

**ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชี
ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด**

**สารนิพนธ์
ของ
สุลลิต อาดสว่าง**

**เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2550**

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชี
ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
สุลลิต อาดสว่าง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชี
ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

บทคัดย่อ
ของ
สุลลิต อาดสว่าง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2550

สุลลิต อาตสว้าง. (2550). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชทร

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีและแนวโน้มการให้บริการในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากลูกค้าที่ใช้หรือเคยใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำนวน 222 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.865 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการความแตกต่างกำลังสองน้อยที่สุดและสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีรูปแบบกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด ลักษณะกิจการเป็นบริษัทจำกัด ประเภทอุตสาหกรรมบริการ ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท อยู่ในระดับพึงพอใจ

3. พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ซึ่งได้แก่ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทมากที่สุด คือ คณะกรรมการบริหาร สิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทคือ ความเชื่อถือไว้วางใจในงานสอบบัญชี สื่อที่สำคัญที่สุดทำให้รู้จักการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทคือ จากรายชื่อผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจาก ก.ล.ต. ค่าสอบบัญชีที่ลูกค้าต้องการอย่างเหมาะสมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 159,307.47 บาท และค่าสอบบัญชีที่ลูกค้าจ่ายจริงโดยเฉลี่ยเท่ากับ 162,425.13 บาท สาเหตุการเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทเป็นครั้งแรกที่สำคัญมากที่สุดคือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัทและระยะเวลาการให้บริการมีจำนวนปีที่ให้บริการ ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 24 ปี

4. แนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตโดยรวม อยู่ในเกณฑ์คาดว่าจะใช้บริการในอนาคต ซึ่งได้แก่ แนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตต่อ อยู่ในเกณฑ์ใช้บริการแน่นอน และแนวโน้มการบอกต่อ อยู่ในเกณฑ์ที่คาดว่าจะบอกต่อ

5. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

6. ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านระยะเวลาการใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

7. ผู้ใช้บริการที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

8. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

9. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา และด้านช่องทางการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้และในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แต่มีความสัมพันธ์ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ

**CUSTOMERS' SATISFACTION AND BEHAVIOR ON USING AUDITING
SERVICES OF AUDITING COMPANY LIMITED**

**AN ABSTRACT
BY
SULALIT ARDSAWANG**

**Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Manangement
at Srinakharinwirot University
October 2007**

Sulalit Ardsawang. (2007). Customers' satisfaction and behavior on using auditing services of Auditing Company Limited. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School. Srinakarinwirot University. Project Advisor: Asso. Prof. Dr. Buddhagarn Ratchatarn.

The research's objective is studying in several aspects of customers' satisfaction about auditing services of Auditing Company Limited, which involve the services, price of service, channel of service, auditors and team staffs, auditing process and auditing company's image. Additionally, the research studies on customers' behavior as well as the tendency of theirs towards using the services of Auditing Company Limited.

Data of this research are collected from 222 companies, which are recent customers or used to be customers of Auditing Company Limited. The collecting tool is reliable questionnaire that its value of reliability is 0.865. The research's data are analyzed by statistical methods such as percentage, mean, standard deviation. The research hypothesis is regarded by statistical analysis. For example, One way analysis of variance: One-way ANOVA analyzes used to test mean difference of factors' group and LSD method compares mean difference of each group. Pearson Correlation is a statistical method that analyzes the factors' relation.

The research found as follows:

1. In a part of demographic factors, it can conclude that most of customers are a whole Thai owner enterprise. Their business unit structure is a limited company. They are categorized in service industrial section. The capital is maintained at Baht 101 million and over, moreover, their annual averaged income starts at Baht 501 million and above.

2. The customers' satisfaction towards using the service of Auditing Company Limited is at a level of satisfied in the aspects of an overall of marketing mixed; auditing services, price of service, channel of service, auditors and team staffs, auditing process and auditing company's image.

3. In a part of customers' behavior on using auditing services of Auditing Company Limited, the research has shown that the executive committee of customers is the most participant in a process of making decision to use auditing company's services. The first thing that customers concern when they decide to use auditing company's services is a reliability of auditing services. The best way makes the customers know about auditing company's services is a name list of licensee auditors of SEC. The reasonable average price of auditing fee in a customers' expectation is Baht 159,307.47 however, the exact

average price of auditing fee is Baht 162,425.13. At first time of customers' using the services of Auditing Company Limited, a major reason involves their decision is an improvement of their accounting transaction. The period of using auditing company's services of customers is 1 year at least and 24 years at most.

4. An overall of tendency of customers' behavior towards using the services of Auditing Company Limited in the future is at level of may be served the auditing company's services, when consider in more details, a tendency of customers' behavior to keep using the services of Auditing Company Limited is at level of certainty. In an aspect of trending to inform about auditing company's services to other person of customers is at level of perhaps inform to other person.

5. A difference of business unit structure of customers affects customers' behavior in the aspects of the price of auditing fee in a customers' expectation and the exact price of auditing fee differently at statistically significant level of .01.

6. A difference of industrial section of customers' business affects customers' behavior in the aspect of the period of using services of customers is affected differently at statistically significant level of .01.

7. A difference of sizing of customers' enterprise affects customers' behavior in the aspects of the price of auditing fee in a customers' expectation, the exact price of auditing fee and the period of using auditing company's services differently at statistically significant level of .01.

8. A difference of customers' annual averaged income affects customers' behavior in the aspects of the price of auditing fee in a customers' expectation, the exact price of auditing fee and the period of using auditing company's services differently at statistically significant level of .01.

9. The customers' satisfaction in the aspects of auditing services, auditors and team staffs, auditing process and auditing company's image do not relate with customers' behavior in the sides of the price of auditing fee in a customers' expectation, the exact price of auditing fee and the period of using services of customers at statistically significant level of .05. However, the customers' satisfaction in the aspects of price of service and channel of service do not relate to customers' behavior in the sides of the price of auditing fee in a customers' expectation and the exact price of auditing fee at statistically significant level of .05 but relate with a side of the period of using services of customers at statistically significant level of .01 at low level and in the opposite direction.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ
งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ของ สุลลิต อาดสว่าง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชทร)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชทร)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือนตุลาคม พ.ศ 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชทร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ที่กรุณาเป็นคณะกรรมการพิจารณาโครงการสารนิพนธ์ ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยให้สมบูรณ์ และเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า ซึ่งผู้วิจัยฯ รู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา ของคณาจารย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางในการทำสารนิพนธ์ ฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ตลอดจนขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ได้อบรมสั่งสอน และประสิทธิประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งสำหรับผู้วิจัย

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

และท้ายสุดขอขอบบิดา มารดา ผู้ดูแล เอาใจใส่ พี่และน้อง ตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นแรงใจและให้ความช่วยเหลือทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ตลอดจนบรรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ทำการอบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

สุลลิต อาดสว่าง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	9
ความหมายของการบริการ.....	9
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	11
การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน.....	14
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	16
ความหมายของความพึงพอใจ.....	16
ความสำคัญของความพึงพอใจ.....	16
มิติของความพึงพอใจ.....	17
ลักษณะความพึงพอใจในการบริการ.....	18
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า.....	19
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
ข้อมูลธุรกิจเกี่ยวกับบริษัทสอบบัญชี.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	24
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล.....	 36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	37
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	48
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	102
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	 106
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	106
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	106
ความสำคัญของการวิจัย.....	106
สมมติฐานในการวิจัย.....	107
ขอบเขตการวิจัย.....	107
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	107
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	108
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	110
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	110
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน.....	114
อภิปรายผล.....	119
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	121
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	123

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	125
ภาคผนวก.....	127
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	129
ภาคผนวก ข หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญจากบัณฑิตวิทยาลัย.....	136
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	139

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน (ความถี่)และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
2 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดด้านการให้บริการ.....	40
3 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดด้านราคา.....	41
4 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านช่องทางการให้บริการ.....	41
5 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดด้านบุคลากร.....	42
6 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดด้านกระบวนการให้บริการ.....	43
7 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดด้านภาพลักษณ์ของบริษัท.....	43
8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด.....	44
9 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด.....	47
10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด.....	47

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรูปแบบของ กิจการ.....	49
12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามลักษณะของ กิจการ.....	50
13 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่ตั้งไว้ จำแนก ตามลักษณะของกิจการ.....	51
14 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่จ่ายจริง จำแนกตามลักษณะของกิจการ.....	52
15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามประเภทของ อุตสาหกรรม.....	54
16 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม.....	55
17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามขนาดของ กิจการ.....	57
18 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่ตั้งไว้ จำแนก ตามขนาดของกิจการ.....	58
19 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่จ่ายจริง จำแนกตามขนาดของกิจการ.....	59

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
20	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี.....	61
21	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่ตั้งไว้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี.....	62
22	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบที่จ่ายจริง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี.....	64
23	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	67
24	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	68
25	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	70
26	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบุคลากร กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	71
27	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	73
28	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ.....	92
39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ.....	94
40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ.....	96
41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ.....	97
42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีต่อเนื่องในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด.....	99
43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด.....	100
44 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	102

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services)	13

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากในทุกๆด้าน ทำให้เกิดธุรกิจต่างๆในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จากการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลทำให้การทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการงานสอบบัญชีมีการขยายตัวและเติบโตขึ้นไปพร้อมกับธุรกิจที่มีเพิ่มขึ้น จึงทำให้บริษัทสอบบัญชีจำกัดที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยและบริษัทต่างชาติเกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดกับบริษัทสอบบัญชีจำกัดที่ตั้งขึ้นมาเป็นเวลานาน ทำให้บริษัทที่ตั้งมาเป็นเวลานานจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อคงไว้ซึ่งลูกค้าพร้อมทั้งการขยายการให้บริการเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับบริษัทที่ให้บริการงานสอบบัญชีที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ และจัดตั้งบริษัทมานานกว่า 10 ปี ที่ค่อยๆเติบโตอย่างมั่นคง

นอกจากบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากแล้ว ยังมีบริษัทสอบบัญชีจำกัดที่ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติที่มีขนาดใหญ่ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น จึงทำให้บริษัทสอบบัญชีจำกัดที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ต้องมีการวางกลยุทธ์ คือ (1) **ทางการตลาด** เพื่อทำการแข่งขันกับบริษัทที่ให้บริการงานสอบบัญชีที่ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติที่มีขนาดใหญ่ บริษัทคนไทยขนาดเล็กเคียงกันและขนาดเล็ก และ (2) **กระบวนการปฏิบัติงาน** ที่มีผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชีของประเทศไทยที่เป็นสากลมากขึ้น ดังนั้นจึงมีหลายองค์กรที่ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงพยายามปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจการให้บริการงานสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้นในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน มาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชีของประเทศไทยให้เท่าเทียมกับสากล ด้านการดูแลลูกค้า และด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเกี่ยวกับงานสอบบัญชี คือ “การสร้างคุณค่าต่อลูกค้า” หมายถึงการทำให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการใดสามารถทำได้ก็ถือว่าเป็นผู้ได้เปรียบต่อการแข่งขัน นอกจากนี้การแข่งขันในธุรกิจประเภทการให้บริการงานสอบบัญชียังได้มีความรุนแรงมากขึ้นส่งผลให้เกิดการแข่งขันชิงลูกค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าของแต่ละบริษัทที่มากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่จะมีประโยชน์ต่อผู้บริหารของบริษัทสอบบัญชีจำกัดทั้งหลาย รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องสำหรับการนำไปเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น และมีระดับเป็นมาตรฐานสากลตลอดจนสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ความมุ่งหมายการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีโดยรวมของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชี และแนวโน้มการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์จากผลการศึกษา กับบริษัทต่างๆ ที่ให้บริการงานสอบบัญชี ได้นำไปใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาระบบการปฏิบัติงานและกระบวนการการให้บริการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์การจัดการทางการตลาดของงานสอบบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นลูกค้าของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยคนไทย มีขนาดค่อนข้างใหญ่และตั้งมานานกว่า 10 ปี ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้บริการงานด้านสอบบัญชีกับบริษัทที่มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ทั่วประเทศ และมีฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนมาก จากข้อมูลฝ่ายเลขานุการมีลูกค้าที่ใช้บริการทั้งสิ้นจำนวน 453 บริษัท (ข้อมูลปี 2549)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากลูกค้าที่ใช้หรือเคยใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย จำนวน 453 บริษัท ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดความเชื่อมั่น .95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ ± 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจำนวน 222 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenient Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้

◆ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

1. รูปแบบของกิจการ

- 1.1 กิจการที่เป็นของต่างชาติทั้งหมด
- 1.2 กิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด
- 1.3 กิจการที่มีการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ

2. ลักษณะของกิจการ

- 2.1 บริษัทจำกัดมหาชน
- 2.2 บริษัทจำกัด
- 2.3 หน่วยงานราชการ
- 2.4 สถาบันต่างๆ
- 2.5 ห้างหุ้นส่วน
- 2.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ประเภทของอุตสาหกรรม

- 3.1 ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต
- 3.2 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- 3.3 ธุรกิจซื้อขายไป
- 3.4 ธุรกิจการให้บริการ
- 3.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ขนาดของกิจการ

- 4.1 ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท
- 4.2 ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท
- 4.3 ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท
- 4.4 ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท
- 4.5 ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป

5. รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปี

- 5.1 รายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท
- 5.2 รายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท
- 5.3 รายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท
- 5.4 รายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท
- 5.5 รายได้ตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป

◆ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชี

- 1. ด้านการให้บริการ
- 2. ด้านราคา
- 3. ด้านช่องทางการให้บริการ
- 4. ด้านบุคลากร
- 5. ด้านกระบวนการให้บริการ
- 6. ด้านภาพลักษณ์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

◆ พฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชี

- 1. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- 2. สิ่งที่น่าสนใจเลือกใช้บริการ
- 3. การรู้จักการให้บริการ
- 4. ราคาค่าบริการที่ต้องการอย่างเหมาะสม
- 5. สาเหตุการให้บริการเป็นครั้งแรก
- 6. ระยะเวลาการให้บริการ

◆ แนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต

1. การใช้บริการต่อ
2. การบอกต่อ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **บริษัท สอบบัญชี จำกัด** เป็นบริษัทนามสมมุติ ที่ดำเนินกิจการจริง หมายถึง นิติบุคคลที่ให้บริการงานด้านสอบบัญชี และเป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยคนไทยร้อยละ ๒๕
2. **ลูกค้า** หมายถึง บริษัท หน่วยงานและสถาบันต่างๆ ที่มาใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด
3. **ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ** หมายถึง ความรู้สึกดี ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกประทับใจ ความรู้สึกทางบวกของผู้ใช้บริการที่ได้รับการตอบสนองความต้องการหรือคาดหวังของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 3.1 **ด้านการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่องานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ได้แก่ ความรับผิดชอบของบริษัทในการช่วยแก้ไขปัญหา ความถูกต้องของงบการเงิน ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท ความชำนาญในการให้บริการและการให้บริการที่รวดเร็ว
 - 3.2 **ด้านราคา** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่องานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม และการกำหนดราคาสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน
 - 3.3 **ด้านช่องทางการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่องานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ
 - 3.4 **ด้านบุคลากร** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่องานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ได้แก่ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี การแต่งกาย การประพฤติปฏิบัติตัวและการตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน
 - 3.5 **ด้านกระบวนการให้บริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่องานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ได้แก่ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน งบการเงินที่ได้รับเมื่อเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงาน การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน การปฏิบัติตามแผนที่กำหนดและจำนวนบุคลากรเพียงพอกับงาน

3.6 ด้านภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ในการให้บริการของบริษัทสอบบัญชี จำกัด ได้แก่ ความมั่นคงของบริษัท ความเป็นผู้นำในการให้บริการงานสอบบัญชี และความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของบริษัท

4. **พฤติกรรมการใช้บริการ** หมายถึง การกระทำใดๆ ของผู้ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านต่างๆ ได้แก่ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สิ่งที่พิจารณาเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก ที่มาของการรู้จักการให้บริการงานสอบบัญชี ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ต่อการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง สาเหตุที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการและระยะเวลาที่ใช้บริการ
5. **การตัดสินใจเลือกใช้บริการ** หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจเลือกโดยมีจุดเริ่มจากการมองเห็นถึงปัญหา ความต้องการที่เหมาะสมและแสวงหาข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ
6. **แนวโน้มการใช้บริการในอนาคต** หมายถึง แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและพฤติกรรมการบอกต่อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

o ลักษณะประชากรศาสตร์

1. รูปแบบของกิจการ
2. ลักษณะของกิจการ
3. ประเภทอุตสาหกรรม
4. ขนาดของกิจการ
5. รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี

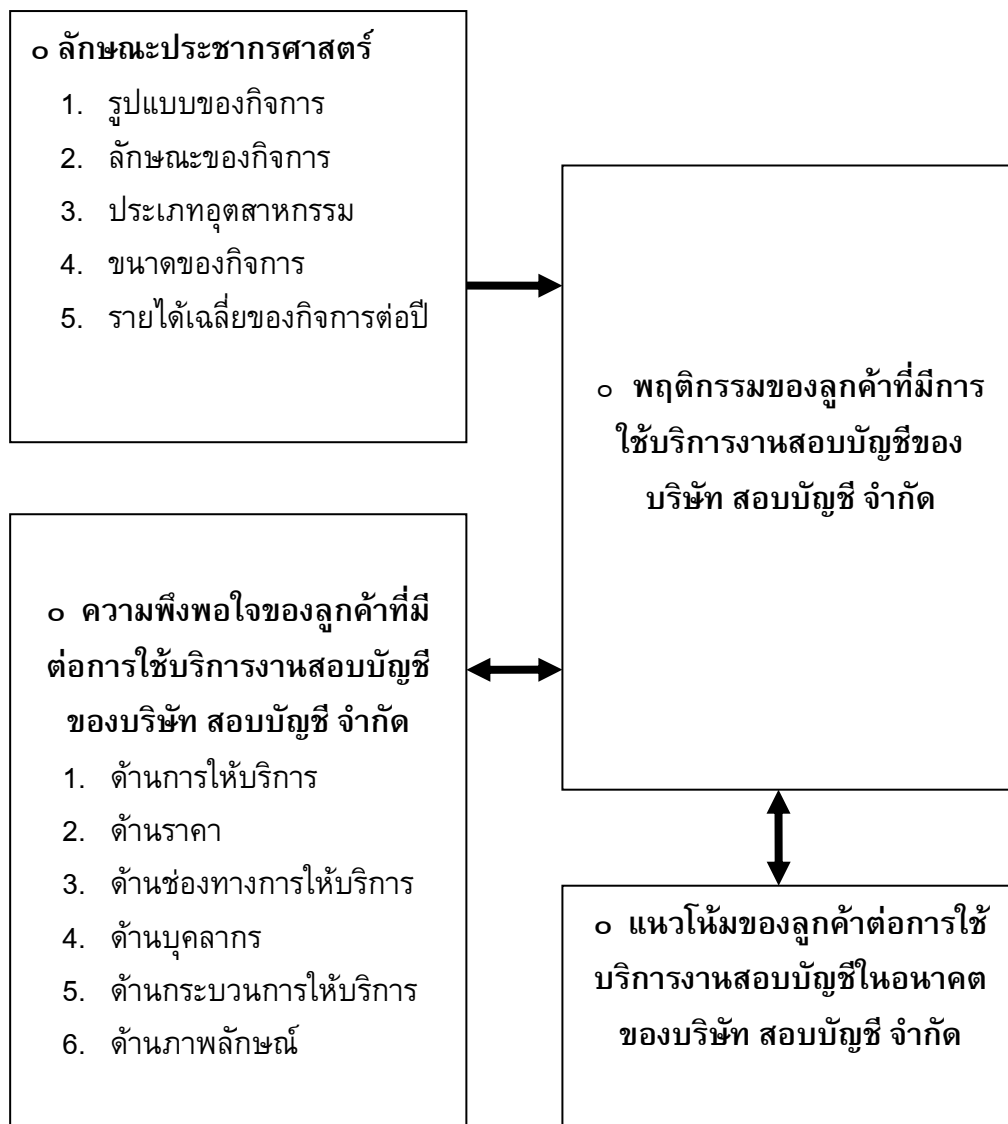
o ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

1. ด้านการให้บริการ
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการให้บริการ
4. ด้านบุคลากร
5. ด้านกระบวนการให้บริการ
6. ด้านภาพลักษณ์

ตัวแปรตาม

o พฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

o แนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด



สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด
3. พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรอบแนวความคิด และแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า
4. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท สอบบัญชี จำกัด
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 334) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า

วราพรรณ สันทิสนะโชค (2540 : 21) กล่าวว่า การให้บริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2543 : 6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการบริการ คือ กระบวนการกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัส แต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาที่มีการให้บริการนั้น

दनัย เทียนพุม (2543 : 10) กล่าวไว้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้า นั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ เพราะบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น หากเป็นทางด้านธุรกิจ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ ทำให้เกิดการขยายซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ๆ ตามมา การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์กร จะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่ง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 216) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ที่สนองตอบความต้องการแก่ลูกค้า ลักษณะของการบริการที่สำคัญมี 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคาส่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิก หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าการขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกใช้บริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยเน้นการให้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

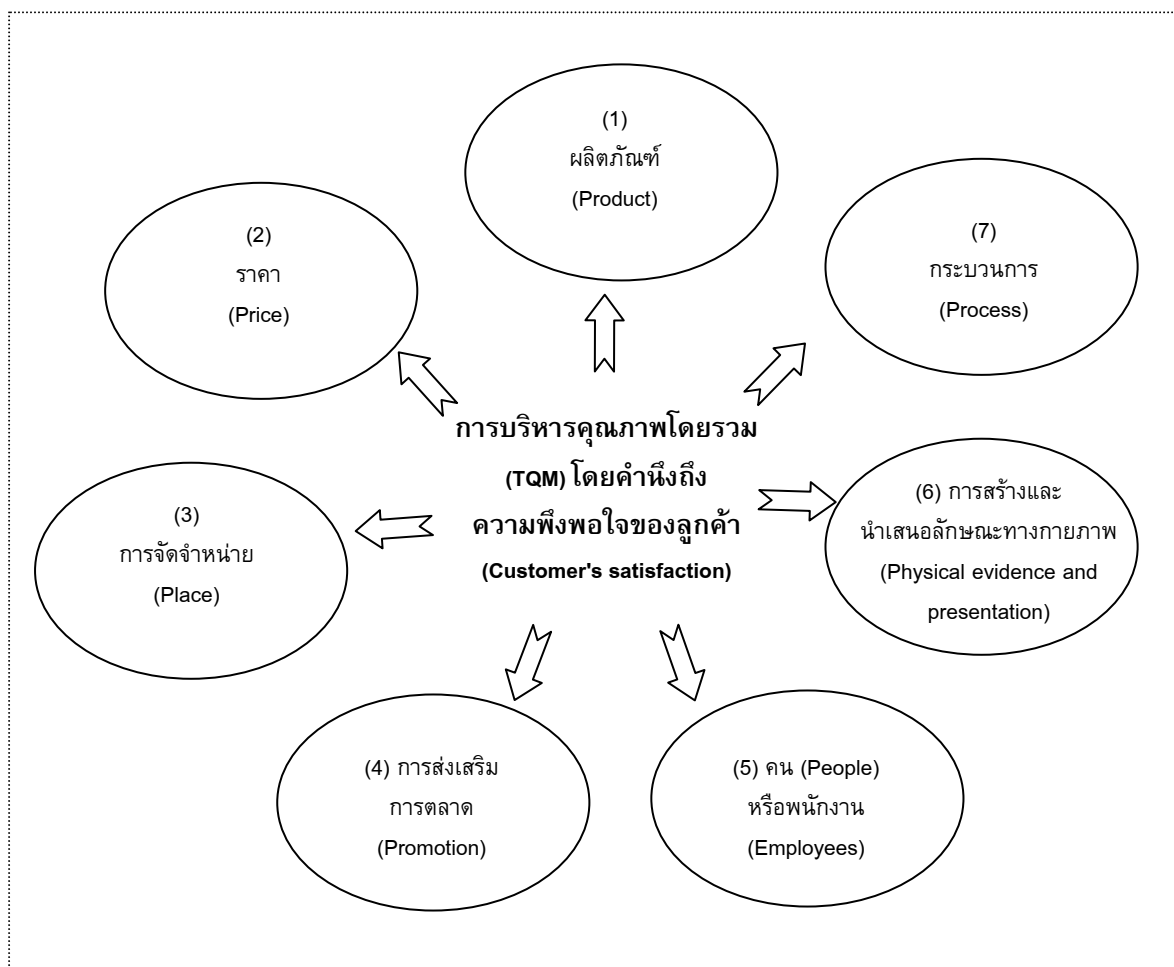
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (2) พิจารณาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อ แสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)
2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา หรืออาจ หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องให้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคา และการปรับปรุงราคาเพื่อทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้า ที่ส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาของสินค้านั้น ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา จะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคา ของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และภาวะการแข่งขัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วนคือ
 - 3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต,คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
 - 3.2 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า ผู้บริโภคและการบริหารสินค้าคงเหลือ
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำเครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมที่สำคัญ
5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง
6. ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ
7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction) ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services) ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า. 76.

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจการให้บริการ

การตลาดของธุรกิจบริการ ต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน (Internal marketing) ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วย และต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External marketing) โดยสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานให้บริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
2. การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Intracative marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical quality) เช่น วิธีการซ่อมแซม วิธีการซ่อมรถ

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional quality) เช่น มีความรู้ด้านการรักษา ด้าน การว่าความ

3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search qualities) เช่น ใบประกาศเกียรติคุณ หรือโล่แสดงถึงความสามารถในการให้บริการ

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience qualities) คือลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้หลังจากการซื้อบริการ เช่น ผลของการผ่าตัดตกแต่งบาดแผล

3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence qualities) คือ ลักษณะบริการที่ผู้ซื้ออยากที่จะประเมินแม้จะได้ใช้บริการแล้วก็ตาม เป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพความเชื่อถือที่ได้รับ

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพ การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Service quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาของการให้บริการ

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้าซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ (1) การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ (2) ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service features) ซึ่งได้แก่ บริการที่กิจการเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดย การตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจาก ประสบการณ์ในอดีต คำพูดการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้านเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ภายหลัง จากการรับบริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัย สัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มี แนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งชั้นทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

2. โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service-quality model) parasuraman, Zeithaml and Berry ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบ คุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดง 5 ช่องว่าง ดังนี้

2.1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภค (Gap between consumer expectation and management perception) ถ้าฝ่ายจัดการไม่สามารถ สร้างการรับรู้ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะเกิดช่องว่างนี้ขึ้น

2.2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการและลักษณะคุณภาพการให้บริการ (Gap between management perception and service-quality specifications) ฝ่ายจัดการอาจจะแก้ไข ความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานเฉพาะอย่าง

2.3 ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ (Gap between service-quality specification and service delivery) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะ ไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐาน

2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between service delivery and external communication) ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจาก ตัวแทนและการโฆษณาของบริษัท

2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้วัดการทำงานของบริษัทและไม่ เป็นไปตามความคาดหวัง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson.1975 :4) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึก ความนึกคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์เป็นไปตามความหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

Kotler Philip (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2546 :90) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจอย่างยิ่ง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกพอใจ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ย่อมแตกต่างกันอยู่ ความเชื่อ ความนิยม และประสบการณ์ที่ได้รับ

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากนี้ผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้ที่มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ 2534:15)

ยิ่งกว่านี้การให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อการบริการแล้ว ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มิติของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจสามารถจำแนกตามมิติได้ 2 มิติ

1. ความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) เน้นการประเมินค่าโดยบุคคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพึงพอใจในงานแตกต่างกันออกไป เช่น ลักษณะของงานที่ทำความก้าวหน้า การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ลักษณะของงาน (Type of work) หมายถึงงานที่มีลักษณะของงานต้องใช้ทักษะความสามารถ ซึ่งทำให้บุคคลมองเห็นคุณค่าและมีความสนใจในงานมากกว่างานที่มีลักษณะแบ่งแยกกันไปทำคนละเล็กละน้อย จากการศึกษาของวีรอม (Virom. 1964) ยังพบว่า งานที่เปิดโอกาสให้คนได้ใช้ความสามารถและความชำนาญจะมีผลทำให้บุคคลมีความพึงพอใจ

1.2 ความก้าวหน้า (Promotion) ในเรื่องความก้าวหน้าโดยดลเลื่อนขั้น หรือการเลื่อนตำแหน่ง ก่อให้เกิดความท้าทายที่จะทำงานในตำแหน่งและหน้าที่ใหม่ และยังเป็นการหาประสบการณ์ใหม่ด้วยในการที่จะทำงาน จะทำให้เกิดความดีความชอบสูงขึ้นไปอีก

1.3 การนิเทศงาน (Supervision) รูปแบบการนิเทศงานที่ดีควรเป็นรูปแบบที่ให้ผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งรูปแบบนี้มีความรู้สึกพอใจสูงกว่าการให้ปฏิบัติแบบเผด็จการ

1.4 เพื่อนร่วมงาน (Co-worker) มาตรฐานการทำงานของคนแต่ละคนจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับเพื่อนร่วมงานด้วย กลุ่มมีอิทธิพลต่อมาตรฐานการทำงาน และความพึงพอใจของบุคคลคือ

- หากบุคคลมีความเชื่อมั่นในกลุ่มทำงาน ก็จะทำให้เกิดผลผลิตที่ดีได้รับความร่วมมือและได้ประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด
- สัมพันธภาพภายในกลุ่ม มีความกลมเกลียวกันอย่างใกล้ชิดจะมีส่วนร่วมทำให้ทุกคนภายในกลุ่มปฏิบัติงานในลักษณะคล้ายกัน ถ้าหากกลุ่มมีความกลมเกลียวรักใคร่กันดีและมีจุดมุ่งหมายที่เป็นประโยชน์จะทำให้ผลผลิตสูงขึ้น

1.5 สวัสดิการ และประโยชน์เกื้อกูล หน่วยงานมีลักษณะได้วัดผลประโยชน์และบริการต่างๆ ให้กับบุคลากรในหน่วยงาน นอกเหนือจากค่าจ้างเพื่อเป็นการจูงใจให้กับบุคลากรให้อยู่กับหน่วยงานนานที่สุด มีความพึงพอใจ มีขวัญดี และตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) ความพึงพอใจในการบริการ เน้นการประเมินค่าโดยลูกค้า หรือผู้ใช้บริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือจุดของการบริการที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายของการปฏิบัติงานนั้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น และทัศนคติของผู้รับบริการต่อบริการของสถานที่

หน่วยงานที่ให้บริการ หลังจากที่คุณเข้ารับบริการได้มีโอกาสเข้าใช้บริการนั้นๆ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ

ลักษณะความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไป ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งซึ่งบุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นๆ และสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันออกไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้สิ่งต่างๆ เกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการของผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวัง ก็ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง ในสถานการณ์ก่อนที่คุณใช้บริการจะมารับบริการจะมารับบริการก็ตาม มักจะมีมาตรฐานการบริการนั้นอยู่ในใจอยู่แล้ว ซึ่งอาจเป็นแหล่งอ้างอิงคุณค่า หรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าจากผู้อื่น การรับทราบการประกันข้อมูลจากที่ต่างๆ การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงการให้บริการตลอดช่วงเวลา ความจริงและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับบริการก่อนมาใช้บริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับมีอิทธิพลต่อช่วงเวลาเผชิญความจริง หรือพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวัง หากสิ่งที่รับเป็นไปตามที่คาดหวัง ถือว่าเป็นการยืนยันที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังที่มีอยู่ ผู้รับบริการย่อมพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังซึ่งอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่าเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อนจากความหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้น จะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

3. ความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังไว้ของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ในอีกช่วงหนึ่ง หากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามก็ตาม นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่

กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่างๆ

มิลเลท (พีระพงศ์ จูตะกานนท์. 2546; อ้างอิงจาก John D. Millet.1954) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้ดังนี้

1. การให้บริการเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกันตามแนวบริหารงานของรัฐ ไม่มีการแบ่งชั้นกีดกันในการบริการ
2. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้วไม่เกิดประสิทธิภาพ ความพึงพอใจก็ไม่เกิดขึ้น
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Adequate Service) มีจำนวนและสถานที่การให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากแนวความคิดข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นการนำเสนอบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ไปยังลูกค้า โดยบริการเหล่านั้นควรเป็นบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้ามากที่สุดจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป ทั้งนี้การนำเสนอรูปแบบการบริการที่เหมือนกัน ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้นั้นอาจแตกต่างกันได้

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า

ความหมายของพฤติกรรมของลูกค้า

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการได้ใช้บริการและสินค้า โดยรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว (Engel, Kollat ;& Blackwell 1968: 5)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546:192) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman ;& Kanuk 2000 : G-3) หรือ เป็นขั้นตอนซึ่ง

เกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon. 2002 : 528) หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดของการตลาด (Marketing concept) ที่ว่าด้วยการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

เจมส์และคณะ (ธงชัย สันติวงษ์ 2540: 29 อ้างอิงจากเจมส์และคณะ) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ตลอดจนรวมถึงกระบวนการตัดสินใจและทำให้เป็นส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกถึงการกระทำของบุคคลโดยบุคคลหนึ่งในการที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้น โดยมีกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจตั้งแต่การค้นหาคำซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2525:17) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึง สาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือและทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลจูงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำ และหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำครั้งต่อเนื่องเรื่อยไป

ดังนั้น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องของการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าเกิดจากปัจจัยอิทธิพลอะไรเป็นตัวกำหนด หรือที่เป็นตัวสาเหตุที่ทำให้มีการตัดสินใจซื้อ ดังกล่าว ตามความหมายข้างต้นนี้ พฤติกรรมในขณะที่ทำการซื้อ (ที่เราได้เห็นเป็นการกระทำโดยทั่วไปของลูกค้า) จึงเป็นเพียงขั้นตอนสุดท้ายหรือปลายเหตุ ของกระบวนการพิจารณาการตัดสินใจซื้อ และในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง จะประกอบด้วย อิทธิพลของปัจจัยต่างๆหลายประการ เช่น ความต้องการการเรียนรู้ ความนึกชอบพอ ทศนคติ ความเข้าใจ จากกลุ่มทางสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้มีอยู่ในความนึกคิดและจิตใจของทุกคน ซึ่งต่างก็ได้มีการสร้างสมและขัดเกลามาตามกระบวนการตามความนึกคิดและจิตวิทยาของตนเอง ตามสังคมและวัฒนธรรมแวดล้อมที่แตกต่างกัน จากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้คุณลักษณะที่แท้จริงภายในของผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546:193) กล่าวว่า คำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครคือลูกค้า (WHO) ผู้บริโภคซื้ออะไร (WHAT) ทำไมจึงซื้อ (WHY) ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (WHO) ซื้อเมื่อไร (WHEN) ซื้อที่ไหน (WHERE) และ ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (HOW) พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS OBJECTS OBJECTIVES ORGANIZATIONS OCCASION OUTLETS และ OPERATIONS

บริษัท สอบบัญชี จำกัด

เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยคนไทยและปัจจุบันยังคงมีผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นคนไทยร้อยเปอร์เซ็นต์ ตั้งมานานกว่า 10 ปี ปี 2549 มีจำนวนบุคลากรโดยประมาณ 150-200 คน มีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจากคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจากสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ รวมประมาณ 20 คน ให้บริการงานด้านวิชาชีพสอบบัญชีเป็นหลัก โดยแบ่งการให้บริการ ดังนี้

ธุรกิจหลัก :

บริการด้านการตรวจสอบบัญชี

การตรวจสอบรับรองงบการเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานบริษัทต่างๆ ที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยนำเงินสะสมที่ได้จากพนักงานและเงินสทบจากนายจ้างไปลงทุนในหลักทรัพย์แต่ละประเภทเพื่อผลประโยชน์สูงสุดและความเสี่ยงต่ำ

การตรวจสอบรับรองงบการเงินบริษัทมหาชนจำกัด ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และมีการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การตรวจสอบรับรองงบการเงินกองทุนรวม ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยทำการระดมเงินทุนจากผู้ลงทุนที่มีความสนใจลงทุนแทนการฝากเงินกับธนาคาร ผู้จัดการจะนำเงินไปลงทุนในหลักทรัพย์แต่ละประเภทขึ้นกับนโยบายของกองทุนนั้นๆ

การตรวจสอบรับรองงบการเงินของธุรกิจต่างๆ ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิต และการบริการต่างๆ สถาบันต่างๆ มูลนิธิ เป็นต้น

การตรวจสอบรับรองงบการเงินด้านภาษีอากร โดย Tax Auditor

การตรวจสอบพิเศษ Due Diligence ได้แก่ ตรวจสอบการปรับโครงสร้างหนี้ การซื้อขายกิจการและการตรวจสอบรายการบัญชีต่างๆที่บริษัทต้องการ เป็นต้น

บริการด้านตรวจสอบภายใน (IA)

โดยให้บริการงานด้านต่าง ๆ กับบริษัทที่ต้องการระบบการจัดการงานที่ดีเกี่ยวกับด้านบัญชีของบริษัท ดังนี้

การวางระบบงานตรวจสอบภายใน
 รับเป็นที่ปรึกษาหน่วยงานตรวจสอบภายใน
 การให้บริการหน่วยงานตรวจสอบภายใน
 การประเมินระบบการควบคุมภายในโดยรวม
 การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุศรี ศิริอังกาฐ (2545) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท WPI Electronics Co.,Ltd. ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท WPI Electronics Co.,Ltd. โดยจำแนกตามประเภทเชื้อชาติของกิจการ ขนาดของกิจการ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา สาขาที่สำเร็จการศึกษา ประเภทของอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการใช้บริการ และมูลค่าในการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อเดือน ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าต่อการบริการของบริษัท WPI Electronics Co.,Ltd. โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 122 คน ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

ลูกค้าของบริษัทฯ มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากต่อการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลูกค้าที่มาจากประเภทเชื้อชาติของกิจการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทฯโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ลูกค้าที่มีตำแหน่งต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้าที่มาจากประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทฯ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทฯ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้าที่มีมูลค่าในการสั่งซื้อสินค้าต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทฯโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ธนา แก้วหนูนา (2547) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท โอบาร่า (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือลูกค้าของบริษัท โอบาร่า (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 80 ราย ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า

ลูกค้าส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เกิดจากการร่วมทุน มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีตำแหน่งของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อไม่ใช่ฝ่ายจัดซื้อ มีขนาดกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท เป็นลูกค้าประเภทอุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักร มีระยะเวลาการใช้บริการตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป และมีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 500,001-1,000,000 บาท

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทฯ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีรูปแบบกิจการ ระดับการศึกษา ตำแหน่งของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ ขนาดของกิจการ ระยะเวลาการใช้บริการ และมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทฯ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ด้านราคาแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีประเภทอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ มีความพึงพอใจต่อบริษัทฯ ด้านราคา มากกว่าลูกค้าที่มีประเภทอุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักร

กฤตยาพร จิระบลกิจ (2545:77-79) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าประเภทธุรกิจต่อการให้บริการของ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่ระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

จากแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ อเดย์และแอนเดอร์สัน Aday and Anderson และ Kotler Philip ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าของ Schiffman and Kanuk ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชี ซึ่งผู้วิจัยปฏิบัติงานด้านนี้ จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามในส่วนของความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้า

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นลูกค้าของบริษัท สอบบัญชี จำกัด แห่งหนึ่ง ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยคนไทย มีขนาดค่อนข้างใหญ่และตั้งมานานกว่า 10 ปี ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้บริการงานด้านสอบบัญชีกับบริษัทที่มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ทั่วประเทศ และมีฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนมาก จากข้อมูลฝ่ายเลขานุการมีลูกค้าที่ใช้บริการทั้งสิ้นจำนวน 453 บริษัท (ข้อมูลปี 2549)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากลูกค้าที่ใช้หรือเคยใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าผู้ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัดแห่งหนึ่ง ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 453 บริษัท

สูตรการคำนวณ ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane)

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

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด เท่ากับ 453 บริษัท

e แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า } n &= \frac{453}{1 + (453) (.05)^2} \\ &= 212 \text{ บริษัท}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{สำรอง } 5\% &= 212 \times 5\% = 10 \text{ บริษัท} \\ &= 222 \text{ บริษัท}\end{aligned}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 222 บริษัท

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยส่งแบบสอบถามให้ลูกค้าทุกรายแล้วเก็บจนครบตามตัวอย่างที่ต้องการ จำนวน 222 บริษัท

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีคำถามแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ข้อที่ 1 รูปแบบของกิจการ ได้แก่ กิจการของต่างชาติทั้งหมด กิจการของคนไทยทั้งหมด กิจการที่มีการร่วมทุนระหว่างไทยกับต่างชาติ โดยใช้มาตราการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ลักษณะของกิจการ ได้แก่ บริษัทจำกัดมหาชน บริษัทจำกัด หน่วยงานราชการ สถาบันต่างๆ ห้างหุ้นส่วนและอื่นๆ ใช้มาตราการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ประเภทของอุตสาหกรรม ได้แก่ ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจซื้อขายไป ธุรกิจการให้บริการและอื่นๆ ใช้มาตราการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ขนาดของกิจการ ใช้มาตราการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีการแบ่งเป็น 5 กลุ่มดังนี้ (อ้างอิง: จากหนังสือรับรองจดทะเบียนบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์)

- 1) ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท
- 2) ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท
- 3) ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท
- 4) ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท
- 5) ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ใช้มาตราการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีการแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้ (อ้างอิง: จากงบการเงินที่ตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตปี 2548)

- 1) รายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท
- 2) รายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท
- 3) รายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท
- 4) รายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท
- 5) รายได้ตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการงานสอบบัญชี โดยคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended response questions) มี 6 ด้าน รวม 25 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ลักษณะคำถามแบบ Rating scale โดยที่แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบตามระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|--------------------|
| ระดับ 5 | หมายถึง | พึงพอใจอย่างมาก |
| ระดับ 4 | หมายถึง | พึงพอใจ |
| ระดับ 3 | หมายถึง | พึงพอใจปานกลาง |
| ระดับ 2 | หมายถึง | ไม่พึงพอใจ |
| ระดับ 1 | หมายถึง | ไม่พึงพอใจอย่างมาก |

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้(บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	ความพอใจที่อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.20	หมายถึง	ความพอใจที่อยู่ในระดับพึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ความพอใจที่อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ความพอใจที่อยู่ในระดับไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ความพอใจที่อยู่ในระดับไม่พึงพอใจอย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชี มีลักษณะผสม รวม 6 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended response questions) มี 4 ข้อ (1,2,3,5) ใช้มาตราการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-ended response questions) มี 2 ข้อ (4,6) โดยการให้เติมข้อความในช่องว่างตามความเหมาะสม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการแบ่งเป็น 5 กลุ่มและใช้คำถามแบบสเกลไลเกอร์ต (Likert Scale)

ข้อ 1 การใช้บริการต่อในอนาคต

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบใช้บริการแน่นอน
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบคาดว่าจะใช้บริการ
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบไม่แน่ใจที่จะใช้บริการ
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบคาดว่าจะไม่ใช้บริการ
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบไม่ใช้บริการแน่นอน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 195) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	ใช้บริการแน่นอน
ค่าเฉลี่ย	3.40 - 4.20	หมายถึง	คาดว่าจะใช้บริการ
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจที่จะใช้บริการ
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	คาดว่าจะไม่ใช้บริการ
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่ใช้บริการแน่นอน

ข้อ 2 การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นว่าบอกต่อแน่นอน
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นว่าคาดว่าจะบอกต่อ
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นว่าไม่แน่ใจที่จะบอกต่อ
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นว่าจะไม่บอกต่อ
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบเห็นว่าไม่บอกต่อแน่นอน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 195) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	แนวโน้มบอกต่อแน่นอน
ค่าเฉลี่ย	3.40 - 4.20	หมายถึง	แนวโน้มคาดว่าจะบอกต่อ
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	แนวโน้มไม่แน่ใจว่าจะบอกต่อ
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	แนวโน้มไม่บอกต่อ
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	แนวโน้มไม่บอกต่อแน่นอน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม
 2. ศึกษาระบบ กระบวนการให้บริการงานด้านต่างๆ เพื่อกำหนดกรอบความพึงพอใจเกี่ยวกับงานบริการด้านต่างๆ ที่จะทำการศึกษา
 3. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าในส่วนของปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจการให้บริการงานสอบบัญชี ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์
 4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
 5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
 6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 บริษัท และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) อ้างใน กัลยา วาณิชยปัญญา (2548: 449-450) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง
- โดยผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามฯ ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.865 ซึ่งใกล้กับ 1 มากแสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย โดยแหล่งข้อมูลมีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 บริษัท

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

- 1.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง
- 1.2 นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจริงแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์
- 1.3 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
- 1.4 นำข้อมูลทีลงรหัสไปแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for social sciences for windows)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้าและแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะนำข้อมูลที่ไดจากวิธีการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์สถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของลูกค้ากับพฤติกรรมของลูกค้า และพฤติกรรมของลูกค้ากับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการ โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้ค่าสถิติแบบ

non-parametric แบบ F-test (One way analysis of variance) ในการหาความแตกต่างของตัวแปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการ โดยใช้สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน(Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระคือความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรตามคือพฤติกรรมของลูกค้า

2.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของลูกค้าและแนวโน้มการให้บริการในอนาคต โดยใช้สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้การทดสอบโดยใช้ค่าสถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546 : 36) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 (ข้อ 1-5) และส่วนที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	P	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f	แทน	ความถี่ของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 39) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4 โดยใช้สูตรดังนี้

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

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

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 38) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4 โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ มีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม

$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : F-test) (วัฒนา สุนทรชัย. 2542 : 98-99) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านลักษณะโดยรวมของบริษัท มีสูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
 $MS_{(B)}$ แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 $MS_{(W)}$ แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1)
และภายในกลุ่ม (n-k)

ตารางแสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม	n-k	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$	
รวม	n-1	$SS_{(T)}$		

เมื่อ k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
 $SS_{(B)}$ แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างประชากร
(Between sum of square)
k-1 แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างประชากร
(Between degree of freedom)
 $SS_{(W)}$ แทน ผลรวมกำลังสองภายในประชากร
(Within sum of square)
n-k แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในประชากร
(Within degree of freedom)
 $MS_{(B)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
(Mean square between groups)
 $MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
(Mean square within groups)
F แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการ
แจกแจงแบบ F เพื่อทราบระดับนัยสำคัญทางสถิติ

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแบ่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

3.2 การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างของ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกันโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 310-311) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ 3 มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum x$ แทน ผลรวมคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum y$ แทน ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม

$\sum x^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum y^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์โดยมีข้อกำหนดดังนี้

ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ ($-$) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้าค่า r มีค่าเป็นบวก ($+$) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าค่า r มีค่าเป็นศูนย์ (0) แสดงว่า x และ y ไม่มีมีความสัมพันธ์กันเลย

ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ (1) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ (-1) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า r มีค่าสูงกว่า (0.9) แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ ($0.7-0.89$) แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ ($0.3-0.69$) แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ถ้าค่า r มีค่าสูงกว่า (0.3 หรือ ต่ำกว่า) แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับศูนย์ (0) แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน F-Distribution
df	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
LSD	แทน	Least Significant Difference
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานแย้งหรือสมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐาน
Probability, p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยทำการแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทของอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการและรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปี

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ได้แก่ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สิ่งที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ การรู้จักการให้บริการ ราคาค่าบริการที่ต้องการอย่างเหมาะสม สาเหตุการใช้บริการเป็นครั้งแรกและระยะเวลาการให้บริการ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดในอนาคต ได้แก่ การใช้บริการต่อและการบอกต่อ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชีที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ รูปแบบกิจการ ลักษณะกิจการ ประเภทของอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการและรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปี การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอโดยแจกแจงเป็น จำนวน และค่าร้อยละ ปรากฏตามรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชีที่ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบของกิจการ		
กิจการของคนต่างชาติทั้งหมด	26	11.7
กิจการของคนไทยทั้งหมด	142	64.0
กิจการที่มีการร่วมลงทุนระหว่างไทยกับต่างชาติ	54	24.3
รวม	222	100.0

ตาราง 1(ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะของกิจการ		
บริษัทจำกัดมหาชน	20	9.0
บริษัทจำกัด	190	85.6
หน่วยงานราชการ	-	-
สถาบันต่างๆ	-	-
ห้างหุ้นส่วน	-	-
อื่นๆ เช่น สมาคม องค์การมหาชน นิติบุคคลอาคาร บริษัท	12	5.4
หลักทรัพย์จัดการกองทุน		
รวม	222	100.0
ประเภทของอุตสาหกรรม		
ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต	63	28.4
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	6	2.7
ธุรกิจซื้อขายไป	43	19.3
ธุรกิจการให้บริการ	89	40.1
อื่นๆ เช่น สมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า	21	9.5
และธุรกิจจัดการกองทุน		
รวม	222	100.0
ขนาดของกิจการ		
ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท	42	18.9
ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท	35	15.8
ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท	37	16.7
ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท	37	16.6
ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป	71	32.0
รวม	222	100.0
รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี		
รายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	53	23.9
รายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท	56	25.2
รายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท	31	14.0
รายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท	18	8.1
รายได้ตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป	64	28.8
รวม	222	100.0

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 222 บริษัท โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านรูปแบบของกิจการ ของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด มีจำนวน 142 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 64.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เกิดจากการร่วมทุน มีจำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนต่างชาติทั้งหมด มีจำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด

ด้านลักษณะของกิจการ ของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวน 190 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 85.6 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีจำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.0 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยงานราชการ สถาบันต่างๆ ห้างหุ้นส่วนและอื่นๆ (ได้แก่ สมาคม องค์การมหาชน นิติบุคคลอาคาร บริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน) มีจำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับโดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัด

ด้านประเภทอุตสาหกรรม ของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทบริการ มีจำนวน 89 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 40.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีจำนวน 63 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.4 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทซื้อมาขายไป มีจำนวน 43 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.3 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทอื่นๆ (ได้แก่ สมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า และธุรกิจจัดการกองทุน) มีจำนวน 21 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.5 และกลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีจำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภทอุตสาหกรรมบริการ รองลงมา คือ เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิตและมีประเภทซื้อมาขายไป

ด้านขนาดของกิจการ ของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 71 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.0 กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.9 กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท มีจำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.7 กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีจำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.6 และกลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีจำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีจำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป

ด้านรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาท มีจำนวน 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา มีรายได้รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีรายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท มีจำนวน 56 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.2 มีรายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีจำนวน 53 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.9 มีรายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท มีจำนวน 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมีรายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีจำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัทโดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านการให้บริการ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านการให้บริการ</u>			
1. ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วยแก้ไขปัญหา	3.89	0.66	พึงพอใจ
2. ความถูกต้องของงบการเงิน	4.11	0.34	พึงพอใจ
3. ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท	4.03	0.57	พึงพอใจ
4. ความชำนาญในการให้บริการ	4.04	0.53	พึงพอใจ
5. การให้บริการที่รวดเร็ว	3.81	0.63	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านการให้บริการ	3.98	0.40	พึงพอใจ

จากตาราง 2 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านการให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วยแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความถูกต้องของงบการเงิน

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความชำนาญในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และการให้บริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ตาราง 3 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านราคา

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านราคา</u>			
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ	3.76	0.63	พึงพอใจ
2. ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้	3.62	0.74	พึงพอใจ
3. เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม	3.88	0.61	พึงพอใจ
4. การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน	3.65	0.75	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านราคา	3.73	0.54	พึงพอใจ

จากตาราง 3 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านราคาที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และการกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ตาราง 4 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านช่องทางการให้บริการ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านช่องทางการให้บริการ</u>			
1. การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.36	0.66	พึงพอใจปานกลาง
2. ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.53	0.54	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	3.44	0.55	พึงพอใจ

จากตาราง 4 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านช่องทางการให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อช่องทางการให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจ คือ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และระดับรองลงมา คือ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

ตาราง 5 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านบุคลากร</u>			
1. พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน	3.97	0.56	พึงพอใจ
2. พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี	4.29	0.55	พึงพอใจอย่างมาก
3. การแต่งกายของพนักงาน	4.07	0.52	พึงพอใจ
4. การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน	4.12	0.55	พึงพอใจ
5. การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน	4.02	0.69	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านบุคลากร	4.09	0.45	พึงพอใจ

จากตาราง 5 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านบุคลากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่ให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก คือ พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 การแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และพนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

ตาราง 6 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านกระบวนการให้บริการ</u>			
1. การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน	3.90	0.58	พึงพอใจ
2. งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท	3.99	0.51	พึงพอใจ
3. การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	3.88	0.54	พึงพอใจ
4. การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้	3.99	0.71	พึงพอใจ
5. พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน	3.93	0.58	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.43	พึงพอใจ

จากตาราง 6 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 การจัดตารางที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตาราง 7 แสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<u>ด้านภาพลักษณ์ของบริษัท</u>			
1. ความมั่นคงของบริษัท	4.24	0.53	พึงพอใจอย่างมาก
2. การเป็นผู้นำในการให้บริการ	4.05	0.58	พึงพอใจ
3. ความมีชื่อเสียงของบริษัท	4.18	0.56	พึงพอใจ
4. ความรับผิดชอบในการให้บริการ	4.15	0.58	พึงพอใจ
ผลรวมความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของบริษัท	4.15	0.45	พึงพอใจ

จากตาราง 7 ซึ่งแสดงเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านด้านภาพลักษณ์ของบริษัทที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของบริษัทสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก คือ ความมั่นคงของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความรับผิดชอบในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และการเป็นผู้นำในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ บุคคลมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สิ่งที่พิจารณาอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สิ่งที่สำคัญที่สุดทำให้รู้จักการให้บริการ ราคาค่าบริการที่ต้องการอย่างเหมาะสมและที่จ่ายจริง สาเหตุการเลือกใช้บริการเป็นครั้งแรก และระยะเวลาการให้บริการ โดยแจกแจง จำนวน(ความถี่) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ดังนี้

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้มากที่สุดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1.1 เจ้าของกิจการเพียงคนเดียว	58	17.9
1.2 คณะกรรมการบริหาร	143	44.3
1.3 ผู้ถือหุ้น	28	8.7
1.4 บริษัทแม่	22	6.8
1.5 ผู้จัดการบัญชี/สมุห์บัญชี	66	20.4
1.6 อื่นๆ เช่น บริษัทในเครือ ผู้ถือหุ้นรายย่อย คณะกรรมการกองทุนฯ และคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด	6	1.9
รวม	323	100.0

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. สิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบ บัญชีของบริษัทนี้คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
2.1 คุณภาพของงาน	117	30.2
2.2 การส่งมอบงานที่รวดเร็ว	38	9.8
2.3 ความเชื่อถือไว้วางใจในงานสอบบัญชี	172	44.4
2.4 ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น	33	8.5
2.5 การให้บริการส่วนเพิ่มที่มีมากกว่าบริษัทอื่น	19	4.9
2.6 อื่นๆ เช่น ส่งมอบงานตามกำหนดที่ตกลงไว้ และ กลต.รับรอง	8	2.0
รวม	387	100.0
3. สื่อที่สำคัญที่สุดทำให้รู้จักการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้ คือ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
3.1 อินเทอร์เน็ต	25	9.4
3.2 การบอกต่อ	54	20.4
3.3 จากรายชื่อผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจาก กลต.	65	24.5
3.4 จากรายชื่อผู้สอบบัญชีของ กบข.	44	16.6
3.5 จากบริษัทในเครือ	41	15.5
3.6 อื่นๆ เช่น กรรมการ ชื่อเสียงการให้บริการ การเข้าอบรมสัมมนา กับบริษัทในเครือบริษัทนี้ เอกสารอบรม และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	36	13.6
รวม	265	100.0
5. สาเหตุการเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้เป็นครั้งแรกที่ สำคัญมากที่สุดคือ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
5.1 บริษัทแม่เป็นผู้กำหนด	51	21.5
5.2 รู้จักบริษัทสอบบัญชีที่เดียว	1	0.4
5.3 ต้องเปลี่ยนผู้สอบบัญชีตาม กลต. กำหนด (ทุก 5 ปี)	20	8.5
5.4 ต้องการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท	104	43.9
5.5 ต้องการลดค่าใช้จ่าย (ค่าสอบบัญชี)	28	11.8
5.6 อื่นๆ เช่น ผู้บริหารรู้จักบริษัทนี้มาก่อน ความคุ้นเคย ต้องเปลี่ยน ตามธนาคารผู้ให้กู้กำหนด ความมีชื่อเสียงของบริษัทนี้ ต้องการงาน บริการที่มากกว่าเดิม และได้รับคำแนะนำจากบริษัทในเครือ	33	13.9
รวม	237	100.0

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า

1. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้มากที่สุด คือ คณะกรรมการบริหาร จำนวน 143 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ ผู้จัดการบัญชี/สมุห์บัญชี จำนวน 66 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.4 เจ้าของกิจการ จำนวน 58 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.9 ผู้ถือหุ้นจำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.7 บริษัทแม่ จำนวน 22 บริษัท และอื่นๆ (ได้แก่ บริษัทในเครือ ผู้ถือหุ้นลงทุน คณะกรรมการกองทุนฯ และคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด) จำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

2. สิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้ คือ ความเชื่อถือไว้วางใจในงานสอบบัญชี จำนวน 172 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.4 เป็นอันดับแรก รองลงมาคุณภาพของงาน จำนวน 117 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.2 การส่งมอบงานที่รวดเร็ว จำนวน 38 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.8 ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.5 การให้บริการส่วนเพิ่มที่มีมากกว่าบริษัทอื่น จำนวน 19 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.9 และอื่นๆ (ได้แก่ ส่งมอบงานตามกำหนดที่ตกลงไว้ และ กลต. รับรอง) จำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3. สื่อที่สำคัญที่สุดทำให้รู้จักการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้คือ จากรายชื่อผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจาก กลต. จำนวน 65 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือการบอกต่อ จำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.4 จากรายชื่อผู้สอบบัญชีของ กบข. จำนวน 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.6 จากบริษัทในเครือ จำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.5 อื่นๆ (ได้แก่ กรรมการ ชื่อเสียงการให้บริการ การเข้าอบรมสัมมนา กับบริษัทในเครือบริษัทนี้ เอกสารอบรม และ สิ่งพิมพ์ต่างๆ) จำนวน 36 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.6 และอินเทอร์เน็ต จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

5. สาเหตุการเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้เป็นครั้งแรกที่สำคัญมากที่สุดคือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท จำนวน 104 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาเป็นบริษัทแม่เป็นผู้กำหนด จำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.5 อื่นๆ (ได้แก่ ผู้บริหารรู้จักบริษัทนี้มาก่อน ความคุ้นเคย ต้องเปลี่ยนตามธนาคารผู้ให้กู้กำหนด ความมีชื่อเสียงของบริษัทนี้ ต้องการงานบริการที่มากกว่าเดิม และได้รับคำแนะนำจากบริษัทในเครือ) จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.9 ต้องการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท จำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.8 ต้องเปลี่ยนผู้สอบบัญชีตาม กลต.กำหนด (ทุก 5 ปี) จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.5 และ รู้จักบริษัทสอบบัญชีที่เดียว จำนวน 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ดังนี้

พฤติกรรมการใช้บริการ	ต่ำสุด	สูงสุด	$\bar{X}$	S.D.
4. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ (บาท)			159,307.47	201,462.87
ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง (บาท)			162,425.13	202,957.33
6. ระยะเวลาการใช้บริการ (ปี)	1	24	5.88	4.47

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า

4. ค่าสอบบัญชีที่ต้องการอย่างเหมาะสม โดยมีค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้เฉลี่ยเท่ากับ 159,307.47 บาทและมีค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงเฉลี่ยเท่ากับ 162,425.13 บาท

6. ระยะเวลาการใช้บริการมีจำนวนปีที่ให้บริการ ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 24 ปี โดยมีจำนวนปีโดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.88 ปี

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ดังนี้

ข้อมูลแนวโน้มในอนาคต	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต (แน่นอน ถึง ไม่น่าแน่นอน)			
1. การใช้บริการต่อ	4.24	0.798	ใช้บริการแน่นอน
2. การบอกต่อ	3.86	0.855	คาดว่าจะบอกต่อ
ผลรวมของแนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต	4.05	0.738	คาดว่าจะใช้บริการ

จากตาราง 10 ซึ่งแสดงข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชี ในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า แนวโน้มการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตต่อมี ค่าเฉลี่ย 4.24 อยู่ในเกณฑ์ให้บริการแน่นอน แนวโน้มการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในเกณฑ์ที่ คาดว่าบอกต่อ และผลรวมแนวโน้มการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งอยู่ใน เกณฑ์คาดว่าจะให้บริการในอนาคต

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ลูกค้ำที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รูปแบบของ กิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของ กิจการต่อปี แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบ บัญชีจำกัด แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จะวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
3. ระยะเวลาการให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชี บริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชี บริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Probability (p) มีค่าน้อย กว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มี ค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้ วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

พฤติกรรมการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Prob (p)
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ระหว่างกลุ่ม	2	114,894,248,466.52	57,447,124,233.26	1.422	0.244
	ภายในกลุ่ม	171	6,906,706,551,820.83	40,390,096,794.27		
	รวม	173	7,021,600,800,287.35			
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ระหว่างกลุ่ม	2	120,022,520,043.93	60,011,260,021.96	1.464	0.234
	ภายในกลุ่ม	184	7,541,629,431,827.73	40,987,116,477.32		
	รวม	186	7,661,651,951,871.66			
3. ระยะเวลาการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	7.74	3.87	0.192	0.825
	ภายในกลุ่ม	215	4,331.16	20.14		
	รวม	217	4,338.90			

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรูปแบบของกิจการ โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .244 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .234 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .825 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1.2 ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Probability (p) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) \ และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามลักษณะของกิจการ

พฤติกรรมการใช้ บริการ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Prob (p)
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ระหว่างกลุ่ม	2	4,735,075,749,300.51	2,367,537,874,650.26	177.058**	0.000
	ภายในกลุ่ม	171	2,286,525,050,986.84	13,371,491,526.24		
	รวม	173	7,021,600,800,287.36			
2.ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ระหว่างกลุ่ม	2	5,965,603,335,800.23	2,982,801,667,900.11	323.596**	0.000
	ภายในกลุ่ม	184	1,696,048,616,071.43	9,217,655,522.13		
	รวม	186	7,661,651,951,871.66			
3. ระยะเวลาการใช้ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	62.59	31.29	1.573	0.210
	ภายในกลุ่ม	215	4,276.31	19.89		
	รวม	217	4,338.90			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามลักษณะของกิจการ โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .210 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

เพื่อให้ทราบว่า ลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้และค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ในรายคู่ใดบ้าง ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	บริษัทจำกัดมหาชน			อื่น ๆ
	$\bar{X}$	696,000	110,088	78,000
บริษัทจำกัดมหาชน	696,000	-	585,911** (.000)	618,000** (.000)
บริษัทจำกัด	110,088		-	-32,088 (.474)
อื่น ๆ เช่น สมาคม องค์การ มหาชน นิติบุคคลอาคาร บจจ.จัดการกองทุน	78,000			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามลักษณะของกิจการ ด้วยวิธี LSD พบว่า

1. ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัด มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 585,911 บาท

2. ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการอื่นๆ (ได้แก่ นิติบุคคล กองทุน มูลนิธิ สมาคม ฯลฯ) มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการอื่นๆ (ได้แก่ นิติบุคคล กองทุน มูลนิธิ สมาคม ฯลฯ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 618,000 บาท

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	บริษัทจำกัด		บริษัทจำกัด	อื่น ๆ
	มหาชน			
	$\bar{X}$	746,000	109,125	77,285
บริษัทจำกัดมหาชน	746,000	-	636,875** (.000)	668,714** (.000)
บริษัทจำกัด	109,125		-	31,839 (.391)
อื่นๆ เช่น สมาคม องค์การ มหาชน นิติบุคคลอาคาร บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน	77,285			-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามลักษณะของกิจการ ด้วยวิธี LSD พบว่า

1. ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน กับบริษัทจำกัด มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 636,875 บาท

2. ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน กับลักษณะของกิจการอื่นๆ (ได้แก่ นิติบุคคล กองทุน มูลนิธิ สมาคม ฯลฯ) มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการอื่นๆ (ได้แก่ นิติบุคคล กองทุน มูลนิธิ สมาคม ฯลฯ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 668,714 บาท

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 ลูกค้ำที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ำที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Probability (p) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

พฤติกรรมการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Prob (p)
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ระหว่างกลุ่ม	5	286,104,878,734.39	57,220,975,746.88	1.427	0.217
	ภายในกลุ่ม	168	6,735,495,921,552.96	40,092,237,628.29		
	รวม	173	7,021,600,800,287.36			
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ระหว่างกลุ่ม	5	293,058,754,734.06	58,611,750,946.81	1.439	0.212
	ภายในกลุ่ม	181	7,368,593,197,137.60	40,710,459,652.69		
	รวม	186	7,661,651,951,871.66			
3. ระยะเวลาการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	368.22	73.64	3.932**	0.002
	ภายในกลุ่ม	212	3,970.68	18.73		
	รวม	217	4,338.90			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .217 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .212 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เพื่อให้ทราบว่า ประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ในรายคู่ใดบ้าง ที่

แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ประเภทของ อุตสาหกรรม	อุตสาหกรรม ผลิต	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	ซื้อขาย ไป	ให้บริการ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	7.56	6.83	6.23	4.59	5.26
อุตสาหกรรมผลิต	7.56	-	.731 (.693)	-1.332 (.123)	2.974** (.000)	2.301* (.044)
พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	6.83	-	.601 (.751)	2.242 (.221)	1.570 (.440)	
ซื้อขายไป	6.23		-	1.642* (.043)	.969 (.418)	
บริการ	4.59			-	-.672 (.540)	
อื่นๆ	5.26				-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม ด้วยวิธี LSD พบว่า

1. ลูกค้ำที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต กับลูกค้ำที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้ำที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านระยะเวลาการให้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ลูกค้ำที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีพฤติกรรมการใช้บริการในด้านระยะเวลาการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ำที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.974

2. ลูกค้ำที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต กับลูกค้ำที่เป็นประเภทธุรกิจอื่น ๆ (ได้แก่ สมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า และธุรกิจจัดการกองทุน) มีค่า Probability (p.)

เท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านระยะเวลาการให้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจอื่นๆ (ได้แก่ การเป็นสมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า และธุรกิจจัดการกองทุน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ลูกค้าที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านระยะเวลาการให้บริการ มากกว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจอื่นๆ (ได้แก่ สมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า และธุรกิจจัดการกองทุน) โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.301

3. ลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจซื้อขายไป กับลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจซื้อขายไป มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านระยะเวลาการให้บริการ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจซื้อขายไป มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านระยะเวลาการให้บริการ มากกว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทธุรกิจการให้บริการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.642

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.4 ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Probability (p) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามขนาดของกิจการ

พฤติกรรมการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Prob (p)
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ระหว่างกลุ่ม	4	1,804,496,199,296.80	451,124,049,824.20	14.613**	0.000
	ภายในกลุ่ม	169	5,217,104,600,990.55	30,870,441,425.98		
	รวม	173	7,021,600,800,287.36			
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ระหว่างกลุ่ม	4	2,032,809,151,856.82	508,202,287,964.21	16.432**	0.000
	ภายในกลุ่ม	182	5,628,842,800,014.84	30,927,707,692.39		
	รวม	186	7,661,651,951,871.66			
3. ระยะเวลาการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	70.93	17.73	0.885	0.474
	ภายในกลุ่ม	213	4,267.97	20.04		
	รวม	217	4,338.90			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .474 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

เพื่อให้ทราบว่า ขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้และค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ใน

รายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน(Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามขนาดของกิจการ

ขนาดของกิจการ		ทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 5- 10 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 11- 50 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 101 ล้าน บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	47,250	125,689	101,000	111,060	317,377
ทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท	47,250	-	-78,439 (.094)	-53,750 (.229)	-63,810 (.159)	-270,127** (.000)
ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท	125,689		-	24,689 (.576)	14,629 (.744)	-191,687** (.000)
ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท	101,000			-	-10,060 (.814)	-216,377** (.000)
ทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท	111,060				-	-206,316** (.000)
ทุนมากกว่า 101 ล้านบาทขึ้นไป	317,377					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามขนาดของกิจการ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท และทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท กับลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท และทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ น้อยกว่าลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 270,127 บาท ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ น้อยกว่าลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 191,687 บาท ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ น้อยกว่าลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 216,377 บาท และลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ น้อยกว่าลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 206,316 บาท

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามขนาดของกิจการ

ขนาดของกิจการ		ทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้าน บาท	ทุนตั้งแต่ 11- 50 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 51- 100 ล้านบาท	ทุนตั้งแต่ 101 ล้าน บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	64,838	90,812	104,714	117,393	319,973
ทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท	64,838	-	-25,973 (.559)	-39,875 (.359)	-52,555 (.234)	-255,134** (.000)
ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท	90,812		-	-13,901 (.747)	-26,581 (.543)	-229,160** (.000)
ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท	104,714			-	-12,679 (.767)	-215,258** (.000)
ทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท	117,393				-	-202,579** (.000)
ทุนมากกว่า 101 ล้านบาท	319,973					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามขนาดของกิจการ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท และทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท กับลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท และทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง น้อยกว่าลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 255,134 บาท ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง น้อยกว่าลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 229,160 บาท ลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง น้อยกว่าลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 215,258 บาท และลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง น้อยกว่าลูกค้าที่มีขนาดของกิจการที่มีทุนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 202,579 บาท

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Probability (p) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี

พฤติกรรมการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Prob (p)
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ระหว่างกลุ่ม	4	2,177,812,709,489.23	544,453,177,372.31	18.996**	0.000
	ภายในกลุ่ม	169	4,843,788,090,798.13	28,661,467,992.89		
	รวม	173	7,021,600,800,287.36			
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ระหว่างกลุ่ม	4	2,813,317,403,188.91	703,329,350,797.23	26.402**	0.000
	ภายในกลุ่ม	182	4,848,334,548,682.74	26,639,200,816.94		
	รวม	186	7,661,651,951,871.66			
3. ระยะเวลาการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	169.51	42.38	2.164	0.074
	ภายในกลุ่ม	213	4,169.39	19.57		
	รวม	217	4,338.90			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05

เพื่อให้ทราบว่ารายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้และค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ในรายคูใดบ้าง ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท	ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท	ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท	ตั้งแต่ 501 ล้านบาท ขึ้นไป
	$\bar{X}$	45,000	111,989	96,652	153,888	335,638
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	45,000	-	-66,989 (.069)	-51,652 (.245)	-108,888* (.025)	-290,638** (.000)
ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท	111,989		-	15,336 (.723)	-41,899 (.375)	-223,649** (.000)
ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท	96,652			-	-57,236 (.284)	-238,986** (.000)
ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท	153,888				-	-181,749** (.001)
ตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป	335,638					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ด้วยวิธี LSD พบว่า

1. ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท กับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีใน

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี

		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท	ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท	ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท	ตั้งแต่ 501 ล้านบาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{X}$	58,214	76,656	97,884	170,833	351,490
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	58,214	-	-18,441 (.593)	-39,670 (.331)	-112,619* (.015)	-293,276** (.000)
ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท	76,656		-	-21,228 (.594)	-94,177* (.038)	-274,834** (.000)
ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท	97,884			-	-72,948 (.147)	-253,605** (.000)
ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท	170,833				-	-180,657** (.001)
ตั้งแต่ 501 ล้านบาท ขึ้นไป	351,490					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ด้วยวิธี LSD พบว่า

1. ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท กับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง น้อยกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 112,619 บาท

2. ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท กับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้

4. ลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท กับลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป มีค่า Probability (p.) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ น้อยกว่าลูกค่าที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 180.657 บาท

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

H_1 : ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จะวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
3. ระยะเวลาการให้บริการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วย แก้ไขปัญหา	-.084	.271	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ความถูกต้องของงบการเงิน	.035	.649	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท	.067	.383	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความชำนาญในการให้บริการ	.022	.775	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การให้บริการที่รวดเร็ว	.069	.364	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม	.029	.704	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .704 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ความรับผิดชอบของบริษัท สอบบัญชี จำกัดในการช่วยแก้ไขปัญหา กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .271 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความรับผิดชอบของบริษัท สอบบัญชี จำกัดในการช่วยแก้ไขปัญหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ ความถูกต้องของงบการเงิน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .645 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึง

พอใจด้านการให้บริการในข้อ ความถูกต้องของงบการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท สอบบัญชี จำกัด กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .383 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ ความชำนาญในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .775 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความชำนาญในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .364 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านราคา	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ	.031	.683	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้	.068	.376	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม	-.089	.245	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน	-.101	.186	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม	-.034	.653	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .653 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการความรับผิดชอบ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .683 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .376 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .245 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .186 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

ให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านช่องทางการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต	.095	.211	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ	.007	.929	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม	.070	.363	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .363 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .211 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .929 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการในข้อ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับ พฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านบุคลากร	พฤติกรรมการใช้งาน ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน	-.005	.949	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี	.028	.715	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การแต่งกายของพนักงาน	.098	.200	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน	.058	.445	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน	.105	.169	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม	.075	.329	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .329 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านกระบวนการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน	.032	.677	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท	.002	.974	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	-.031	.685	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้	.046	.546	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน	.099	.194	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม	.040	.598	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .598 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .677 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่

ถูกต้องและชัดเจน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีธรรมาภิบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .974 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีธรรมาภิบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .685 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .546 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .194 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ความพึงใจด้านภาพลักษณ์	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความมั่นคงของบริษัท	-.040	.597	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. การเป็นผู้นำในการให้บริการ	.079	.299	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความมีชื่อเสียงของบริษัท	.050	.512	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความรับผิดชอบในการให้บริการ	.010	.891	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม	.032	.674	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .674 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .597 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .299 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .512 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .891 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วย แก้ไขปัญหา	-.114	.119	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ความถูกต้องของงบการเงิน	-.116	.115	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท	-.069	.350	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความชำนาญในการให้บริการ	-.030	.682	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การให้บริการที่รวดเร็ว	.004	.962	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม	-.051	.507	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .507 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

5. ในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .962 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคากับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงใจด้านราคา	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ				
ให้บริการ	-.011	.880	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้	.029	.697	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม	-.133	.069	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชี				
สามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน	-.136	.063	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม	-.084	.271	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคากับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .271 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการความรับผิดชอบ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .880 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .697 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงใจด้านช่องทางการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต	.146*	.046	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ	เดียวกัน
2. ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ	.055	.453	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม	.095	.212	ไม่มีความสัมพันธ์	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .212 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .146 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการที่มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจะมีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงเพิ่มขึ้น ในระดับต่ำ

2. ในข้อ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .453 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการในข้อ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับ พฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงใจด้านบุคลากร	พฤติกรรมการให้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน	-.027	.716	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี	-.061	.409	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การแต่งกายของพนักงาน	-.011	.879	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน	-.039	.594	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน	.007	.921	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม	.024	.758	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .758 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .716 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .409 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ การแต่งกายของพนักงาน กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .879 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การแต่งกายของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทผู้ให้บริการ กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .594 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทผู้ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .921 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงใจด้านกระบวนการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้อง และชัดเจน	.016	.827	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลา ในการปฏิบัติงานของบริษัท	-.039	.596	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการ ปฏิบัติงาน	-.098	.182	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนด และตกลงกันไว้	-.069	.345	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวน เพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณ งานของบริษัทท่าน	-.023	.757	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม	-.022	.778	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .778 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .827 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .596 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .182 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .345 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .757 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ความพึงใจด้านภาพลักษณ์	พฤติกรรมกรการใช้บริการ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความมั่นคงของบริษัท	-.135	.065	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. การเป็นผู้นำในการให้บริการ	-.025	.732	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความมีชื่อเสียงของบริษัท	-.042	.571	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความรับผิดชอบในการให้บริการ	-.078	.286	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม	-.070	.358	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .358 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .065 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .732 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .571 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .286 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการให้บริการ			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วย แก้ไขปัญหา	.019	.776	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ความถูกต้องของงบการเงิน	.024	.728	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท	.010	.879	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความชำนาญในการให้บริการ	.010	.886	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การให้บริการที่รวดเร็ว	-.002	.980	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม	-.080	.294	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

2. ในข้อ ความถูกต้องของงบการเงิน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .728 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความถูกต้องของงบการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท สอบบัญชี จำกัด กับพฤติกรรม การใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .879 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติ ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการ ของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ ความชำนาญในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .886 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ ความชำนาญในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .980 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการในข้อ การให้บริการที่รวดเร็ว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ

ความพึงพอใจด้านราคา	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ				
	-.009	.899	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้	.039	.566	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม	.002	.982	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน	-.008	.903	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม	-.198**	.009	มีความสัมพันธ์ ระดับต่ำ	ตรงกันข้าม

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.198 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ กล่าวคือ

ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม ซึ่งโดยส่วนใหญ่ลูกค้ามีพฤติกรรมที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของตนเองและต้องตอบคำถามซ้ำๆ กับบริษัท สอบบัญชีอื่นที่มารับงานใหม่ จึงส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชีจำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการมากขึ้น ในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการความรับผิดชอบ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .899 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .566 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .982 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .903 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ

ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต	-0.174*	.010	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ	ตรงกันข้าม
2. ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ	-.317**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง	ตรงกันข้าม
ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม	-.255**	.001	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ	ตรงกันข้าม

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านช่องทางการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.255 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม โดยบริษัทมีช่องทางการให้บริการเพียง 2 ทาง (จากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ) ซึ่งน้อยและสื่อที่ใช้ไม่กว้างขวางพอ เพราะมีมารยาทของวิชาชีพสอบบัญชีควบคุมการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ไม่สามารถโฆษณาหรือนำเสนอตัวเองให้กับลูกค้าได้ แต่ยังคงส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการมากขึ้น ในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.174 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของบริษัท (ที่เป็นลักษณะโฆษณา) และไม่ได้ให้ข้อมูลที่เป็นมูลค่าเพิ่มกับลูกค้า จึงยังส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ในระดับต่ำ

2. ในข้อ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการเกี่ยวกับ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.317 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นไม่สามารถเป็นสื่อในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าได้ จึงยังส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการมากขึ้น ในระดับปานกลาง

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ

ความพึงใจด้านบุคลากร	พฤติกรรมกรการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการให้บริการ			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. พนักงานมีความรู้และความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน	-.140*	.038	มีความสัมพันธ์ ระดับต่ำ	ตรงกันข้าม
2. พนักงานมีความสุภาพและมี อัธยาศัยไมตรี	-.048	.483	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การแต่งกายของพนักงาน	-.002	.971	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติตัวของพนักงานกับ บริษัทของท่าน	.040	.553	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน	-.011	.867	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม	-.052	.499	ไม่มีความสัมพันธ์	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .499 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรเกี่ยวกับ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.140 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ กล่าวคือ

ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านบุคลากรเกี่ยวกับ พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงานโดยรวม ในเมื่อพนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงานสูง ก็จะทำให้พนักงานนั้นเกิดมาตรฐานการทำงานสูงซึ่งทำให้ไม่สามารถยอมรับความคิดเห็นของลูกค้าได้ง่าย แต่ไม่ได้เป็นเหตุให้ลูกค้าไม่ใช้บริการ จึงยังส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ในระดับต่ำ

2. ในข้อ พนักงานมีความสุภาพและมีธรรมาศัยไมตรี กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .483 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ พนักงานมีความสุภาพและมีธรรมาศัยไมตรี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ การแต่งกายของพนักงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .971 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การแต่งกายของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .553 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .867 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรในข้อ การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ

ความพึงใจด้านกระบวนการให้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการให้บริการ			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน	.114	.094	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท	-.016	.809	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	-.129	.057	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันได้	.023	.735	ไม่มีความสัมพันธ์	-
5. พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน	-.112	.098	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม	-.106	.165	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .094 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .809 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .057 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .735 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .098 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในข้อ พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ

ความพึงใจด้านภาพลักษณ์	พฤติกรรมกรการใช้บริการ ในด้านระยะเวลาการให้บริการ			
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ความมั่นคงของบริษัท	.078	.252	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. การเป็นผู้นำในการให้บริการ	.014	.842	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ความมีชื่อเสียงของบริษัท	-.048	.482	ไม่มีความสัมพันธ์	-
4. ความรับผิดชอบในการให้บริการ	-.128	.059	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม	-.025	.748	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .748 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .252 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความมั่นคงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .842 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ การเป็นผู้นำในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .482 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านราคาในข้อ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ในข้อ ความรับผิดชอบในการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการใช้บริการ

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อบริษัท สอบบัญชี จำกัด	พฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชี			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	.052	.499	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	-.041	.574	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ระยะเวลาการใช้บริการ	-.084	.214	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมกับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงและในด้านระยะเวลาการใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้กับความพึงพอใจโดยรวมต่อบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .499 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) โดยปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงกับความพึงพอใจโดยรวมต่อบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .574 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) โดยปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ระยะเวลาการให้บริการ

ระยะเวลาการให้บริการ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .214 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) โดยปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ประกอบด้วย การใช้บริการต่อในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จะวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
3. ระยะเวลาการให้บริการ

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ประกอบด้วย การใช้บริการต่อในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ

H_1 : พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ประกอบด้วย การใช้บริการต่อในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

พฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชี	แนวโน้มการใช้บริการต่อในอนาคต ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด			
	R	p	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	.036	.638	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	.059	.424	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ระยะเวลาการให้บริการ	.111	.103	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .638 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .424 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

พฤติกรรมของลูกค้านำด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้านำต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ระยะเวลาการให้บริการ

พฤติกรรมของลูกค้านำด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้านำต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .103 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมของลูกค้านำด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้านำต่อการให้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้านำด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้านำในการบอกต่อให้ผู้อื่นให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

พฤติกรรมการใช้บริการ งานสอบบัญชี	แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นให้บริการในอนาคต ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด			
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	.070	.359	ไม่มีความสัมพันธ์	-
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	.040	.584	ไม่มีความสัมพันธ์	-
3. ระยะเวลาการให้บริการ	.050	.465	ไม่มีความสัมพันธ์	-

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้านำด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้านำในการบอกต่อให้ผู้อื่นให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) อธิบายได้ดังนี้

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

พฤติกรรมของลูกค้านำด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ กับแนวโน้มของลูกค้านำในการบอกต่อให้ผู้อื่นให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .359 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมของลูกค้านำด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้านำในการบอกต่อให้ผู้อื่นให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .584 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ระยะเวลาการให้บริการ

พฤติกรรมของลูกค้าในด้านระยะเวลาการให้บริการ กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .465 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 44 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปสมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ลูกค้ำที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด แตกต่างกัน		
1.1 รูปแบบของกิจการ ลูกค้ำที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชีจำกัดที่แตกต่างกัน		
พฤติกรรมการใช้บริการ คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	: One Way
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
1.2 ลักษณะของกิจการ ลูกค้ำที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน		
พฤติกรรมการใช้บริการ คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	: One Way
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
1.3 ประเภทของอุตสาหกรรม ลูกค้ำที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน		
พฤติกรรมการใช้บริการ คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	: One Way
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA

ตาราง 44 (ต่อ)

สรุปสมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1.4 ขนาดของกิจการ ลูกค้ายที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชีจำกัดที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการ คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	: One Way
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
1.5 รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปี ลูกค้ายที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการ คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	: One Way
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA

2. ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด คือ
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
 2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
 3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ

ตาราง 44 (ต่อ)

สรุปสมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้		
1. ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
2. ความพึงพอใจด้านราคา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
3. ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
4. ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
5. ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6. ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง		
1. ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
2. ความพึงพอใจด้านราคา	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
3. ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
4. ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
5. ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6. ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
3. ระยะเวลาการให้บริการ		
1. ความพึงพอใจด้านการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
2. ความพึงพอใจด้านราคา	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
3. ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	
4. ความพึงพอใจด้านบุคลากร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
5. ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	
6. ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	

ตาราง 44 (ต่อ)

สรุปสมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
3. พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ประกอบด้วย การใช้บริการต่อในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ		
พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด คือ		
1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ 2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง 3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ		
1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้		
1. การใช้บริการต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson
2. การบอกต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Correlation
1. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง		
1. การใช้บริการต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson
2. การบอกต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Correlation
1. ระยะเวลาการให้บริการ		
1. การใช้บริการต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson
2. การบอกต่อ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด เพื่อนำผลการศึกษาครั้งนี้เสนอข้อมูลโดยวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท และพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของลูกค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการบริหาร วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีโดยรวมของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชี และแนวโน้มการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัทสอบบัญชีจำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์จากผลการศึกษา กับบริษัทต่างๆที่ให้บริการงานสอบบัญชี ได้นำไปใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาระบบการปฏิบัติงานและกระบวนการการให้บริการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์การจัดการทางการตลาดของงานสอบบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด แตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด
3. พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นลูกค้าของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยคนไทย ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 453 บริษัท (ข้อมูลปี 2549)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากลูกค้าที่ใช้หรือเคยใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย จำนวนทั้งสิ้น 453 บริษัท ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดความเชื่อมั่น .95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ $\pm .05$ จะได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 222 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีคำถามแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการงานสอบบัญชี โดยคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended response questions) มี 6 ด้าน รวม 25 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ลักษณะคำถามแบบ Rating scale

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชี มีลักษณะผสม รวม 6 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended response questions) มี 4 ข้อ (1,2,3,5) ใช้มาตราการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-ended response questions) มี 2 ข้อ (4,6) โดยการให้เติมข้อความในช่องว่างตามความเหมาะสม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าต่อการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการแบ่งเป็น 5 กลุ่มและใช้คำถามแบบสเกลไลเกอร์ต (Likert Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 บริษัท
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS. (Statistic Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี (ข้อ 1-5) และส่วนที่ 3 พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชี (ข้อ 1,2,3,5)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการงานสอบบัญชี ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชี (ข้อ 4,6) และส่วนที่ 4 แนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการงานสอบบัญชี ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชี (ข้อ 4,6) และส่วนที่ 4 แนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี)

2.2 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านรูปแบบของกิจการ ของผู้ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด มีจำนวน 142 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 64.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เกิดจากการร่วมทุน มีจำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนต่างชาติทั้งหมด มีจำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการเป็นกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด

ด้านลักษณะของกิจการ ของผู้ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวน 190 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 85.6 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีจำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.0 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยงานราชการ สถาบันต่างๆ ห้างหุ้นส่วนและอื่นๆ (ได้แก่ สมาคม องค์การมหาชน นิติบุคคลอาคาร บริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน) มีจำนวน 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับโดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัด

ด้านประเภทอุตสาหกรรม ของผู้ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทบริการ มีจำนวน 89 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 40.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีจำนวน 63 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.4 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทซื้อมาขายไป มีจำนวน 43 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.3 กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทอื่นๆ (ได้แก่ การเป็นสมาชิกสมาคม นายหน้าประกันภัย การนำเข้า และธุรกิจจัดการกองทุน) มีจำนวน 21 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.5 และกลุ่มตัวอย่างเป็นประเภทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีจำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภทอุตสาหกรรมบริการ รองลงมา คือ เป็นประเภทอุตสาหกรรมผลิตและมีประเภทซื้อมาขายไป

ด้านขนาดของกิจการ ของผู้ใช้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 71 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.0 กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.9 กลุ่มตัวอย่าง

มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท มีจำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.7 กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท มีจำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.6 และกลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีจำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท มีจำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ **101 ล้านบาทขึ้นไป**

ด้านรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ของผู้ที่ให้บริการงานสอบบัญชี ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาท มีจำนวน 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา มีรายได้รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีรายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท มีจำนวน 56 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.2 มีรายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีจำนวน 53 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.9 มีรายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท มีจำนวน 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมีรายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท มีจำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ **501 ล้านบาท**

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชี ของผู้ที่ให้บริการ ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานสอบบัญชี อยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วยแก้ไขปัญหา ความถูกต้องของงบการเงิน ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท ความชำนาญในการให้บริการ และการให้บริการที่รวดเร็ว

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม และการกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อช่องทางการให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจ คือ ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ และระดับรองลงมา คือ การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่ให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก คือ พนักงานมีความสุภาพและมีธรรมาภิบาล ร่องลงมาคือ การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน การแต่งกายของพนักงานพนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน และพนักงานมีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการงานสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจทุกข้อ ได้แก่ การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท การจัดตารางที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันไว้ และพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน

ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของบริษัทโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของบริษัทสอบบัญชีอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก คือ ความมั่นคงของบริษัท ร่องลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ความรับผิดชอบในการให้บริการ และการเป็นผู้นำในการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของผู้ที่ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามพบว่า

1. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้มากที่สุด คือ คณะกรรมการบริหาร จำนวน 143 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.3 ร่องลงมาคือ ผู้จัดการบัญชี/สมุห์บัญชี จำนวน 66 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.4 เจ้าของกิจการ จำนวน 58 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.9 ผู้ถือหุ้นจำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.7 บริษัทแม่ จำนวน 22 บริษัท และอื่นๆ (ได้แก่ บริษัทในเครือ ผู้ถือหุ้นรายย่อย คณะกรรมการกองทุนฯ และคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด) จำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

2. สิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้ คือ ความเชื่อถือไว้วางใจในงานสอบบัญชี จำนวน 172 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.4 เป็นอันดับแรก ร่องลงมาคุณภาพของงาน จำนวน 117 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.2 การส่งมอบงานที่รวดเร็ว จำนวน 38 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.8 ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.5 การให้บริการส่วนเพิ่มที่มีมากกว่าบริษัทอื่น จำนวน 19 บริษัท คิดเป็น

ร้อยละ 4.9 และอื่นๆ (ได้แก่ ส่งมอบงานตามกำหนดที่ตกลงไว้ และ กลต.รับรอง) จำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3. **สื่อที่สำคัญที่สุดทำให้รู้จักการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้คือ** จากรายชื่อผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจาก กลต. จำนวน 65 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือการบอกต่อ จำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.4 จากรายชื่อผู้สอบบัญชีของ กบข. จำนวน 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.6 จากบริษัทในเครือ จำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.5 อื่นๆ (ได้แก่ กรรมการ ชื่อเสียงการให้บริการ การเข้าอบรมสัมมนากับบริษัทในเครือบริษัทนี้ เอกสารอบรม และ สิ่งพิมพ์ต่างๆ) จำนวน 36 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.6 และอินเทอร์เน็ต จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

4. **ค่าสอบบัญชีที่ต้องการอย่างเหมาะสม** โดยมีค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้เฉลี่ยเท่ากับ 159,307.47 บาทและมีค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริงเฉลี่ยเท่ากับ 162,425.13 บาท

5. **สาเหตุการเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้เป็นครั้งแรกที่สำคัญมากที่สุดคือ** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท จำนวน 104 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาเป็นบริษัทแม่เป็นผู้กำหนด จำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.5 อื่นๆ (ได้แก่ ผู้บริหารรู้จักบริษัทนี้มาก่อน ความคุ้นเคย ต้องเปลี่ยนตามธนาคารผู้ให้กู้กำหนด ความมีชื่อเสียงของบริษัทนี้ ต้องการงานบริการที่มากกว่าเดิม และได้รับคำแนะนำจากบริษัทในเครือ) จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.9 ต้องการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท จำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.8 ต้องเปลี่ยนผู้สอบบัญชีตาม กลต.กำหนด(ทุก 5 ปี) จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.5 และรู้จักบริษัทสอบบัญชีที่เดียว จำนวน 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

6. **ระยะเวลาการใช้บริการมีจำนวนปีที่ใช้บริการ** ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 24 ปี โดยมีจำนวนปีโดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.88 ปี

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

แนวโน้มการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตต่อมีค่าเฉลี่ย 4.24 อยู่ในเกณฑ์ให้บริการแน่นอน แนวโน้มการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในเกณฑ์ที่คาดว่าจะบอกต่อ และผลรวมแนวโน้มการให้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์คาดว่าจะให้บริการในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ลูกค้ำที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีจำกัด แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จะวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
3. ระยะเวลาการให้บริการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ลูกค้ำที่มีรูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รูปแบบของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ลูกค้ำที่มีลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ลูกค้ำที่มีประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านระยะเวลาการให้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ลูกค้ำที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ลูกค้ำที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีบริษัท สอบบัญชี จำกัด ด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคต ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ประกอบด้วย การใช้บริการต่อในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด จะวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ

1. ด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้
2. ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง
3. ด้านระยะเวลาการให้บริการ

การใช้บริการต่อในอนาคต

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระยะเวลาการให้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีต่อในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ

1. ค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระยะเวลาการให้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าในการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการงานสอบบัญชีในขนาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่แตกต่างกัน พบว่า รูปแบบของกิจการและประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการที่แตกต่างกัน ส่วนลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง แตกต่างกัน แต่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธนา แก้วหนูนา (2547 :) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท โอบารา (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีรูปแบบกิจการ ระดับการศึกษา ตำแหน่งของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ ขนาดของกิจการ ระยะเวลาการให้บริการ และมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทฯ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ไม่แตกต่าง ส่วนประเภทของอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทฯด้านราคา แตกต่างกัน

และภฤตยาพร จิระบลกิจ (2545 : 77-79) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าประเภทธุรกิจ ต่อการให้บริการของ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่าประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการให้บริการ ยกเว้น ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการให้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ จากข้อมูลของลูกค้าตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยไมตรี และความมั่นคงของบริษัท อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าในด้านอื่นๆ ในรายข้อ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ จากผลของข้อมูลสอดคล้องกับคำกล่าวของ คอตเลอร์ (Kotler, 2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยึดถือความสำคัญของคุณภาพสินค้าเป็นหลักเมื่อสินค้าดีมีคุณภาพ ย่อมเกิดความพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

และสอดคล้องกับนางสาวจารุศรี ศิริธัญญะ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท WPI Electronics Co.,Ltd. มีความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง และนายทรงศักดิ์ เตชะชาญ (2542) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมด้านพนักงานบริการสูงสุด โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ส่วนด้านราคาซึ่งเป็นต้นทุนของลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง

3. ผลการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีในอนาคตของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ทั้งการใช้บริการต่อในอนาคตและการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการ จากผลของข้อมูลสอดคล้องกับนายรัชชัย สันติ

วงศ์ (2525: 17) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือและทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆ ที่มีผลจงใจหรือกำกับการตัดสินใจของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้การการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำ และหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำครั้งต่อเนื่องเรื่อยไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษารวบรวมเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า

1. ด้านประชากรศาสตร์ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกิจการที่เป็นของคนไทยทั้งหมด มีลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ประกอบธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมบริการ ขนาดของกิจการอยู่ที่ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป จากข้อมูลดังกล่าวทางบริษัทควรให้ความสนใจกับความต้องการของกลุ่มลูกค้านี้ เพราะถือว่าเป็นทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเป็นกลุ่มที่มีกำลังการจ่ายสูง ซึ่งควรนำมาพิจารณากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและส่วนแบ่งการตลาดให้ชัดเจน การวางแผน นโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. ความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ผู้ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ส่วนใหญ่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจ ถึง พึงพอใจอย่างมาก ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งเมื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ในแต่ละด้านว่ามีมากน้อยเพียงใดแล้ว ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาทำการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยนำมากำหนดเป้าหมายการให้บริการ การวางแผน นโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดและมีความจงรักภักดีต่อบริษัทต่อไป

3. พฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด พบว่า ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ โดยสิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ความเชื่อถือไว้วางใจ รองลงมาคือ คุณภาพของงาน สื่อที่สำคัญที่สุดคือ จากรายชื่อผู้สอบที่ได้รับอนุญาตจาก ก.ล.ด. ส่วนในด้านค่าสอบบัญชีที่ลูกค้าต้องการอย่างเหมาะสมโดยเฉลี่ยเท่ากับ 159,307.47 บาท และค่าสอบบัญชีที่ลูกค้าจ่ายจริงโดยเฉลี่ยเท่ากับ 162,425.13 บาท จากข้อมูลค่าสอบบัญชีที่ลูกค้าต้องการกับที่จ่ายจริงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผู้ให้บริการได้จ่ายค่าสอบบัญชีตรงกับที่คาดหวังไว้ และในด้านจำนวนปีที่ใช้บริการมีระยะเวลาเฉลี่ย 5.88 ปี ซึ่งถือว่าลูกค้ามีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ส่วนใหญ่เห็น

ว่าต้องการจะปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัทให้ดีขึ้นจึงเลือกที่จะใช้บริการ ดังนั้น จากข้อมูลที่ได้ดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ค้นคว้าและพัฒนาการให้บริการ วางแผนนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

4. ผู้ใช้บริการที่มีประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง ที่แตกต่างกัน สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมา กำหนดส่วนแบ่งการตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วางลำดับความสำคัญของการให้บริการเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามความต้องการ วางแผนนโยบาย และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น ผู้ใช้บริการที่มีประเภทอุตสาหกรรมผลิต มีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการที่ยาวนานกว่าบางประเภทอุตสาหกรรม เพราะการทำงานในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมมีความแตกต่างและต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญและคุ้นเคย ดังนั้น การสร้างกลยุทธ์การบริหารที่สอดคล้อง คือการให้บริการที่แตกต่าง โดยการให้บริการที่มีมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการต่อผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี

และผู้ใช้บริการที่มีลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ และด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง กล่าวคือ ความสามารถในการจ่ายค่าสอบบัญชีแต่ละบริษัทไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับทั้งลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์การบริหารที่สอดคล้อง คือการตั้งค่าสอบบัญชีเพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มนี้ต้องพิจารณาค่าสอบบัญชีให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละราย

4. ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการใช้บริการ ซึ่งหมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริษัท สอบบัญชี จำกัด อยู่ในระดับพึงพอใจ ถึง พึงพอใจอย่างมาก ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านค่าสอบบัญชีที่ตั้งไว้ ด้านค่าสอบบัญชีที่จ่ายจริง และด้านระยะเวลาการใช้บริการ ดังนั้นการบริหารงานด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีแล้วนั้น บริษัทต้องถือปฏิบัติให้คงคุณภาพเดิมและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น บริษัทควรนำข้อมูลความสัมพันธ์ดังกล่าว มากำหนดกลุ่มเป้าหมาย วางแผนนโยบาย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับบริษัท และวางกลยุทธ์ทางการบริหารเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด และเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นการรักษาลูกค้าเก่า และนำไปวางแผนเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ตามวัตถุประสงค์

5. ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจด้านราคาและด้านช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ ซึ่งหมายถึง ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจด้านราคาและด้านช่องทางการให้บริการน้อย จะมีพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ในด้านระยะเวลาการใช้บริการมาก ซึ่งถ้าหากไม่เพิ่มความพึงพอใจให้มีการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ผลยังคงสามารถเพิ่มพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีในด้านระยะเวลาการใช้บริการได้ และสามารถนำข้อมูลความสัมพันธ์ดังกล่าวมา กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วางแผนนโยบายสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และวางกลยุทธ์ทางการบริหารเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้บริการ ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน (7P's) ได้แก่ การให้บริการ(Service) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) บุคลากร(People) กระบวนการให้บริการ(Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ(Physical Evidence) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด เพราะเป็นธุรกิจที่ให้บริการ และควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จะทำให้ทราบว่า ปัจจัยอื่นใดนอกจากนี้ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำผลของการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ทางการบริหาร ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

2. ควรทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันและนำมาเปรียบเทียบระหว่างบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่เป็นของคนไทยร้อยเปอร์เซ็นต์ กับบริษัทสอบบัญชีที่เป็นธุรกิจร่วมทุนต่างชาติ เพื่อได้นำผลการวิจัยที่แตกต่างกัน มาทำการศึกษาเปรียบเทียบอันจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น และค้นหากลยุทธ์ที่จะทำให้คนไทยใช้ของไทย คุณภาพไม่แตกต่าง และเพื่อส่งเสริมธุรกิจคนไทยให้เท่าเทียมต่างชาติ

3. ควรทำการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน ของบริษัท สอบบัญชี จำกัด เพื่อคาดการณ์ว่า ผู้ใช้บริการจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางใด เพื่อสามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2546). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทรงศักดิ์ เตชะชาญ (2542). *การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเครื่องปั๊มลม ของ บริษัทแอตลาสคอปโก จำกัด รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์ (2525). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค* : กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา
- เสรี วงษ์มณฑา.(2541).*กลยุทธ์การตลาด,การวางแผนการตลาด*.กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์ม และ ไซเทกซ์ จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542).*วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*.กรุงเทพฯ:บริษัท ชีระฟิล์มและไซเทกซ์ จำกัด.
- จารุศรี ศิริอังกาฐ.(2545) *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท WPI Electronics Co.,Ltd*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร
- ธนา แก้วหนา.(2547) *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท โอบารา (ประเทศไทย) จำกัด* สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร
- กฤตยากร จิระบลกิจ. (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าประเภทธุรกิจต่อการให้บริการของบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).*: สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร
- Armstrong, Gary; & Phillip Kotler. *Marketing and Introduction*. 6th edition New Jersey: Pearson Education, Inc., 2003.
- Aday;& Anderson. (1975). *Development of induces to medical card*. Michigan: Ann Arbor Health Administration Press.

Engel, Blackwell; & Miniard. (1995). *Consumer Behavior*. 8th ed. International Forth Worth : Dryden Press

Schiffman, Leon G.; & Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*. 7th edition New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 2000

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management:: Analysis, Panning, Implementation and Control*. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ชุดที่

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง : ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงาน
สอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการของบริษัทที่ให้บริการงานด้านสอบบัญชีได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน ที่คิดว่าเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งคำตอบของทุกท่านที่อนุเคราะห์สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ ผู้จัดทำจะเก็บเป็นความลับ และไม่มีผลเสียหรือผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใดและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้จัดทำสารนิพนธ์

คำชี้แจง

โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรม ของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ส่วนที่ 4 แนวโน้ม ของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม

(โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน)

1. รูปแบบของกิจการ

- ☐ กิจการของคนต่างชาติทั้งหมด
- ☐ กิจการของคนไทยทั้งหมด
- ☐ กิจการที่มีการร่วมลงทุนระหว่างไทยกับต่างชาติ

2. ลักษณะของกิจการ

- ☐ บริษัทจำกัดมหาชน
- ☐ บริษัทจำกัด
- ☐ หน่วยงานราชการ
- ☐ สถาบันต่างๆ
- ☐ ห้างหุ้นส่วน
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ประเภทของอุตสาหกรรม

- ☐ ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต
- ☐ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- ☐ ธุรกิจซื้อขายไป
- ☐ ธุรกิจการให้บริการ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ขนาดของกิจการ

- ☐ ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท
- ☐ ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท
- ☐ ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 11-50 ล้านบาท
- ☐ ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท
- ☐ ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 101 ล้านบาทขึ้นไป

5. รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี

- ☐ รายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท
- ☐ รายได้ตั้งแต่ 50-150 ล้านบาท
- ☐ รายได้ตั้งแต่ 151-300 ล้านบาท
- ☐ รายได้ตั้งแต่ 301-500 ล้านบาท
- ☐ รายได้ตั้งแต่ 501 ล้านบาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ แบ่งเป็น ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ ของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

(โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด)

ความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท สอบบัญชี จำกัด	พอใจ อย่าง มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง มาก
ด้านการให้บริการ (Products & Services) ของ บริษัทนี้					
1. ความรับผิดชอบของบริษัทนี้ในการช่วยแก้ไข ปัญหา					
2. ความถูกต้องของงบการเงิน					
3. ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบริษัท					
4. ความชำนาญในการให้บริการ					
5. การให้บริการที่รวดเร็ว					
ด้านราคา (Price) ของบริษัทนี้					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ					
2. ราคาการให้บริการตรงกับที่ท่านได้ตั้งไว้					
3. เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม					
4. การกำหนดราคาของค่าสอบบัญชีสามารถ ยืดหยุ่นตามความต้องการของท่าน					
ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ของบริษัทนี้					
1. การนำเสนอข้อมูลการให้บริการของบริษัทผ่าน ทางอินเทอร์เน็ต					
2. ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ					
ด้านบุคลากร (People) ของบริษัทนี้					
1. พนักงานมีความรู้และความชำนาญในการ ปฏิบัติงาน					
2. พนักงานมีความสุภาพและมีอัธยาศัยไมตรี					
3. การแต่งกายของพนักงาน					
4. การปฏิบัติตัวของพนักงานกับบริษัทของท่าน					
5. การตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน					

ความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท สอบบัญชี จำกัด	พอใจ อย่าง มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ(Process)ของบริษัทนี้					
1. การให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ถูกต้องและชัดเจน					
2. งบการเงินที่ได้รับเหมาะสมกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบริษัท					
3. การจัดตารางเวลาที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน					
4. การปฏิบัติงานเป็นตามแผนงานที่กำหนดและตกลงกันได้					
5. พนักงานที่เข้าปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอเมื่อเทียบกับลักษณะงานและปริมาณงานของบริษัทท่าน					
ด้านภาพลักษณ์ (Public Relations) ของบริษัทนี้					
1. ความมั่นคงของบริษัท					
2. การเป็นผู้นำในการให้บริการ					
3. ความมีชื่อเสียงของบริษัท					
4. ความรับผิดชอบในการให้บริการ					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม ของลูกค้าที่ใช้บริการงานสอบบัญชีของ บริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

(โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านสามารถใส่ได้มากกว่า 1)

1. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้มากที่สุด

- ☐ เจ้าของกิจการเพียงคนเดียว
- ☐ คณะกรรมการบริหาร
- ☐ ผู้ถือหุ้น
- ☐ บริษัทแม่
- ☐ ผู้จัดการบัญชี/สมุห์บัญชี
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้ สิ่งใดที่ท่านพิจารณาเป็นอันดับแรก

- ☐ คุณภาพของงาน
- ☐ การส่งมอบงานที่รวดเร็ว
- ☐ ความเชื่อถือไว้วางใจในงานสอบบัญชี
- ☐ ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น
- ☐ การให้บริการส่วนเพิ่มที่มีมากกว่าบริษัทอื่น
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านรู้จักการให้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทนี้จากสื่อใดที่สำคัญมากที่สุด

- ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ การบอกต่อ
- ☐ จากรายชื่อผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจาก กสท.
- ☐ จากรายชื่อผู้สอบบัญชีของ กบช.
- ☐ จากบริษัทในเครือ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ค่าสอบบัญชีสำหรับแต่ละปีที่ท่านได้ตั้งไว้อย่างเหมาะสมเมื่อเทียบกับงานของท่านจำนวน.....บาท และเคยจ่ายจริง.....บาท

5. สาเหตุการเลือกใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัทเป็นครั้งแรก ที่สำคัญมากที่สุด

- ☐ บริษัทแม่เป็นผู้กำหนด
- ☐ รู้จักบริษัทสอบบัญชีที่เดียว
- ☐ ต้องเปลี่ยนผู้สอบบัญชีตาม กสท. กำหนด (ทุก 5 ปี)
- ☐ ต้องการปรับปรุงงานด้านบัญชีของบริษัท
- ☐ ต้องการลดค่าใช้จ่าย (ค่าสอบบัญชี)
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดในปัจจุบันมาแล้ว
เป็นเวลา ปีเดือน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถาม เกี่ยวกับแนวโน้มของลูกค้าต่อการใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย(ที่ใช้ในปัจจุบัน)
(โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน)

ท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการงานสอบบัญชีของบริษัท สอบบัญชี จำกัดที่ใช้ในปัจจุบันต่อไปในอนาคตหรือไม่

1. ท่านจะใช้บริการของบริษัทนี้ต่อไปในอนาคต

ใช้แน่นอน : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่ใช้แน่นอน
5 4 3 2 1

2. การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

บอกต่อแน่นอน : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่บอกต่อแน่นอน
5 4 3 2 1

ภาคผนวก ข

หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญจากบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาวสุลลิต อาดสว่าง

วันเดือนปีเกิด

4 กุมภาพันธ์ 2514

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

หมู่บ้านคาซ่า วิลล์ 89/78 ซอย 14/1

แขวงคลองถนน เขตสายไหม

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน

ผู้จัดการอาวุโสบริษัทสอบบัญชี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2536

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี

จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2550

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ