

The Impact of Accounting Service Innovation on the Performance of Accounting Firms in Thailand

Wanapa Imachai

Faculty of Business Administration, North Bangkok University

Corresponding author. E-mail: wanapa.im@northbkk.ac.th

ABSTRACT

This research aims to 1) test the relationship and 2) study the impact of accounting service innovations on the performance of accounting firms in Thailand. The research is quantitative, with a sample size of 367 people determined using Yamane's formula. However, data for analysis were obtained from 149 actual respondents, representing 40.60%, which may have limitations in terms of population representation. This was considered in the interpretation of the research results. The research instrument was an on line questionnaire that underwent content validity testing, with item discrimination values between 0.475–0.917 and 0.688–0.883, and overall reliability values between 0.861–0.952 and 0.902–0.934. Statistical analyses included multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The research findings showed that... Innovations in accounting services, particularly in service processes and supporting technologies, have a statistically significant positive impact on the performance of accounting firms in Thailand ($p < 0.05$; $F = 82.554$; $p < 0.0001$), with an adjusted R^2 coefficient of 0.688, indicating a high level of explanation for performance variance. However, no statistically significant relationship was found between innovations in new service concepts, service delivery, and client relationships. The study highlights that systematic service process development coupled with appropriate digital technology application plays a crucial role in improving operational efficiency, reducing costs, and enhancing the competitiveness of accounting firms in the digital economy. It also highlights the need to develop internal organizational capabilities to sustainably adapt to changing business environments.

Keywords: Accounting Service Innovation, Performance, Accounting Firms in Thailand

ผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีไทย

วรรณภา อิมะไชย์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครกรุงเทพ

Corresponding author. E-mail: wanapa.im@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทดสอบความสัมพันธ์และ 2) ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ได้จำนวน 367 คน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจริงจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60 ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านความเป็นตัวแทนของประชากร และได้พิจารณาในการตีความผลการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าความตรงอยู่ในระดับเหมาะสม ค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.475–0.917 และ 0.688–0.883 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ระหว่าง 0.861–0.952 และ 0.902–0.934 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมบริการทางการบัญชีด้านกระบวนการให้บริการและด้านเทคโนโลยีสนับสนุนมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 82.554$; $p < 0.0001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดปรับปรุง (Adjusted R^2) เท่ากับ 0.688 แสดงให้เห็นว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ในระดับสูง ขณะที่นวัตกรรมด้านแนวคิดบริการใหม่ และด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้าไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพภายในองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการทางการบัญชี, ผลการดำเนินงาน, สำนักงานบัญชีไทย

© 2026 JISSD: Journal of Integration Social Sciences and Development

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัล และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น ระบบคลาวด์ ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ได้เร่งให้สภาพแวดล้อมการแข่งขันมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรจึงต้องปรับกลยุทธ์จากการมุ่งเน้นเพียงการลดต้นทุน ไปสู่การสร้างประสบการณ์ลูกค้า ความภักดีในระยะยาว และการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย (Wong & Chin, 2007) ภายใต้บริบทที่มีความเป็นพลวัตสูง (Dynamism) การจัดการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนขององค์กร (Dooley & Sullivan, 2003) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญยังคงอยู่ที่การบริหารจัดการนวัตกรรมให้เกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์และสามารถต่อยอดได้อย่างต่อเนื่อง (Kathryn & O. S. Sullivan, 2004)

ในบริบทดังกล่าว สำนักงานบัญชีมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ให้บริการวิชาชีพที่สนับสนุนความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงิน ธุรกิจจำนวนมากหันมาใช้บริการสำนักงานบัญชีมากขึ้น เนื่องจากความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การใช้เทคโนโลยีทางบัญชีสมัยใหม่ และความสามารถในการวางระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดความผิดพลาด ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของภาคธุรกิจและจำนวนสำนักงานบัญชีที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การ

แข่งขันทวีความรุนแรง สำนักงานบัญชีจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์และพัฒนานวัตกรรมบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิม ขยายฐานลูกค้าใหม่ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว (บริษัท พียูยูเอ็น อินเทลลิเจนท์ จำกัด, 2568)

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เป็นแนวคิดสำคัญที่สะท้อนการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรบริการ โดย den Hertog (2000) อธิบายว่านวัตกรรมบริการครอบคลุมหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน ทั้งด้านแนวคิดบริการใหม่ (New Service Concept) ซึ่งเป็นการพัฒนารูปแบบบริการให้แตกต่างและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ด้านกระบวนการให้บริการ (Service Process Innovation) ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และความถูกต้องในการดำเนินงาน ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า (Service Delivery and Client Interface Innovation) ซึ่งเน้นการออกแบบช่องทางและประสบการณ์บริการให้เกิดความพึงพอใจ และด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (Technological Innovation) ที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เสริมสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการ ทั้งสี่ด้านดังกล่าวถือเป็นองค์ประกอบหลักที่ช่วยยกระดับศักยภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรในบริบทการแข่งขันยุคดิจิทัล

ในด้านการวัดผลการดำเนินงานองค์กร แนวคิด Balanced Scorecard ของ Kaplan and Norton (1996) เสนอว่าผลการดำเนินงานควรถูกประเมินในหลายมิติ ได้แก่ ด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ด้านลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ (Customer & Service Quality Performance) และด้านประสิทธิภาพกระบวนการและการพัฒนาองค์กร (Internal Process & Learning Performance) กรอบแนวคิดดังกล่าวเหมาะสมอย่างยิ่งในการศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการบัญชี เนื่องจากสามารถสะท้อนทั้งผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและผลลัพธ์เชิงคุณภาพขององค์กร

แม้งานวิจัยต่างประเทศจะชี้ให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างนวัตกรรมบริการกับผลการดำเนินงานขององค์กรบริการ แต่การศึกษาเชิงประจักษ์ในบริบทสำนักงานบัญชีของประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะการวิเคราะห์เชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงนวัตกรรมบริการทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานแบบพหุมิติ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการบัญชีที่มีผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย เพื่อเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้และสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบผลกระทบนวัตกรรมบริการทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ หัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย จำนวน 4,387 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568)

กลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 367 คน และการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นโดยใช้สัดส่วน (Proportionate Stratified Sampling) คำนวณด้วยสูตร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการทางการแพทย์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านแนวคิดบริการใหม่ จำนวน 4 ข้อ ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 4 ข้อ และด้านเทคโนโลยีสนับสนุน จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วย ด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน จำนวน 4 ข้อ ด้านลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ และด้านประสิทธิภาพกระบวนการและการพัฒนาองค์กร จำนวน 4 ข้อ

โดยในตอนที่ 2 และตอนที่ 3 กำหนดค่าของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ ดังนี้ 5 4 3 2 และ 1 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ จากนั้นวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของคำตอบในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของ บุญชม ศรีสะอาด (2554: 99-100)

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และค่า IOC เฉลี่ยมากกว่า 0.6 ทุกข้อ (0.79 -1) ถือว่าเหมาะสม อำนาจจำแนกของนวัตกรรมบริการทางการแพทย์ อยู่ระหว่าง 0.475-0.917 และผลการดำเนินงาน อยู่ระหว่าง 0.688 - 0.883 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ 0.40 ขึ้นไป ถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพ (สมบัติ ท้ายเรือคำ , 2553) ส่วนค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ซึ่งนวัตกรรมบริการทางการแพทย์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.861 - 0.952 ผลการดำเนินงานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.902 - 0.934 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือสำหรับการวิจัยที่ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2006)

3. สมมติฐานการวิจัย

ผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการแพทย์ที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่าง หัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย โดยสร้างแบบสอบถามแบบ Online ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วนในเนื้อหา ผ่านการใช้งาน Google แบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมาทั้งหมดจำนวน 149 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 40.60 ($149 \times 100 \div 367$) เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจะมีสัดส่วนเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ แต่อาจยังมีข้อจำกัดในด้านความเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาระบุประเด็นดังกล่าวเป็นข้อจำกัดของการวิจัย เพื่อความเหมาะสมในการตีความและอ้างอิงผลการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้เสนอว่าแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมบริการทางการแพทย์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ TPR} = \beta_0 + \beta_1\text{NSC} + \beta_2\text{SPI} + \beta_3\text{SDI} + \beta_4\text{TIN} + e$$

เมื่อ TPR แทน ผลการดำเนินงาน โดยรวม

NSC แทน นวัตกรรมบริการทางการแพทย์ ด้านแนวคิดบริการใหม่

SPI แทน นวัตกรรมบริการทางการแพทย์ ด้านกระบวนการให้บริการ

SDI แทน นวัตกรรมบริการทางการแพทย์ ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า

TIN แทน นวัตกรรมบริการทางการแพทย์ ด้านเทคโนโลยีสนับสนุน

e แทน ค่าความเคลื่อนของการพยากรณ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์กรอบแนวคิดนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ของ den Hertog (2000) ร่วมกับแนวคิดด้านผลการดำเนินงาน (Performance Results) ตามแนวคิด Balanced Scorecard ของ Kaplan and Norton (1996) เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรต้น

นวัตกรรมบริการ (TSI)

1. ด้านแนวคิดบริการใหม่ (NSC)
2. ด้านกระบวนการให้บริการ (SPI)
3. ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า (SDI)
4. ด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (TIN)

ตัวแปรตาม

ผลการดำเนินงาน (TPR)

1. ด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (FIN)
2. ด้านลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ (CSP)
3. ด้านประสิทธิภาพกระบวนการและการพัฒนาองค์กร (IPL)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลกระทบนวัตกรรมบริการทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ผลการวิจัยดังตาราง 1 – 2

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์นวัตกรรมบริการทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานโดยรวมของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

ตัวแปร	TPR	NSC	SPI	SDI	TIN	VFs
$\bar{X}$	4.031	3.886	4.174	3.891	3.933	
S.D.	0.710	0.756	0.738	0.790	0.801	
TPR	-	0.738*	0.777*	0.734*	0.811*	
NSC		-	0.807*	0.745*	0.805*	3.426
SPI			-	0.852*	0.835*	5.048
SDI				-	0.848*	4.700
TIN					-	4.897

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการทางการบัญชี มีค่าตั้งแต่ 3.426 – 5.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีความสำคัญ (Black, 2006: 585) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระนวัตกรรมบริการทางการบัญชีในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์

กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวมของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.734 – 0.81 จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) ดังนี้

$$TPR = 0.792 + 0.130NSC + 0.258SPI -0.003SDI + 0.424TIN$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 82.554 ; p <0.0001) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.688 (ตาราง 2) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการทางการบัญชี (TSI)แต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) ปรากฏผลดังตาราง 2

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์การถดถอยกับนวัตกรรมบริการทางการบัญชีโดยรวมของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการทางการบัญชี (TSI)	ผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.792	0.190	4.174*	< 0.0001
1. ด้านแนวคิดบริการใหม่ (NSC)	0.130	0.080	1.628	0.106
2. ด้านกระบวนการให้บริการ (SPI)	0.258	0.099	2.600*	0.010
3. ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า (SDI)	-0.003	0.090	-0.029	0.977
4. ด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (TIN)	0.424	0.090	4.707*	< 0.0001
F = 82.554 p <0.0001 Adj R ² = 0.688				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า พบว่า นวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการ (SPI) และด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (TIN) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับ ด้านแนวคิดบริการใหม่ (NSC) และด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า (SDI) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR)

เมื่อนำนวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการ (SPI) และด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (TIN) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.687 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$TPR = 0.841 + 0.316SPI + 0.476TIN$$

ผลจากการศึกษาวิจัย สรุปว่า ถ้านวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการ (SPI) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) จะเปลี่ยนแปลงไป 0.316 หน่วย และถ้านวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านเทคโนโลยีสนับสนุน (TIN) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ผลการดำเนินงานโดยรวม (TPR) จะเปลี่ยนแปลงไป 0.476 หน่วย

อภิปรายผล

นวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีความเป็นระบบ การลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการควบคุมคุณภาพงานอย่างมีมาตรฐาน สามารถเพิ่ม

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อผลลัพธ์ทั้งด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทวรรณ บุญช่วง (2563) ที่พบว่า การพลิกผันทางเทคโนโลยีทำให้นักบัญชีต้องพัฒนาทักษะใหม่ โดยเฉพาะบทบาทการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจและที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ พร้อมประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลและระบบอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับคุณค่างานบัญชี ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างนวัตกรรมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัย Chen, Tsou, และ Huang (2009) ที่พบว่านวัตกรรมด้านการส่งมอบและกระบวนการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น สำนักงานบัญชีที่พัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติควบคู่กับการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ย่อมมีแนวโน้มบรรลุผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นและสร้างความสามารถในการแข่งขันได้

นวัตกรรมบริการทางการบัญชีด้านเทคโนโลยีสนับสนุนมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีบนคลาวด์ ระบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูล และแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการสนับสนุนการให้บริการทางการบัญชี ช่วยเพิ่มความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความโปร่งใสของข้อมูลทางการเงิน อีกทั้งยังลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทริกา ชินช่วง (2563) ที่พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมบริการส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาบริการใหม่และการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ซึ่งทั้งสองปัจจัยมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน และนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารควรมุ่งพัฒนานวัตกรรมบริการควบคู่กับการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัย Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra (2002) ที่ชี้ว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริการมีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ซึ่งเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานระยะยาวขององค์กร ดังนั้น สำนักงานบัญชีที่ลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนควบคู่กับการยกระดับทักษะบุคลากรให้ใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมมีแนวโน้มบรรลุผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

นวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านแนวคิดบริการใหม่ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยจากการวิจัย สะท้อนให้เห็นว่าการเสนอรูปแบบบริการใหม่เพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพหรือผลกำไร หากขาดการบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงาน เทคโนโลยีสนับสนุน หรือความพร้อมของบุคลากรและลูกค้า ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่าสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้แนวคิดบริการใหม่ยังไม่ถูกนำไปใช้จนเกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dan, Pollitt, และ Hupe (2021) ที่พบว่าแนวคิดนวัตกรรมจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานได้ก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุนด้านโครงสร้างกระบวนการ และทรัพยากรอย่างเหมาะสม หากองค์กรขาดความพร้อมเชิงระบบ นวัตกรรมอาจเป็นเพียงแนวคิดเชิงนโยบายที่ยังไม่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ในระยะสั้น ดังนั้น แม้สำนักงานบัญชีจะพัฒนาแนวคิดบริการใหม่ แต่หากไม่สามารถแปลงสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ก็อาจไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ จึงควรดำเนินการควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพด้านกระบวนการ เทคโนโลยี และกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างบูรณาการ

นวัตกรรมบริการทางการบัญชี ด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยจากการวิจัย สะท้อนว่าลักษณะของธุรกิจสำนักงานบัญชีเป็นบริการวิชาชีพที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความเชี่ยวชาญ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินมากกว่ารูปแบบการส่งมอบบริการหรือกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ หากการพัฒนาการสื่อสารหรือช่องทางบริการไม่ได้สร้างความแตกต่างเชิงคุณภาพในผลงานทางบัญชีโดยตรง ก็อาจไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นผลลัพธ์ด้านรายได้หรือความสามารถในการทำกำไรได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dhir, Talwar, Kaur, และ Malibari (2022) ที่พบว่า ความสัมพันธ์กับลูกค้าและการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานก็ต่อเมื่อสามารถสร้าง “คุณค่าที่จับต้องได้” และเชื่อมโยงกับคุณภาพของบริการหลักอย่างชัดเจน มิฉะนั้นผลกระทบต่อผลประโยชน์จะไม่เด่นชัด ผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนข้อค้นพบของการศึกษานี้ว่า การพัฒนาด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้าเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการยกระดับผลการ

ดำเนินงานของสำนักงานบัญชี จึงควรบูรณาการนวัตกรรมดังกล่าวเข้ากับการยกระดับคุณภาพเชิงวิชาชีพ เพื่อสร้างคุณค่าที่เป็นรูปธรรมและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานอย่างแท้จริง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนว่านวัตกรรมบริการทางการบัญชีมีบทบาทต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยแตกต่างกัน โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ในระดับสูง ($Adjusted R^2 = 0.688$) แสดงถึงนวัตกรรมบริการทางการบัญชีมีบทบาทแตกต่างกันต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย โดยนวัตกรรมด้านการให้บริการและด้านเทคโนโลยีสนับสนุนมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีความเป็นระบบ รวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศระบบอัตโนมัติ และเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มคุณภาพงาน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อรายได้ ความสามารถในการทำกำไร และความยั่งยืนขององค์กร

ในทางตรงกันข้าม นวัตกรรมด้านแนวคิดบริการใหม่ และด้านการส่งมอบบริการและความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่พบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะของธุรกิจสำนักงานบัญชีเป็นบริการวิชาชีพที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความเชี่ยวชาญ มาตรฐานวิชาชีพ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินมากกว่ารูปแบบการนำเสนอหรือกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ หากนวัตกรรมดังกล่าวไม่สามารถเพิ่มคุณค่าทางเทคนิคหรือประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างชัดเจน ก็อาจไม่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางการเงินโดยตรง

ดังนั้นการพัฒนาบริการของสำนักงานบัญชีควรมุ่งเน้นการยกระดับกระบวนการทำงานภายในและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเป็นสำคัญ พร้อมทั้งบูรณาการกับมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้สำนักงานบัญชีลงทุนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบบัญชีอัตโนมัติ โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล และระบบคลาวด์ โดยอาจจัดทำโครงการสนับสนุนเงินทุน การลดหย่อนภาษี หรือการให้คำปรึกษาเชิงเทคนิค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพการให้บริการ

1.2 สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ควรเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดมาตรฐานสมรรถนะและพัฒนาทักษะนักบัญชีในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการบริหารกระบวนการทำงาน ควบคู่กับจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพ โดยส่งเสริมการอบรมต่อเนื่อง (CPD) และหลักสูตรที่สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

1.3 สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรจัดทำแนวปฏิบัติ (Guidelines) หรือคู่มือมาตรฐานสำหรับสำนักงานบัญชีที่มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการทำงาน การควบคุมคุณภาพ และการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เพื่อให้เกิดมาตรฐานกลางที่ชัดเจน และสามารถยกระดับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

1.4 สำนักงานบัญชีควรกำหนดลำดับความสำคัญของการลงทุน โดยเริ่มจากนวัตกรรมด้านการให้บริการและเทคโนโลยีสนับสนุน ซึ่งผลการวิจัยพบว่ามีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ พร้อมทั้งปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้เป็นระบบ ลดความซ้ำซ้อน และนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบอัตโนมัติและคลาวด์ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และรองรับความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

1.5 สำนักงานบัญชีควรเสริมสร้างความพร้อมด้านทรัพยากรภายใน โดยเฉพาะทักษะบุคลากร วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับนวัตกรรม และความพร้อมด้านเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และแปลงนวัตกรรมให้เกิดผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพได้อย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาบทบาทของตัวแปร เช่น ขนาดสำนักงานบัญชี ประสบการณ์ผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กร และความพร้อมด้านเทคโนโลยี ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการทางการบัญชีกับผลการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการอธิบายผลการวิจัย

2.2 ควรขยายการศึกษาไปยังสำนักงานบัญชีในภูมิภาคต่าง ๆ หรือเปรียบเทียบกับต่างประเทศ เพื่อสะท้อนความแตกต่างของบริบทเศรษฐกิจและการแข่งขัน และเพิ่มความสามารถในการอธิบายเชิงทั่วไป (Generalizability)

2.3 ควรใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกรณีศึกษา เพื่ออธิบายเหตุผลเชิงลึกว่าทำไมนวัตกรรมบางด้านจึงส่งผลหรือไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). รายชื่อสำนักงานบัญชีในแต่ละจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2568, จาก <https://www.dbd.go.th/manual/1367>
- บริษัท พี ยู ยู เอ็น อินเทลลิเจนท์ จำกัด. (2568). 3 เรื่องสำคัญช่วยบริหารสำนักงานบัญชีให้เติบโต. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2568, จาก <https://peakaccount.com/blog/business/gen-biz/biz-top-3-accountingfirm-management-factors>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์บุญศิริ.
- นันทวรรณ บุญช่วง. (2563). ยุคพลิกผันทางเทคโนโลยีกับการพัฒนานักบัญชีนวัตกรรม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(1), 15–26.
- ภัทริกา ชิมช่วง. (2563). ความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(1), 15–19.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Chen, J.-S., Tsou, H.-T., & Huang, A. Y.-H. (2009). Service delivery innovation: Antecedents and impact on firm performance. *Journal of Service Research*, 12(1), 36–55.
- Dan, S., Pollitt, C., & Hupe, P. (2021). Innovation in public and professional service organizations: A systematic review of drivers and outcomes. *Public Management Review*, 23(9), 1315–1336.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Malibari, A. (2022). Understanding the relationship between digital customer engagement and firm performance in service organizations. *Journal of Business Research*, 139, 142–152.
- Dooley, R. S., & Sullivan, J. (2003). Developing a generic model of trust for use in cooperative organizations. *Business Ethics Quarterly*, 13(3), 331–342.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson.
- Hertog, P. den. (2000). Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation. *International Journal of Innovation Management*, 4(4), 491–528.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press.
- Kathryn, C., & Sullivan, D. O. S. (2004). Groupware architecture for R&D managers. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 2(4), 367–386.

- Wong, C. Y., & Chin, K. S. (2007). Organizational innovation management: An organization-wide perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 107(9), 1290–1315.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (7th ed.). Harper & Row.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.