

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของธุรกิจในจังหวัดสมุทรสาครมีดังนี้

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) ของ Philip Kotler ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่ามาเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้กับลูกค้า ต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาต้องให้ผู้ให้บริการ และผู้ซื้อบริการเข้าใจว่ามีอะไรบ้างอยู่ในสิ่งที่ลูกค้าได้จากการซื้อบริการ

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์กรต่างๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ เมื่อเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการก็ง่ายขึ้นสำหรับทั้งผู้ผลิตและลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจ และให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ประกอบไปด้วย

1) การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้เกิดการขายอย่างรวดเร็ว

2) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการสร้างสื่อข่าวสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า

- 3) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์
- 4) การขายตรงโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อ การตัดสินใจเลือก และการก่อปฏิภริยาซื้อ โดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร
- 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่งโดยเฉพาะได้อย่างรวดเร็ว
5. บุคคล (People) เป็นการเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจ พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับผลิตภัณฑ์
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของบริการ โดยการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานบริการ หรือสถานที่ใช้ในการให้บริการ ซึ่งกิจการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน และสิ่งต่าง ๆ ที่จับต้องได้ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยสื่อสารเกี่ยวกับบริการ
7. กระบวนการ (Process) เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอน วิธีการ งานประจำและงานต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติตาม กำหนดเวลา รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการให้กับลูกค้า

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เยาวเรศ วัชราคม (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสอบและรับรองบัญชีของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามคือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจบริการ มีระยะเวลาอยู่ในช่วง 5-10 ปี มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท และมีรายได้รวมต่อปีต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท

การจัดทำบัญชีและงบการเงินของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลส่วนใหญ่จะมี 2 วิธี คือมีพนักงานบัญชีของบริษัทเองและจ้างสำนักงานบัญชี

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อันดับหนึ่งมี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือ ด้านมาตรฐานงานตรวจสอบ ด้านจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและ ด้านความชำนาญของผู้ตรวจสอบในแต่ละธุรกิจ และปัจจัยด้านราคาที่สำคัญคือ ด้านอัตราค่าบริการ อันดับสองคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่สำคัญคือ ด้านชื่อเสียงและประสบการณ์ของผู้ตรวจสอบ ด้านการช่วยเหลือหากมีการตรวจสอบภาษีอากรและด้านรู้จักและเคยใช้บริการ อันดับสามคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือ คำแนะนำจากสำนักงานบัญชี ความสะดวกในการติดต่อ และทำเลที่ตั้งของสำนักงานอยู่ในอำเภอและจังหวัดเดียวกัน

พัชรินทร์ รินคำ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการสอบบัญชี พบว่า ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีการเงินหรือสมุหบัญชีของธุรกิจ ขนาดธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 10 ล้านบาท ถึง 50 ล้านบาท และธุรกิจส่วนใหญ่ใช้สำนักงานสอบบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่

ธุรกิจคาดหวังจะได้รับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในระดับสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องการให้ทีมงานตรวจสอบมีความรู้ด้านบัญชีและการสอบบัญชีเป็นอย่างดี และมีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตร่วมอยู่ในทีมงานตรวจสอบ ขณะที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง ธุรกิจคาดหวังจะได้รับความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความปลอดภัยจากการใช้บริการและด้านรูปลักษณ์ของสำนักงานสอบบัญชีในระดับสูง ขณะที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงเช่นกัน นอกจากนี้ ธุรกิจคาดหวังจะได้รับความพึงพอใจด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการสอบบัญชีในระดับสูง ขณะที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ธรรมศักดิ์ รักษ์ธรรมธัญ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปมากที่สุด ธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามเป็นธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้า มีระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีจำนวนพนักงาน 11-20 คน มากที่สุด แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือกบริการสำนักงานบัญชีได้จากการแนะนำของกรรมการผู้จัดการหรือผู้ถือหุ้นมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่ บริการที่ใช้ส่วนใหญ่คือปรึกษาทางภาษีอากร เนื่องจากต้องการความถูกต้องแม่นยำของงานสอบบัญชี

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านราคา ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากคือการตอบสนองและแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือประเมินราคาตามประเภทธุรกิจ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือสถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการที่ติดต่อสะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากคือการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือพนักงานมีความรู้ความชำนาญ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือการรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับและเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นอย่างดี

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของสำนักงานบัญชี มีดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบมากที่สุดคือ การวางแผนทางการเงินไม่สอดคล้องต่อกิจการ ปัญหาด้านราคาที่พบมากที่สุดคือ การปรับเปลี่ยนราคาบ่อย ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายที่พบมากที่สุดคือจำนวนสาขาน้อย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดพบมากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการ ปัญหาด้านบุคลากรที่พบมากที่สุดคือ พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่พบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไว้คอยบริการ เช่น โทรทัศน์ เครื่องถ่ายเอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการพบปัญหามากที่สุดคือ ไม่มีเทคนิคการสอบบัญชีที่ได้ผลในระยะเวลาที่กำหนด