

## ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าบริการทำบัญชีให้กับสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นันทชัย สาสดีอ่อง\*, ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าใช้บริการทำบัญชีให้กับสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 458,677 ราย การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้น จำนวน 420 ราย เครื่องมือเป็นแบบสอบถามภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด ณ ราคาที่กำหนดและในเหตุการณ์สมมติต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าบริการทำบัญชี เก็บข้อมูลผ่านทางระบบออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบจำลอง Double Bounded Logit Model

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียวมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,812.79 บาทต่อเดือน ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 2,700.10 บาทต่อเดือน และบริษัทจำกัดมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 4,498.88 บาทต่อเดือน ในส่วนประเภททุนจดทะเบียน ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,264.98 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 3,104.44 บาทต่อเดือน และผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 5,125.12 บาทต่อเดือน งานวิจัยครั้งนี้สำนักงานบัญชีสามารถนำไปกำหนดนโยบายด้านราคาและกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มได้อย่างถูกต้อง

**คำสำคัญ :** ค่าใช้บริการทำบัญชี, สำนักงานบัญชี, ความเต็มใจจ่าย

\* อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

\*\* นักวิชาการอิสระ

Corresponding author, email: nantachai@tni.ac.th, Tel. 091-7141213

Received : August 12, 2021; Revised : October 12, 2021; Accepted : November 18, 2021

## Willingness to pay for accounting services with an accounting firm for Entrepreneurs Bangkok Metropolis and Vicinity

Nantachai Sasadeeong\*, Nutkijphut Homvijitkul\*\*

### Abstract

The purpose of this research was to study the willingness to pay for accounting services to the accounting firms of entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Area by using a quantitative research model. The population is 458,677 business operators in the Bangkok Metropolitan Area registered with the Department of Business Development. The sampling was stratified with probabilities of 420 cases. The tool is a questionnaire created under the given situations, given prices and hypothetical circumstances regarding to willingness to pay for accounting services. The data was collected via online system with predetermined sample groups and was analyzed by using the Double Bounded Logit Model.

In terms of business model, the results showed that sole proprietors are willing to pay for accounting services at a starting price of 1,812.79 baht per month. Partnerships limited are willing to pay for accounting services at a starting price of 2,700.10 baht per month. Companies Limited are willing to pay for accounting services at a starting price of 4,498.88 baht per month. In terms of registered capital, entrepreneurs with a registered capital less than 5 million baht are willing to pay for accounting services at a starting price of 1,264.98 baht per month. Entrepreneurs with a registered capital of 5-10 million baht are willing to pay for accounting services at a starting price of 3,104.44 baht per month. Entrepreneurs with a registered capital of more than 10 million baht are willing to pay for accounting services at a starting price of 5,125.12 baht per month. From this research, the accounting firm can accurately formulate pricing policies and marketing strategies that meet each group of entrepreneur.

**Keywords :** Accounting services, Account office, Willingness to pay

---

\* Instructor, Bachelor of Accountancy, Faculty of Business, Administration Thai-Nichi Institute of Technology

\*\* independent scholar

Corresponding author, email: nantachai@tni.ac.th, Tel. 091-7141213

**Received :** August 12, 2021; **Revised :** October 12, 2021; **Accepted :** November 18, 2021

## ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

พฤติกรรมการบริโภคของผู้ประกอบการมักจะแสวงหาอรรถประโยชน์ให้กับตนเองอย่างมีเหตุผล และให้ได้รับประโยชน์มากที่สุดภายใต้ข้อจำกัดที่น้อยที่ไม่เท่ากัน ผู้ประกอบการที่มีความต้องการในอรรถประโยชน์ที่มากขึ้นจะต้องปรับความต้องการของตนเองไปในทิศทางที่ประสิทธิภาพภายใต้การใช้จ่ายที่คุ้มค่าสูงสุด โดยอัตราส่วนของอรรถประโยชน์ในส่วนที่เพิ่มและราคาของสินค้าหรือบริการทุกรายการมีคุณค่าเท่ากัน (Henderson, and Poole, 1991) และสามารถวัดได้ (Brien, and Viramontes, 1994) และมีความเต็มใจที่จะจ่ายซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภค (Wertenbroch, and Skiera, 2002) กับราคาแห่งหรือราคาแฝง (hedonic) ที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการ (Lusk, and Hudson, 2004; Liao, Önal. and Chen., 2009) พฤติกรรมของผู้ประกอบการในประเทศไทยส่วนมากยังขาดระเบียบวินัยและประสิทธิภาพในการบริหารงาน ไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่ ไม่มีระบบการควบคุมภายในและตรวจสอบที่ดี ไม่เห็นความสำคัญหรือสนใจต่อข้อมูลทางการบัญชีต่าง ๆ การจัดทำบัญชีเป็นเพียงแค่ปฏิบัติตามขั้นตอนของกฎหมายเท่านั้น ในการทำบัญชีผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการจ้างสำนักงานบัญชีเป็นผู้ดำเนินการด้านบัญชีแทน ทำให้เกิดปัญหาตามมามากมาย ทำให้ภาครัฐได้ออกกฎหมายมาควบคุมผู้ทำบัญชีหรือสำนักงานบัญชีออกเป็นพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 กำหนดให้ผู้ทำบัญชีมีคุณสมบัติและเงื่อนไขในการทำบัญชีและให้ทำบัญชีเป็นไปตามความเป็นจริง ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีต้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่จะต้องให้ความร่วมมือกับผู้ทำบัญชีในการส่งมอบเอกสาร หลักฐานที่ใช้บันทึกให้ถูกต้อง และมีความเต็มใจที่จะจ่ายจึงเป็นสิ่งจำเป็นและความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่างอรรถประโยชน์กับขอบเขตของความเป็นจริง สำนักงานบัญชีเป็นมิติในด้านอุปทานต้องมีคุณลักษณะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานบัญชีและภาษีอากร สำนักงานบัญชีอาจจัดตั้งขึ้นในรูปแบบบุคคลธรรมดา คณะบุคคลหรือนิติบุคคลได้ทำหน้าที่ในการให้บริการด้านการจัดทำบัญชี จัดทำงบการเงิน และด้านภาษีอากรเป็นหน้าที่หลัก การให้บริการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีแห่งประเทศไทย และข้อกำหนดในการจัดทำงบการเงินของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์และกฎหมายด้านภาษีอากรของกรมสรรพากร

ส่วนการให้บริการทางบัญชีของสำนักบัญชี เช่น การวางแผนและที่ปรึกษาด้านบัญชีครบวงจร การวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร การวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหาร และการให้บริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์หรือ Application ด้านบัญชี และบริการอื่น ๆ จำนวนมากไว้ให้ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการเข้ามาใช้บริการ แต่การเลือกซื้อเป็นการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness To Pay-WTP) Kohli and Mahajan, (1991) เสนอแบบจำลองที่ช่วยให้สามารถคำนวณความเต็มใจที่จะจ่ายโดยใช้ข้อมูลที่เกิดจากการวิเคราะห์ร่วมกันจากนั้นจำลองราคาที่เหมาะสมที่สุด ความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นการแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายในร้านค้า (Wertenbroch and Skiera, 2002) โดยความสำคัญของแนวคิดนี้สามารถใช้ในการตัดสินใจกำหนดราคาโดยตรงและการเพิ่มบริการด้านต่าง ๆ เช่น การได้หนังสือรับรองสำนักงานบัญชีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การให้บริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร การให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหาร และการให้บริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์หรือ Application ด้านบัญชี ที่เพิ่มเข้ามาอาจจะส่งผลต่อความตัดสินใจของผู้ประกอบการมีความยินดีหรือยอมที่จะยอมจ่ายเงินเพิ่มให้กับสำนักงานบัญชีในการการใช้บริการทำบัญชีเมื่อได้รับบริการด้านต่าง ๆ ข้างต้น

## วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาความเต็มใจจ่ายที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ทฤษฎีทางเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Choice Theory) เป็นการแสดงให้เห็นว่าบุคคลมีความพึงพอใจในตัวเลือกทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งอนุญาตให้พวกเขาระบุความเป็นไปได้ที่พวกเขาต้องการ (Blume and Easley, 2008) นอกจากนี้แล้วยังเป็นการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละบุคคล ในบทความแนวทางเศรษฐกิจต่อพฤติกรรมมนุษย์ Becker (2003) หรือเป็นบริบทสำหรับการทำความเข้าใจและสร้างแบบจำลองพฤติกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างเหมาะสม (Blume and Easley, 2008) หรือเป็นการพฤติกรรมทางสังคมที่สะสมเป็นผลมาจากพฤติกรรมของการแสดงแต่ละคนซึ่งแต่ละคนกำลังตัดสินใจแยกกันอยู่ ทฤษฎีจึงมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยของตัวเลือกของแต่ละบุคคล (Sen, 2008) กล่าวคือการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเป็นรูปแบบที่แต่ละบุคคลใช้ข้อเท็จจริงและข้อมูลการวิเคราะห์และกระบวนการที่ละขั้นตอนในการตัดสินใจรูปแบบเหตุผลของการตัดสินใจเป็นรูปแบบการตัดสินใจขั้นสูง ภายใต้ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกเชิงอธิบายและเชิงระบบต่อการเลือกภายใต้แนวคิดการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผล (Rational Decision Making)

ในด้านอรรถประโยชน์ของสินค้าสามารถวัดออกมาเป็นหน่วยนับได้ (cardinal utility) เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้ามาตามความต้องการ ผู้บริโภคสามารถกำหนดตัวเลขหรือจำนวนความพอใจที่ได้รับจากสินค้าออกมาเป็นหน่วยนับทางการเงิน (monetary units) ได้ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหน่วยเพิ่ม ทั้งนี้เพราะถ้าใช้หน่วยของเงินเป็นมาตรฐานในการวัดอรรถประโยชน์แล้วอรรถประโยชน์เพิ่มของเงินจะต้องคงที่ ถ้าอรรถประโยชน์เพิ่มของเงินเปลี่ยนแปลงไปเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง แสดงว่ามาตรฐานในการวัดเป็นตัววัดที่มีความยืดหยุ่นไม่เหมาะสมสำหรับการเป็นตัววัด ด้วยการรวมของอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคของสินค้าแต่ละชนิด อรรถประโยชน์รวมของกลุ่มสินค้าขึ้นอยู่กับจำนวนของสินค้าแต่ละชนิด และอรรถประโยชน์รวมของสินค้าแต่ละชนิด จะมีลักษณะเป็นอิสระต่อกันหรือเป็นเอกเทศต่อกัน ความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณการบริโภคสินค้าชนิดนั้นโดยไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณการบริโภคสินค้าชนิดอื่นและฟังก์ชันอรรถประโยชน์รวมของกลุ่มของสินค้าสามารถบวกเพิ่มเติมเข้าไปได้ ทั้งนี้ เพราะความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคแต่ละชนิดเป็นเอกเทศต่อกัน ดังนั้นความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าทั้งหมดเท่ากับผลรวมของความพอใจที่ได้จากการบริโภคสินค้าแต่ละชนิด เช่น ถ้ามีสินค้า  $n$  ชนิด โดยบริโภคสินค้าจำนวน  $X_1, X_2, \dots, X_n$  ดังนั้นฟังก์ชันอรรถประโยชน์รวมคือ

$$U = U_1(X_1) + U_2(X_2) + \dots + U_n(X_n)$$

โดยที่  $U$  = อรรถประโยชน์รวมที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า  $X_1, X_2, \dots, X_n$

$U_i(X_i)$  = อรรถประโยชน์รวมของสินค้าชนิดที่  $i$  ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณของสินค้าชนิดที่  $i$

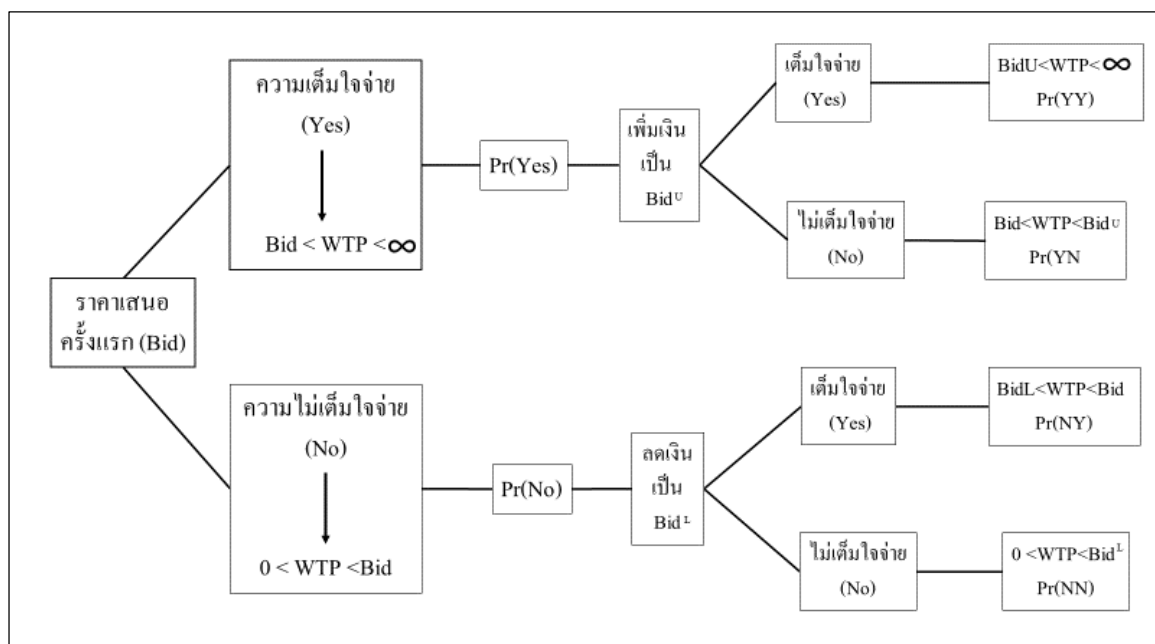
โดยที่  $i = X_1, X_2, \dots, X_n$

ส่วนแนวคิดความเต็มใจที่จะจ่าย (Willing to Pay - WTP) เป็นการแสดงความประสงค์ของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเพื่อบริโภค ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ราคาเป็นตัวแปรสำคัญในการตลาดทั้งในการดำเนินงานขององค์กร (Han, Gupta and Lehmann, 2001) ราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินการรับรู้ของผู้บริโภค แนวคิดของ

ความยืดหยุ่นด้านราคาและเส้นอุปสงค์นั้นใช้เพื่อกำหนดราคา ความเต็มใจที่จะจ่ายหรือราคาที่กำหนดไว้เป็นราคาสูงสุดที่ผู้บริโภคได้รับยอมรับที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น การทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย ช่วยให้สามารถยกระดับและเสนอโอกาสในการเพิ่มปริมาณการขายในราคาที่กำหนดหรือเมื่อเป็นไปได้ในการปรับแต่งราคา ความสำคัญของแนวคิดนี้ซึ่งสามารถการตัดสินใจกำหนดราคาโดยตรงและมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของบริษัท จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่าการเพิ่มบริการด้านต่าง ๆ เช่น การได้หนังสือรับรองสำนักงานบัญชีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การให้บริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร การให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ และการใช้บริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์หรือ Application

สำหรับการวิเคราะห์มูลค่าความเต็มใจจ่ายของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อาศัยวิธีการสมมติเหตุการณ์ (Contingent Valuation Method : CVM) เป็นวิธีการประมาณค่าความเต็มใจจ่ายของผู้ประกอบการแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและยินดีจ่ายเท่าใดสำหรับการเปลี่ยนแปลงหรือการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจง โดยใช้คำถามปลายเปิดหรือปลายปิด (Lusk and Hudson 2004) ซึ่งในคำถามปลายเปิดผู้ตอบจะถูกขอให้แจ้งจำนวนเงินที่พวกเขายินดีจ่ายและในช่วงปิดท้ายผู้ตอบจะถูกถามว่าพวกเขายินดีจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์หรือไม่ (Owusu 2009) ทางเลือกวิธีการที่แตกต่างกันเพื่อกระตุ้นความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นของผู้ตอบแบบสอบถาม การเลือกรูปแบบคำถามปิดสองชั้น ตัวอย่างเช่น หากผู้ตอบให้การตอบสนองเชิงบวกต่อราคาเสนอเริ่มต้นจะมีการเสนอราคาเสนอที่สองที่สูงกว่า (BH) เนื่องจากผู้ตอบมี WTP สูงกว่าราคาเสนอเริ่มต้น และหากการตอบสนองต่อราคาเสนอแรกเป็นลบจะตามด้วยราคาเสนอที่ต่ำกว่า (BL) เนื่องจากราคาเสนอแรกมากกว่า WTP ของผู้ตอบ (Jerop, 2012)

ในครั้งนี้นำผู้วิจัยได้นำเสนอคำถามปิดสองชั้น (Double Bounded Closed-end) ลักษณะคำถามปิดสองชั้นไม่สามารถระบุค่า WTP ที่แท้จริงได้ เนื่องจากเป็นตัวแปรสุ่มชนิดต่อเนื่องทำให้ทราบเฉพาะค่าขอบล่าง (Lower Bound) และค่าขอบบน (Upper Bound) โดยการสอบถามด้วยคำถามปิดสองชั้นนั้นจะมีความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ 4 เหตุการณ์ดังแสดงในภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงผลที่เป็นไปได้ทั้ง 4 สถานการณ์ตามแบบ Double Bounded Close-ended

จากภาพที่ 1 ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้น ในรูปของมูลค่าหรือตัวเงินโดยวิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเต็มใจที่จะจ่าย จากรูปแบบทางเลือกที่แตกต่างกันมีชุดคำตอบที่เป็นไปได้สี่แบบสำหรับคำถาม (1) ใช่ สำหรับการเสนอราคาทั้งสอง (YY) (2) ไม่ ตามด้วย ใช่ (NY) (3) ใช่ ตามด้วย ไม่ใช่ (YN) และ (4) ไม่ใช่ ไปยังการเสนอราคาครั้งแรกและครั้งที่สอง (NN) ด้วยสมการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด คือฟังก์ชันความน่าจะเป็นร่วมกันของทุกเหตุการณ์ ตามสมการและตามรูปภาพที่ 1 ดังนี้

$$L = \Pr(\text{yes, yes}) \Pr(\text{yes, no}) \Pr(\text{no, yes}) \Pr(\text{no, no})$$

โดยที่  $\Pr(\text{yes, yes})$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ตอบมีความเต็มใจที่จะจ่าย ณ Bid ครั้งแรก และ Bid ครั้งที่สองหรือใช้สัญญาลักษณะใหม่เป็น  ${}^Y P_Y$

$\Pr(\text{yes, no})$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ตอบมีความเต็มใจที่จะจ่าย ณ Bid ครั้งแรก แต่ไม่เต็มใจที่จะจ่าย Bid ครั้งที่สองหรือใช้สัญญาลักษณะใหม่เป็น  ${}^Y P_N$

$\Pr(\text{no, yes})$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ตอบไม่เต็มใจที่จะจ่าย ณ Bid ครั้งแรก แต่เต็มใจที่จะจ่าย Bid ครั้งที่สองหรือใช้สัญญาลักษณะใหม่เป็น  ${}^N P_Y$

$\Pr(\text{no, no})$  คือ ความน่าจะเป็นของผู้ตอบไม่เต็มใจที่จะจ่าย ณ Bid ครั้งแรก และไม่เต็มใจที่จะจ่าย Bid ครั้งที่สองหรือใช้สัญญาลักษณะใหม่เป็น  ${}^N P_N$

ด้วยการเก็บโดยใช้คำถามแบบ Double bond เนื่องจากค่าของ WTP อยู่ระหว่าง Lower กับ Upper จึงเป็นการสมต่อเนื่อง ซึ่งถูกกำหนดโดยตัวแปรอิสระ X สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$WTP = X \beta + e$$

โดยที่

WTP = ความเต็มใจที่จะจ่าย

X = ตัวแปรอิสระที่มีเวกเตอร์  $n \times k$

$\beta$  = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีเวกเตอร์  $k \times 1$

e = เวกเตอร์ของค่าความคลาดเคลื่อน

หากแปลงค่าสมการข้างต้นเป็นสมการ log likelihood function เพื่อนำไปประมาณหาค่าที่ควรจะสูงสุด Maximum likelihood Estimation จะได้สมการดังต่อไปนี้

$$\ln L = \sum_{i=1}^n [ {}^Y I_Y \ln({}^Y P_Y)_i + {}^Y I_N \ln({}^Y P_N)_i + {}^N I_Y \ln({}^N P_Y)_i + {}^N I_N \ln({}^N P_N)_i ]$$

โดยที่ค่า  ${}^Y I_Y$ ,  ${}^Y I_N$ ,  ${}^N I_Y$ ,  ${}^N I_N$  คือตัวแปรที่ชี้วัดค่า WTP ที่แท้จริง ซึ่งจะมีค่าเป็น 1 ถ้าค่า WTP ที่แท้จริงเท่ากับหรือมากกว่าค่า threshold  $t_i$  และจะมีค่า 0 ถ้าค่า WTP ที่แท้จริงน้อยกว่าค่า threshold  $t_i$

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปเป็นกรอบการวิจัยความเต็มใจจ่ายที่จะยอมรับการจ่ายเงินเพิ่มในการใช้บริการทำบัญชีกับสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีจากเอกสาร สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ ซึ่งประกอบด้วย Bid Price มีทั้งหมด 16 สถานการณ์ ขึ้นอยู่กับ 1) มาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Std Office) 2) บริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร (Tax) 3) บริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหาร (Mgmt) 4) บริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์หรือ Application ด้านบัญชี (App) ในการพิจารณาจะสะท้อนจากค่า 0 กับ 1 โดยให้ 0 หมายถึง ไม่นิยมที่จะจ่ายให้สำนักงานบัญชี และ 1 หมายถึง ยินดีจ่ายถ้าสำนักงานบัญชี ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ราคาของผู้ประกอบการจะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นในราคาที่เหมาะสม (Optimum Initial Bid Price) ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ดังนั้นความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีที่เพิ่มขึ้น จึงเกิดทางเลือก 4 ทาง โดยในแต่ละทางจะมีทางเลือก 2 ทาง ได้แก่ 0 กับ 1 และทางเลือกอีก 2 ทางจากความเต็มใจที่จะจ่ายกับไม่จ่าย เท่ากับ  $4 \times 2 \times 2 = 16$  กรณี

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 458,677 ราย (สืบค้นจาก ข้อมูลนิติบุคคล รายจังหวัด | DBD : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในวันที่ 22 กันยายน 2564) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้น แบ่งตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ 3 แบบ ๆ ละ 70 ราย (เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท) และแยกตามทุนจดทะเบียน 3 แบบ ๆ ละ 70 ราย (น้อยกว่า ล้านบาท 5-10 ล้านบาท มากกว่า 10 ล้านบาท รวมจำนวน 420 ราย) (สืบค้นจาก ความแตกต่างระหว่างธุรกิจ SME และ Non SME <https://bunchee.co.th>) (ตามตารางที่ 1)

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจำนวน 3 ประเภทอุตสาหกรรม

	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	
- น้อยกว่า 5 ล้านบาท	70 ราย
- 5 -10 ล้านบาท	70 ราย
- มากกว่า 10 ล้านบาท	70 ราย
<b>รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ</b>	
- เจ้าของคนเดียว	70 ราย
- ห้างหุ้นส่วน	70 ราย
- บริษัท	70 ราย
<b>420 ราย</b>	

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา** เป็นแบบสอบถามที่คัดแยกและครอบคลุมวัตถุประสงค์ ตัวอย่างเช่น คำถามเกี่ยวกับประเภทธุรกิจ คำถาม กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด คำถามเกี่ยวกับเงินทุนจดทะเบียน คำถาม ไม่เกิน 5 ล้านบาท 5 – 10 ล้านบาท มากกว่า 10 ล้านบาท และ คำถามเกี่ยวกับพื้นที่ธุรกิจ คำถามเป็น กรุงเทพมหานครฯ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** นำข้อมูลแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและการทดสอบแบบสอบถามแล้ว เข้าสู่ระบบแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 และเก็บข้อมูลได้ครบตามจำนวนที่ต้องการกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดได้ตอบคำถาม

**การวิเคราะห์ข้อมูล** โดยใช้วิธีการศึกษา Double Bounded Close-ended CVM เพื่อหา ค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้ประกอบการที่ได้รับบริการจากสำนักงานบัญชีและปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของการได้รับบริการ

### การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแนะนำตนเองแจ้งวัตถุประสงค์การทำวิจัยและขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริง นอกจากนี้หากผู้ให้ข้อมูลเกิดความรู้สึกไม่สะดวกใจที่จะให้ข้อมูลสามารถยุติการผู้ให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลทราบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์จะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ มีเพียงคณะผู้วิจัยเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้และข้อมูลจะถูกทำลายเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้น การรายงานผลการวิจัยจะกระทำในภาพรวมและจะดำเนินการด้วยความระมัดระวัง รัศกุ่ม ไม่มีการอ้างอิงถึงชื่อของผู้ให้ข้อมูลหรือข้อมูลส่วนตัวใด ๆ ลงในเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้ก่อนได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูล

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 412 ราย พบว่าเป็นเพศชาย 248 คน คิดเป็นร้อยละ 60.19 เพศหญิง 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.22 และช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.97 มีระดับปริญญาตรี จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.90 และกำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.20 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปี จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.18 และ 6 – 10 ปี จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.57 มีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ จำนวน 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.26 มีสถานประกอบการอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.68 และจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 76 ราย คิดเป็น 18.45 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว จำนวน 283 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.69 และบริษัทจำกัด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.43 มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.84 และมากกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.43 ระยะเวลาดำเนินงานของบริษัท 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.37 และมากกว่า 20 ปี จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.27

ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) ของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายตามตารางที่ 1 ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น (Base Serv.) 2,251.28 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Std Office) เต็มใจจ่ายในราคา 2,927.20 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร (Tax) เต็มใจจ่ายในราคา 1,559.28 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจ (Mgmt) เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,309.56 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์ (App) เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,297.15 บาทต่อเดือน

สำหรับเงื่อนไขในการเข้าใช้บริการของสถานประกอบการซึ่งจะพิจารณาจากเงื่อนไขประกอบ เช่น 1) ถ้าสำนักงานบัญชีไม่มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจ 2) ไม่มีบริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาภาษีอากร 3) ไม่มีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหาร 4) ไม่มีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์หรือ Application ด้านบัญชี มีราคาค่าบริการ 2,000 บาทต่อเดือน จากเงื่อนไขดังกล่าว พบว่า สถานประกอบการจะไม่ใช้บริการจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 จะใช้บริการจำนวน 274 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.60 ถ้าลดราคาลงเป็น 1,500 บาทต่อเดือน จะไม่ใช้บริการจำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.05 จะใช้บริการจำนวน 350 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.95 ถ้าเพิ่มราคาเป็น 2,500 บาทต่อเดือน จะไม่ใช้บริการจำนวน 261 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.35 และจะใช้บริการจำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.65 เมื่อคำนวณค่า Mean willingness to pay ในเงื่อนไขนี้ สถานประกอบการเต็มใจที่จะเงินจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่จำนวน 2,136.77 บาทต่อเดือน

เจ้าของคนเดียว พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,812.79 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 2,631.11 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,873.24 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,472.38 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์ เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 653.56 บาทต่อเดือน

ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 2,700.10 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 3,694.14 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,981.42 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเต็มใจจ่าย



เพิ่มในราคา 1,670.11 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 895.07 บาทต่อเดือน

ประเภทบริษัทจำกัด พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 4,498.88 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 2,775.26 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,276.23 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,291.26 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 835.23 บาทต่อเดือน

**ตารางที่ 2** แสดงผลการวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่าย (WTP) แยกตามรูปแบบของการดำเนินธุรกิจและทุนจดทะเบียน

	Base Serv.	Std Office	Tax	Mgmt	App
WTP	2,251.28*	2,927.20***	1,559.28***	1,309.56***	1297.15***
WTP direct method	2,023.41	2,734.99	1,445.75	1,296.77	783.70
<b>ประเภทกิจการ</b>					
กิจการเจ้าของคนเดียว	1,812.79**	2,631.11***	1,873.24***	1,472.38***	653.56***
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2,700.10***	3,694.14***	1,981.42***	1,670.11***	895.07***
บริษัทจำกัด	4,498.88***	2,775.26***	1,276.23***	1,291.26***	835.23***
<b>ทุนจดทะเบียน</b>					
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	1,264.98**	3,964.67***	2,127.73***	1,801.16***	1084.32***
5-10 ล้านบาท	3,104.44***	3,493.08***	1,845.95***	1,585.08***	790.75***
มากกว่า 10 ล้านบาท	5,125.11***	3115.53***	1,708.93***	1,445.63***	433.75***

#### แยกประเภทตามทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,264.98 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 3,964.67 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 2,127.73 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหารธุรกิจเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,801.16 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,084.32 บาทต่อเดือน

ทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 3,104.44 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 3,493.08 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,845.95 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,585.08 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 790.75 บาทต่อเดือน

ทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท พบว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 5,125.12 บาทต่อเดือน ถ้ามีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 3,115.53 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวางระบบและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากรเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,708.93 บาทต่อเดือน ถ้ามีบริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 1,445.67 บาทต่อเดือน และถ้ามีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์เต็มใจจ่ายเพิ่มในราคา 433.75 บาทต่อเดือน

## การอภิปรายผลการวิจัย

จากข้อเท็จจริงของงานวิจัยจะเห็นว่า ผู้ประกอบการแต่ละประเภทมีราคาและปริมาณความต้องการที่จะใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ไม่เท่ากัน ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,264.98 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียน 5 -10 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 3,104.44 บาทต่อเดือน และ ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 5,125.12 บาทต่อเดือน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีปริมาณงานที่ไม่มากนักจึงอยากจ่ายค่าทำบัญชีที่น้อยกว่า บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนมาก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีปริมาณงานหรือธุรกรรมจำนวนมาก ที่สามารถจ่ายค่าบริการสำนักงานบัญชีในราคาที่สูงได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Wangenheim, Florian. and Bayón, (2007) ที่กล่าวว่า การรับรู้ราคามีความสำคัญเนื่องจากการแสดงถึงความสำคัญและให้ข้อมูลที่สำคัญที่สุดชนิดหนึ่งแก่ผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า และการศึกษาของ Hardie, Eric, Johnson, and Fader, (1993) การรับรู้ราคามีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับลูกค้า ซึ่งเป็นการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในการได้มาและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการและบริการในทุกสาขาอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียว มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,812.79 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 2,700.10 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการบริษัทจำกัด มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 4,498.88 บาทต่อเดือน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีปริมาณงานที่ไม่มากนักจึงอยากจ่ายค่าทำบัญชีที่น้อยกว่า ส่วนประเภทบริษัทที่ส่วนใหญ่จะมีปริมาณงานหรือธุรกรรมจำนวนมาก ที่สามารถจ่ายค่าบริการสำนักงานบัญชีในราคาที่สูงได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Han, Gupta and Lehmann, (2001) ที่กล่าวว่า องค์กรหรือผู้ประกอบการประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเพื่อบริโภค ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ราคาจะเป็นตัวแปรสำคัญในการตลาดทั้งในการดำเนินงานขององค์กร และการศึกษาของ Wertebroch and Skiera, (2002) กล่าวว่า ราคาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรับรู้ราคาความเต็มใจที่จะจ่ายใกล้เคียงกับการตัดสินใจราคา (ราคาที่ยอมรับได้) และเชื่อมโยงกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (ความพึงพอใจและความภักดี) ความเต็มใจที่จะจ่ายถูกกำหนดให้เป็นราคาสูงสุดที่ผู้ซื้อยอมรับที่จะจ่ายสำหรับปริมาณสินค้าหรือบริการที่กำหนด

จากข้อเท็จจริงของงานวิจัยจะเห็นว่า ผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความเต็มใจที่จะจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีในราคาเริ่มต้น 2,700.10 บาทต่อเดือน ไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นจากราคาความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย แต่มีการพิจารณาในปัจจุบันด้านการได้รับรองมาตรฐานสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ด้านการบริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาภาษีอากรด้านการให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหารธุรกิจ และด้านบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์ หรือ Application ด้านบัญชี ผู้ประกอบการจะพิจารณาที่จะจ่ายราคาค่าบริการในปัจจุบันนี้ในทิศทางที่ลดลงจากราคาความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย สำหรับผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียว มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,812.79 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการบริษัทจำกัด มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชี ให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 4,498.88 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชี ให้แก่

สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 1,264.98 บาทต่อเดือน ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียน 5 -10 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชี ให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 3,104.44 บาทต่อเดือน และผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท มีความเต็มใจจ่ายราคาค่าบริการทำบัญชีให้แก่สำนักงานบัญชีในราคาเริ่มต้น 5,125.12 บาทต่อเดือน ไปในทิศทางที่ลดลงจากราคาความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย แต่เมื่อพิจารณาในปัจจัยด้านการได้รับรองมาตรฐานสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าด้านการบริการวางระบบภาษีอากรและให้คำปรึกษาด้านภาษีอากร ด้านการให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและตัดสินใจบริหารธุรกิจและด้านบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์ หรือ Application ด้านบัญชี ผู้ประกอบการจะพิจารณาที่จะจ่ายราคาค่าบริการในปัจจุบันนี้ในทิศทางที่เพิ่มขึ้นจากราคาความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัดมองความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ แตกต่างจากผู้ประกอบการประเภทอื่น ซึ่งในประเด็นนี้ยังไม่มีผู้วิจัย

### ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สำนักงานบัญชี สามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดนโยบายด้านราคา และกลยุทธ์ทางการตลาด หรือการกำหนดราคาที่ถูกตรงตามที่ต้องการ นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาตนเองให้มีมูลค่าเพิ่ม เช่น สำนักงานบัญชีใดที่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐานจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการที่ต้องบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับใบรับรองคุณภาพในราคาเฉลี่ย 2,927.20 บาทต่อเดือน หรือแม้กระทั่งมีบริการโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปออนไลน์ด้านบัญชีราคาก็ยินดีจ่ายเพิ่มในราคาเฉลี่ย 1,297.15 บาทต่อเดือน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านสำนักงานบัญชีให้เข้าไปร่วมโครงการพัฒนาสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพให้เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับการทำบัญชีให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดของมาตรฐานการบัญชีและภาษีอากร ซึ่งจะเป็ประโยชน์และแนวทางในการพัฒนาสำนักงานบัญชีและผู้ประกอบวิชาชีพผู้รับทำบัญชีต่อไป

3. ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความรู้ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ดีจะต้องมีอะไรบ้าน เช่น ควรได้รับใบรับรองมาตรฐานเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพเพื่อที่จะได้รับบริการที่ดีได้มาตรฐาน ซึ่งจะให้เป็นที่น่าเชื่อถือของทั้งภาครัฐและเอกชนในอนาคต

### ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่ศึกษาต่อไปควรทำการศึกษาปัจจัยในด้านผลตอบแทนที่คาดหวังของสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในการตัดสินใจจ้างผู้ทำบัญชี เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ประกอบการและผู้รับทำบัญชี

2. กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นพื้นที่เฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนกลาง ผู้ที่สนใจควรทำการศึกษาในพื้นที่ใหม่ที่เป็นแหล่งแหล่งเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นต้นว่า พื้นที่ภาคตะวันออกที่เป็นพื้นที่ EEC เพื่อให้เห็นมิตินึกคิดของผู้ประกอบการในการใช้บริการสำนักงานบัญชีในแต่ละพื้นที่เศรษฐกิจ หรือควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหัวเมืองใหญ่ ๆ ของประเทศไทยทั้ง 4 ภาค

.....

## เอกสารอ้างอิง

- Blumel E, Easley, D. (2008). *The New Palgrave Dictionary of Economics, Second Edition*. Palgrave, Macmillan. Retrieved from <http://www.dictionaryofeconomics.com/article>.
- Brien. O. B, and Viramontes. J. L, (1994). Willingness to Pay: A Valid and Reliable Measure of Health State Preference? *Medical Decision Making, 14*, 289–297.
- Han, S., Gupta, S, & Lehmann, D. R. (2001). Consumer price sensitivity and price thresholds. *Journal of Retailing, 77* (4), 435–456. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00057-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00057-4)
- Hardie, B.G.S; Eric J. Johnson, and Fader, P.S. (1993). Modeling Loss Aversion and Reference Dependence Effects on Brand Choice. *Marketing Science, 12*(4), 378-394. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/183936>.
- Henderson. J. V .and Poole. W, (1991). *Principles of economics D.C*. Toronto: Heath and Company
- Jerop, R. (2012). *Consumer willingness to pay for dairy goat milk in Siaya County, Kenya*. (Master's of Thesis), Egerton University in Njoro, Kenya.
- Kohli.R and Mahajan.V, (1991). A Reservation-Price Model for Optimal Pricing of Multiattribute Products in Conjoint Analysis. *Journal of Marketing Research, 28*(3), 347-354. DOI: 10.2307/3172870
- Liao.C, Önal. H and Chen. M.-H. (2009). Average shadow price and equilibrium price: A case study of tradable pollution permit markets. *European Journal of Operational Research, 196*, 1207–1213.
- Lusk. J.L. and Hudson. D. (2004). Hudson, Willingness-to-Pay Estimates and Their Relevance to Agribusiness Decision Making. *Applied Economic Perspectives and Policy 26*(2), 152–169.
- Owusu, M.A. (2009). *The assessment of market potential and marketing prospects of organic fruits and vegetables in Kumasi metropolis of Ghana*. (Master's of Thesis), Kwame Nkrumah University of Science and Technology, Kumasi, Ghana.
- Sen, A. (2008). The discipline of economics. *Economic, 75*(300), 617–628.
- Wangenheim, Florian v. and Bayón, T. (2007). The chain from customer satisfaction via word-of-mouth referrals to new customer acquisition. *Journal of the Academy of Marketing Science, 35*(2), 233-249. DOI 10.1007/s11747-007-0037-1.
- Wertenbroch. K, and Skiera. B, (2002). Measuring Consumers' Willingness to Pay at the Point of Purchase. *Journal of Marketing Research, 39*(2), 228–241.

