

ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ  
ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Professionalism and innovation of accounting offices affect the satisfaction  
trust and loyalty of users in Bangkok metropolitan area



ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ  
และความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Professionalism and innovation of accounting offices affect the satisfaction trust and loyalty  
of users in Bangkok metropolitan area



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2559



© 2561

กวิณพัฒน์ ปรากฏสวรรค์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความ  
ไว้วางใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย กวินพัฒน์ ปรากฏสวรรค์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 มีนาคม 2561

กวิณพัฒน์ ปรางสรรค์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (55 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 390 คน ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความเป็นมืออาชีพ นวัตกรรม ตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน และความมีนวัตกรรม ด้านการใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาความลับ ด้านการรักษาประโยชน์ และความมีนวัตกรรม ด้านรูปแบบการบริการใหม่ๆ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ของผู้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ: ความเป็นมืออาชีพ, ความมีนวัตกรรม, ความพึงพอใจ, ความไว้วางใจ, ความภักดี

Pransawan, K. M.B.A., March 2018, Graduate School, Bangkok University.

Professionalism and innovation of accounting offices affect the satisfaction trust and loyalty of users in Bangkok metropolitan area. (55 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Saranyapong Thiangtam, Ph.D.

### ABSTRACT

The study aims to study Professionalism and innovation of accounting offices affect the satisfaction trust and loyalty of users in Bangkok metropolitan area. That using the questionnaire as the tool to collect data from the sample group of 390 users in Bangkok metropolitan area. The variables in this research consisted of independent variables include professionalism, innovation interstitial variables include satisfaction, trust dependent variables include loyalty. Statistics used for data analysis were Frequency Percent Mean Standard Deviation and Multiple Regression Analysis.

The results indicated that the majority of respondents were females with 41-50 years of age, Bachelor's degree holders, marital status and income ranged 30,001-40,000 baht. The results of hypothesis test showed that 1) professionalism include punctuality in work and innovation include new tools in service, new processes in service of accounting offices affect satisfaction of users in Bangkok metropolitan area 2) professionalism include confidentiality, benefits and innovation include new service models, new processes in service of accounting offices affect trust of users in Bangkok metropolitan area 3) trust include honesty, problem resolution, readiness for business change of accounting offices affect loyalty of users in Bangkok metropolitan area

*Keywords: Professionalism, Innovation, Satisfaction, Trust, Loyalty*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ ในการวิจัยงานวิจัยครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

กวินพัฒน์ ปรากฏสวรรค์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ	12
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความภักดี	13
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	17
2.8 สมมติฐานการวิจัย	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	21
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	23
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	24



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพ ความมีวินัย ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี	27
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	33
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	38
5.2 อภิปรายผล	39
5.3 ข้อเสนอแนะ	41
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก	46
ประวัติผู้เขียน	55
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าความเชื่อมั่น	22
ตารางที่ 4.1: จำนวน ร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=390)	25
ตารางที่ 4.2: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี	27
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี	28
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี	29
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี	31
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความภักดีต่อสำนักงานบัญชี	32
ตารางที่ 4.7: ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	33
ตารางที่ 4.8: ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	34
ตารางที่ 4.9: ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	35
ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด	36

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการวิจัย

หน้า

18



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความภักดีในตราสินค้า เป็นการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรึงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา มีคำกล่าวว่าการสร้างลูกค้าใหม่ 1 คน จะมีต้นทุนสูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่า 1 คน ถึง 5 – 10 เท่า และในปัจจุบันเกิดความหลากหลายในตราสินค้า ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายเพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนหรือหันไปใช้สินค้าตราใหม่ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นกลยุทธ์ที่สำคัญทางการตลาดคือ การสร้างความภักดีในตราสินค้า การสร้างความภักดีในตราสินค้าจึงมีความจำเป็นมาก และทำให้ลูกค้าเกิดต้นทุนที่จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าตราอื่น ซึ่งอาจจะสรุปว่าความภักดีในตราสินค้ามีความสำคัญสามประการได้แก่ การสร้างปริมาณการขายให้สูงขึ้น การเพิ่มราคาให้สินค้าสูงขึ้น และการการรักษาลูกค้าให้คงอยู่ (Chen & Chen, 2010)

ความภักดีในตราสินค้า สามารถให้ความหมายได้ทั้งในเชิงพฤติกรรมในการซื้อ และในมุมมองเชิงจิตวิทยา มุมมองของพฤติกรรมการซื้อ จะเป็นความหมายที่ถูกนำมาใช้ มากที่สุดเพราะสามารถวัดได้อย่างง่าย โดยความภักดีในตราสินค้าคือการที่ผู้บริโภคมีการซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม และบ่อยครั้งจนเกิดเป็นความภักดีในตราสินค้า (Emerah & David, 2013)

การจัดทำบัญชีนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับทุกองค์กร เนื่องจากข้อมูลทางบัญชีเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นไปของธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึงผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน และยังสามารถใช้ข้อมูลสารสนเทศดังกล่าวในการกำหนดนโยบายและกำหนดทิศทางการกลยุทธ์ เพื่อวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงาน และการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ นอกจากนี้ข้อมูลทางบัญชียังเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของตน เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ทันที่แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ทางบัญชีหรือขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพของพนักงานบัญชี จึงต้องอาศัยบริการจากสำนักงานบัญชีภายนอก (Adomaitiene & Slatkeviciene, 2008)

ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนให้ธุรกิจมีการจัดทำบัญชี และรายงานทางการเงินได้อย่างถูกต้อง ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและผู้ใช้ข้อมูลในงบการเงิน ในปัจจุบัน พบว่า มีธุรกิจที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่ให้บริการด้านการจัดทำบัญชี การบัญชีและการตรวจสอบบัญชี และการให้คำปรึกษาด้านภาษี โดยลูกค้าของสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลการประกอบธุรกิจโดยตรงตั้งแต่การรับบริการจดทะเบียน

จัดตั้งธุรกิจ การส่งเสริมและการกำกับดูแลธุรกิจให้มีธรรมาภิบาลมีภารกิจเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการสร้างความพร้อมเพื่อยกระดับสำนักงานบัญชีไทยสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลทางบัญชีและรายงานทางการเงินของธุรกิจมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จะต้องผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินอย่างเข้มข้นจากหน่วยตรวจประเมินอิสระที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าให้ความสำคัญเห็นชอบ

การจัดทำบัญชีถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้ทราบถึงต้นทุนของธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งมักละลายในเรื่องของการทำบัญชี เนื่องจากอาจเป็นการซื้อขายด้วยเงินสด จึงมักประมาณการจากเงินสดที่จ่ายออกไปในแต่ละวัน ในการซื้อหรือชำระค่าสินค้าและค่าใช้จ่ายต่างๆ ว่าเป็นต้นทุนธุรกิจทำให้ไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องมีการจัดทำบัญชีหรือแม้จะมีการจัดทำบัญชีก็อยู่ในลักษณะบัญชีเงินสดรับ-จ่าย และก็มีมักจะลงรายการไม่ครบถ้วนโดยจะลงเฉพาะยอดรับจ่ายเมื่อสิ้นสุดวันเท่านั้นหรือกรณีธุรกิจที่อยู่ในรูปนิติบุคคลธุรกิจ ก็จะมีการจัดทำบัญชีเพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายบังคับโดยให้ความสำคัญในการจัดทำบัญชีเพื่อการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลมากกว่าเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ รวมถึงการที่ธุรกิจส่วนใหญ่มักเลือกใช้วิธีการจ้างสำนักงานบัญชีภายนอกในการจัดทำบัญชี โดยเจ้าหน้าที่บัญชีหรือการเงินภายในของธุรกิจ จะเป็นเพียงผู้รวบรวมสรุปรายการ และนำส่งเอกสารใบเสร็จค่าใช้จ่ายต่างๆ ไปยังสำนักงานบัญชีเพื่อทำการงบการเงินโดยมีเพียงน้อยรายที่จะแยกแยะและประเมินผลค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อใช้บริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจอย่างแท้จริง

การทำธุรกิจสิ่งที่จะต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือการแข่งขัน แต่การแข่งขันในทางธุรกิจหากมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขัน ก็อาจเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการนำมาพัฒนาทักษะของตนเอง เพื่อให้มีพร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างนักธุรกิจมืออาชีพ ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจมีหลายประการ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น เช่น ความสามารถในการผลิต ระยะเวลาการผลิต รูปแบบสินค้า การบริการและการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจัยที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลกระทบโดยตรงที่ทำให้เกิดการแข่งกันสูงมากขึ้น โดยเฉพาะการที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบความเคลื่อนไหวของธุรกิจ หรือเข้าถึงได้ง่ายและหลายช่องทาง องค์กรส่วนใหญ่เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมสำหรับธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น และเข้าใจว่าความมีนวัตกรรมเป็นวาระสำคัญสำหรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยรวมขององค์กร ซึ่งช่วยตัดสินใจว่าองค์กรต้องเปลี่ยนแปลงอะไร เมื่อไร และอย่างไร เพื่อให้ทันกับคู่แข่งนั้นถือเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรส่วนใหญ่จะเห็นความสำคัญของการมีนวัตกรรม แต่ก็ยังมีองค์กรไม่มากที่มีการกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างชัดเจน นอกจากนั้น ความเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ความสามารถในการซื้อของผู้บริโภค

เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านบวกและด้านลบ นักการตลาดที่ปรับตัวได้เร็วจะให้ความสำคัญและศึกษาแนวโน้มด้านรายได้และรูปแบบการใช้จ่ายเงินของผู้บริโภค แล้วนำมากำหนดแผนการตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากนักธุรกิจอื่นที่ทำธุรกิจในประเทศเดียวกัน และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและ สังคมมีผลต่อกระหนบต่อนโยบายด้านการตลาด ที่ต้องทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น เช่น ต้องการสินค้าที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้ และมีความเป็นอัตโนมัติมากขึ้น หรือต้องการสินค้าขนาดเล็กน้ำหนักน้อยเหมาะสำหรับการใช้ เก็บรักษาและการเคลื่อนย้ายสะดวก เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจ หากผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจมีทักษะด้านการตลาดและสามารถพัฒนาตนเอง โดยศึกษาจากปัจจัยที่มีผลกระทบเหล่านี้ได้ก่อน โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจก็มีมากกว่าคู่แข่งเช่นเดียวกัน (Schieffer & Leininger, 2008)

ด้วยสาเหตุดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2.2 เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.3.1 ความเป็นมืออาชีพ ประกอบด้วย การรักษาความลับ การรักษาประโยชน์ และความตรงต่อเวลาในการทำงาน

1.3.2 นวัตกรรม ประกอบด้วย การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ รูปแบบการบริการใหม่ๆ และกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ

ตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่

1. ความพึงพอใจ ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อพนักงาน ความพึงพอใจต่อกระบวนการ และความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ
  2. ความไว้วางใจ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต การจัดการแก้ไขปัญหา และความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดี ประกอบด้วย การใช้บริการต่อ การใช้บริการอื่นๆ และการบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 390 คน ซึ่งคัดเลือกจากเจ้าของกิจการหรือเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร โดยแบ่งสัดส่วนประชากรแต่ละจังหวัดจำนวนจังหวัดละ 65 คน

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาใช้ระยะเวลา 6 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2560 ถึง มีนาคม 2561

### 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ผู้ให้บริการ** หมายถึง เจ้าของกิจการที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

**ความเป็นมืออาชีพ** หมายถึง ความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย การรักษาความลับ การรักษาประโยชน์ และความตรงต่อเวลาในการทำงาน

**การรักษาความลับ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีทำหน้าที่เก็บความลับของลูกค้าไว้อย่างมืออาชีพ เก็บรักษาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้เป็นความลับ ต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้อย่างดี และคำนึงว่าความลับของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น

**การรักษาประโยชน์** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีจรรยาบรรณ มีการรักษาสัญญา เห็นถึงคุณค่าของลูกค้า เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการอย่างชัดเจน

**ความตรงต่อเวลาในการทำงาน** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงต่อเวลา มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการส่งมอบงานตรงต่อเวลา มีการทำงานตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีประสบการณ์การบริการลูกค้าตรงต่อเวลา

**นวัตกรรม** หมายถึง นวัตกรรมของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ รูปแบบการบริการใหม่ๆ และกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ

**การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ มีการปรับปรุงเทคโนโลยีในการบริการ มีการปรับปรุงด้านการตลาด มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร และมีการจัดการความรู้ภายในองค์กร

**รูปแบบการบริการใหม่ๆ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีการบริการที่สามารถประหยัดต้นทุนได้ มีการบริการที่ประหยัดเวลา มีการบริการที่มีความปลอดภัย มีการบริการตามกฎระเบียบ และมีนโยบายการฝึกอบรม

**กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีการบริการตามความต้องการของลูกค้า มีการบริการเพื่อทันต่อการแข่งขัน มีการปรับปรุงการบริการที่มีประสิทธิภาพ มีการบริการที่สามารถเพิ่มผลงานได้ และมีความสามารถในการบริหารที่ดีขึ้น

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อพนักงาน ความพึงพอใจต่อกระบวนการ และความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ

**ความพึงพอใจต่อพนักงาน** หมายถึง การที่พนักงานของสำนักงานบัญชีมีภาพลักษณ์ที่ดี มีการบริการที่รวดเร็ว มีความตั้งใจในการให้บริการ สร้างความมั่นใจได้ และมีความสุขภาพ

**ความพึงพอใจต่อกระบวนการ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีคุณภาพการบริการที่น่าพอใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวก การตอบคำถามลูกค้าเป็นที่น่าพอใจ ทำงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด และมีความสะดวกในการติดต่องาน

**ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม มีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่อื่น มีอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับการบริการ อัตราค่าบริการเป็นที่น่าพอใจ และสามารถจ่ายค่าบริการได้อย่างรวดเร็ว

**ความไว้วางใจ** หมายถึง ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต การจัดการแก้ไขปัญหา และความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ



**ความซื่อสัตย์สุจริต** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ให้ลูกค้าได้รับโอกาสทางธุรกิจ มีการทำงานโดยลงรายละเอียดในสัญญา ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับยุติธรรม และดำเนินงานด้วยความเป็นธรรม

**การจัดการแก้ไขปัญหา** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีตัดสินใจจนก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้า ประสิทธิภาพของสำนักงานบัญชีสามารถพึ่งพาได้ สามารถทำงานได้ตามข้อกำหนดของลูกค้า ไม่สร้างความกังวลให้แก่ลูกค้า และไม่มีเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า

**ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ** หมายถึง การที่สำนักงานบัญชีมีชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือ ทำในสิ่งที่ระบุตามสัญญาเสมอ มีความตื่นตัวทางธุรกิจ มีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ดี และมีทักษะในการทำงาน

**ความภักดี** หมายถึง ความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย การใช้บริการต่อ การใช้บริการอื่นๆ และการบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น

**การใช้บริการต่อ** หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มว่าจะใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อในอนาคต มีโอกาสที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมอีกครั้ง จะพิจารณาใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมก่อนที่อื่น ยินดีที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมเป็นหลัก และรู้สึกว่าไม่มีข้อผูกมัดในการใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิม

**การใช้บริการอื่นๆ** หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการจะแนะนำสำนักงานบัญชีนี้กับผู้อื่น รู้สึกคุ้นเคยกับสำนักงานบัญชีนี้ มีความเป็นไปได้ที่จะยังคงเป็นลูกค้าสำนักงานบัญชีนี้ รู้สึกเป็นกันเองกับสำนักงานบัญชีนี้ และมีความปรารถนาที่มีส่วนร่วมกับสำนักงานบัญชีนี้

**การบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น** หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีราคาสมเหตุสมผล มีความคุ้มค่ากับเงิน การบริการที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานบัญชี และประสิทธิภาพของสำนักงานบัญชี

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนำข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

1.5.2 สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการสร้างความพึงพอใจ และความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

1.5.3 สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนำข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมความเป็นมืออาชีพ

1.5.4 นักวิชาการได้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ ความมีนวัตกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับพัฒนาธุรกิจ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ในประเด็นดังต่อไปนี้

#### 2.1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ

2.1.1 ความหมายของความเป็นมืออาชีพ

2.1.2 องค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพ

#### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.2.1 ความหมายของนวัตกรรม

2.2.2 ประเภทของนวัตกรรม

#### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

2.3.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

#### 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

2.4.1 ความหมายของความไว้วางใจ

2.4.2 องค์ประกอบของความไว้วางใจ

#### 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความภักดี

2.5.1 ความหมายของความภักดี

2.5.2 องค์ประกอบของความภักดี

#### 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมืออาชีพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดี

#### 2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

#### 2.8 สมมติฐานการวิจัย

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ

### ความหมายของความเป็นมืออาชีพ

Isibor & Odia (2014) กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพ เป็นเรื่องที่ครอบคลุมทั้งในเรื่องของกลุ่มคนและองค์กร โดยจะหมายถึงความสามารถในการจัดการที่ได้รับ การยอมรับจากสังคมรวมถึงมีการพัฒนาแนวคิดในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในระดับนี้จึงอธิบายความหมายของ ความเป็นมืออาชีพ ในลักษณะทางโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทางวิชาชีพส่วนความหมายในระดับจุลภาคนั้น เป็นพฤติกรรม และเจตคติ ที่บุคคลแสดงออกในทางที่ดีในการประกอบวิชาชีพ ดังนั้นความหมายในระดับนี้จึงเกี่ยวข้องกับบุคคลในองค์กรวิชาชีพ

Shahin & Samea (2010) ได้ให้ความหมายของ ความเป็นมืออาชีพ ในมิติที่เกี่ยวข้องกับบุคคล โดยกล่าวถึง ความเป็นมืออาชีพว่าเป็นแนวคิดเชิงยุทธศาสตร์สำหรับสมาชิกในวิชาชีพในการแสวงหาแนวทางในการพัฒนาตนเองเพื่อยกระดับทั้งในด้านสถานภาพทางวิชาชีพและการได้รับค่าตอบแทน เป็นความสามารถของบุคคลในวิชาชีพในการทำความเข้าใจบริบท และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพที่ตนปฏิบัติ โดย ความเป็นมืออาชีพ ตามความหมายของเขา มิได้มุ่งเน้นที่จะวิเคราะห์ทางด้านคุณภาพ ของวิชาชีพ แต่จะเน้นในการวิเคราะห์ถึงศักยภาพและค่านิยมในการบริการทางวิชาชีพของบุคคลในวิชาชีพนั้นๆ

Al-Hawari (2011) ได้ให้คำจำกัดความของ ความเป็นมืออาชีพไว้ว่า เป็นผู้ที่มีความเป็นมืออาชีพในวิชาใดก็จะเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษได้มาตรฐานของวิชาชีพนั้น ปฏิบัติงานภายใต้กรอบจริยธรรมของวิชาชีพนั้นและเป็นไปตามที่สังคมคาดหวัง เป็นสิ่งที่กลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งยึดถือว่าองค์ความรู้หรือความรอบรู้เกี่ยวกับอาชีพของตนมีค่า และพยายามผลักดันให้สาธารณชนยอมรับสถานภาพทางวิชาชีพของตน

สรุปได้ว่า การพิจารณาความเป็นมืออาชีพ จึงต้องอาศัยทั้งความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับความหมายและหลักการ วิชาชีพและยังต้องทำความเข้าใจบริบทที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ โดยคำนึงถึงความต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน อย่างเป็นกระบวนการภายใต้การหล่อหลอมจากปัจจัยและบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งปัจจัยและบริบทต่างๆ นี้จะมีผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเจตคติของบุคคลในวิชาชีพและมีผลต่อวิวัฒนาการของวิชาชีพและความเป็นมืออาชีพในแต่ละช่วงสมัยต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า ความเป็นมืออาชีพ หมายถึง ผู้ที่ทำอาชีพนั้นๆ ต้องมีความรู้ความเข้าใจของอาชีพนั้นๆ ทั้งในภาคทฤษฎี/ภาคบรรยาย และนอกจากนั้นต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวิชาชีพนั้นๆ ด้วย และนอกจากมีความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์แล้วต้องมีสภาวะรับรองวิชาชีพด้วยเพื่อกำหนดกรอบในการปฏิบัติงานและควบคุมบุคคลในสภาวิชาชีพของตนเองด้วย

### องค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพ

Doyle (2009) กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพ ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. การรักษาความลับ เป็นการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า รายการทางบัญชีของลูกค้า โดยไม่นำไปเปิดเผยต่อบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องทั้งโดยเจตนา และไม่เจตนา
2. การรักษาประโยชน์ โดยดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์และสุจริต รวมทั้ง ให้บริการแก่ลูกค้า อย่างเป็นธรรม และมีความโปร่งใส ต้องไม่ดำเนินการใดๆ อันเป็นการละเว้นหรือหลีกเลี่ยงการปฏิบัติหน้าที่หรือปฏิเสธความรับผิดชอบ ที่บริษัทพึงมีต่อลูกค้าที่สุจริต
3. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน โดยมีความรับผิดชอบต่อคำพูด การกระทำ และงานที่ได้รับมอบหมาย นอกเหนือจากความรับผิดชอบที่จะต้องส่งงานให้ตรงต่อเวลาแล้ว ความรับผิดชอบในการทำผลงานออกมาให้ดีที่สุดเป็นสิ่งสำคัญและไม่ควรมองข้าม เนื่องจากผลงานจะเป็นภาพสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

### ความหมายของนวัตกรรม

Giannopoulou, Gryszkiewicz & Barlatier (2014) กล่าวว่า นวัตกรรม แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา เป็นการนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เป็นการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

Ghaben (2015) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า เป็นความคิด การกระทำ หรือสิ่งใหม่ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม

Ozorhan & Oral (2015) ให้ความหมายของนวัตกรรม ไว้ว่าเป็นความคิดและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือการพัฒนาที่ดัดแปลงจากของเดิมให้ดีขึ้นและเมื่อนำมาใช้ ก็ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการนำวิธีการใหม่ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนานำมาเป็นขั้นๆแล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่การคิดค้น การพัฒนาหรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน และนำไปปฏิบัติจริง

สรุปได้ว่า นวัตกรรมเป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องมือกล และเทคนิคต่างๆ ที่จะต้องเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ และเป็นความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ จะต้องสามารถนำไปใช้ได้ผลจริง และมีการเผยแพร่ออกสู่ชุมชน

## ประเภทของนวัตกรรม

Exton & Totterdill (2009) กล่าวว่า นวัตกรรมมีลักษณะดังนี้

1. นวัตกรรมใหม่อย่างสิ้นเชิง หมายถึง ขบวนการเสนอสิ่งใหม่ที่ใหม่อย่างแท้จริง สู่สังคม โดยการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความเชื่อเดิม ตลอดจนระบบคุณค่าของสังคม อย่างสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น อินเทอร์เน็ต จัดว่าเป็นนวัตกรรมหนึ่งในยุคโลกข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ค่านิยมเดิมที่เชื่อว่า โลกข้อมูลข่าวสารจำกัดอยู่ในวงเฉพาะทั้งในด้านเวลา และ สถานที่นั้น เปลี่ยนไป อินเทอร์เน็ตเปิดโอกาส ให้ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลไร้ขีดจำกัด ทั้งในด้านของเวลา และ ระยะทาง การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ทำให้ระบบคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร เปลี่ยนแปลงไป

2. นวัตกรรม ที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป เป็น ขบวนการการค้นพบ หรือ คิดค้นสิ่งใหม่โดยการประยุกต์ ใช้แนวคิดใหม่ หรือ ความรู้ใหม่ ที่มีลักษณะต่อเนื่องไม่สิ้นสุด โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ หรือความรู้ใหม่ ของมนุษย์ และการค้นค้น เทคนิค หรือ เทคโนโลยี ใหม่ นวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป จึงมีลักษณะของการสะสมการเรียนรู้ อยู่ในบริบท ของสังคมหนึ่ง ในปัจจุบัน สังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เพราะผลของขบวนการโลกาภิวัตน์ ทำให้สังคมมีลักษณะไร้ขอบเขต เป็นสังคมของชาวโลกที่มีความหลากหลายทางด้านสังคมวัฒนธรรมและการเมือง ส่งผลให้ นวัตกรรม มีแนวโน้มที่จะเป็น ขบวนการค้นพบใหม่อย่างต่อเนื่องในระดับนานาชาติ มากกว่า ที่จะ เป็นนวัตกรรมใหม่โดยสิ้นเชิง สำหรับสังคมหนึ่ง ๆ

Timmerman (2009) กล่าวว่า องค์กรที่มีนวัตกรรมต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้

1. การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ เป็นการพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ สถานที่ และ สภาพแวดล้อม ให้มีความเหมาะสมต่อการให้บริการที่จะช่วยให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ทำให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจมากขึ้น

2. รูปแบบการบริการใหม่ๆ เป็นการพัฒนาคูลากรผู้ให้บริการ ให้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมในการให้บริการ มีทัศนคติที่ถูกต้องในการให้บริการ มีมิตรไมตรีสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีความรู้ในเรื่องที่ให้บริการเป็นอย่างดี มีความสุภาพ มีความเต็มอกเต็มใจช่วยเหลือ และ ให้บริการด้วยความเสมอภาค

3. กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ เป็นการพัฒนาระบบการบริการให้เกิดความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว การให้บริการแบบครบวงจรทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย มีความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการบริการที่สื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบ มีการติดตามผลการบริการในด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### ความหมายของความพึงพอใจ

Abiodun (2010) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการ ปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไปถึงความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไป ถึงความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วย การมีความสุขที่ทำงานร่วมกับคนอื่นที่เข้ากัน ได้มีทัศนคติที่ดีต่องานด้วย

Edward & Sahadev (2011) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวกและ ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุขความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและ ความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

Jain, Kumar & Dash (2014) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือ ความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจากการให้บริการอย่างเท่าเทียม คือการบริการที่มีความยุติธรรม ความเสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าจะเป็ใคร การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน การให้บริการอย่างเพียงพอ คือความต้องการเพียงพอใจด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง จนกว่าจะบรรลุผล การให้บริการที่มีความก้าวหน้า คือการพัฒนางานบริการทำงานด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ชอบในสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ความพึงพอใจก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ความเข้าใจอันดีต่อกัน และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ ความรู้สึกนี้จะช่วยจูงใจ ให้เกิดความรักในงานโดยเฉพาะเมื่อบุคคลนั้นได้มีส่วนร่วมในนโยบาย วัตถุประสงค์การทำงานในองค์การ ซึ่งทำให้มีความรู้สึกภาคภูมิใจ มีความกระตือรือร้น มีความรู้สึกมั่นคง และมีความมุ่งมั่นที่จะอุทิศตนและทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างเต็มที่แล้วงาน ทุกอย่างจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

### องค์ประกอบของความพึงพอใจ

Negi (2009) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ มีองค์ประกอบด้วยที่สำคัญ ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อพนักงาน เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ และ คาดหวังว่าจะได้รับ

จากการบริการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้น ความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อม และ เงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

2. ความพึงพอใจต่อกระบวนการ เป็นการที่ลูกค้าได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ ในการที่ลูกค้าจะได้รับในสิ่งที่คาดหวังได้ย่อมเกี่ยวพันกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ คุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจะมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อการบริการด้วย เพราะเมื่อผู้ปฏิบัติงานบริการมีความรู้สึกดีต่องานที่รับผิดชอบก็ย่อมจะปฏิบัติงานการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจอย่างเต็มความสามารถ

3. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ เป็นความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของคุณภาพสินค้าและงานบริการเทียบกับ ราคาที่จะต้องจ่ายออกไป ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องดูแลเรื่องของการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

### ความหมายของความไว้วางใจ

Siddiqi (2011) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน

Bitner & Gremler (2010) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจไว้ว่า เป็นความเต็มใจของบุคคลที่มีความมั่นใจต่อบุคคลอื่น โดยมีความเชื่อว่าบุคคลนั้นเป็นบุคคลที่มีความสามารถ มีความเปิดเผย ให้ความสนใจห่วงใย และให้ความน่าเชื่อถือ

Choi & La (2013) นิยามความหมายของความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจแสดงถึงความพึ่งพาอาศัยกันหรือความมั่นใจในบางสถานการณ์ ความไว้วางใจสะท้อนให้เห็นความคาดหวังผลลัพธ์ทางบวก ความไว้วางใจแสดงถึง ความเสี่ยงบางประการต่อความคาดหวังของสิ่งที่ได้รับและความไว้วางใจแสดงถึง บางระดับของความไม่แน่นอนต่อผลลัพธ์

สรุปได้ว่า ความไว้วางใจ เป็นความรู้สึกและการกระทำของบุคคลที่แสดงถึงความมั่นใจ ความเชื่อมั่นและการสนับสนุนต่อบุคคล และองค์การ เป็นผลสะท้อนที่เกิดจากความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น

### องค์ประกอบของความไว้วางใจ

Nguyen, Leclerc & LeBlanc (2013) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการนั้น ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติต่อลูกค้าดังนี้

1. ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ผู้ให้บริการ ควรขายสินค้าหรือบริการ ให้กับลูกค้าด้วยราคาที่ เป็นธรรม วางโครงสร้างกำไรตามความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ควร

รักษาคำมั่นสัญญา กับลูกค้าตามที่ตกลงกันอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของคุณภาพ จำนวน ราคา เงื่อนไข ความรับผิดชอบต่างๆ ตามจริง

2. ต้องมีความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการหาคิดวิธีการแก้ปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา สามารถคิดค้นหาวิธีที่จะนำมาใช้จัดการแก้ปัญหา โดยศึกษาวิธีจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ

3. ต้องมีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ผู้ให้บริการควรมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือโอกาสใหม่ พร้อมต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ผันแปร และแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะใช้วิธีปรับตัวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามตลาดแต่ละกลุ่มหรือพื้นที่

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความภักดี

### ความหมายของความภักดี

Aggarwal & Arora (2013) ให้ความหมายของความภักดีว่า เป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของสมาชิกในองค์กร และพฤติกรรมที่สมาชิกในองค์กรมีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่นโดยแสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ซึ่งแสดงออกได้จากความเชื่อมั่น และยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร และความต้องการที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรต่อไป

Faed, Hussain & Chang (2014) ให้ความหมายของความภักดีไว้ว่า เป็นความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน และ มีความผูกพันต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร โดยการเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน และยอมรับในค่านิยม และวัตถุประสงค์ขององค์กร และถือเสมือนหนึ่งว่าเป็นของตนเช่นกัน การเข้ามามีส่วนร่วมในองค์กร

Orel & Kara (2014) กล่าวว่า ความภักดีเป็นความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ความภักดีในองค์กรเป็นทัศนคติที่สำคัญอย่างยิ่งต่อทุกองค์กร เพราะเป็นตัวเชื่อมระหว่างจินตนาการหรือความต้องการของสมาชิกเข้ากับเป้าหมายขององค์กร ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร และช่วยลดการควบคุมจากภายนอก

สรุปได้ว่า ความภักดีเป็นเจตคติต่อองค์กรที่จะสะท้อนให้เห็นถึงระบบความเกี่ยวข้องว่าบุคคลมีความเชื่อมั่น ศรัทธา รักและหวงแหนต่อองค์กรที่ตนเอ็นสมาชิกอยู่ ซึ่งระดับความพึงพอใจในระดับสูงมีส่วนสัมพันธ์กับการอยู่กับองค์กรในปัจจุบัน

### องค์ประกอบของความภักดี

Hung (2008) กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้าหรือผู้ให้บริการ จะมีพฤติกรรม ดังนี้



1. การใช้บริการต่อ เป็นการสร้างความพึงพอใจที่สม่ำเสมอ จนกระทั่งอาจมีการซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง เมื่อลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าจะทำให้เกิดส่วนการตลาดที่คงที่ และเพิ่มขึ้น และอาจกลายเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ที่สะท้อนถึงราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัท
2. การไม่ใช้บริการที่อื่น เป็นสิ่งที่แสดงถึงความยึดมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าความภักดีต่อตราสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ คุณค่าของตราสินค้า เพราะถ้าผู้บริโภคไม่เห็นความแตกต่างของตราสินค้า จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่นๆ ได้โดยง่าย ซึ่งถือเป็นการเปิดช่องให้คู่แข่งเข้ามาแข่งขันได้ง่าย
3. การบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น ผู้บริโภคจะมีการซื้อสินค้าซ้ำ หรือซื้อสินค้าตราสินค้านั้นอย่างต่อเนื่อง การที่ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้ายังสามารถช่วยลดต้นทุนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการได้อีกด้วย เพราะผู้ที่ภักดีต่อตราสินค้านั้นๆ มักจะบอกกล่าวหรือแนะนำบุคคลที่รู้จักให้เลือกซื้อสินค้าและบริการของตราสินค้านั้นๆ ต่อไป

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมืออาชีพ

Bottoms, et al. (2003) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เกณฑ์การคัดเลือกครูใหญ่ที่มีประสิทธิภาพสูง ให้มาบริหารจัดการโรงเรียนแบบมืออาชีพ สรุปได้ว่า ครูใหญ่ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เป็นผู้ทำงานที่มีประสิทธิภาพสูง มีพรสวรรค์ในการเป็นผู้นำ เข้าใจภารกิจของโรงเรียนและชั้นเรียนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน รู้วิธีการทำงานร่วมกับคณะครูและบุคลากรของโรงเรียนเพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงเชิงสร้างสรรค์ ให้การสนับสนุนครูให้ดำเนินการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อยังประโยชน์ให้แก่แก่นักเรียน

Eager (2007) ได้ศึกษาถึงกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานแบบมืออาชีพของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาที่มีประสิทธิผล โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและครู ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญได้แก่ 1) การแสดงให้เห็นว่ามีความสนใจต่อนักเรียน 2) การภูมิใจในโรงเรียนและความสำเร็จของนักเรียน 3) การให้โปรแกรมการเรียนที่มีคุณภาพต่อนักเรียน 4) มีความเชื่อว่าเราเป็นโรงเรียนที่มีประสิทธิผล 5) แสดงความสนใจในนักเรียนแต่ละคน 6) ฟังความคิดเห็นของนักเรียน 7) จัดหลักสูตรที่สนองต่อวัตถุประสงค์ของโรงเรียน 8) มีการเอาใจใส่ดูแลนักเรียน 9) พัฒนาโปรแกรมการเรียนที่นักเรียนพอใจ 10) เป็นแบบอย่างที่ดีต่อนักเรียน 11) มีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองถึงความก้าวหน้าของนักเรียน และ 12) แจ้งให้นักเรียนทราบอย่างชัดเจนถึงพฤติกรรมที่เขาควรประพฤติ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

Parna & Tunzelmann (2007) ได้ทำการศึกษานวัตกรรมในภาครัฐ: คุณสมบัติที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาและการดำเนินงานของภาครัฐที่เป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในสหราชอาณาจักร, ประเทศเดนมาร์ก, ฟินแลนด์และแอสโทเนีย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีรากฐานมาจากการสำรวจเชิงทดลองทางนวัตกรรมของหน่วยงานบริการสาธารณะใน 4 ประเทศ คือ อังกฤษ เดนมาร์ก ฟินแลนด์และแอสโทเนีย ได้ถูกเลือกมาเนื่องด้วยว่าเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ จุดมุ่งหมายของการสำรวจคือการค้นหาคุณสมบัติที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาและการดำเนินการของนวัตกรรมเทคโนโลยีการให้บริการภาครัฐในประเทศเหล่านี้พบว่า ภาพรวมพลเมืองในประเทศที่ศึกษามองว่านวัตกรรมกับรัฐบาลเป็นเรื่องที่ขัดแย้งกันนวัตกรรมถูกมองว่าเป็นเรื่องที่เหมาะสมกับองค์กรที่มีความยืดหยุ่นดังเช่นองค์กรทางธุรกิจที่ไม่ได้อยู่ในระบบระเบียบที่เข้มงวดเหมือนองค์กรรัฐ องค์กรหรือหน่วยงานรัฐที่มีความยืดติดกับกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจึงถูกมองว่าเป็นเรื่องที่ห่างไกลจากความทันสมัย อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมทางการเมือง โครงสร้างและกระบวนการบริหารภาคสาธารณะกำลังมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความทันสมัย วันนี้นักวิจัยภาครัฐจึงถูกมองว่าจำเป็นต้องพัฒนาอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้ทันทันสถานการณ์เรื่องงบประมาณในขณะเดียวกันกับที่ต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนที่จะต้องได้รับการบริการที่ดีมีประสิทธิภาพ ในมุมมองของการพัฒนาเหล่านี้นวัตกรรมกลายเป็นเรื่องจำเป็นในรัฐบาล ความล้มเหลวในการริเริ่มอย่างสร้างสรรค์ในการให้บริการประชาชนสร้างความไม่สมดุลในสังคมและการใช้งบประมาณอย่างไม่เป็นธรรม

Ailin & Lindgren (2008) ศึกษาภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมที่สนับสนุนในองค์กรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมต้องมีวิสัยทัศน์เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ต้องส่งเสริมและเชื่อนานวัตกรรมเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมจะต้องมีพันธะสัญญาที่มุ่งมั่นในการริเริ่มการเป็นภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม และภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมจะต้องมีบทบาทในระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการด้านนวัตกรรม คือต้องมีเทคนิคในการจัดการนวัตกรรม และต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมีเครือข่ายและพันธมิตรด้านนวัตกรรม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Ismail, Hafezi, Nor & Ambak (2012) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารของระบบขนส่งสาธารณะในมาเลเซีย ซึ่งพบว่าผู้โดยสารนั้นนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวมากกว่าด้วยเหตุผลหลายประการ ทั้งคุณภาพและการให้บริการ การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของผู้โดยสารและปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความพึงพอใจผู้ใช้ระบบขนส่งสาธารณะในลักษณะคุณภาพการให้บริการ โดยใช้แบบจำลองทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลได้อธิบายความสัมพันธ์และการวิเคราะห์สมการถดถอย

(Factor Analysis, Multiple Regression) ผลแสดงอิทธิพลที่มีผลต่อความพึงพอใจและพบว่า ความสัมพันธ์ของ 4 ตัวแปรที่สัมพันธ์กันได้แก่ ความถี่ ความสะดวกสบายการเดินทาง ความปลอดภัย และเวลาในการเดินทาง ซึ่งสามารถนำไปดำเนินนโยบายสาธารณะโดยเฉพาะรถโดยสารต้องปรับปรุง คุณภาพการให้บริการกับผู้ใช้บริการ

Shaaban & Khalil (2013) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจผู้โดยสารในประเทศกาตาร์ในเมืองโดฮาซึ่งมีจำนวนประชากรเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้จราจรติดขัดบนท้องถนน ซึ่งมีผู้ใช้รถโดยสารน้อยจึงเป็นปัญหาที่จะต้องดึงดูดให้มีผู้ใช้รถโดยสารให้มากขึ้น การศึกษานี้ได้ตรวจสอบคุณภาพการบริการและมุมมองผู้โดยสารในหลายปัจจัย ทั้งความสะดวกสบาย และความปลอดภัย โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสารโดยใช้เครื่องมือ SEM ในการวิเคราะห์ซึ่งผลในการวิจัยช่วยให้เข้าใจข้อบกพร่องในการให้บริการรถโดยสารที่มีอยู่พบว่าผู้ใช้รถโดยสารเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำอยู่ห่างไกลจากการบริการ โดยส่วนใหญ่ทั้งผู้หญิงและเด็กนักเรียนนิยมใช้รถส่วนตัว สาเหตุนั้นเนื่องมาจากการให้บริการที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งบริษัทรถโดยสารควรนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของรถโดยสารมาประยุกต์ใช้ ลดเวลาการเดินทางไปยังสถานีและลดเวลาในการขึ้นรถ ซึ่งถ้าสามารถปรับปรุงได้จะส่งผลให้ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ

Kim, Ferrin & Raoc (2008) ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจของผู้บริโภคที่ใช้รูปแบบการตัดสินใจในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: บทบาทของความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ผลการศึกษาพบว่า ระดับของความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้นอกจากนี้ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม คือ ชื่อเสียงของผู้ขาย คุณภาพข้อมูลที่ผู้ขายเผยแพร่ความปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่สาม หรือการทำธุรกรรมทางธุรกิจ ซึ่งหมายถึง ความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงสัมพันธ์กับ ชื่อเสียงขององค์กร คุณภาพข้อมูลที่เผยแพร่ความปลอดภัย และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่สาม หรือการทำธุรกรรมทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผลของแบบจำลองในงานวิจัยนี้มีแนวโน้มที่ส่งผลในเชิงบวกสำหรับร้านค้าที่ต้องการสร้างธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต โดยการเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้าและลดความเสี่ยง

Mohmed, Azizan & Jali (2013) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความไว้วางใจและประสบการณ์ที่ผ่านมาต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผลการศึกษาสรุปว่า 3 ปัจจัย ได้แก่ ความไว้วางใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมา และการปรากฏตัวของผู้สื่อสารในสภาพแวดล้อมทางสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญและทั้งหมด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมและความตั้งใจของผู้ซื้อ โดยความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด (47%) รองลงมาคือ ประสบการณ์ที่ผ่านมา (33%) และการ

ปรากฏตัวในสภาพแวดล้อมทางสังคมออนไลน์(20%) หมายความว่า ผู้ซื้อให้ความสนใจที่จะไว้วางใจก่อนแล้วขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือตรวจสอบระดับการปรากฏตัวในสภาพแวดล้อมทางสังคมออนไลน์เช่น สื่อที่นำเสนอด้วยภาพจะทำให้การปรากฏตัวในสภาพแวดล้อมทางสังคมเห็นได้ชัดเจนมากกว่าสื่อที่เป็นเสียง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดี

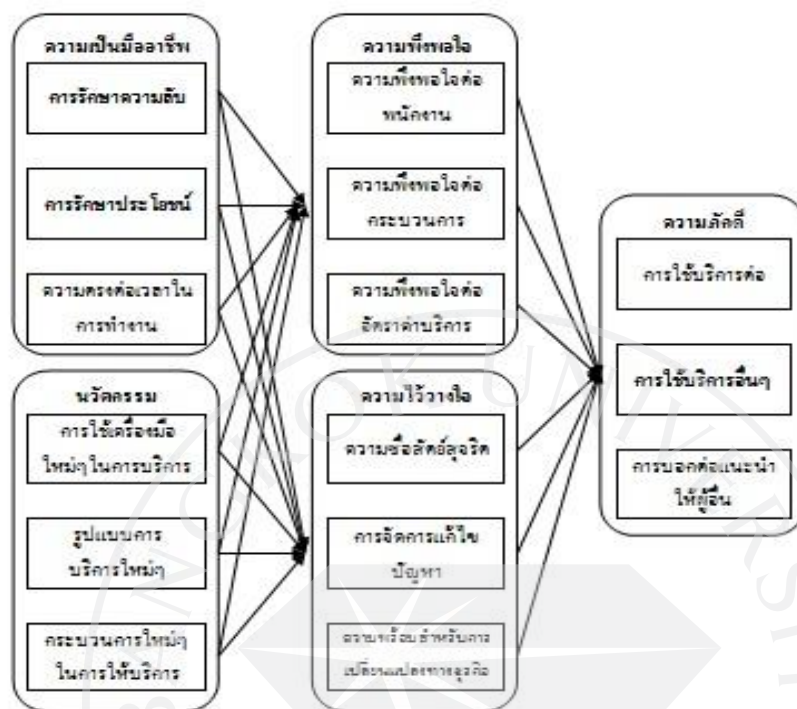
Salinas (2009) กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภคให้มีความแข็งแกร่งจะกลายเป็นความภักดีต่อตราสินค้า จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเกิดความรู้สึกจงรักภักดีต่อตราสินค้าเอ็นโซโก เพราะเป็นผลเนื่องมาจากการรับรู้คุณภาพของเอ็นโซโกและความแตกต่างที่นำเสนอข้อเสนอพิเศษที่มีคุณภาพและปริมาณมากกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการเอ็นโซโกเป็นประจำจนเกิดเป็นความผูกพัน เมื่อรวมกับการรับรู้ตราสินค้าที่สามารถจดจำและระลึกตราสินค้าเอ็นโซโกได้เป็นตราสินค้าแรก ยิ่งสร้างความผูกพันและกลายเป็นความภักดีต่อตราสินค้าเอ็นโซโกได้เป็นอย่างดี

Aaker (1991) กล่าวสนับสนุนแนวคิดความภักดีต่อตราสินค้าว่า การวัดพฤติกรรมความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค สามารถวัดได้จากรูปแบบการซื้อสินค้าและอัตราการซื้อซ้ำ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากกล่าวว่านิยมซื้อข้อเสนอพิเศษของเอ็นโซโกซ้ำมากกว่าการเปรียบเทียบซื้อข้อเสนอพิเศษของคู่แข่ง นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับข้อเสนอพิเศษของเอ็นโซโกมากและยังชื่นชอบตราสินค้าเอ็นโซโกเช่นกัน โดยความภักดีต่อตราสินค้าเกิดจากความพึงพอใจและความรู้สึกชื่นชอบในตราสินค้า

## 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทำให้ผู้วิจัยกำหนด ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความเป็นมืออาชีพตามแนวคิดของ Doyle (2009) ประกอบด้วย การรักษาความลับ การรักษาประโยชน์ ความตรงต่อเวลาในการทำงาน และนวัตกรรม ตามแนวคิดของ Timmerman (2009) ประกอบด้วย การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ รูปแบบการบริการใหม่ๆ กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ส่วนตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ความพึงพอใจ ตามแนวคิดของ Negi (2009) ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อพนักงาน ความพึงพอใจต่อกระบวนการ ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ และความไว้วางใจ ตามแนวคิดของ Nguyen, Leclerc & LeBlanc (2013) ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต การจัดการแก้ไขปัญหา ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดี ตามแนวคิดของ Hung (2008) ประกอบด้วย การใช้บริการต่อ การใช้บริการอื่นๆ การบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น จึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแผนภาพนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการวิจัย



## 2.8 สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยทั้ง 3 ข้อ เป็นสมมติฐานแยกย่อย 6 สมมติฐาน ดังนี้

H 1 ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H 1.1 การรักษาความลับของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H 1.2 การรักษาประโยชน์ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H 1.3 ความตรงต่อเวลาในการทำงานของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H 1.4 การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H 1.5 รูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งคัดเลือกจากเจ้าของกิจการหรือเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีอยู่

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 50% หรือ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% (Taro Yamane, 1973 : 125) โดยคำนวณจากสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 Pq}{D^2}$$

P = ความน่าจะเป็นของประชากร

q = 1-P

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่า Z score ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96

D = ระดับความคลาดเคลื่อน

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.5)^2} = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 385 คน โดยจะทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 390 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งดำเนินการโดยเลือกศึกษาประชากร

จากผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร โดยแบ่งสัดส่วนประชากรแต่ละจังหวัดจำนวนจังหวัดละ 65 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาเป็นการใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีแนวคำถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษามีวิธีการสร้างเครื่องมือ และเนื้อหาในแบบสอบถาม ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม มีดังนี้

เนื้อหาของแบบสอบถาม เป็นการสอบถามถึงความภักดีในองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย ในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 การประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 3 การประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 5 ความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 6 ความภักดีต่อสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 2-6 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน

ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยการหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม การ IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ 3 คน โดยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี ในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์



ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ได้ค่า 0.67-1.00 ไม่มีค่าใดต่ำกว่า 0.5 จึงสรุปว่าเครื่องมือวัดมีความตรงเชิงเนื้อหา

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Alpha cronbach coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่มีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้ ซึ่งได้ค่าดังตารางนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าความเชื่อมั่น

หัวข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (reliability)
ความเป็นมืออาชีพ	.927
ความมีวินัย	.923
ความพึงพอใจ	.924
ความไว้วางใจ	.930
ความภาคภูมิใจ	.902

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.3.1 ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.3.2 สร้างแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการศึกษา แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ แนะนำและปรับปรุงแก้ไข

3.3.3 แจกแบบสอบถามให้กับ ผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 390 คน

3.3.4 รวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ประมวลผล

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งคำนวณค่าสถิติจากข้อมูลในแบบสอบถาม ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.2 การวิเคราะห์การประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.3 การวิเคราะห์การประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.5 การวิเคราะห์ความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.6 การวิเคราะห์ความภักดีต่อสำนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ข้อ 2-6 กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย กำหนดเป็นช่วงคะแนนโดยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการอันตรภาคชั้น (Class Interval) จากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= (\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด})/\text{จำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล} \\ &= (5-1)/5 = 0.8 \end{aligned}$$

จึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีการวิเคราะห์ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2. ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

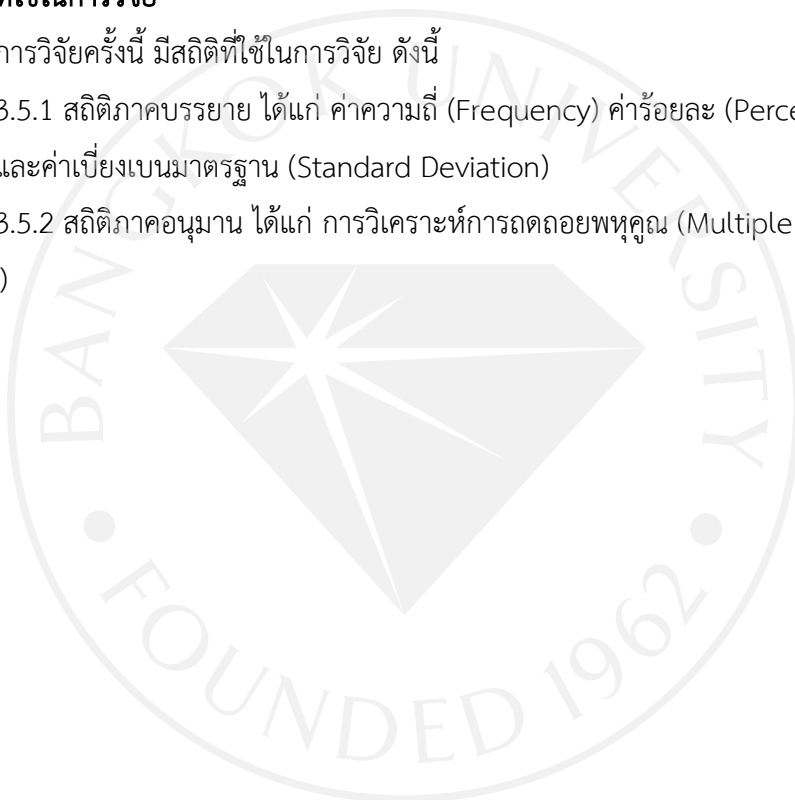
3. ความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.5.1 สถิติภาคบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 สถิติภาคอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 390 คน โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ และนำมาสรุปผลการศึกษาระบบตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 10 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพ ความมีนวัตกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติพื้นฐานหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวน ร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=390)

ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	171	43.8
หญิง	219	56.2
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	46	11.8
31-40 ปี	101	25.9
41-50 ปี	156	40.0
51 ปีขึ้นไป	87	22.3

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=390)

ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.4
ปริญญาตรี	243	62.3
สูงกว่าปริญญาตรี	122	31.3
สถานภาพ		
โสด	77	19.7
สมรส	302	77.4
หม้าย/หย่าร้าง	11	2.8
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 20,000บาท	55	14.1
20,001-30,000 บาท/เดือน	99	25.4
30,001-40,000 บาท/เดือน	214	54.9
มากกว่า 40,001 บาท/เดือน	22	5.6
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.3 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 77.4 และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 54.9

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพ ความมีนวัตกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และ ความภาคภูมิใจ

การวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพ ความมีนวัตกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภาคภูมิใจ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 4.2: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี

ความเป็นมืออาชีพ	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. สำนักงานบัญชีมีการเก็บเอกสารของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.15	0.85	มาก
2. สำนักงานบัญชีต้องทำหน้าที่เก็บความลับของลูกค้าไว้ อย่างมืออาชีพ	3.73	0.86	มาก
3. สำนักงานบัญชีต้องเก็บรักษาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้เป็น ความลับ	4.06	0.83	มาก
4. สำนักงานบัญชีมีหน้าที่ต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้ อย่างดี	4.40	0.76	มากที่สุด
5. สำนักงานบัญชีค่านึงว่าความลับของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น	4.26	0.89	มากที่สุด
<b>การรักษาความลับ</b>	<b>4.12</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>
1. สำนักงานบัญชีมีจรรยาบรรณ	4.42	0.74	มากที่สุด
2. สำนักงานบัญชีมีการรักษาสัญญา	4.37	0.75	มากที่สุด
3. สำนักงานบัญชีเห็นถึงคุณค่าของลูกค้า	3.98	0.98	มาก
4. สำนักงานบัญชีเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	4.00	0.79	มาก
5. สำนักงานบัญชีมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการอย่าง ชัดเจน	4.19	0.78	มาก
<b>การรักษาประโยชน์</b>	<b>4.19</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
1. สำนักงานบัญชีทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงต่อเวลา	4.14	0.82	มาก
2. สำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	4.15	0.87	มาก
3. สำนักงานบัญชีมีการส่งงานตรงต่อเวลา	4.29	0.80	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงาน  
บัญชี

ความเป็นมืออาชีพ	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
4. สำนักงานบัญชีมีการทำงานตรงตามความต้องการของ ลูกค้า	4.07	0.93	มาก
5. สำนักงานบัญชีมีประสบการณ์การบริการลูกค้าตรงต่อ เวลา	3.97	0.96	มาก
<b>ความตรงต่อเวลาในการทำงาน</b>	<b>4.13</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>
<b>ความเป็นมืออาชีพ</b>	<b>4.15</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.2 พบว่า ผลสรุปรวมการประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี อยู่ใน  
ระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีหน้าที่ต้องเก็บ  
ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้อย่างดี สำนักงานบัญชีมีจรรยาบรรณ และสำนักงานบัญชีมีการส่งงานตรงต่อ  
เวลา

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี

ความมีนวัตกรรม	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ	4.18	0.85	มาก
2. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงเทคโนโลยีในการบริการ	4.06	0.95	มาก
3. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงด้านการตลาด	4.09	0.78	มาก
4. สำนักงานบัญชีมีการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร	3.95	0.84	มาก
5. สำนักงานบัญชีมีการจัดการความรู้ภายในองค์กร	4.07	0.79	มาก
<b>การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ</b>	<b>4.07</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
1. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่สามารถประหยัดต้นทุนได้	4.11	0.76	มาก
2. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่ประหยัดเวลา	4.18	0.82	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงาน  
บัญชี

ความมีนวัตกรรม	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
3. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่มีความปลอดภัย	4.24	0.94	มากที่สุด
4. สำนักงานบัญชีมีการบริการตามกฎระเบียบ	4.10	0.85	มาก
5. สำนักงานบัญชีมีนโยบายการฝึกอบรม	4.29	0.80	มากที่สุด
<b>รูปแบบการบริการใหม่ๆ</b>	<b>4.18</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
1. สำนักงานบัญชีมีการบริการตามความต้องการของลูกค้า	4.28	0.78	มากที่สุด
2. สำนักงานบัญชีมีการบริการเพื่อทันต่อการแข่งขัน	4.17	0.86	มาก
3. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงการบริการที่มีประสิทธิภาพ	3.98	0.84	มาก
4. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่สามารถเพิ่มผลงานได้	4.26	0.86	มากที่สุด
5. สำนักงานบัญชีมีความสามารถในการบริหารที่ดีขึ้น	4.08	0.80	มาก
<b>กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ</b>	<b>4.15</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>
<b>ความมีนวัตกรรม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.3 พบว่า ผลสรุปรวมการประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี อยู่ใน  
ระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุง  
คุณภาพในการบริการ สำนักงานบัญชีมีนโยบายการฝึกอบรม และสำนักงานบัญชีมีการบริการตาม  
ความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี

ความพึงพอใจ	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีภาพลักษณ์ที่ดี	4.02	0.94	มาก
2. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีการบริการที่ รวดเร็ว	4.01	0.99	มาก

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.4 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี

ความพึงพอใจ	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
3. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความตั้งใจในการให้บริการ	4.24	0.77	มากที่สุด
4. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีสร้างความมั่นใจได้	4.14	0.77	มาก
5. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความสุภาพ	4.31	0.83	มากที่สุด
<b>ความพึงพอใจต่อพนักงาน</b>	<b>4.14</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีคุณภาพการบริการที่น่าพอใจ	4.30	0.81	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	0.83	มาก
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการตอบคำถามเป็นที่น่าพอใจ	3.68	0.86	มาก
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.13	0.83	มาก
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อกับงาน	4.40	0.80	มากที่สุด
<b>ความพึงพอใจต่อกระบวนการ</b>	<b>4.13</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม	4.26	0.93	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่อื่น	4.43	0.75	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับการบริการ	4.40	0.75	มากที่สุด
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับผลงาน	4.04	1.00	มาก
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการเป็นที่น่าพอใจ	4.05	0.80	มาก
<b>ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ</b>	<b>4.23</b>	<b>0.73</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ความพึงพอใจ</b>	<b>4.17</b>	<b>0.48</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.4 พบว่า ผลสรุปรวมความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความสุภาพ การคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อกับงาน และการคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่อื่น

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี

ความไว้วางใจ	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม	4.23	0.78	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้าได้รับโอกาสทางธุรกิจ	4.18	0.80	มาก
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการทำงานสัญญาที่ระบุไว้	4.15	0.92	มาก
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับยุติธรรม	4.30	0.80	มากที่สุด
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีดำเนินงานด้วยความเป็นธรรม	4.09	0.95	มาก
<b>ความซื่อสัตย์สุจริต</b>	<b>4.19</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้า	4.01	0.99	มาก
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีประสบการณ์ที่สามารถพึ่งพาได้	4.20	0.86	มาก
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีสามารถทำงานได้ตามข้อกำหนดของลูกค้า	4.11	0.97	มาก
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีไม่สร้างความกังวลให้แก่ลูกค้า	4.05	0.83	มาก
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีไม่มีเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า	3.91	0.89	มาก
<b>การจัดการแก้ไขปัญหา</b>	<b>4.05</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือ	4.07	0.79	มาก
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำในสิ่งที่ระบุตามสัญญาเสมอ	4.11	0.75	มาก
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความตื่นตัวทางธุรกิจ	4.14	0.83	มาก
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ดี	4.22	0.95	มากที่สุด
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีทักษะในการทำงาน	4.12	0.83	มาก
<b>ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ</b>	<b>4.13</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
<b>ความไว้วางใจ</b>	<b>4.13</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.5 พบว่า ผลสรุปรวมความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้ารู้สึกวา

ได้รับยุติธรรม การคิดว่าสำนักงานบัญชีมีประสบการณ์ที่สามารถพึ่งพาได้ และการคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ดี

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความภักดีต่อสำนักงานบัญชี

ความภักดี	M	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีแนวโน้มว่าจะใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อในอนาคต	4.27	0.80	มากที่สุด
2. ท่านมีโอกาสที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมอีกครั้ง	4.29	0.77	มากที่สุด
3. ท่านจะพิจารณาใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมก่อนที่อื่น	4.19	0.85	มาก
4. ท่านยินดีที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมเป็นหลัก	3.98	0.85	มาก
5. ท่านรู้สึกว่ามีข้อผูกมัดในการใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิม	4.23	0.86	มากที่สุด
<b>การใช้บริการต่อ</b>	<b>4.19</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านจะแนะนำสำนักงานบัญชีนี้กับผู้อื่น	4.11	0.80	มาก
2. ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับสำนักงานบัญชีนี้	3.98	1.01	มาก
3. มีความเป็นไปได้ที่ท่านจะยังคงเป็นลูกค้าสำนักงานบัญชีนี้	3.97	1.04	มาก
4. ท่านรู้สึกเป็นกันเองกับสำนักงานบัญชีนี้	4.23	0.78	มากที่สุด
5. ท่านมีความปรารถนาที่มีส่วนร่วมกับสำนักงานบัญชีนี้	4.09	0.79	มาก
<b>การใช้บริการอื่นๆ</b>	<b>4.07</b>	<b>0.73</b>	<b>มาก</b>
1. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีราคาสมเหตุสมผล	4.27	0.89	มากที่สุด
2. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีความคุ้มค่ากับเงิน	4.26	0.87	มากที่สุด
3. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากการบริการที่ดี	4.18	0.86	มาก
4. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานบัญชี	4.08	0.98	มาก
5. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี	4.02	0.84	มาก
<b>การบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น</b>	<b>4.16</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>
<b>ความภักดี</b>	<b>4.14</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.6 พบว่า ผลสรุปรวมความภักดีต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การมีโอกาสที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมอีกครั้ง การรู้สึกเป็นกันเองกับสำนักงานบัญชีนี้ และการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีราคาสมเหตุสมผล

### ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยธรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.7: ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยธรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยธรรม	B	Beta	t	Sig
1. การรักษาความลับ	-.106	-.142	-1.739	.083
2. การรักษาประโยชน์	-.037	-.053	-.628	.531
3. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน	-.222	-.336	-3.440	.001*
4. การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ	.224	.318	3.247	.001*
5. รูปแบบการบริการใหม่ๆ	.123	.172	1.811	.071
6. กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ	.316	.425	4.112	.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$R=.520$ ,  $R^2=.271$ , Adjusted  $R^2=.259$ ,  $SEE=.41267$ ,  $F=23.712$ ,  $Sig=.000$

จากตาราง 4.7 พบว่า ความมีวินัยธรรมด้านการใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .520 และสามารถอธิบายความแปรผัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 27.1 ( $R^2=.271$ ) ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.8: ผลการวิเคราะห์ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรม	B	Beta	t	Sig
1. การรักษาความลับ	.204	.202	2.163	.031*
2. การรักษาประโยชน์	-.193	-.207	-2.154	.032*
3. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน	-.048	-.054	-.481	.631
4. การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ	-.012	-.013	-.115	.909
5. รูปแบบการบริการใหม่ๆ	-.299	-.312	-2.867	.004*
6. กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ	.371	.370	3.142	.002*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

R=.223, R<sup>2</sup>=.050, Adjusted R<sup>2</sup>=.035, SEE=.63437, F=3.338, Sig=.003

จากตาราง 4.8 พบว่า ความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาความลับ และความมีนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .223 และสามารถอธิบายความแปรผัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 05.0 (R<sup>2</sup>=.050) ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาประโยชน์ และความมีนวัตกรรม ด้านรูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.9: ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจและความไว้วางใจ	B	Beta	t	Sig
1. ความพึงพอใจต่อพนักงาน	-.015	-.020	-.777	.438
2. ความพึงพอใจต่อกระบวนการ	.011	.010	.241	.810
3. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ	.054	.073	1.803	.072
4. ความซื่อสัตย์สุจริต	-.480	-.627	-13.080	.000*
5. การจัดการแก้ไขปัญหา	.395	.532	13.054	.000*
6. ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	.697	.868	22.525	.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$R=.895$ ,  $R^2=.800$ , Adjusted  $R^2=.797$ ,  $SEE=.24313$ ,  $F=255.785$ ,  $Sig=.000$

จากตาราง 4.9 พบว่า ความไว้วางใจด้านการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ของผู้ให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .895 และสามารถอธิบายความแปรผัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 80.0 ( $R^2=.800$ ) ส่วนความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ของผู้ให้บริการมีอิทธิพลทางลบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด ว่ายอมรับหรือปฏิเสธ ได้ดังตารางนี้

ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
H 1.1 การรักษาความลับของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 1.2 การรักษาประโยชน์ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 1.3 ความตรงต่อเวลาในการทำงานของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 1.4 การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง
H 1.5 รูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 1.6 กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง
H 2.1 การรักษาความลับของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง
H 2.2 การรักษาประโยชน์ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 2.3 ความตรงต่อเวลาในการทำงานของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 2.4 การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H 2.5 รูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 2.6 กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง
H 3.1 ความพึงพอใจต่อพนักงานของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 3.2 ความพึงพอใจต่อกระบวนการของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 3.3 ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 3.4 ความไว้วางใจต่อความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ปฏิเสธ
H 3.5 ความไว้วางใจต่อการจัดการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง
H 3.6 ความไว้วางใจต่อความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	สอดคล้อง



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท/เดือน

การประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีหน้าที่ต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้อย่างดี สำนักงานบัญชีมีจรรยาบรรณ และสำนักงานบัญชีมีการส่งงานตรงต่อเวลา

การประเมินความมีวินัยของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ สำนักงานบัญชีมีนโยบายการฝึกอบรม และสำนักงานบัญชีมีการบริการตามความต้องการของลูกค้า

ความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความสุภาพ การคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่อกับงาน และการคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่อื่น

ความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับยุติธรรม การคิดว่าสำนักงานบัญชีมีประสบการณ์ที่สามารถพึ่งพาได้ และการคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ดี

ความภักดีต่อสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ การมีโอกาสที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมอีกครั้ง การรู้สึกเป็นกันเองกับสำนักงานบัญชีนี้ และการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีราคาสมเหตุสมผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ความเป็นมืออาชีพและความมีวินัยของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พบว่า ความมีวินัยด้านการใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พบว่า ความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาความลับ และความมีนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาประโยชน์และความมีนวัตกรรม ด้านรูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พบว่า ความไว้วางใจด้านการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางลบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## 5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ความมีนวัตกรรมด้านการใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ลักษณะที่ลูกค้าชื่นชอบ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่น และ ความเข้าใจต่อผู้อื่น รวมถึงความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพ และ ความสำเร็จของงานบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการยอมทำให้งานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และ ตั้งใจปฏิบัติอย่างเต็มความสามารถ และ นำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และ ส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จในที่สุด ดังนั้น การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการ

ทำงาน ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจาก การทำงานให้เสร็จตรงเวลา เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการนั้นต้องปฏิบัติอยู่แล้ว สิ่งที่ถูกคาดหวังการน่าจะเป็นการบริการที่ดี และอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaaban & Khalil (2013) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจผู้โดยสารในประเทศกาตาร์ในเมืองโดฮาซึ่งมีจำนวนประชากรเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้จราจรติดขัดบนท้องถนน ซึ่งมีผู้ใช้รถโดยสารน้อยจึงเป็นปัญหาที่จะต้องดึงดูดให้มีผู้ใช้รถโดยสารให้มากขึ้น การศึกษานี้ได้ตรวจสอบคุณภาพการบริการและมุมมองผู้โดยสารในหลายปัจจัย ทั้งความสะดวก ความสะดวกสบาย และความปลอดภัย โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสาร โดยใช้เครื่องมือ SEM ในการวิเคราะห์ซึ่งผลในการวิจัยช่วยให้เข้าใจข้อบกพร่องในการให้บริการรถโดยสารที่มีอยู่พบว่าผู้ใช้รถโดยสารเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำอยู่ห่างไกลจากการบริการ โดยส่วนใหญ่ทั้งผู้หญิงและเด็กนักเรียนนิยมใช้รถส่วนตัว สาเหตุนั้นเนื่องมาจากการให้บริการที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งบริษัทรถโดยสารควรนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของรถโดยสารมาประยุกต์ใช้ ลดเวลาการเดินทางไปยังสถานีและลดเวลาในการยืนรอ ซึ่งถ้าสามารถปรับปรุงได้จะส่งผลให้ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

5.2.2 ความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาความลับ และความมีนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาประโยชน์และความมีนวัตกรรม ด้านรูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การยอมรับผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้ายอมรับ และมีความไว้วางใจในผู้ให้บริการ ที่มีคุณสมบัติที่ดีและมีคุณภาพ ได้แก่ การมีความรู้ในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีกิริยามารยาท ขนบธรรมเนียมในการเข้าพบลูกค้าที่เหมาะสม มีการวางแผน มีทักษะความสามารถในการพูดและฟังเพื่อการสื่อความหมายที่ดี เพื่อทราบความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีทัศนคติที่เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรม ที่ทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการ เกิดความต้องการอยากใช้บริการ โดยผู้ให้บริการ ต้องยื่นข้อเสนอที่ตรงกับความต้องการและเหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด ตลอดจนมีการบริการหลังการขายที่ดี มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้น การรักษาความลับ กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ จึงมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ส่วนความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาประโยชน์ และความมีนวัตกรรม ด้านรูปแบบการบริการใหม่ๆ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจาก ในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมรักษาประโยชน์กับองค์กรมากกว่าลูกค้า และการที่สำนักงานบัญชีมีนวัตกรรมที่มากขึ้น ก็ทำให้มีอัตราค่าบริการที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim, Ferrin & Raoc (2008) ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจของผู้บริโภคที่ใช้รูปแบบการตัดสินใจในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: บทบาทของความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมที่ถ่ายทอดมา

จากบรรพบุรุษ ผลการศึกษาพบว่า ระดับของความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้นอกจากนี้ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม คือ ชื่อเสียงของผู้ขาย คุณภาพข้อมูลที่ผู้ขายเผยแพร่ความปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่สาม หรือการทำธุรกรรมทางธุรกิจ ซึ่งหมายถึง ความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงสัมพันธ์กับชื่อเสียงขององค์กร คุณภาพข้อมูลที่เผยแพร่ความปลอดภัย และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่สาม หรือการทำธุรกรรมทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

5.2.3 ความไว้วางใจด้านการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของผู้ให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางลบต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ความภักดีเป็นความมั่นคงของพฤติกรรมที่มาจากความรู้สึกชื่นชอบจริงๆ ความภักดีในระดับที่ผู้บริโภคทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการบริการเช่นกันโดยหากผู้ให้บริการ มีการนำเสนอข้อดีให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น หรือมีการนำเสนอการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ อย่างโดดเด่นยิ่งขึ้น ก็อาจดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อซ้ำ หรือยังคงเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการ ต่อไป ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ให้บริการควรที่จะไปพิจารณา ดังนั้น การจัดการแก้ไขปัญหา ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ จึงมีอิทธิพลต่อความภักดี ส่วนความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางลบต่อความภักดีของผู้ให้บริการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการมักจะสร้างความไว้วางใจจากการสร้างเอกสารที่หลบภาษี เพื่อให้ลูกค้าเสียภาษีน้อยลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Salinas (2009) กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภคให้มีความแข็งแรงจะกลายเป็นความภักดีต่อตราสินค้า จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเกิดความรู้สึกจงรักภักดีต่อตราสินค้าเอ็นโซโก เพราะเป็นผลเนื่องมาจากการรับรู้คุณภาพของเอ็นโซโกและความแตกต่างที่นำเสนอข้อเสนอพิเศษที่มีคุณภาพและปริมาณมากกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการเอ็นโซโกเป็นประจำจนเกิดเป็นความผูกพัน เมื่อรวมกับการรับรู้ตราสินค้าที่สามารถจดจำและระลึกตราสินค้าเอ็นโซโกได้เป็นตราสินค้าแรก ยิ่งสร้างความผูกพันและกลายเป็นความภักดีต่อตราสินค้าเอ็นโซโกได้เป็นอย่างดี

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลวิจัยที่พบว่า ความเป็นมืออาชีพด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงเสนอให้สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการนำเทคโนโลยี

มาใช้ในการควบคุมการทำงานของพนักงาน เช่น การสแกนเวลาเข้าออกงาน การตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อตรวจสอบการทำงาน

2. จากผลวิจัยที่พบว่า ความมีนวัตกรรมด้านการใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงเสนอให้สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จัดหาองค์การเป็นที่ปรึกษาในการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. จากผลวิจัยที่พบว่า ความเป็นมืออาชีพด้านการรักษาความลับ ด้านการรักษาประโยชน์ของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงเสนอให้สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการนำระบบการเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมาใช้ เช่น การใส่รหัสผ่าน การแสดงตัวตนก่อนการเข้าถึงข้อมูล

4. จากผลวิจัยที่พบว่า ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยจึงเสนอให้สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีการรณรงค์ให้พนักงานมีจิตสำนึกในอาชีพของตน และเสริมสร้างความสามัคคีในการทำงาน โดยการจัดกิจกรรมร่วมกันให้มากขึ้น

#### **ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป**

เนื่องจาก ความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ ดังนั้น เพื่อให้เชื่อมผลการวิจัยนี้ ให้เกิดการประยุกต์ใช้จริงและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น จึงควรทำการศึกษาวิจัยการรับและใช้นวัตกรรมของสำนักงานบัญชี เพื่อให้เกิดการยอมรับและใช้นวัตกรรมในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาชีพนี้ให้มากยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

- Abiodun, A.J. (2010). Patients' satisfaction with quality attributes of primary health care services in Nigeria. *Journal of Health Management, 12*(1), 39-54.
- Adomaitiene, R., & Slatkeviciene, G. (2008). Employee satisfaction and service quality in contact centres. *Economics & Management, 15*7-158.
- Aggarwal, V.K., & Arora, S. (2013). Global brands' impact of relationship marketing on customer loyalty: An analytical study. *Global Journal of Management and Business Studies, 3*, 843-848.
- Al-Hawari, M.A. (2011). Automated service quality as a predictor of customers' commitment: A practical study within the UAE retail banking context. *Asia-Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23*, 346-366.
- Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2010). Technology's impact on the gaps model of service quality. *Handbook of service science, 197-218*.
- Chen, C.F., & Chen, F.S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management, 31*(1), 29-35.
- Choi, B., & La, S. (2013). The impact of corporate social responsibility and customer trust on the restoration of loyalty after service failure and recovery. *Journal of Services Marketing, 27*(3), 4-4.
- Doyle, O. (2009). Ethical decision-making in social work: Exploring personal and professional values. *Journal of Business Ethics, 69*, 207-216.
- Edward, M., & Sahadev, S. (2011). Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23*, 327-345.
- Emerah, A.A., & David, J.O. (2013). Determinants of customer satisfaction in the Nigerian telecommunication industry: an empirical evidence. *International Journal of Management and Strategy, 4*(6), 1-12.
- Exton, R., & Totterdill, P. (2009). Workplace innovation: Bridging knowledge and practice. *AI & Society, 23*(1), 3-15.

- Faed, A., Hussain, O.K., & Chang, E. (2014). A methodology to map customer complaints and measure customer satisfaction and loyalty. *Service Oriented Computing and Applications*, 8(1), 33-53.
- Ghaben, R. (2015). Assessing Innovation Practices in Project Management. *Journal of project management*, 58-64.
- Giannopoulou, E., Gryszkiewicz, L., & Barlatier, P.J. (2014). Creativity for service innovation: A practice-based perspective. *Managing Service Quality*, 24(1), 3-44.
- Hung, C.H. (2008). The effect of brand image on public relations perceptions and customer loyalty. *International Journal of Management*, 25(2),
- Isibor, O.F., & Odia, O.E. (2014). Comparative study of service quality in Nigerian restaurant and transport business organizations. *International Journal of Business and Management*, 9(4), 151.
- Jain, A., Kumar, A., & Dash, M.K. (2014). Demographics and Customer Satisfaction: Loan procedures variables. *SCMS Journal of Indian Management*, 11(2).
- Negi, R. (2009). Determining customer satisfaction through perceived service quality: A study of Ethiopian mobile users. *International Journal of Mobile Marketing*, 4, 31-38.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The mediating role of customer trust on customer loyalty. *Journal of service science and management*, 6(1), 96.
- Orel, F. D., & Kara, A. (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 118-129.
- Ozorhan, B., & Oral, K. (2015). Investigating the Components of Innovation in Construction Projects. *Journal in Construction management*, 98-101.
- Schieffer, R., & Leininger, E. (2008). Customers at the core. *Marketing Management*, 17(1), 30-37.
- Shahin, A., & Samea, M. (2010). Developing the models of service quality gaps: A critical discussion. *Business Management and Strategy*, 1(1).

- Siddiqi, K.O. (2011). Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh. *International Journal of Business Management*, 6, 12-36.
- Timmerman, J.C. (2009). A systematic approach for making innovation a core competency. *The Journal for Quality and Participation*, 31(4), 4-10.









### แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

เรื่อง ความเป็นมืออาชีพและความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยคำตอบของท่านจะถูกนำไปใช้วิเคราะห์ภาพรวมโดยไม่มีเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของท่านหรือนำข้อมูลไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 3 การประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 5 ความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี

ส่วนที่ 6 ความภักดีต่อสำนักงานบัญชี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

**คำถามคัดคุณสมบัติ**

1. กิจกรรมของท่านใช้บริการสำนักงานบัญชีใช่หรือไม่

[1] ใช่

[2] ไม่ใช่ (จบการสัมภาษณ์)

2. ท่านเป็นเจ้าของกิจการหรือเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกสำนักงานบัญชีใช่หรือไม่

[1] ใช่

[2] ไม่ใช่ (จบการสัมภาษณ์)

3. กิจการหรือองค์กรของท่านจดทะเบียนนิติบุคคลรูปแบบใด

[1] ร้านค้า วิสาหกิจชุมชน

[2] ห้างหุ้นส่วน สามัญ/นิติบุคคล

[3] บริษัทจำกัด

[4] บริษัทมหาชน

[5] วิสาหกิจเพื่อสังคม มูลนิธิ

[6] อื่นๆ โปรดระบุ .....

4. รายรับปีล่าสุดของกิจการหรือองค์กรของท่าน

[1] ไม่เกิน 500,000 บาท

[2] 500,001-1,000,000 บาท

[3] 1,000,001-3,000,000 บาท

[4] 3,000,001-5,000,000 บาท

[5] 5,000,001-10,000,000 บาท

[6] 10,000,001 – 20,000,000 บาท

[7] ตั้งแต่ 20,000,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด  
เพียงคำตอบเดียว

### 1. เพศ

- ชาย
- หญิง

### 2. อายุ

- ไม่เกิน 30 ปี
- 31-40 ปี
- 41-50 ปี
- 51 ปีขึ้นไป

### 3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

### 4. สถานภาพ

- โสด
- สมรส
- หม้าย/หย่าร้าง

### 5. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

- ไม่เกิน 20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท/เดือน
- 30,001-40,000 บาท/เดือน
- มากกว่า 40,001 บาท/เดือน

## ส่วนที่ 2 การประเมินความเป็นมืออาชีพของสำนักงานบัญชี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ○ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย
- 3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลางๆ /เฉยๆ
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความเป็นมืออาชีพ	ระดับความคิดเห็น				
<b>การรักษาความลับ</b>					
1. สำนักงานบัญชีมีการเก็บเอกสารของลูกค้าเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีต้องทำหน้าที่เก็บความลับของลูกค้าไว้อย่างมืออาชีพ	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีต้องเก็บรักษาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้เป็นความลับ	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีมีหน้าที่ต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้อย่างดี	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีคำนึงว่าความลับของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็น	5	4	3	2	1
<b>การรักษาประโยชน์</b>					
1. สำนักงานบัญชีมีจรรยาบรรณ	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีมีการรักษาสัญญา	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีเห็นถึงคุณค่าของลูกค้า	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
<b>ความตรงต่อเวลาในการทำงาน</b>					
1. สำนักงานบัญชีทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีมีการส่งงานตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีมีการทำงานตรงตามความต้องการของลูกค้า	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีมีประสบการณ์การบริการลูกค้าตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1

### ส่วนที่ 3 การประเมินความมีนวัตกรรมของสำนักงานบัญชี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ○ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย
- 3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลางๆ /เฉยๆ
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
<b>การใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการบริการ</b>					
1. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงเทคโนโลยีในการบริการ	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงด้านการตลาด	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีมีการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีมีการจัดการความรู้ภายในองค์กร	5	4	3	2	1
<b>รูปแบบการบริการใหม่ๆ</b>					
1. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่สามารถประหยัดต้นทุนได้	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่ประหยัดเวลา	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่มีความปลอดภัย	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีมีการบริการตามกฎระเบียบ	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีมีนโยบายการฝึกอบรม	5	4	3	2	1
<b>กระบวนการใหม่ๆ ในการให้บริการ</b>					
1. สำนักงานบัญชีมีการบริการตามความต้องการของลูกค้า	5	4	3	2	1
2. สำนักงานบัญชีมีการบริการเพื่อทันต่อการแข่งขัน	5	4	3	2	1
3. สำนักงานบัญชีมีการปรับปรุงการบริการที่มีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
4. สำนักงานบัญชีมีการบริการที่สามารถเพิ่มผลงานได้	5	4	3	2	1
5. สำนักงานบัญชีมีความสามารถในการบริหารที่ดีขึ้น	5	4	3	2	1

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสำนักงานบัญชี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ○ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย
- 3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลางๆ /เฉยๆ
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
<b>ความพึงพอใจต่อพนักงาน</b>					
1. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีภาพลักษณ์ที่ดี	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีการบริการที่รวดเร็ว	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความตั้งใจในการให้บริการ	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีสร้างความมั่นใจได้	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าพนักงานของสำนักงานบัญชีมีความสุขภาพ	5	4	3	2	1
<b>ความพึงพอใจต่อกระบวนการ</b>					
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีคุณภาพการบริการที่น่าพอใจ	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีสิ่งอำนวยความสะดวก	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการตอบคำถามเป็นที่น่าพอใจ	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความสะดวกในการติดต่องาน	5	4	3	2	1
<b>ความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการ</b>					
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการถูกกว่าที่อื่น	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับการบริการ	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการคุ้มค่ากับผลงาน	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีอัตราค่าบริการเป็นที่น่าพอใจ	5	4	3	2	1

## ส่วนที่ 5 ความไว้วางใจที่มีต่อสำนักงานบัญชี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ○ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย
- 3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลางๆ /เฉยๆ
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความไว้วางใจ	ระดับความคิดเห็น				
<b>ความซื่อสัตย์สุจริต</b>					
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้าได้รับโอกาสทางธุรกิจ	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการทำงานสัญญาที่ระบุไว้	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับยุติธรรม	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีดำเนินงานด้วยความเป็นธรรม	5	4	3	2	1
<b>การจัดการแก้ไขปัญหา</b>					
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้า	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีประสบการณ์ที่สามารถพึ่งพาได้	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีสามารถทำงานได้ตามข้อกำหนดของลูกค้า	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีไม่สร้างความกังวลให้แก่ลูกค้า	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีไม่มีเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า	5	4	3	2	1
<b>ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ</b>					
1. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีทำในสิ่งที่ระบุตามสัญญาเสมอ	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความตื่นตัวทางธุรกิจ	5	4	3	2	1
4. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ดี	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าสำนักงานบัญชีมีทักษะในการทำงาน	5	4	3	2	1



## ส่วนที่ 6 ความภักดีต่อสำนักงานบัญชี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ○ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

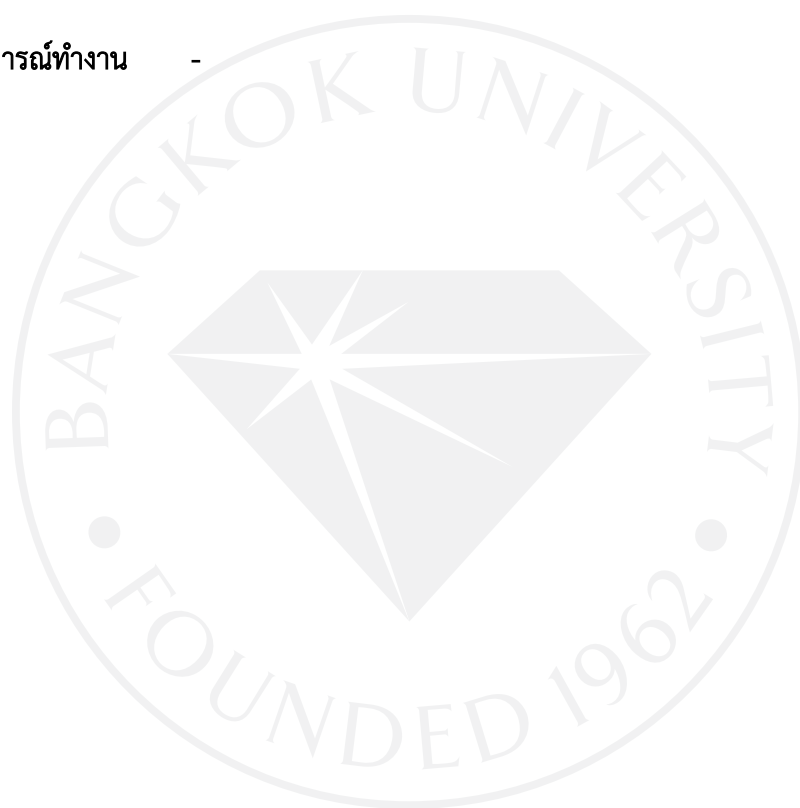
- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย
- 3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลางๆ /เฉยๆ
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความภักดี	ระดับความคิดเห็น				
<b>การใช้บริการต่อ</b>					
1. ท่านมีแนวโน้มว่าจะใช้บริการสำนักงานบัญชีต่อไปในอนาคต	5	4	3	2	1
2. ท่านมีโอกาสที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมอีกครั้ง	5	4	3	2	1
3. ท่านจะพิจารณาใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมก่อนที่อื่น	5	4	3	2	1
4. ท่านยินดีที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิมเป็นหลัก	5	4	3	2	1
5. ท่านรู้สึกว่าจะไม่มีข้อผูกมัดในการใช้บริการสำนักงานบัญชีที่เดิม	5	4	3	2	1
<b>การใช้บริการอื่นๆ</b>					
1. ท่านจะแนะนำสำนักงานบัญชีนี้กับผู้อื่น	5	4	3	2	1
2. ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับสำนักงานบัญชีนี้	5	4	3	2	1
3. มีความเป็นไปได้ที่ท่านจะยังคงเป็นลูกค้าสำนักงานบัญชีนี้	5	4	3	2	1
4. ท่านรู้สึกเป็นกันเองกับสำนักงานบัญชีนี้	5	4	3	2	1
5. ท่านมีความปรารถนาที่มีส่วนร่วมกับสำนักงานบัญชีนี้	5	4	3	2	1
<b>การบอกต่อแนะนำให้ผู้อื่น</b>					
1. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีราคาสมเหตุสมผล	5	4	3	2	1
2. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากมีความคุ้มค่ากับเงิน	5	4	3	2	1
3. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากการบริการที่ดี	5	4	3	2	1
4. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานบัญชี	5	4	3	2	1
5. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเนื่องจากประสบการณ์ของสำนักงานบัญชี	5	4	3	2	1

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

**ประวัติผู้เขียน**

<b>ชื่อ-สกุล</b>	กวินพัฒน์ ปรากฏสวรรค์
<b>อีเมล</b>	kawinnaphat.pran@bumail.net
<b>ประวัติการศึกษา</b>	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
<b>ประสบการณ์ทำงาน</b>	-



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) กวิณพัฒน์ ปรทลวรศักดิ์ อยู่บ้านเลขที่ 20/46

ซอย - ถนน สุวรรณวิถี ตำบล/แขวง ปากน้ำโพ

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นครสวรรค์ รหัสไปรษณีย์ 60000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590204256

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

ความเป็นแม่อย่างพอ และความมั่นคงของสิทธิด้านงานวิจัย ที่ส่งผลกระทบต่อทรัพย์สินทางปัญญา ความใจจูงใจ และคงม ักก็ ของผู้ ใช้ บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( กวินพัฒนา ม่วงสวรรค์ )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมลาลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร