

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของรูปแบบของธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	238	60.30
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	123	31.10
อื่น ๆ	34	8.60
รวม	395	100

สรุปจากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้บริการในรูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.10 และที่เหลือคืออื่น ๆ มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.60

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ธุรกิจอุตสาหกรรม	76	19.20
ธุรกิจซื้อขายสินค้า	122	30.90
ธุรกิจก่อสร้าง	74	18.70
ธุรกิจบริการ	123	31.20
อื่น ๆ	0	0
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการในแบบประเภทของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ มีจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.20 รองลงมาเป็นธุรกิจซื้อขายสินค้า มีจำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.90 ถัดมาเป็นธุรกิจอุตสาหกรรม มีจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.20 และที่เหลือคือธุรกิจก่อสร้าง มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.70

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	230	58.20
เกิน 5 ล้านบาท	165	41.80
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท มีจำนวน 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.20 และที่เหลือมีทุนจดทะเบียนเกิน 5 ล้านบาท มีจำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.80

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	74	18.70
5 - 10 ปี	143	36.20
มากกว่า 10 ปี	112	28.40
มากกว่า 15 ปี	55	13.90
20 ปีขึ้นไป	11	2.80
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการตามระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่คือ 5 – 10 ปี มีจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือมากกว่า 10 ปี มีจำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.40 ถัดมาคือต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.70 ถัดมาคือมากกว่า 15 ปี มีจำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.90 และที่เหลือคือ 20 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของจำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจ

จำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	86	21.80
10 – 19 คน	153	38.70
20 – 29 คน	82	20.80
30 – 39 คน	54	13.70
40 คนขึ้นไป	20	5.10
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการมีจำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจส่วนใหญ่ที่ใช้บริการจะมี 10-19 คน มีจำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาคือน้อยกว่า 10 คน มีจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.80 ถัดมาคือ 20-29 คน มีจำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.80 ถัด

มาคือ 30-39 คน มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.70 และที่เหลือคือ 40 คนขึ้นไป มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.10

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของจำนวนพนักงานบัญชี

จำนวนพนักงานบัญชี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คน	173	43.80
2 คน	127	32.20
3 คน	69	17.50
4 คน	13	3.30
5 คนขึ้นไป	13	3.30
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.6 ผู้ใช้บริการของจำนวนพนักงานบัญชีของกิจการส่วนใหญ่จะมีพนักงานบัญชี 1 คน จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมามีพนักงานบัญชี 2 คน จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.20 ถัดมามีพนักงานบัญชี 3 คน จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 ที่เหลือมีพนักงานบัญชี 4 คน และมีพนักงานบัญชี 5 คนขึ้นไป จำนวนอย่างละ 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
หุ้นส่วนผู้จัดการ	72	18.20
ผู้จัดการทั่วไป	123	31.10
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	189	47.80
อื่น ๆ	11	2.80
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีจำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมาเป็นผู้จัดการทั่วไป มีจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.10 ถัดมาคือหุ้นส่วนผู้จัดการ มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 และที่เหลือคือตำแหน่งอื่นๆ มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

ระดับความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีความรู้ระดับมากที่สุด	10	2.50
มีความรู้ระดับมาก	69	17.50
มีความรู้ระดับปานกลาง	120	30.40
มีความรู้ระดับน้อย	85	21.50
มีความรู้ระดับน้อยที่สุด	111	28.10
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.40 รองลงมามีความรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.10 ถัดมามีความรู้อยู่ในระดับน้อย จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถัดมามีความรู้อยู่ในระดับมาก จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 และที่เหลือ มีความรู้อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่ท่านได้ใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี

เหตุผลสำคัญที่ท่านได้ใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีความรู้ด้านการบัญชี	81	20.50
ในสำนักงานไม่มีพนักงานบัญชี	74	18.70
ท่านไม่มีเวลาทำบัญชี	47	11.90
ต้องการรับบริการด้านภาษีอากร	84	21.30
ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า	107	27.10
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.9 พบว่า เหตุผลสำคัญที่ท่านต้องใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า มีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.10 รองลงมาคือ ต้องการรับบริการด้านภาษีอากร มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.30 ถัดมาคือไม่มีความรู้ด้านการบัญชี มีจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 ถัดมาคือในสำนักงานไม่มีพนักงานบัญชี มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.70 ถัดมาคือไม่มีเวลาทำบัญชี มีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.90 และที่เหลือคือเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของการรับบริการจากสำนักงานบริการรับทำบัญชี

การรับบริการจากสำนักงานรับทำบัญชี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543	67	17.00
ทำงานการเงินก่อนรับรอง โดยผู้สอบบัญชี	71	18.00
บริการวางแผนภาษี	91	23.00
บริการจัดทำรายงานภาษีทุกประเภท	285	72.20
พร้อมทั้งนำส่งต่อกรมสรรพากร		
บริการรับรองงบการเงิน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	298	75.40
บริการเกี่ยวกับการประกันสังคม	152	38.50
นำส่งงบการเงินประจำปีต่อกระทรวงพาณิชย์	261	66.10
อื่น ๆ	0	0

สรุปจากตาราง 4.10 พบว่า การรับบริการจากสำนักงานรับทำบัญชีลำดับที่ 1 ได้แก่บริการรับรองงบการเงินโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีจำนวน 298 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.40 ลำดับที่ 2 คือ บริการจัดทำรายงานภาษีทุกประเภท พร้อมทั้งนำส่งต่อกรมสรรพากร มีจำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.20 ลำดับที่ 3 คือนำส่งงบการเงินประจำปีต่อกระทรวงพาณิชย์ มีจำนวน 261 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.10 ลำดับที่ 4 คือบริการเกี่ยวกับการประกันสังคม มีจำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 ลำดับที่ 5 คือบริการวางแผนภาษี มีจำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00 ลำดับที่ 6 คือทำงบการเงินก่อนรับรองโดยผู้สอบบัญชี มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 และลำดับที่ 7 คือทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 มีจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของท่านเลือกใช้บริการสำนักบริการรับทำบัญชี

ท่านเลือกใช้บริการสำนักบริการรับทำบัญชี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีผู้แนะนำ	91	23.00
จากการโฆษณา	103	26.10
ได้รับการติดต่อโดยตรงจากสำนักงานบริการ	85	21.50
จัดหาเอง	115	29.10
อื่น ๆ	1	0.30
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.11 ได้ว่า การเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีลำดับที่ 1 ได้แก่การจัดหาเอง มีจำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.10 ลำดับที่ 2 คือจากการโฆษณา มีจำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.10 ลำดับที่ 3 คือมีผู้แนะนำ จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00 ลำดับที่ 4 คือได้รับการติดต่อโดยตรงจากสำนักงานบริการ จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.50 และลำดับที่ 5 คือวิธีอื่น ๆ มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของลักษณะสำคัญของสำนักงานบริการรับทำบัญชีที่พอใจที่สุด

ลักษณะสำคัญของสำนักงานบริการรับทำบัญชี ที่ท่านพอใจที่สุด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีความน่าเชื่อถือ	84	21.30
มีความรอบคอบและรวดเร็ว	93	23.50
มาตรฐานการให้บริการ	79	20.00
ตอบสนองความต้องการลูกค้า	139	35.20
รวม	395	100

สรุปจากตาราง 4.12 ได้ว่าลักษณะสำคัญของสำนักงานบริการรับทำบัญชีที่ผู้ใช้พอใจลำดับที่ 1 ได้แก่การตอบสนองความต้องการลูกค้า มีจำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.20 ลำดับที่ 2 คือมีความรอบคอบและรวดเร็ว จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลำดับที่ 3 คือมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.30 ลำดับที่ 4 คือมาตรฐานการให้บริการ จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี โดยรวมและเป็นรายด้าน

ปัจจัยที่มีความสำคัญ	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	3.35	0.64	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	3.17	0.84	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่	3.08	0.80	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.90	0.92	ปานกลาง
โดยรวม	3.13	0.80	ปานกลาง

สรุปจากตาราง 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยโดยรวมมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และเมื่อได้พิจารณาเป็นรายด้านมีอยู่จำนวน 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี โดยรวมและเป็นรายชื่อ

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ชื่อเสียงกิจการ	3.51	1.20	มาก
ความถูกต้องแม่นยำของงานบัญชี	3.50	0.84	ปานกลาง
ความถูกต้องแม่นยำในการให้คำปรึกษาด้านบัญชี	3.33	1.02	ปานกลาง
ความถูกต้องในการจัดทำภาษีทุกประเภท	3.41	1.03	ปานกลาง
การให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	3.22	1.07	ปานกลาง
ความสามารถของผู้บริการสำนักบริการรับทำบัญชี	3.16	1.15	ปานกลาง
โดยรวม	3.35	0.64	ปานกลาง

สรุปจากตาราง 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการรับทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และเมื่อได้พิจารณาเป็นรายข้อมี 6 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) ชื่อเสียงกิจการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับความสำคัญมาก 2) ความถูกต้องแม่นยำของงานบัญชี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 3) ความถูกต้องในการจัดทำภาษีทุกประเภท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 4) ความถูกต้องแม่นยำในการให้คำปรึกษาด้านบัญชี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 5) การให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง และ 6) ความสามารถของผู้บริการสำนักบริการรับทำบัญชี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา

ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี โดยรวมและเป็นรายข้อ

ปัจจัยด้านราคา	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
อัตราค่าบริการเหมาะสมกับผลงาน	3.21	1.10	ปานกลาง
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	3.17	1.03	ปานกลาง
มีเงื่อนไขการชำระค่าบริการ เช่น รายเดือน รายไตรมาส รายปี	3.09	1.12	ปานกลาง
อัตราค่าบริการถูก	3.22	1.25	ปานกลาง
โดยรวม	3.17	0.84	ปานกลาง

สรุปจากตาราง 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการรับทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และเมื่อได้พิจารณาเป็นรายข้อมี 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) อัตราค่าบริการถูก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 2) อัตราค่าบริการเหมาะสมกับผลงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 3) สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง และ 4) มีเงื่อนไขการชำระค่าบริการ เช่น รายเดือน รายไตรมาส รายปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่

ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี โดยรวมและเป็นรายข้อ

ปัจจัยด้านสถานที่	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
สถานที่ตั้งสำนักงานมั่นคง น่าเชื่อถือ	3.32	1.02	ปานกลาง
การเดินทางสะดวก	3.22	0.99	ปานกลาง
มีที่จอดรถสะดวก	2.99	1.08	ปานกลาง
อยู่ใกล้สำนักงานท่าน	2.81	1.23	ปานกลาง
โดยรวม	3.08	0.80	ปานกลาง

สรุปจากตาราง 4.16 พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการรับทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และเมื่อได้พิจารณาเป็นรายข้อมี 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) สถานที่ตั้งสำนักงานมั่นคง น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 2) การเดินทางสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 3) มีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง และ 4) อยู่ใกล้สำนักงานของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชี โดยรวม และเป็นรายข้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
การโฆษณาบนสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.08	1.17	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์โดยลูกค้าเดิม	3.04	1.15	ปานกลาง
บริการเสริม เช่น วางระบบงานใหม่งานย่อย ๆ	2.80	1.16	ปานกลาง
จัดอบรมสัมมนากับลูกค้า	2.67	1.36	ปานกลาง
โดยรวม	2.90	0.92	ปานกลาง

สรุปจากตาราง 4.17 พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการรับทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และเมื่อได้พิจารณาเป็นรายข้อมี 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) การโฆษณาบนสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 2) มีการประชาสัมพันธ์โดยลูกค้าเดิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 3) บริการเสริม เช่น วางระบบงานใหม่งานย่อย ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง และ 4) จัดอบรมสัมมนากับลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ใช้บริการที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน

ปัจจัยแต่ละด้าน	รูปแบบธุรกิจ	จำนวน (ราย)	Mean	S.D.	F	Sig.
ด้านสินค้าและบริการ	บริษัทจำกัด	238	3.34	0.56	1.08	0.34
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	123	3.41	0.69		
	อื่นๆ	34	3.25	0.92		
	รวม	395	3.35	0.64		
ด้านราคา	บริษัทจำกัด	238	3.24	0.83	2.52	0.08
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	123	3.03	0.77		
	อื่นๆ	34	3.19	1.07		
	รวม	395	3.17	0.84		
ด้านสถานที่	บริษัทจำกัด	238	3.07	0.84	1.36	0.25
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	123	3.15	0.71		
	อื่นๆ	34	2.9	0.81		
	รวม	395	3.08	0.80		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	บริษัทจำกัด	238	2.96	0.91	2.50	0.08
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	123	2.85	0.85		
	อื่นๆ	34	2.61	1.13		
	รวม	395	2.9	0.92		

สรุปตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันเห็นได้ว่าด้านสินค้าและบริการด้านราคาด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ
สำนักงานรับทำบัญชีของผู้ใช้บริการที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน

ปัจจัยแต่ละด้าน	ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	Mean	S.D.	F	Sig.
ด้านสินค้าและบริการ	ธุรกิจอุตสาหกรรม	76	3.35	0.70	1.17	0.32
	ธุรกิจซื้อขายสินค้า	122	3.32	0.57		
	ธุรกิจก่อสร้าง	74	3.48	0.62		
	ธุรกิจบริการ	123	3.32	0.67		
	รวม	395	3.35	0.64		
ด้านราคา	ธุรกิจอุตสาหกรรม	76	3.11	0.83	0.24	0.87
	ธุรกิจซื้อขายสินค้า	122	3.17	0.82		
	ธุรกิจก่อสร้าง	74	3.19	0.86		
	ธุรกิจบริการ	123	3.21	0.86		
	รวม	395	3.17	0.84		
ด้านสถานที่	ธุรกิจอุตสาหกรรม	76	3.1	0.85	2.38	0.06
	ธุรกิจซื้อขายสินค้า	122	2.94	0.75		
	ธุรกิจก่อสร้าง	74	3.1	0.82		
	ธุรกิจบริการ	123	3.21	0.79		
	รวม	395	3.08	0.80		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ธุรกิจอุตสาหกรรม	76	2.7	0.90	1.46	0.22
	ธุรกิจซื้อขายสินค้า	122	2.95	0.89		
	ธุรกิจก่อสร้าง	74	2.97	0.74		
	ธุรกิจบริการ	123	2.92	1.04		
	รวม	395	2.9	0.92		

สรุปตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันเห็นได้ว่าด้านสินค้าและบริการด้านราคาด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ใช้บริการที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน

ปัจจัยแต่ละด้าน	ทุนจดทะเบียน	จำนวน (ราย)	Mean	S.D.	t	Sig.
ด้านสินค้าและบริการ	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	230	3.38	0.66	0.97	0.33
	เกิน 5 ล้านบาท	165	3.32	0.60		
ด้านราคา	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	230	3.11	0.89	-1.85	0.06
	เกิน 5 ล้านบาท	165	3.27	0.76		
ด้านสถานที่	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	230	3.06	0.77	-0.65	0.51
	เกิน 5 ล้านบาท	165	3.12	0.85		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	230	2.87	0.92	-0.60	0.55
	เกิน 5 ล้านบาท	165	2.93	0.91		

สรุปตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีทุนจดทะเบียนที่แตกต่างกันเห็นได้ว่าด้านสินค้าและบริการด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 4.21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีของผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

ปัจจัยแต่ละด้าน	ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	Mean	S.D.	F	Sig.
ด้านสินค้าและบริการ	ต่ำกว่า 5 ปี	74	3.34	0.83	2.55	0.03*
	5 - 10 ปี	143	3.45	0.65		
	มากกว่า 10 ปี	112	3.21	0.52		
	มากกว่า 15 ปี	55	3.43	0.54		
	20 ปีขึ้นไป	11	3.39	0.32		
รวม		395	3.35	0.62		
ด้านราคา	ต่ำกว่า 5 ปี	74	3.16	1.01	0.28	0.89
	5 - 10 ปี	143	3.12	0.90		
	มากกว่า 10 ปี	112	3.22	0.83		
	มากกว่า 15 ปี	55	3.2	0.48		
	20 ปีขึ้นไป	11	3.3	0.47		
รวม		395	3.17	0.84		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยแต่ละด้าน	ระยะเวลาของการ ดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	Mean	S.D.	F	Sig.
ด้านสถานที่	ต่ำกว่า 5 ปี	74	3.08	0.80	1.69	0.15
	5 - 10 ปี	143	3.2	0.79		
	มากกว่า 10 ปี	112	2.97	0.85		
	มากกว่า 15 ปี	55	2.97	0.74		
	20 ปีขึ้นไป	11	3.2	0.43		
รวม		395	3.08	0.80		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ต่ำกว่า 5 ปี	74	2.62	1.04	2.27	0.06
	5 - 10 ปี	143	2.99	0.94		
	มากกว่า 10 ปี	112	2.92	0.83		
	มากกว่า 15 ปี	55	2.93	0.82		
	20 ปีขึ้นไป	11	3.11	0.81		
รวม		395	2.9	0.92		

สรุปตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันเห็นได้ว่าด้านสินค้าและบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และด้านราคาด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ตาราง Scheffe

ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ	จำนวน(ราย)	Subset for alpha = 0.05
มากกว่า 10 ปี	112	3.21
ต่ำกว่า 5 ปี	74	3.34
20 ปีขึ้นไป	11	3.39
มากกว่า 15 ปี	55	3.43
5 - 10 ปี	143	3.45
Sig.		0.615