้านการติดต่อผ่านเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรทั้งสองแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญในด้านการติดต่อผ่านเว็บไซต์มากขึ้น แทบจะไม่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

2 ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางการเงิน เป็นการศึกษาค้นคว้าถึงผลการ

ประกอบการล่วงหน้า และกระแสเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ และนำผลการประกอบการดังกล่าวไปทดสอบสมมติฐานทางการเงินเพื่อประเมินผลการตัดสินใจลงทุนในโครงการหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ทางการเงินต้องนำส่วนของผลการวิเคราะห์ทางการตลาดมาช่วยในการรวบรวมข้อมูลด้วย โดยการวิเคราะห์ทางการเงินจะทำการศึกษาหัวข้อดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 การศึกษารายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ
- ส่วนที่ 2 การจัดทำประมาณการงบการเงิน
- ส่วนที่ 3 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานทางการเงิน
- ส่วนที่ 5 การตัดสินใจลงทุนในโครงการ

ส่วนที่ 1 การศึกษารายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ จะพิจารณาจากแบบสอบถามจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 ธุรกิจ ตามที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้จำนวนของผู้ประกอบการที่คาดว่าจะใช้บริการของโครงการ จำนวน 80 ธุรกิจและรายได้ในปีแรกเท่ากับ 1,736,955 80 บาท ซึ่งคำนวณจากสัดส่วนของผู้ประกอบการที่คาดว่าจะใช้บริการของโครงการส่วนในปีถัดไปจะอัตราการเติบโตของธุรกิจเดียวกันในอัตราร้อยละ 8 ต่อปี ส่วนค่าใช้จ่ายของ

โครงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามแบบเจาะลึกกับบุคคลที่เปิดสำนักงานแล้ว
ดังกล่าวไว้ในบทที่ 4 จึงได้ค่าใช้จ่ายในปีแรกเท่ากับ 1,446,400 00 บาท

ส่วนที่ 2 การจัดทำประมาณการงบการเงิน จากตัวเลขในส่วนที่ 1 นำมาจัดทำเป็น
งบประมาณงบกำไรขาดทุน ทำให้ทราบว่าผลการดำเนินงานของโครงการในปีแรกมีผลกำไร
207,128 68 บาท และมีผลกำไรสะสมรวมเมื่อสิ้นสุดโครงการเท่ากับ 1,783,513 83 บาท จากตัวเลข
ในงบกำไรขาดทุนทำให้ทราบถึงกระแสเงินรับและกระแสเงินจ่ายของโครงการจึงนำมาจัดทำ
งบประมาณงบกระแสเงินสด จากงบกระแสเงินสดทำให้ทราบว่าโครงการมีกระแสเงินสดสุทธิในปีที่
1 เท่ากับ 191,680 80 บาท ซึ่งจากผลการดำเนินงานในปีแรกโครงการสามารถจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืม
ได้ทั้งหมด และโครงการไม่มีการกู้ยืมเงินเพิ่มเติมแต่อย่างใด เนื่องจากผลการดำเนินงานของ
โครงการสามารถเติบโตและเลี้ยงตนเองได้ จากตัวเลขในงบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสดทำให้
ทราบถึงบัญชีสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน จึงตัวเลขดังกล่าวมาจัดทำงบประมาณงบดุล ทำให้ทราบว่า
ในปีแรกโครงการมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 506,680 80 บาท และเมื่อสิ้นสุดโครงการในปีที่ 5 โครงการ
มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 2,130,970 21 บาท ซึ่งสูงกว่าเงินลงทุนในครั้งแรก

ส่วนที่ 3 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ การประเมินผลตอบแทนทาง
การเงินเป็นการพิจารณาว่าโครงการนี้น่าลงทุนหรือไม่ โดยใช้เครื่องมือทางการเงินมาช่วยในการ
พิจารณา ซึ่งผลจากการคำนวณเครื่องมือทางการเงิน ได้ข้อสรุปดังนี้

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ของโครงการเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 4 วัน

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ เปอร์เซนต์

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ของโครงการเท่ากับ 5 54 เทา

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการเท่ากับ 4,396,833 83 บาท ซึ่งแสดงว่าเมื่อสิ้นสุด
โครงการจะมีกระแสเงินสดสุทธิเท่ากับ 4,396,833 83 บาท

วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point Analysis) ของโครงการสามารถแสดงดังตารางนี้

ตาราง 38 แสดงจำนวนธุรกิจและยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
จำนวน ณ จุดคุ้มทุน	68 33	68 29	70 61	80 06	83 59
รายได้ ณ จุดคุ้มทุน	1,483,666 28	1,472,190 14	1,522,628 66	1,717,474 11	1,779,557 27

จุดคุ้มทุนของโครงการเพิ่มสูงขึ้นทุกปีเนื่องจากค่าใช้จ่ายคงที่เพิ่มสูงขึ้น แต่อัตรากำไรส่วนเกินเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อนำชดเชยกับค่าใช้จ่ายคงที่ที่เพิ่มสูงขึ้น

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานทางการเงิน การทดสอบสมมติฐานทางการเงินเป็นการทดสอบความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อพิจารณาว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยสมมติฐานที่นำมาทดสอบของโครงการมี 3 ข้อ ดังนี้

1 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ ซึ่งจากการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่า ค่าของ NPV เท่ากับ 4,396,833.83 บาท โดยที่มีค่ามากกว่าศูนย์มาก จึงทำให้ยอมรับโครงการนี้ได้

2 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return IRR) มีค่ามากกว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR + 1) จากผลการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่าค่า IRR อยู่ที่ ซึ่งมีค่ามากกว่า อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำบวกหนึ่ง (MRR + 1) ดังนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ได้

3 จะยอมรับโครงการต่อเมื่อ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost BC) มีค่ามากกว่าหนึ่ง จากผลการคำนวณในส่วนที่ 3 พบว่าค่า BC อยู่ที่ 5.54 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่าหนึ่งมาก ฉะนั้นจึงยอมรับโครงการนี้ได้

ซึ่งสมมติฐานทั้งสามข้อยอมรับได้ทั้งหมด

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจลงทุนในโครงการ จากข้อมูลข้างต้นทั้งหมดสรุปได้ว่าโครงการนี้ลงทุน และยอมรับได้

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า จะนำผลการศึกษาทั้งด้านการตลาด และด้านการเงินมาอภิปรายรวมกัน เนื่องจากการทำธุรกิจในปัจจุบันต้องอาศัยความรู้จากหลาย ๆ ด้านมาประกอบรวมกันจึงจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ดังนั้นในการอภิปรายผลการศึกษาในขั้นสุดท้ายของงานวิจัยจะอภิปรายทั้งสองด้านไปพร้อมกัน

จากการศึกษาข้อมูลด้านการตลาดพบว่าขนาดธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ประเภทธุรกิจที่มีมากที่สุดคือ ธุรกิจบริการ มีระยะเวลาในการดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี และโดยส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจบริหารงานเองโดยไม่มีบุคคลภายนอกช่วย ทำให้ลักษณะการบริหารงานแตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธุรกิจตรวจสอบบัญชีไม่ว่าจะเป็นด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการในระดับ

ดำ แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สาเหตุเนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการตรวจสอบบัญชีในระดับตำนานเอง โดยสวนใหญ่แล้วผู้ประกอบการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีเกิดจากความรู้จักหรือเคยได้ยินบุคคลอื่นแนะนำให้ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ สำนักงานบัญชีเลือกให้ ทำให้การพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญรองลงไป และ ค่าธรรมเนียมที่ผู้ประกอบการคาดว่าคุ้มค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็น ราคาที่ไม่แพงเกินไปนักสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก และจากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งศึกษาโดย สมหวัง ศุภโชคชัยวัฒนา, นิทัศน์ เหมรักษ์ และพรสวรรค์ เรืองสุขอุดม (2540) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนผู้สอบบัญชีรับ อนุญาตของบริษัทจดทะเบียน และรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตคือ คุณภาพงานสอบบัญชี และการ ให้คำปรึกษา นอกเหนือจากการสอบบัญชี อันดับสองคือ ความมีชื่อเสียงของสำนักงานสอบบัญชีและผู้ สอบบัญชีรับอนุญาต และอันดับสามคือ ความสามารถและความเชี่ยวชาญของทีมงานสอบบัญชี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเห็นของผู้ประกอบการไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก

ในปี 2547 มีพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชีเกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ในการกำกับดูแลผู้สอบบัญชีรับอนุญาตรวมถึงธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีด้วย เนื่องจากการ เปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลกระทบต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชีค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นข้อกำหนดให้ต้องมี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตอย่างน้อยหนึ่งคนเป็นกรรมการของบริษัท การขึ้นทะเบียนต่อสภาวิชาชีพ บัญชี การรักษาจรรยาบรรณวิชาชีพ การประกันผลงานต่อลูกค้า ทำให้การเข้าสู่ธุรกิจยากขึ้น แต่ไม่ เป็นอุปสรรคสำหรับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่จะจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ รวมทั้งเงินลงทุนเริ่มแรกในการ ดำเนินงานไม่สูงมาก และการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินไม่ยากลำบากเพียงมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน วงเงินก็เพียงพอแล้ว

กลุ่มผู้ประกอบการมีความสนใจและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการของบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด มีจำนวนประมาณ 80 ธุรกิจ จากจำนวนประชากร 399 ธุรกิจ ซึ่งถือว่าเป็นตัวเลขที่น่าสนใจ มาก สาเหตุเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคือ สำนักงานบัญชีและผู้ประกอบการที่คาดหวังของผู้วิจัย เพราะ ในการจัดการด้านการตลาด ผู้วิจัยต้องเข้าไปพูดคุยและนำเสนองานกับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ ทำให้กลุ่ม ลูกค้ามีความสนใจและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการของบริษัท ทำให้มีรายได้ต่อปีประมาณ 2,000,000 บาท จุดคุ้มทุนอยู่ที่ประมาณ 75 ธุรกิจ โดยคิดเป็นตัวเงินประมาณ 1,330,000 บาท ฉะนั้นมี สวนเกินอยู่ 670,000 บาทต่อปีโดยยังไม่รวมภาษีเงินได้ ซึ่งหากเปรียบเทียบกับเงินเดือนของผู้วิจัย ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทอยู่ที่ประมาณ 240,000 บาทต่อปี ถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุนมาก แต่ ผู้วิจัยต้องรับความเสี่ยงที่สูงขึ้นรวมทั้งต้องรับผิดชอบมากขึ้น แต่ทำให้มีอิสระมากกว่า

เมื่อพิจารณาถึงผลตอบแทนการเงินตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ว่า ต้องมี NPV มากกว่า ศูนย์ IRR มีค่าเท่ากับ 62.50 % และ BC Ratio มากกว่าหนึ่ง ระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 4 วัน ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกหนึ่งล้านบาท ถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุน ซึ่งลักษณะของ ธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีกับธุรกิจให้บริการทำบัญชีมีความคล้ายคลึงมากนัก จากงาน

การศึกษาค้นคว้าของสฤษดี กมลภากรณ์ (2547) ซึ่งทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจให้บริการทำบัญชีในเขตจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า NPV มากกว่า ศูนย์ IRR มีค่าเท่ากับ 74% ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 5 เดือน มีเงินลงทุนเริ่มแรกหนึ่งล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจให้บริการทำบัญชีกับธุรกิจให้บริการตรวจสอบบัญชีเป็นธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมากทั้งในแง่ของเงินลงทุน อัตราผลตอบแทนทางการเงินที่ไม่ต่างกันมาก

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปทำให้ทราบว่าโอกาสของธุรกิจตรวจสอบบัญชียังเปิดกว้างให้กับผู้ประกอบการรายใหม่อยู่ แต่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงมาก และในปัจจุบันมีธุรกิจตรวจสอบบัญชีเกิดขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นดำเนินงานในรูปแบบของบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัท จำกัด การเติบโตของธุรกิจตรวจสอบบัญชีเติบโตไปตามการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย และมีข้อดีอีกอย่างของธุรกิจตรวจสอบบัญชีคือ เป็นธุรกิจบริการ มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และไม่มีสินค้าคงคลัง อำนาจในการต่อรองของลูกค้ามีในระดับสูง เพราะเป็นลูกค้ารายย่อย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและทางการเงินได้อีกมาก เช่น วิธีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียม การกำหนดทำเลที่ตั้งของสำนักงาน การบริหารงานบุคคล การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ได้ข้อสรุปข้อเสนอแนะจากการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1 ความคาดหวังของผู้ประกอบการในด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านภาพพจน์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยในภาพรวมแล้วผู้ประกอบการมีระดับคาดหวังในด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับสูง ซึ่งระดับความคาดหวังด้านบุคลากรมีระดับความคาดหวังสูงที่สุด รองลงมาคือความคาดหวังด้านการให้บริการ ดังนั้น ธุรกิจตรวจสอบบัญชีต้องให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบุคลากรและพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจ และยังคงต้องเน้นในเรื่องการให้บริการควบคู่ไปด้วย

2 การวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจตรวจสอบบัญชีต้องให้ความสำคัญในด้านภาพพจน์มากกว่าด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องภาพพจน์มากกว่าการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากธุรกิจตรวจสอบบัญชีเป็นธุรกิจให้บริการทางด้านวิชาชีพ การสร้างความเชื่อมั่นและภาพพจน์ที่ดีให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าได้รับบริการจากผู้เชี่ยวชาญ และทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อจากลูกค้าเก่าให้กับลูกค้าใหม่

3 ผู้ประกอบการมีความคาดหวังว่าจะได้รับบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้บริการ

ตรวจสอบบัญชี คือ การให้คำแนะนำปรึกษาทั้งในด้านบัญชีและภาษีอากร ดังนั้น ธุรกิจตรวจสอบบัญชีอาจเพิ่มการให้บริการด้านคำแนะนำปรึกษาเพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในด้านความเป็นมืออาชีพได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อจัดทำกรวิจัยให้มีความรัดกุมและแม่นยำมากขึ้น ซึ่งปฏิบัติดังนี้

- 1 ควรทำวิจัยในเขตอื่นเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญในเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชี
- 2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยเป็นกลุ่มลูกค้าที่คาดว่าจะใช้บริการก่อนข้างแน่นอน อาจขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นเพื่อเปรียบเทียบ รวมทั้งขนาดของประชากรเขตกรุงเทพฯมีจำนวนมาก
- 3 ควรศึกษาความเป็นไปได้ในทางเศรษฐกิจด้วย เนื่องจากการเติบโตของธุรกิจตรวจสอบบัญชีขึ้นอยู่กับ การเติบโตของเศรษฐกิจด้วย
- 4 ควรศึกษาคู่แข่งขันด้านการตลาดในเขตที่ทำการศึกษาด้วย เพราะคู่แข่งชั้นมีผลต่อการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียม รวมทั้งความน่าเชื่อถือของคู่แข่งชั้น
- 5 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบอัตราค่าธรรมเนียมในเขตที่ทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยอาจสอบถามโดยการโทรศัพท์ถามอัตราค่าธรรมเนียมของธุรกิจตรวจสอบบัญชีอื่น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2547) เอกสารประกอบการสัมมนา โครงการอบรมนิติบุคคลตั้งใหม่
กรุงเทพฯ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- (2548) ข้อมูลสถิติ (ออนไลน์) แหล่งที่มา [www dbd go th](http://www.dbd.go.th) วันที่สืบค้น 7 มิถุนายน
2548
- (2548) งบการเงินเปรียบเทียบ (ออนไลน์) แหล่งที่มา
[http //www dbd go th/corpsearch2/compare5year2 php?mfn01](http://www.dbd.go.th/corpsearch2/compare5year2.php?mfn01) วันที่สืบค้น 7
มิถุนายน 2548
- (2548) ข้อมูลสถิติ (ออนไลน์) แหล่งที่มา
[http //www dbd go th/thai/statistics/newreg03 phtml](http://www.dbd.go.th/thai/statistics/newreg03.phtml) วันที่สืบค้น 7 มิถุนายน 2548
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2547) พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543
กรุงเทพฯ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- กรมสรรพากร (2548) ประกาศอธิบดีกรมสรรพากร สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2548, จาก
[www rd go th](http://www.rd.go.th)
- กัลยา วาณิชย์บัญชา (2542) การวิเคราะห์สถิติ เพื่อการตัดสินใจ กรุงเทพฯ โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2544) การวิเคราะห์สถิติ เพื่อการตัดสินใจ กรุงเทพฯ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- (2545) การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 6
กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2546) การใช้ SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล พิมพ์ครั้งที่ 6
กรุงเทพฯ บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- จันทนา จันทโร และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2540) การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจ
และอุตสาหกรรม กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยยศ สันติวงษ์ (2539) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ กรุงเทพฯ ไทยวัฒนา พาณิช
ชูศรี วงศ์รัตน์ (2541) เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ เทพเนรมิตรการ
พิมพ์
- ฐาปนา ฉินไพศาล และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2542) การบริหารโครงการและการศึกษาความ
เป็นไปได้ กรุงเทพฯ วีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ณดา จันท์สม (2543) การวิเคราะห์โครงการด้านการเงิน รายงานทางการเงินของโครงการ
ประมาณการกระแสเงินสดและการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ (เอกสารประกอบ
คำสอน) กรุงเทพฯ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทยเอกสาร

- นัยนา เกิดวิชัย (2543) *ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลกฎหมายอาญา* นครปฐม สำนักพิมพ์ นิตินัย
- ประภัสสร บุญมี (2542) *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ มหาสารคาม สถาบันราชภัฏ มหาสารคาม*
- ประสิทธิ์ ดงยงศิริ (2544) *การวางแผน และการวิเคราะห์โครงการ* กรุงเทพฯ ซีเอ็ดยูเคชั่น
- รัตนา สายคณิต (2543) *เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ* กรุงเทพฯ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- ราชบัณฑิตยสถาน (2538) *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ อักษรเจริญทัศน์
- วิเชียร เกตุสิงห์ (2541) *การวิจัยเชิงปฏิบัติ* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2537) *จิตวิทยาองค์การอุตสาหกรรม การพัฒนาองค์กรแนวทวิวิศวกรรม* กรุงเทพฯ บริษัท เอส เอเซียเพรส (1989) จำกัด
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) *คุณภาพในงานบริการ* กรุงเทพฯ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
- สุดาดวง เรืองรุจิระ (2541) *หลักการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ ปรกายพริก
- สมหวัง ศุภโชคชัยวัฒนา, นิตินัย เหมรักษ์ และ พรสวรรค์ เรืองสุขอุดม (2540) *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทจดทะเบียนและรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* โครงการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการบัญชี) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทยเอกสาร
- สายสวรรค์ เรืองวิเศษ และ อัจจิมา จันราทิพย์ (2530) *การบริหารการตลาด* กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เสรี วงษ์มณฑา (2542) *กลยุทธ์การตลาด* กรุงเทพฯ ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- (2542) *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพฯ ไดมอนด์บิสซิเนสเวิร์ค
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46* กรุงเทพฯ บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพฯ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- (2541) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพฯ ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- Christian Gronroos (1990) *Service and Management Marketing* Lexington Book Lexington Mass
- Donald, C (1984) *The Marketing of Services* London Butter worth Heinemann
- Google (2005) (Online) *รายชื่อเว็บไซต์* Available www.google.co.th Retrieved June 23, 2005
- Heizer and Reder (1999) *Principles of Operations Management* London Prentice Hall International

Kotler, Phillip, (1999) *Marketing management* Millennium Edition New Jersey Prentice-Hall, inc

-----, (2000) *Marketing management* Millennium ed New Jersey Prentice-Hall, inc

Kotler, P , and Armstrong, G (1989) *หลักการตลาด* (วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคนอื่น ๆ . ผู้แปล) กรุงเทพฯ เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า

Nick Mangos, Bet Roffey, Jennifer Job (1995), *Marketing Accounting Services* New Jersey Prentice-Hall

Peter, J P , and Donnelly, H J (1992) *Marketing Management (Third Edition)* New York Irwin

Sarbin (1994) (อ้างอิง นางสาวนลินี ชันธีวิทย์ 2547) *ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการสถานบริหารร่างกายในอาคารไอเอฟซีที ทาวเออร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่* สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Schiffman, L G , and Kamul, L L (2000) *Consumer behavior* New Jersey Prentice Hall

The-Thainews (2005) (Online) *วิเคราะห์เศรษฐกิจไทย* Available

[http //www the-thainews com/analyzed/domestic/dom110548_11 htm](http://www.the-thainews.com/analyzed/domestic/dom110548_11.htm) Retrieved June 23, 2005

Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) *Delivery uality Service, balancing customer perception and expectation* New York the Free Press

ภาคผนวก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1 รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง	กรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร 5731

ที่ ศธ 0519 12/6๑๑

วันที่ 16 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชกร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ ตรวจสอบบัญชีในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต 2547 วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะเฉพาะของธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ส่วนที่ 3 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ส่วนที่ 1 ปัจจัยเฉพาะของธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน

- 1 ขนาดของธุรกิจท่าน
 - () ขนาดเล็ก ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท
 - () ขนาดกลาง ทุนจดทะเบียน 5 ล้านถึง 30 ล้านบาท
 - () ขนาดใหญ่ ทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาทขึ้นไป
- 2 ประเภทของธุรกิจท่าน

() เกษตรกรรม	() การผลิต
() การขายส่ง ขายปลีก	() บริการ
() นำเข้า ส่งออก	() อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- 3 ธุรกิจท่านมีบุคคลภายนอกมาช่วยบริหารงานหรือช่วยตัดสินใจหรือไม่
 - () ไม่มี
 - () มี
- 4 ธุรกิจท่านดำเนินงานมาแล้วเป็นระยะเวลาเท่าใด

() น้อยกว่า 1 ปี	() 1-5 ปี
() 6-10 ปี	() 10 ปีขึ้นไป
- 5 ธุรกิจท่านตั้งอยู่บริเวณใด
 - () กลุ่มที่ 1 กลุ่มรัตนโกสินทร์
 - () กลุ่มที่ 2 กลุ่มบูรพา
 - () กลุ่มที่ 3 กลุ่มศรีนครินทร์
 - () กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าพระยา
 - () กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงธนใต้
 - () กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงธนเหนือ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงบนช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านเพียงข้อเดียว

หมายเหตุ ระดับคะแนนเป็น 5 อันดับ ดังต่อไปนี้

5	คะแนน หมายถึง	มีความคาดหวังในข้อความด้านซ้ายมาก
4	คะแนน หมายถึง	มีความคาดหวังในข้อความด้านซ้าย
3	คะแนน หมายถึง	มีความคาดหวังปานกลาง
2	คะแนน หมายถึง	มีความคาดหวังในข้อความด้านขวา
1	คะแนน หมายถึง	มีความคาดหวังในข้อความด้านขวามาก

ลักษณะความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง						
1 ความคาดหวังด้านการให้บริการ							
11 ความรวดเร็วในการให้บริการ	รวดเร็ว	_____	_____	_____	_____	_____	ล่าช้า
		5	4	3	2	1	
12 การให้บริการเกี่ยวเนื่อง เช่น ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบภายใน	สำคัญ	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่สำคัญ
		5	4	3	2	1	
13 การให้บริการตรวจสอบบัญชีที่สำนักงานของ ผู้ประกอบการ	ต้องการ	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่ต้องการ
		5	4	3	2	1	
14 ลักษณะการให้บริการ	เชี่ยวชาญ มาก	_____	_____	_____	_____	_____	เหมือนที่อื่น ทั่วไป
		5	4	3	2	1	
15 ภาพลักษณ์ของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	สำคัญ	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่สำคัญ
		5	4	3	2	1	
16 การให้บริการสงเอกสาร	ต้องการ	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่ต้องการ
		5	4	3	2	1	
2 ความคาดหวังด้านภาพพจน์							
21 ความมีชื่อเสียงของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	เป็นที่รู้จัก	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่เป็นที่รู้จัก
		5	4	3	2	1	
22 ภาพลักษณ์ภายนอกของธุรกิจตรวจสอบ บัญชี	ทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____	ล้าสมัย
		5	4	3	2	1	
3 ความคาดหวังด้านราคา							
31 คาธรรมเนียมเมื่อเทียบกับธุรกิจตรวจสอบ บัญชีอื่น	ถูกกว่า	_____	_____	_____	_____	_____	แพงกว่า
		5	4	3	2	1	
32 ความคุ้มค่าของคาธรรมเนียม	คุ้มค่า	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่คุ้มค่า
		5	4	3	2	1	
4 ความคาดหวังด้านทำเลที่ตั้ง							
41 ความสะดวกในการติดต่อ	สะดวก	_____	_____	_____	_____	_____	ไม่สะดวก
		5	4	3	2	1	
42 สถานที่จอดรถ	กว้างขวาง	_____	_____	_____	_____	_____	คับแคบ
		5	4	3	2	1	
43 ทำเลที่ตั้ง	เข้าถึงง่าย	_____	_____	_____	_____	_____	เข้าถึงยาก
		5	4	3	2	1	

5 ความคาดหวังด้านบุคลากร	
5.1 จำนวนพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	เพียงพอ _____ ไม่เพียงพอ 5 4 3 2 1
5.2 ความรู้ความสามารถของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	มาก _____ น้อย 5 4 3 2 1
5.3 การนำเทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เช่น โปรแกรมตรวจสอบบัญชี	ใช่ _____ ไม่ใช่ 5 4 3 2 1
5.4 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานของธุรกิจตรวจสอบบัญชี	ดี _____ ไม่ดี 5 4 3 2 1
5.5 การติดต่อประสานงาน	สุภาพ _____ ไม่สุภาพ 5 4 3 2 1
6 ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด	
6.1 การแนะนำบอกต่อ	แนะนำ _____ ไม่แนะนำ 5 4 3 2 1
6.2 การบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์	มีบริการ _____ ไม่มีบริการ 5 4 3 2 1

ส่วนที่ 3 แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจตรวจสอบบัญชีของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน

1 ปัจจุบันท่านจัดหาธุรกิจสอบบัญชีโดย

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ให้สำนักงานบัญชีจัดหา | <input type="checkbox"/> ให้พนักงานบัญชีจัดหา |
| <input type="checkbox"/> ท่านเป็นผู้จัดหา | <input type="checkbox"/> มีบุคคลแนะนำ |
| <input type="checkbox"/> จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

2 ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบและรับรองบัญชีในแต่ละปีเท่ากับ _____ บาท

3 เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ความมีชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> การได้รับคำแนะนำ |
| <input type="checkbox"/> ความเชื่อถือได้ | <input type="checkbox"/> ความโปร่งใส |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบัญชีเลือกให้ | <input type="checkbox"/> สำนักงานทำบัญชีเลือกให้ |
| <input type="checkbox"/> ค่าธรรมเนียม | <input type="checkbox"/> การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> ภาพลักษณ์ภายนอก | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

4 ลักษณะภายนอกของธุรกิจตรวจสอบบัญชี (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ทันสมัย | <input type="checkbox"/> น่าเชื่อถือ |
| <input type="checkbox"/> ความโปร่งใส | <input type="checkbox"/> ความเป็นระเบียบเรียบร้อย |
| <input type="checkbox"/> พบเห็นง่าย | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

5 อัตราค่าธรรมเนียมที่ท่านคาดว่าจะได้กับการบริการเท่ากับ _____ บาท

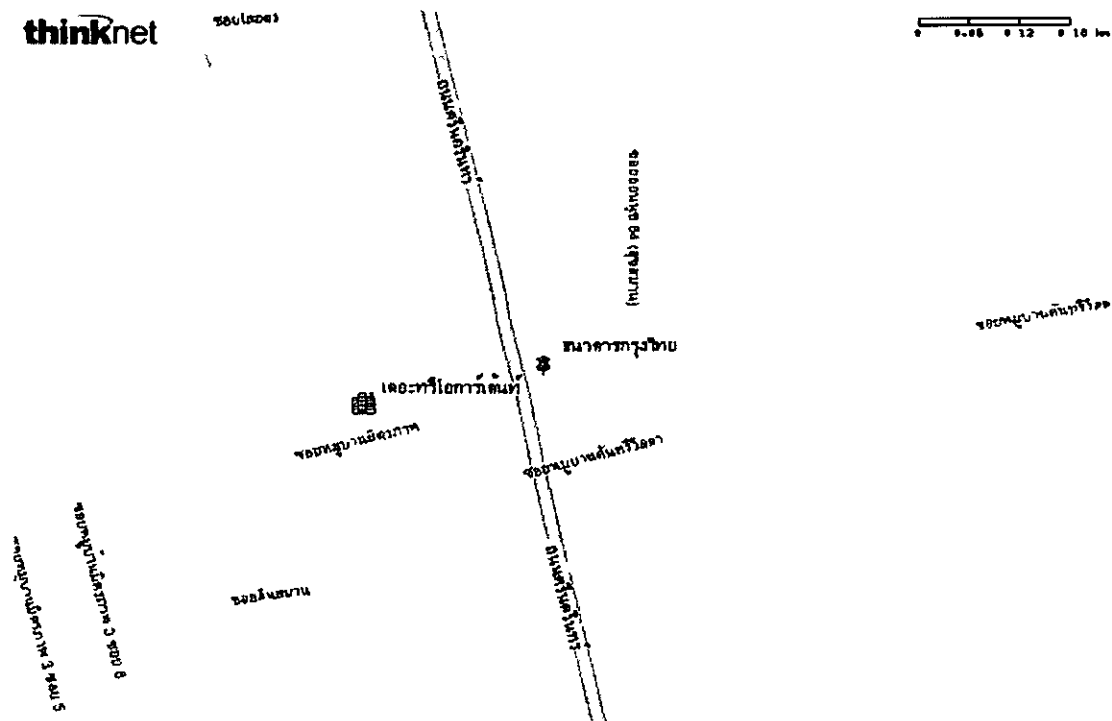
6 การบริการเกี่ยวเนื่องที่ท่านคาดว่าจะได้รับเพิ่มเติม (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ให้คำแนะนำปรึกษา | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบภายใน |
| <input type="checkbox"/> ตรวจสอบระหว่างกาล | <input type="checkbox"/> สังเกตการณ์ตรวจนับสินค้าคงเหลือ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

thinkNet

500 (Scale)

0 0.06 0.12 0.18 km



- 7 หากมีธุรกิจตรวจสอบบัญชีตั้งขึ้นใหม่ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ตามแผนที่ข้างต้น ท่านสนใจที่จะใช้บริการหรือไม่
 () ไม่สนใจ () สนใจ
- 8 จากข้อ 7 ท่านคิดว่าท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการตรวจสอบบัญชีของธุรกิจดังกล่าวหรือไม่
 มีแนวโน้มใช้บริการมากที่สุด 5 4 3 2 1 มีแนวโน้มใช้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อธุรกิจตรวจสอบบัญชี

ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถามคะ

ที่ ศธ 0519 12/ ๒๐3๙



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

16 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสำนักงานบัญชีดวงเจริญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชชร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าของสำนักงานฯ ตอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จิระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3203826 มือถือ 09-8967341



ที่ ศธ 0519 12/6038

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/6 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสำนักงานบ้านบัณฑิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชชร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้ำของสำนักงานฯ ตอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3203826 มือถือ 09-8967341

ที่ ศธ 0519 12/๒๐๔๐



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

16 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสำนักงานซีพีเอ ออคิด เซอร์วิสเซส

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชชร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าของสำนักงานฯ ตอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จีระเชษฐกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3203826 มือถือ 09-8967341

ที่ ศธ 0519 12/6041



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

16 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสำนักงาน Activities Accounting

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชชร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าของสำนักงานฯ ตอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3203826 มือถือ 09-8967341

ที่ ศธ 0519 12/ 6037



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

16 สิงหาคม 2548

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสำนักงานบัญชีที่แอ๊คเค้านท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์พุทธกาล รัชชร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณี นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าของสำนักงานฯ ตอบแบบสอบถามความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจตรวจสอบบัญชีในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณิ ตั้งกิจสงวน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

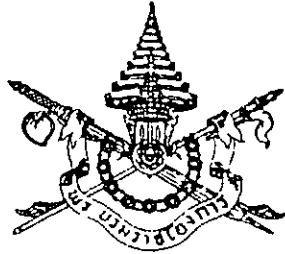
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-3203826 มือถือ 09-8967341



พระราชบัญญัติ

วิชาชีพบัญชี

พ.ศ. ๒๕๕๗

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

เป็นปีที่ ๕๕ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพบัญชี

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๕ ประกอบกับมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้ โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. ๒๕๕๗”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. ๒๕๐๕

มาตรา ๔ ในพระราชบัญญัตินี้

“วิชาชีพบัญชี” หมายความว่า วิชาชีพในด้านการทำบัญชี ด้านการสอบบัญชี ด้านการบัญชีบริหาร ด้านการวางระบบบัญชี ด้านการบัญชีภาษีอากร ด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี และบริการเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง

หน้า ๒

เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๖๕ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๒๒ ตุลาคม ๒๕๕๗

“ผู้ทำบัญชี” หมายความว่า ผู้ทำบัญชีตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชี

“การประชุมใหญ่” หมายความว่า การประชุมใหญ่สามัญหรือการประชุมใหญ่วิสามัญ

“สมาชิก” หมายความว่า สมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๕ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้นเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

สภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๖ ให้มีสภาวิชาชีพบัญชี มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๗ สภาวิชาชีพบัญชีมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) ส่งเสริมการศึกษา การอบรม และการวิจัยเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี
- (๒) ส่งเสริมความสามัคคีและผดุงเกียรติของสมาชิก จัดสวัสดิการและการสงเคราะห์ระหว่างสมาชิก
- (๓) กำหนดมาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี และมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี
- (๔) กำหนดจรรยาบรรณผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๕) รับขึ้นทะเบียนการประกอบวิชาชีพบัญชี ออกใบอนุญาต พักใช้ หรือเพิกถอนใบอนุญาตผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๖) รับรองปริญญาหรือประกาศนียบัตรในวิชาการบัญชีของสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการรับสมัครเป็นสมาชิก
- (๗) รับรองความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๘) รับรองหลักสูตรการฝึกอบรมเป็นผู้ชำนาญการและการศึกษาต่อเนื่องในด้านต่างๆ ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๙) ควบคุมความประพฤติและการดำเนินงานของสมาชิกและผู้ขึ้นทะเบียนอันเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพบัญชีให้ถูกต้องตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชี

- (๑๐) ช่วยเหลือ แนะนำ เผยแพร่ และให้บริการวิชาการแก่ประชาชนเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี
- (๑๑) ออกข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี
- (๑๒) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๑๓) ให้คำปรึกษาและเสนอแนะต่อรัฐบาลเกี่ยวกับนโยบายและปัญหาของวิชาชีพบัญชี
- (๑๔) ดำเนินการอื่นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของสภาวิชาชีพบัญชี

ตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๘ สภาวิชาชีพบัญชีอาจมีรายได้ ดังต่อไปนี้

- (๑) ค่าบำรุงสมาชิกและค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัตินี้
- (๒) เงินอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดิน
- (๓) ผลประโยชน์จากการจัดการทรัพย์สินและการดำเนินกิจการของสภาวิชาชีพบัญชี
- (๔) เงินและทรัพย์สินซึ่งมีผู้ให้แก่สภาวิชาชีพบัญชี
- (๕) ดอกผลของเงินและทรัพย์สินตาม (๑) (๒) (๓) และ (๔)

มาตรา ๙ ภายใต้บังคับบทบัญญัติหมวด ๕ การควบคุมการประกอบวิชาชีพด้านการสอบบัญชี และหมวด ๖ การควบคุมการประกอบวิชาชีพด้านการทำบัญชี ในกรณีที่การประกอบวิชาชีพบัญชีด้านใด มีผลกระทบต่อประโยชน์ได้เสียของประชาชน หรือเพื่อประโยชน์ที่จะให้มีการคุ้มครองประชาชนและพัฒนา หรือจัดระเบียบการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านใด จะตราพระราชกฤษฎีกากำหนดให้การประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านนั้นต้องได้รับใบอนุญาตหรือต้องขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชีก็ได้

มาตรา ๑๐ เมื่อมีพระราชกฤษฎีกาตามมาตรา ๙ ให้บังคับสำหรับวิชาชีพบัญชีด้านใด ห้ามมิให้ ผู้ใดประกอบวิชาชีพบัญชีด้านนั้น เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตหรือขึ้นทะเบียนกับสภาวิชาชีพบัญชี

การขอรับใบอนุญาต การอนุญาต การออกใบอนุญาต และการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามแบบ หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

ในการขึ้นทะเบียนประกอบวิชาชีพบัญชี สภาวิชาชีพบัญชีจะกำหนดให้ผู้ขึ้นทะเบียนซึ่งมิได้ เป็นสมาชิกต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นรายปีก็ได้ แต่จะกำหนดค่าธรรมเนียมดังกล่าวให้สูงกว่าค่าบำรุงสมาชิก และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่เรียกเก็บจากสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีเป็นรายปีไม่ได้

มาตรา ๑๑ นิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการให้บริการด้านการสอบบัญชีหรือด้านการทำบัญชี หรือให้บริการวิชาชีพบัญชีด้านอื่นตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาตามมาตรา ๙ ต้องจดทะเบียน ต่อสภาวิชาชีพบัญชีตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

หน้า ๔

เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๖๕ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๒๒ ตุลาคม ๒๕๔๗

(๑) นิติบุคคลนั้นต้องจัดให้มีหลักประกันเพื่อประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม ทั้งนี้ ตามประเภท จำนวน หลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดโดยกฎกระทรวง

(๒) ในกรณีประกอบกิจการให้บริการการสอบบัญชี บุคคลซึ่งมีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคล ในการให้บริการการสอบบัญชีต้องเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

การกำหนดหลักประกันตามวรรคหนึ่ง (๑) ให้คำนึงถึงขนาดและรายได้ของนิติบุคคลนั้น และ ให้นำความเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสภาวิชาชีพบัญชีมาพิจารณาประกอบด้วย

ในกรณีที่ผู้สอบบัญชีต้องรับผิดชอบต่อบุคคลที่สาม ให้นิติบุคคลซึ่งผู้สอบบัญชีนั้นสังกัดอยู่ ร่วมรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ร่วม และในกรณีที่ยังไม่สามารถชำระค่าเสียหายได้ครบจำนวน ให้หุ้นส่วนหรือ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคล หรือผู้แทนนิติบุคคลใดซึ่งต้องรับผิดชอบในการดำเนินการ ของนิติบุคคลนั้น ต้องร่วมรับผิดชอบจนครบจำนวน เว้นแต่พิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นหรือยินยอม ในการกระทำผิดที่ต้องรับผิดชอบ

หมวด ๒

สมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๑๒ สมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีมีสี่ประเภท ดังนี้

- (๑) สมาชิกสามัญ
- (๒) สมาชิกวิสามัญ
- (๓) สมาชิกสมทบ
- (๔) สมาชิกกิตติมศักดิ์

มาตรา ๑๓ สมาชิกสามัญต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (๒) มีสัญชาติไทย

(๓) สำเร็จการศึกษาวิชาการบัญชีไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี หรือได้รับประกาศนียบัตร หรือวุฒิอื่น เทียบเท่าปริญญาตรีสาขาวิชาการบัญชีที่สภาวิชาชีพบัญชีรับรอง หรือสำเร็จการศึกษาสาขาอื่นตามที่ สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด

(๔) ไม่เป็นผู้ประพฤติผิดจรรยาบรรณอันนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี ตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

หน้า ๕

เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๖๕ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๒๒ ตุลาคม ๒๕๔๗

(๕) ไม่เคยต้องโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในคดีที่เป็นการประทุพติผิดจรรยาบรรณอันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

(๖) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ หรือเป็นโรคตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๑๔ สมาชิกวิสามัญและสมาชิกสมทบต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย และต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

ความในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับผู้ซึ่งไม่มีสัญชาติไทยแต่มีสัญชาติของประเทศ ซึ่งยินยอมให้ผู้มีสัญชาติไทยประกอบอาชีพสอบบัญชีในประเทศนั้นได้ และประสงค์จะสมัครเข้าเป็นสมาชิกวิสามัญ แต่ผู้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๓ (๑) (๓) (๔) (๕) และ (๖)

มาตรา ๑๕ สมาชิกกิตติมศักดิ์ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้รับเชิญเป็นสมาชิกตามมติของคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๑๖ สมาชิกสามัญมีสิทธิและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) แสดงความคิดเห็นในการประชุมใหญ่

(๒) ออกเสียงลงคะแนนในการประชุมใหญ่

(๓) เลือกตั้ง รับเลือกตั้ง หรือรับแต่งตั้ง เป็นกรรมการหรือดำรงตำแหน่งอื่นอันเกี่ยวข้องกับกิจการของสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้

(๔) ชำระค่าบำรุงสมาชิกหรือค่าธรรมเนียมตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

(๕) ผดุงไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชีและปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

(๖) สิทธิและหน้าที่อื่นตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด

สมาชิกวิสามัญ สมาชิกสมทบ และสมาชิกกิตติมศักดิ์ มีสิทธิและหน้าที่ตาม (๑) (๔) (๕) และ (๖)

มาตรา ๑๗ สมาชิกภาพของสมาชิกสิ้นสุดลง เมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๓ หรือมาตรา ๑๔ หรือคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีมีมติเพิกถอนสำหรับกรณีสมาชิกกิตติมศักดิ์

(๔) ไม่ชำระค่าบำรุงสมาชิก โดยไม่มีเหตุอันสมควรตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๑๘ ให้มีการประชุมใหญ่สามัญสภาวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง
การประชุมใหญ่อื่นนอกจากการประชุมใหญ่สามัญ เรียกว่า การประชุมใหญ่วิสามัญ

มาตรา ๑๙ สมาชิกสามัญอาจขอให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการ
ที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ในการนี้ นายกสภาวิชาชีพบัญชีต้องเรียกประชุมใหญ่วิสามัญ
ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำขอ

มาตรา ๒๐ ในการประชุมใหญ่ ต้องมีสมาชิกสามัญมาประชุมไม่น้อยกว่าสองร้อยคนจึงเป็น
องค์ประชุม

การประชุมใหญ่ครั้งใด เมื่อล่วงพ้นเวลาที่กำหนดไว้เป็นเวลาสามสิบนาทีแล้วมีสมาชิกสามัญ
มาประชุมไม่ครบองค์ประชุมตามวรรคหนึ่ง และการประชุมนั้นได้เรียกประชุมตามมาตรา ๑๙ ให้งด
การประชุมครั้งนั้น แต่ถ้าคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีเป็นผู้จัดให้มีการประชุม ให้เลื่อนการประชุมนั้น
ออกไป โดยให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีเรียกประชุมใหญ่อีกครั้งหนึ่งภายในสามสิบวันและในการประชุมใหญ่
ครั้งนี้ ให้องค์ประชุมประกอบด้วยสมาชิกสามัญเท่าที่มาประชุม

มาตรา ๒๑ ในการประชุมใหญ่ให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีเป็นประธานในที่ประชุม ในกรณีที่
นายกสภาวิชาชีพบัญชีไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้หรือไม่ปฏิบัติหน้าที่ ให้อุปนายก
สภาวิชาชีพบัญชีคนที่หนึ่งหรือคนที่สองตามลำดับเป็นประธานในที่ประชุม ถ้านายกสภาวิชาชีพบัญชี
และอุปนายกสภาวิชาชีพบัญชีไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้หรือไม่ปฏิบัติหน้าที่
ให้สมาชิกสามัญที่มาประชุมเลือกสมาชิกสามัญคนหนึ่งทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม

หมวด ๓

คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๒๒ ให้มีคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย

(๑) นายกสภาวิชาชีพบัญชี ซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิกสามัญ

(๒) กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ ประธานคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีทุกด้าน ประธาน
คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชี และประธานคณะกรรมการจรรยาบรรณ

(๓) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งนายกสภาวิชาชีพบัญชีและกรรมการโดยตำแหน่งตาม (๒)
มีมติแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับวิชาการบัญชีสองคน และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกฎหมายหนึ่งคน

(๔) กรรมการซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิกสามัญ มีจำนวนไม่เกินห้าคน

ให้เลขาธิการสภาวิชาชีพบัญชีเป็นกรรมการและเลขานุการ และจะให้มีส่วนช่วยเลขานุการก็ได้ ตามความจำเป็นและตามมติของคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี

คุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามของนายกสภาวิชาชีพบัญชี กรรมการตาม (๓) และ (๔) และ หลักเกณฑ์และวิธีการเลือกตั้งนายกสภาวิชาชีพบัญชี และกรรมการตาม (๔) ให้เป็นไปตามข้อบังคับ สภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๒๓ นายกสภาวิชาชีพบัญชี และกรรมการตามมาตรา ๒๒ (๓) และ (๔) มีวาระ การดำรงตำแหน่งคราวละสามปี

ในกรณีที่นายกสภาวิชาชีพบัญชี หรือกรรมการตามมาตรา ๒๒ (๓) และ (๔) พ้นจากตำแหน่ง ก่อนครบวาระ หรือในกรณีที่ที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งกรรมการตามมาตรา ๒๒ (๔) เพิ่มขึ้น ในระหว่างที่กรรมการซึ่งเลือกตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับเลือกตั้งหรือแต่งตั้งแทน ตำแหน่งที่ว่างหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้น อยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการซึ่งได้เลือกตั้ง หรือแต่งตั้งไว้แล้ว

เมื่อครบกำหนดตามวาระในวาระหนึ่ง หากยังมีได้มีการเลือกตั้งนายกสภาวิชาชีพบัญชีหรือ ยังมีได้มีการแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา ๒๒ (๓) หรือยังมีได้มีการเลือกตั้งกรรมการตามมาตรา ๒๒ (๔) ขึ้นใหม่ ให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่ง เพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่านายกสภาวิชาชีพบัญชีหรือกรรมการซึ่งได้รับเลือกตั้งหรือแต่งตั้งใหม่เข้ารับ หน้าที่

นายกสภาวิชาชีพบัญชีหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับเลือกตั้งหรือ แต่งตั้งอีกได้ แต่นายกสภาวิชาชีพบัญชีจะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

มาตรา ๒๔ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ ให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีและกรรมการ ตามมาตรา ๒๒ (๓) และ (๔) พ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) พ้นจากสมาชิกภาพของสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี
- (๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี
- (๕) รัฐมนตรีมีคำสั่งให้พ้นจากตำแหน่งตามมาตรา ๖๓

มาตรา ๒๕ ให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีเลือกกรรมการเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งอุปนายก ตามจำนวนที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีกำหนด ตำแหน่งเลขาธิการ เภรัญญิก และนายทะเบียน ตำแหน่งละหนึ่งคน และตำแหน่งอื่นตามที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีกำหนดตามความจำเป็น

การปฏิบัติหน้าที่ อำนาจหน้าที่ และการพ้นจากตำแหน่งของผู้ดำรงตำแหน่งตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๒๖ การประชุมคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่า กึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

มติของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งในการลงคะแนนถ้าคะแนนเสียง เท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา ๒๗ คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี จะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือ ปฏิบัติการตามที่มอบหมายก็ได้

ให้นำความในมาตรา ๒๖ มาใช้บังคับแก่การประชุมของคณะอนุกรรมการโดยอนุโลม

มาตรา ๒๘ ให้คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) บริหารกิจการของสภาวิชาชีพบัญชีให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
- (๒) กระทำกิจการที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้
- (๓) เสนอร่างข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชีในกิจการต่างๆ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ต่อ ที่ประชุมใหญ่สภาวิชาชีพบัญชี

(๔) จัดให้มีการประชุมใหญ่

(๕) ออกระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๒๙ สมาชิกสามัญไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยคนจะเข้าชื่อเสนอร่างข้อบังคับตามมาตรา ๒๘ (๓) ต่อสภาวิชาชีพบัญชีด้วยก็ได้

ให้คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีจัดให้มีการประชุมใหญ่เพื่อพิจารณาร่างข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ตามวรรคหนึ่งโดยไม่ชักช้า

มาตรา ๓๐ วิธีการเสนอและการพิจารณาร่างข้อบังคับ ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

ร่างข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับค่าบำรุงสมาชิกหรือค่าธรรมเนียม หรือร่างข้อบังคับตาม มาตรา ๒๒ วรรคสาม มาตรา ๔๓ วรรคหนึ่ง และมาตรา ๔๔ วรรคสอง ต้องได้รับความเห็นชอบจาก คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีก่อน

หน้า ๕

เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๖๕ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๒๒ ตุลาคม ๒๕๔๗

ร่างข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชีซึ่งสภาวิชาชีพบัญชีอนุมัติ หรือคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีให้ความเห็นชอบตามวรรคสองแล้ว แล้วแต่กรณี เมื่อนายกสภาวิชาชีพบัญชีลงนามและประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้

มาตรา ๓๑ ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้นายกสภาวิชาชีพบัญชีมีอำนาจกระทำการแทนสภาวิชาชีพบัญชี ในกรณีนี้ นายกสภาวิชาชีพบัญชีจะมอบหมายเป็นหนังสือให้กรรมการอื่นกระทำการแทนตนเฉพาะในกิจการใดก็ได้

มาตรา ๓๒ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านต่าง ๆ ให้มีคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีของแต่ละด้าน ประกอบด้วยประธานกรรมการและกรรมการอื่นมีจำนวนตามที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีกำหนด

ประธานกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านต่าง ๆ ให้มาจากการเลือกตั้งของสมาชิกสามัญ โดยที่ประชุมใหญ่สภาวิชาชีพบัญชี

คุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามของประธานกรรมการหรือกรรมการวิชาชีพบัญชีตามวรรคหนึ่ง การแต่งตั้งหรือการเลือกตั้ง การดำรงตำแหน่ง การพ้นจากตำแหน่ง อำนาจหน้าที่ และการดำเนินการอื่นของประธานกรรมการหรือกรรมการวิชาชีพบัญชี ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

หมวด ๔

คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชี

มาตรา ๓๓ ให้มีคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์เกี่ยวกับการบัญชี มีจำนวนไม่น้อยกว่าเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบเอ็ดคน และผู้แทนกรมการประกันภัย ผู้แทนกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้แทนกรมสรรพากร ผู้แทนธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้แทนสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน และผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เป็นกรรมการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสามปี

ให้กรรมการตามวรรคหนึ่งเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการ และเลือกกรรมการอีกคนหนึ่งเป็นเลขานุการ

คุณสมบัติ ลักษณะต้องห้าม การคัดเลือก และการพ้นจากตำแหน่งของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๓๔ ให้คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีมีอำนาจหน้าที่กำหนดและปรับปรุงมาตรฐานการบัญชี เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการจัดทำบัญชีตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชีและกฎหมายอื่น มาตรฐานการบัญชีต้องจัดทำขึ้นเป็นภาษาไทย

มาตรฐานการบัญชีที่คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีกำหนดและปรับปรุงเมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี และประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้

เมื่อได้รับแจ้งจากผู้ทำบัญชี ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน กรรมการประกันภัย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมสรรพากร ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือหน่วยงานอื่นใด ว่ามีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดไว้ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือการปฏิบัติตามมาตรฐานดังกล่าวทำให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ หรือเป็นอุปสรรคต่อการประกอบกิจการ คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีต้องดำเนินการตรวจสอบและรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง และกำหนด ปรับปรุง หรือพัฒนามาตรฐานการบัญชีโดยพลัน

มาตรา ๓๕ คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีอาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณา หรือปฏิบัติการอย่างใดก็ตามที่มอบหมายได้

มาตรา ๓๖ ให้นำความในมาตรา ๒๖ มาใช้บังคับกับการประชุมคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีและคณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีแต่งตั้งโดยอนุโลม

หมวด ๕

การควบคุมการประกอบวิชาชีพด้านการสอบบัญชี

มาตรา ๓๗ ในกรณีที่มีกฎหมายบัญญัติให้มีการสอบบัญชี หรือให้เอกสารใดต้องมีผู้สอบบัญชี ลงลายมือชื่อรับรองหรือแสดงความเห็น ห้ามมิให้ผู้ใดลงลายมือชื่อรับรองการสอบบัญชี รับรองเอกสาร หรือแสดงความเห็นในฐานะผู้สอบบัญชี เว้นแต่เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หรือเป็นการกระทำในอำนาจหน้าที่ทางราชการ

มาตรา ๓๘ ผู้ใดจะเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตต้องได้รับใบอนุญาตจากสภาวิชาชีพบัญชี

การขอรับใบอนุญาต การอนุญาต และการออกใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้เป็นไปตามแบบและหลักเกณฑ์ที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

เมื่อได้รับใบอนุญาตแล้วและใบอนุญาตนั้นมีได้ถูกพักใช้หรือถูกเพิกถอนให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้รับยกเว้นไม่ต้องขออนุญาตต่ออธิบดีกรมสรรพากรในการตรวจสอบและรับรองบัญชีตามประมวลรัษฎากร มาตรา ๓๕ ผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) เป็นสมาชิกสามัญหรือสมาชิกวิสามัญตามมาตรา ๑๔ วรรคสอง แต่ในกรณีเป็นสมาชิกวิสามัญซึ่งเป็นคนต่างด้าวต้องเป็นผู้มีความรู้ภาษาไทยดีพอที่จะสามารถสอบบัญชีและจัดทำรายงานเป็นภาษาไทยได้ และมีภูมิลำเนาในประเทศไทย และเมื่อได้รับใบอนุญาตแล้วต้องได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการทำงานของคนต่างด้าวด้วย จึงจะปฏิบัติงานเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้

(๒) ผ่านการทดสอบหรือฝึกอบรมหรือฝึกงานหรือเคยปฏิบัติงานเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีมาแล้วตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

(๓) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เนื่องจากกระทำความผิดตามมาตรา ๒๖๕ มาตรา ๓๒๓ หรือความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สินเว้นแต่ความผิดฐานทำให้เสียทรัพย์และความผิดฐานบุกรุกตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชี กฎหมายว่าด้วยผู้สอบบัญชี หรือกฎหมายว่าด้วยการกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ เฉพาะที่เกี่ยวกับการรับรองงบการเงินหรือบัญชีอื่นใดอันไม่ถูกต้องหรือทำรายงานเท็จหรือความผิดตามหมวด ๕ และหมวด ๖ แห่งพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่ต้องคำพิพากษาหรือพ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

(๔) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๕) มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๔๐ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตซึ่งถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตอาจขอรับใบอนุญาตอีกได้เมื่อพ้นห้าปีนับแต่วันที่ถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาต แต่เมื่อคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีได้พิจารณาคำขอรับใบอนุญาตและปฏิเสธการออกใบอนุญาต ผู้นั้นจะยื่นคำขอรับใบอนุญาตได้อีกเมื่อสิ้นระยะเวลาหนึ่งปีนับแต่วันที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีปฏิเสธการออกใบอนุญาต ถ้าคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีปฏิเสธการออกใบอนุญาตเป็นครั้งที่สองแล้ว ผู้นั้นเป็นอันหมดสิทธิขอรับใบอนุญาตอีกต่อไป

มาตรา ๔๑ ใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตไม่มีอายุ แต่ผู้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนด

ใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตสิ้นผล เมื่อผู้รับใบอนุญาต

- (๑) ตาย
- (๒) พ้นจากสมาชิกภาพของสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี
- (๓) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๓๕
- (๔) ถูกเพิกถอนใบอนุญาตเนื่องจากประพฤติผิดจรรยาบรรณ
- (๕) ไม่ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและไม่ได้รับการผ่อนผันตามที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี

กำหนด

(๖) ไม่เข้ารับการอบรมตามหลักสูตรที่สภาวิชาชีพบัญชีกำหนดให้ครบถ้วนตามมาตรา ๔๓ และสภาวิชาชีพบัญชีไม่ได้มีคำสั่งพักใช้ใบอนุญาต

มาตรา ๔๒ เมื่อสภาวิชาชีพบัญชีได้รับคำขอรับใบอนุญาตแล้วเห็นว่าผู้ยื่นคำขอมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๓๕ ให้สภาวิชาชีพบัญชีพิจารณาออกใบอนุญาตให้ผู้ยื่นคำขอโดยเร็ว ซึ่งต้องไม่เกินเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำขอ

ในกรณีที่สภาวิชาชีพบัญชีไม่ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ยื่นคำขอ สภาวิชาชีพบัญชีต้องแสดงเหตุผลของการไม่ออกใบอนุญาตไว้โดยชัดแจ้ง ในกรณีเช่นนี้ผู้ยื่นคำขอมีสสิทธิอุทธรณ์การไม่ออกใบอนุญาต ต่อคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำกับดูแล การประกอบวิชาชีพบัญชีกำหนด

มาตรา ๔๓ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีหน้าที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรมหรือเข้าร่วมประชุมสัมมนา ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตผู้ใดไม่ปฏิบัติตามวรรคหนึ่ง สภาวิชาชีพบัญชีจะมีคำสั่งพักใช้ใบอนุญาต ของผู้นั้นไว้จนกว่าผู้นั้นจะได้ปฏิบัติตามก็ได้

หมวด ๖

การควบคุมการประกอบวิชาชีพด้านการทำบัญชี

มาตรา ๔๔ ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบวิชาชีพเป็นผู้ทำบัญชี เว้นแต่เป็นสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี หรือขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชี

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการขึ้นทะเบียนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามข้อบังคับ สภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๔๕ ผู้ทำบัญชีที่จะขึ้นทะเบียนกับสภาวิชาชีพบัญชีต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีภูมิลำเนาหรือดินที่อยู่ในราชอาณาจักร
- (๒) มีความรู้ภาษาไทยเพียงพอที่จะทำบัญชีเป็นภาษาไทยได้
- (๓) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เนื่องจากกระทำความผิดตามฐานความผิดหรือกฎหมายที่กำหนดในมาตรา ๓๕ (๓) เว้นแต่ต้องคำพิพากษาหรือพ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่าสามปี
- (๔) มีคุณวุฒิการศึกษาตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี
- (๕) ไม่มีลักษณะต้องห้ามอื่น ตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

หมวด ๗

จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๔๖ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีหรือผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชีมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี และต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนตามมาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี หรือมาตรฐานอื่นใดที่เกี่ยวข้องที่กำหนดตามพระราชบัญญัตินี้

บุคคลตามวรรคหนึ่งผู้ใดไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือมาตรฐานที่กำหนดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่าผู้นั้นประพฤติผิดจรรยาบรรณ

มาตรา ๔๗ ให้สภาวิชาชีพบัญชีจัดทำจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีขึ้นเป็นภาษาไทย และอย่างน้อยต้องประกอบด้วยข้อกำหนดในเรื่องดังต่อไปนี้

- (๑) ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน
- (๓) ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ
- (๔) ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้

มาตรา ๔๘ ข้อความใดในสัญญาจ้างสอบบัญชีที่กำหนดให้มีผลเป็นการจำกัดหรือปฏิเสธความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตข้อความนั้นเป็นโมฆะ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะรายงานผลการสอบบัญชีโดยระบุข้อความใดอันแสดงว่าตนไม่รับผิดชอบในผลการตรวจสอบ หรือแสดงความไม่ชัดเจนในผลการตรวจสอบเพราะเหตุที่ตนมิได้ปฏิบัติหน้าที่โดยครบถ้วนที่พึงคาดหวังได้จากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหรือโดยครบถ้วนตามมาตรฐานการสอบบัญชีมิได้

การกระทำตามวรรคสองถือว่าเป็นการประพฤติดิจจรยาบรรณ

มาตรา ๔๘ โทษการประพฤติดิจจรยาบรรณ มีดังต่อไปนี้

- (๑) ตักเตือนเป็นหนังสือ
- (๒) ภาคทัณฑ์
- (๓) พักใช้ใบอนุญาต พักการขึ้นทะเบียน หรือห้ามการประกอบวิชาชีพบัญชีด้านที่ประพฤติดิจจรยาบรรณโดยมีกำหนดเวลา แต่ไม่เกินสามปี

(๔) เพิกถอนใบอนุญาต เพิกถอนการขึ้นทะเบียนหรือสั่งให้พ้นจากการเป็นสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๕๐ ให้มีคณะกรรมการจรรยาบรรณ มีจำนวนไม่น้อยกว่าเก้าคนแต่ไม่เกินสิบห้าคน ซึ่งคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีแต่งตั้งโดยความเห็นชอบของที่ประชุมใหญ่สภาวิชาชีพบัญชีจากผู้ซึ่งมีความเที่ยงธรรมและมีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นที่ประจักษ์ และมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นสมาชิกสามัญ
- (๒) ประกอบวิชาชีพบัญชีมาแล้วไม่น้อยกว่าระยะเวลาตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี
- (๓) ไม่เคยถูกลงโทษฐานประพฤติดิจจรยาบรรณผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
- (๔) ไม่ดำรงตำแหน่งนายกสภาวิชาชีพบัญชีหรือเป็นกรรมการหรืออนุกรรมการอื่นตามพระราชบัญญัตินี้

ในกรณีที่เป็นการสมควรให้ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐและคณะกรรมการจรรยาบรรณได้วินิจฉัยเรื่องเกี่ยวกับการประพฤติดิจจรยาบรรณโดยมีมาตรฐานเดียวกัน ให้คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีโดยความเห็นชอบของที่ประชุมใหญ่สภาวิชาชีพบัญชีขอให้ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่กฎหมายกำหนดให้มีหน้าที่ดูแลเรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีแต่งตั้งผู้แทนของตนเพื่อเป็นกรรมการจรรยาบรรณตามวรรคหนึ่งได้ ในกรณีนี้ไม่ให้นำความในวรรคหนึ่ง (๑) และ (๒) มาใช้บังคับ

ให้คณะกรรมการจรรยาบรรณเลือกกรรมการจรรยาบรรณด้วยกันคนหนึ่ง เป็นประธานกรรมการ และจะให้มีผู้ดำรงตำแหน่งอื่นตามที่คณะกรรมการจรรยาบรรณกำหนดก็ได้

มาตรา ๕๑ ให้กรรมการจรรยาบรรณมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสามปี และอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

ให้กรรมการจรรยาบรรณซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระปฏิบัติหน้าที่ไปพลางก่อนจนกว่ากรรมการจรรยาบรรณใหม่จะเข้ารับหน้าที่

มาตรา ๕๒ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ ให้กรรมการจรรยาบรรณพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๕๐

(๔) ที่ประชุมใหญ่สภาวิชาชีพบัญชีมีมติให้ออกด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนสมาชิกสามัญที่มาประชุม แต่ต้องไม่น้อยกว่าสองร้อยคะแนนเสียง

ในกรณีที่ตำแหน่งว่างลงก่อนครบวาระ ให้คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีแต่งตั้งกรรมการจรรยาบรรณแทนตำแหน่งที่ว่างไปพลางก่อน และให้กรรมการจรรยาบรรณซึ่งได้รับแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ได้จนถึงการประชุมใหญ่คราวต่อไป

มาตรา ๕๓ เมื่อมีผู้กล่าวหาหรือปรากฏต่อคณะกรรมการจรรยาบรรณว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีหรือผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชีผู้ใดประพฤติผิดจรรยาบรรณ ให้คณะกรรมการจรรยาบรรณดำเนินการสอบสวนพิจารณาโดยเร็ว

สิทธิการกล่าวหาตามวรรคหนึ่ง สิ้นสุดลงเมื่อพ้นหนึ่งปีนับแต่วันที่ผู้ได้รับความเสียหายหรือผู้กล่าวหาหรือผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชีผู้ใดประพฤติผิดจรรยาบรรณ ทั้งนี้ไม่เกินสามปีนับแต่วันที่มีการประพฤติผิดจรรยาบรรณนั้น

การยื่นคำกล่าวหา การสอบสวน และการพิจารณาเรื่องจรรยาบรรณให้เป็นไปตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

ในการดำเนินการสอบสวนของคณะกรรมการจรรยาบรรณ คณะกรรมการจรรยาบรรณจะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการแทนก็ได้ โดยประกอบด้วยกรรมการจรรยาบรรณอย่างน้อยหนึ่งคนและอนุกรรมการอื่นซึ่งคณะกรรมการจรรยาบรรณแต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๕๐ (๑) (๓) และ (๔) ตามจำนวนที่เห็นสมควร

คณะกรรมการจรรยาบรรณและคณะอนุกรรมการมีอำนาจเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ถ้อยคำหรือชี้แจงข้อเท็จจริงหรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือส่งบัญชี ทะเบียน เอกสาร หรือหลักฐานใด เพื่อตรวจสอบหรือประกอบการพิจารณา เพื่อประโยชน์แก่การสอบสวนก็ได้

เมื่อคณะกรรมการทำการสอบสวนเสร็จแล้ว ให้เสนอเรื่องพร้อมทั้งความเห็นต่อคณะกรรมการจรรยาบรรณเพื่อพิจารณา

การถอนเรื่องการกล่าวหาที่ได้ยื่นหรือแจ้งไว้แล้วนั้น ไม่เป็นเหตุให้ระงับการดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๕๔ เมื่อคณะกรรมการจรรยาบรรณพิจารณาจากผลการสอบสวนแล้วมีมติว่าผู้ใดประพฤติผิดจรรยาบรรณ ให้มีคำสั่งลงโทษผู้นั้นตามมาตรา ๕๕

ในกรณีที่คณะกรรมการจรรยาบรรณมีมติว่าผู้ถูกกล่าวหามิได้ประพฤติผิดจรรยาบรรณให้สั่งยกคำกล่าวหา

การออกคำสั่งลงโทษตามวรรคหนึ่งหรือการออกคำสั่งยกคำกล่าวหาตามวรรคสอง ให้แจ้งคำสั่งให้ผู้กล่าวหาและผู้ถูกกล่าวหาทราบเป็นหนังสือโดยเร็ว

มาตรา ๕๕ ผู้กล่าวหาหรือผู้ซึ่งถูกคณะกรรมการจรรยาบรรณสั่งลงโทษมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งตามมาตรา ๕๔ ต่อคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีกำหนด

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีให้เป็นที่สุด

การอุทธรณ์คำสั่งไม่เป็นการทุเลาการปฏิบัติตามคำสั่งลงโทษ เว้นแต่คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีจะสั่งเป็นอย่างอื่น

มาตรา ๕๖ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการจรรยาบรรณและอนุกรรมการจรรยาบรรณที่คณะกรรมการจรรยาบรรณแต่งตั้งเป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

มาตรา ๕๗ กรรมการจรรยาบรรณหรืออนุกรรมการจรรยาบรรณผู้ใดมีส่วนได้เสียเป็นการส่วนตัวในเรื่องที่ปรึกษาหารือเรื่องหนึ่งเรื่องใด ห้ามมิให้เข้าร่วมพิจารณา ปรึกษาหารือ หรือลงคะแนนเสียงในเรื่องนั้น

มาตรา ๕๘ ให้นำความในมาตรา ๒๖ มาใช้บังคับกับการประชุมของคณะกรรมการจรรยาบรรณและคณะกรรมการจรรยาบรรณโดยอนุโลม

หมวด ๘

การกำกับดูแล

มาตรา ๕๙ ให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย

(๑) ปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกรรมการ

(๒) กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ อธิบดีกรมการประกันภัย อธิบดีกรมสรรพากร ผู้ว่าการตรวจเงินแผ่นดิน ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย เลขานุการสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นายกสภาวิชาชีพบัญชี ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประธานสมาคมธนาคารไทย และประธานกรรมการหอการค้าไทย

(๓) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับวิชาการบัญชีสองคน และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกฎหมายหนึ่งคน

ให้อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นกรรมการและเลขานุการ และให้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นผู้ช่วยเลขานุการตามความจำเป็น

ให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้าทำหน้าที่ธุรการและสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี ตามที่คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีมอบหมาย

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตาม (๓) มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสามปี และอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งเกินสองวาระติดต่อกันไม่ได้

มาตรา ๖๐ ให้คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) กำกับดูแลการดำเนินกิจการของสภาวิชาชีพบัญชีให้เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสภาวิชาชีพบัญชี

(๒) เสนอแนะให้มีการตราพระราชกฤษฎีกาตามมาตรา ๕

(๓) ให้ความเห็นชอบข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชีตามมาตรา ๓๐ วรรคสอง และมาตรฐานการบัญชีตามมาตรา ๓๔ วรรคสาม

(๔) พิจารณาอุทธรณ์ของผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามมาตรา ๔๒ วรรคสอง

(๕) พิจารณาอุทธรณ์ของผู้กล่าวหาหรือผู้ซึ่งถูกคณะกรรมการจรรยาบรรณสั่งลงโทษตามมาตรา ๕๕ วรรคหนึ่ง

(๖) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อปฏิบัติการตามที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๖๑ ในการดำเนินการของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีตามมาตรา ๖๐ (๑) ให้คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีมีอำนาจดังต่อไปนี้ด้วย

- (๑) สอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานของสภาวิชาชีพบัญชี
- (๒) ส่งเป็นหนังสือให้สมาชิก กรรมการ หรืออนุกรรมการอื่นใดของสภาวิชาชีพบัญชีหรือบุคคลใดชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจการของสภาวิชาชีพบัญชี
- (๓) ส่งเป็นหนังสือให้สภาวิชาชีพบัญชี คณะกรรมการ หรือคณะอนุกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ระงับ แก้ไข หรือวางมาตรการแก้ไขการกระทำอันเป็นการขัดต่อกฎหมาย วัตถุประสงค์ หรือข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๖๒ ให้นำความในมาตรา ๒๖ มาใช้บังคับกับการประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี และคณะอนุกรรมการ ซึ่งคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี แต่งตั้งโดยอนุโลม

มาตรา ๖๓ เมื่อปรากฏว่านายกสภาวิชาชีพบัญชี กรรมการ หรืออนุกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี หรือกระทำการอันเป็นการเสื่อมเสียอย่างร้ายแรงแก่สภาวิชาชีพบัญชี ให้คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชี ทำการสอบสวนโดยเร็ว และเสนอผลการพิจารณาเพื่อให้รัฐมนตรีมีคำสั่งให้นายกสภาวิชาชีพบัญชี กรรมการ หรืออนุกรรมการผู้นั้นพ้นจากตำแหน่ง

คำสั่งของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

ในกรณีที่กรรมการโดยตำแหน่งตามมาตรา ๒๒ (๒) ผู้ใดถูกสั่งให้พ้นจากตำแหน่งตามวรรคหนึ่ง ให้กรรมการผู้นั้นพ้นจากตำแหน่งตามมาตรา ๒๒ (๒) ด้วย

มาตรา ๖๔ ในกรณีที่รัฐมนตรีมีคำสั่งตามมาตรา ๖๓ อันเป็นผลให้จำนวนกรรมการของคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีเหลือไม่ถึงกึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการที่พึงมี ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งสมาชิกสามัญเท่าจำนวนกรรมการที่จะมีได้ตามมาตรา ๒๒ เป็นกรรมการชั่วคราวแทนกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งในวันเดียวกันกับวันที่รัฐมนตรีมีคำสั่งให้กรรมการพ้นจากตำแหน่ง

ให้มีการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งกรรมการใหม่ตามมาตรา ๒๒ ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่รัฐมนตรีมีคำสั่งแต่งตั้งกรรมการชั่วคราว เว้นแต่มีวาระเหลืออยู่ไม่ถึงหนึ่งร้อยแปดสิบวัน รัฐมนตรีจะสั่งให้ไม่มีการเลือกตั้งก็ได้ และให้ผู้ซึ่งได้รับเลือกตั้งหรือแต่งตั้งเป็นกรรมการแทนอยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน

ให้กรรมการชั่วคราวซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งเมื่อกรรมการใหม่เข้ารับหน้าที่แล้ว

หน้า ๑๕

เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๖๕ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๒๒ ตุลาคม ๒๕๔๗

หมวด ๕

บทกำหนดโทษ

มาตรา ๖๕ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๐ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๖ นิติบุคคลใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๑๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาทและปรับอีกไม่เกินวันละหนึ่งหมื่นบาทจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๖๗ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๓๗ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๘ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตผู้ใดถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตตามมาตรา ๔๓ ทำการสอบบัญชีในระหว่างนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๙ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๔ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๐ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีหรือผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชีผู้ใดถูกลงโทษประพฤตินิติจรรยาบรรณตามมาตรา ๔๕ (๓) หรือ (๔) ทำการประกอบวิชาชีพบัญชีในระหว่างนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๑ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการจรรยาบรรณตามมาตรา ๕๓ วรรคห้า หรือคำสั่งของคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีตามมาตรา ๖๑ (๒) หรือ (๓) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๒ ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้เป็นนิติบุคคลให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคล หุ้่นส่วนผู้จัดการ ผู้แทนนิติบุคคล หรือนุคคลใด ซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินการของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นๆ ด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นหรือยินยอมในการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้น

บทเฉพาะกาล

มาตรา ๗๓ ให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. ๒๕๐๕ ในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ต่อไปจนกว่าใบอนุญาตจะสิ้นอายุหรือถูกเพิกถอนตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๑๔ ในวาระเริ่มแรก ให้คณะกรรมการสมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยทำหน้าที่คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีจนกว่าคณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้จะเข้ารับหน้าที่ และให้ถือว่านายกสมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยเป็นนายกสภาวิชาชีพบัญชีจนกว่าจะมีการเลือกตั้งนายกสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๑๕ ในระหว่างที่สภาวิชาชีพบัญชียังมีสมาชิกไม่ถึงห้าร้อยคน ให้คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีทำหน้าที่สภาวิชาชีพบัญชีเพื่ออนุมัติหรือให้ความเห็นชอบข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชี

มาตรา ๑๖ ให้บรรดากฎกระทรวง ข้อบังคับ หรือประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. ๒๕๐๕ มีผลใช้บังคับต่อไปจนกว่าจะมีกฎกระทรวง ข้อบังคับ หรือประกาศตามพระราชบัญญัตินี้ในเรื่องเดียวกันออกใช้บังคับ

ในกรณีที่มีปัญหาไม่อาจปฏิบัติตามกฎกระทรวง ข้อบังคับ หรือประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติผู้สอบบัญชี พ.ศ. ๒๕๐๕ ได้ในเรื่องใด ให้คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีกำหนดวิธีปฏิบัติหรือยกเว้นการปฏิบัติในเรื่องนั้นขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการทั่วไปได้

มาตรา ๑๗ ในวาระเริ่มแรกที่ยังมิได้มีการกำหนดมาตรฐานการบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพบัญชีจะกำหนดให้ใช้มาตรฐานการบัญชีที่สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยได้กำหนดขึ้นและใช้กันแพร่หลายอยู่แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับเป็นมาตรฐานการบัญชีตามพระราชบัญญัตินี้ไปพลางก่อนก็ได้

มาตรา ๑๘ นิติบุคคลใดให้บริการการสอบบัญชีหรือการทำบัญชีอยู่แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ยื่นขอจดทะเบียนต่อสภาวิชาชีพบัญชีภายในหนึ่งปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

(๑) นิติบุคคลนั้นต้องจัดให้มีหลักประกันตามมาตรา ๑๑ (๑) ให้ครบถ้วนภายในระยะเวลาตามที่กำหนดในกฎกระทรวงซึ่งต้องไม่เกินกว่าสามปี

(๒) ดำเนินการให้ถูกต้องตามมาตรา ๑๑ (๒) ให้ครบถ้วนภายในสามปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ - เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากในปัจจุบันนี้การประกอบวิชาชีพบัญชีได้ขยายครอบคลุมออกไปหลายด้านไม่ว่าการทำบัญชี การสอบบัญชี การบัญชีบริหาร การวางระบบบัญชี การบัญชีภาษีอากร การศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี หรือบริการด้านอื่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกิจกรรมในทางธุรกิจต่างๆ อย่างกว้างขวาง สมควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอยู่ภายใต้การดูแลของสภาวิชาชีพเดียวกันเพื่อเป็นศูนย์รวมและส่งเสริมความเป็นปึกแผ่นรวมทั้งให้ความรู้และพัฒนาส่งเสริมมาตรฐานการประกอบวิชาชีพ เพื่อให้ผู้ประกอบวิชาชีพมีคุณภาพและมาตรฐานและมีความก้าวหน้าในวิชาชีพ ตลอดจนเพื่อให้มีการควบคุมจรรยาบรรณการประกอบวิชาชีพ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววรรณิ์ ตั้งกิจสงวน
วันเดือนปีเกิด	17 กุมภาพันธ์ 2518
สถานที่เกิด	อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	4/6 เดอะทรีโอการ์เด็นท์ ซอยหมู่บ้านมิตรภาพ ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการบริษัท เอ็ม ซี พี เอ จำกัด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	4/6 เดอะทรีโอการ์เด็นท์ ซอยหมู่บ้านมิตรภาพ ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2529	ประถมศึกษา จากโรงเรียนบ้านสำนักทอง
พ.ศ. 2532	มัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนเพชรฆาตาวิทยา
พ.ศ. 2535	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาการบัญชี จากวิทยาลัยเทคนิคระยอง
พ.ศ. 2542	ปริญญาตรี สาขาการบัญชี จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2549	ปริญญาโท สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ