

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้า  
ที่มาใช้บริการธุรกิจสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง  
**A Study of the Relationship Between Customer Experience and Customer  
Loyalty of MapTa Phut Private Vehicle Inspection Facility  
in Rayong Province**

แคทลียา บุตตา และ ทิพย์วรรณ งามศักดิ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**Kattaleeya Budda and Tipvanna Ngarmsak**

Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: kattaleeya.b@kkumail.com

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ประสบการณ์ของลูกค้า 2) ความจงรักภักดีของลูกค้า และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดี ของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง โดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 120 คน เพื่อวัดประสบการณ์ของลูกค้า 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสบายใจ ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ และด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ จำนวน 19 ข้อ ความจงรักภักดีของลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ซึ่งใช้ Likert Scale 7 ระดับเป็นมาตรวัด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลจากการทำการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ของลูกค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 19 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความสบายใจ 6 ข้อ ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ 5 ข้อ ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ 4 ข้อ และด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ ระดับความจงรักภักดีของลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง 5 ข้อ ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านความสบายใจ ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ และด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

**คำสำคัญ:** ประสบการณ์ของลูกค้า; ความจงรักภักดีของลูกค้า; สถานตรวจสภาพรถเอกชน

## Abstracts

The objectives of this research were to study 1) customer experience, 2) customer loyalty, and 3) the relationship between customer experience on customer loyalty of Map Ta Phut Private Vehicle Inspection Facility, Rayong province. Questionnaires with 120 samples were used to measure 4 dimensions of customer experience: peace-of-mind, moments-of truth, outcomes focus, and product experience these had 19 items by using scale 7 levels. The customer loyalty had 5 items by using scale 7 levels. Percentages, means, standard deviations, and multiple regression analysis are among the analysis data. Results find that; the customer experience has 19 items of strongly agree that are peace-of-mind 6 items, moments-of truth 5 items, outcomes focus 4 items, and product experience 4 items. The customer loyalty has 5 items of strongly agree. The customer experience in peace-of-mind and outcomes focus are significantly related to customer satisfaction. The customer experience of peace-of-mind, outcomes focus and product experience are significantly related to customer loyalty.

**Keywords:** Customer Experience; Customer Loyalty; Private Vehicle Inspection Facility

## บทนำ

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยมีศักยภาพการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เนื่องจากความจำเป็นในการใช้รถยนต์ในการเดินทางและการเคลื่อนย้าย อีกทั้งมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจผู้บริโภคต่าง ๆ หันมาซื้อรถยนต์มากขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเติบโตของรถยนต์ใหม่สูงขึ้น โดยมีจำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่ ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ (รย.1-รย.11) ปี พ.ศ. 2565 จำนวน 869,169 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.70 จากปี พ.ศ. 2564 จำนวน 806,999 คัน โดย ปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสม จำนวน 9,727,208 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2566 : ออนไลน์) ซึ่งจากจำนวนรถยนต์ที่ผู้บริโภคในประเทศไทยซื้อในแต่ละปีนั้นพบว่าทุกคนต้องมีการเสียภาษีประจำปีโดยขึ้นอยู่กับประเภทของรถที่ใช้ หากเป็นรถยนต์เก่าใช้แล้วเกิน 7 ปีขึ้นไปต้องผ่านการตรวจสภาพรถใช้งานแล้วก่อนที่จะเสียภาษีประจำปีที่กรมการขนส่งทางบกได้ ในขณะที่รถมอเตอร์ไซด์เก่าใช้แล้วเกิน 5 ปีขึ้นไปต้องผ่านการตรวจสภาพรถใช้งานแล้วก่อนที่จะเสียภาษีประจำปีที่กรมการขนส่งทางบกได้ เช่นกัน เนื่องจากการให้บริการจากทางภาครัฐมีการจำกัดการให้บริการจึงส่งผลให้เกิดสถานตรวจสภาพรถใช้แล้วของบริษัทเอกชนเข้ามามีบทบาทในการทำหน้าที่ตรวจสภาพรถใช้แล้วทุกประเภทก่อนที่จะมีการเสียภาษีประจำปี ปัจจุบันมีสถานตรวจสภาพรถเอกชนจำนวนมากขึ้นส่งผลการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง สถานตรวจสภาพรถเอกชนแต่ละแห่งจำเป็นต้องมี การรักษาและการสร้างฐานประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้า

การสร้างประสบการณ์ลูกค้ามีบทบาทและความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จในธุรกิจยุคปัจจุบันที่มีการพัฒนาของเทคโนโลยีและโลกออนไลน์อย่างรวดเร็ว หากธุรกิจสามารถตอบสนองและสร้างประสบการณ์ลูกค้าได้ดีจะส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับธุรกิจ (ฐานิดา สุริยะวงศ์, วุฒิชัย เวชประสิทธิ์ และวิวิศน์ สุขแสงอร่าม, 2565 : 118-139)

การเสริมสร้างให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อองค์กรธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน และยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกิดจากการเพิ่มประสบการณ์ลูกค้า ความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อองค์กรธุรกิจนั้นสามารถแสดงให้เห็นผ่านการซื้อซ้ำและการมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจนั้นๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับจากองค์กรธุรกิจก่อนหน้านี้วิธีการที่จะทำอย่างไรให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อองค์กรธุรกิจมีหลากหลายวิธีการ แต่ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการบริการในช่วงระยะเวลานั้นๆ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นหรือเชื่อใจในองค์กรธุรกิจตลอดจนมีการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการด้วย

สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด สถานที่จัดตั้ง 112/13 ถนนเนินพยอม ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ให้บริการเกี่ยวกับตรวจสภาพรถ รับต่อ ภาษี พรบ. ประกันภัยรถทุกประเภท และรับงานนิติกรรมทุกประเภท โอน ย้าย แจ่งเปลี่ยนสี เปลี่ยนเครื่อง เปลี่ยนลักษณะ เปลี่ยนชื่อ ป้ายหาย เป็นต้น จากการดำเนินธุรกิจพบว่าปัญหาของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง เกิดจากการที่มีสถานตรวจสภาพรถเอกชนจำนวนเพิ่มมากขึ้นส่งผลการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง ทำให้รายได้ของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยองลดลง กำไรลดน้อยลง (สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด, 2566 : 2) นอกจากนี้จะมีการแข่งขันทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นแล้ว ยังมีเรื่องการบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพื่อจะนำไปสู่การพัฒนาให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อองค์กรธุรกิจ

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาประสบการณ์ลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดี เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางเสริมสร้างประสบการณ์ลูกค้าของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งจะส่งผลถึงการพัฒนาการบริการลูกค้าภายในองค์กรและยังสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง
- 2) เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้า สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

### 1. การศึกษาประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

#### 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ทั้งหมดจำนวน 6,643 คน (สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง, 2566 : 3)

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเนื่องด้วยผู้ศึกษาใช้ผลจากแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรด้วยมาตรอันตรภาค (Continuous Scale) เป็นสำคัญ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Bartlett, Kotrlik and Higgins (2001 : 43-50) ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 118.64 คน ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเป็น 120 คน ในการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบสะดวก (Convenience Sampling) กับลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

#### 1.2 เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยแบบสอบถามมีลักษณะปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือวัดคุณภาพประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience Quality: EXQ) ของ Klaus and Maklan (2013 : 227-246) และ Khan, Garg and Rahman (2015 : 266-274) ซึ่งวัดจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสบายใจ จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ จำนวน 5 ข้อ 3) ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ จำนวน 4 ข้อ 4) ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 19 ข้อ ใช้มาตรวัดข้อคิดเห็นในระดับต่างๆ เป็นมาตราส่วน 7 คะแนน โดยกำหนดให้ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ของประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง พบว่า ด้านความสบายใจ เท่ากับ 0.879

ด้านประสิทธิภาพขณะใช้บริการ เท่ากับ 0.890 ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ เท่ากับ 0.856 และด้านประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.718 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ทุกด้าน ดังนั้น ถือว่าสามารถนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ (Sekaran and Bougie, 2020 : 127)

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองที่ร้านสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง จำนวน 120 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของคำถามส่วนที่ 2 มีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 7 ระดับ ดังนี้ 6.15 – 7.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5.31 – 6.14 เห็นด้วย 4.45 – 5.30 เห็นด้วยเล็กน้อย 3.59 – 4.44 ไม่แน่ใจ 2.73 – 3.58 ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย 1.87 – 2.72 ไม่เห็นด้วย 1.00 – 1.86 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

## 2. การศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกับข้อ 1.1

### 2.2 เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้า สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง เพื่อวัด ความจงรักภักดีของลูกค้าด้วยการวัดระดับการเป็นผู้สนับสนุนของลูกค้า ซึ่งดัดแปลงจากของ Klaus and Maklan (2013 : 227-246) และ Zeithaml et al. (1996 : 31-46) ; Parasuraman et al. (2005 : 213-233) มีคำถามจำนวน 5 ข้อ ข้อคำถาม 1 ข้อ ให้เลือกตอบจากระดับ 1 ถึง 7 โดย 1 ไม่มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง และ 7 คือ มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ของความจงรักภักดีของลูกค้า เท่ากับ 0.806 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ทุกด้าน ดังนั้น ถือว่าสามารถนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ (Sekaran and Bougie, 2020 : 127)

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองที่ร้านสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง จำนวน 120 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

### 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของคำถามส่วนที่ 3 มีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 7 ระดับ ดังนี้ 6.15 – 7.00 มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง 5.31 – 6.14 มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้ 4.45 – 5.30 มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้เล็กน้อย 3.59 – 4.44 ไม่แน่ใจ 2.73 – 3.58 ไม่มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้เล็กน้อย 1.87 – 2.72 ไม่มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้ 1.00 – 1.86 ไม่มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง

### 3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง โดยทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัย H<sub>1</sub> :** ประสบการณ์ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

H<sub>11</sub> : ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านความสบายใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

H<sub>12</sub> : ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

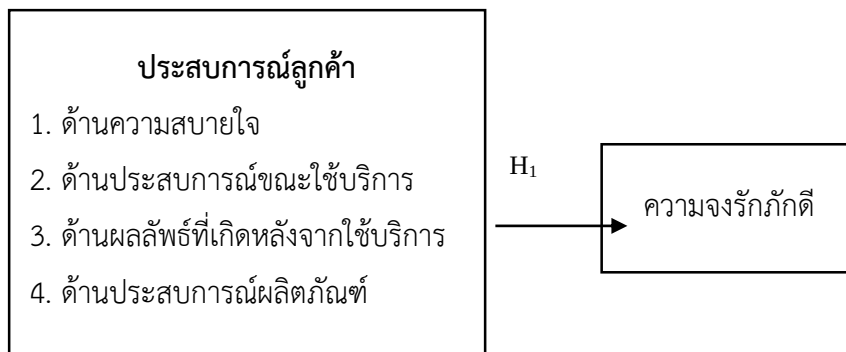
H<sub>13</sub> : ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

H<sub>14</sub> : ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุमानการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ดังภาพประกอบที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41 – 50 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรายข้อทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด

| ประสบการณ์ของลูกค้า                                                                                                   | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-------------------|
| <b>ด้านความสบายใจ</b>                                                                                                 |           |                      |                   |
| ท่านเลือกใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดเพราะให้คำแนะนำแก่ท่านอย่างเป็นอิสระ                                  | 6.58      | 0.59                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านคิดว่ากระบวนการทั้งหมดในการใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดนั้นเป็นเรื่องง่ายมาก                           | 6.58      | 0.64                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดรู้จักและดูแลท่านเป็นอย่างดี เพราะท่านเป็นลูกค้าของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด             | 6.49      | 0.93                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านอยากใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดไปอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน                                            | 6.48      | 0.78                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านเคยใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดมาก่อนหน้านี้แล้ว จึงรู้สึกว่าเป็นเรื่องง่ายที่จะได้รับบริการที่ต้องการ | 6.47      | 0.95                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านมีความมั่นใจในความเชี่ยวชาญของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด                                                         | 6.45      | 0.74                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| <b>ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ</b>                                                                                     |           |                      |                   |
| พนักงานของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด มีทักษะการทำงานที่ดี รับฟังอย่างสุภาพ และทำให้ท่านรู้สึกสบายใจ                  | 6.58      | 0.60                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดสามารถจัดการแก้ไขปัญหาให้ท่านได้อย่างถูกต้อง เมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น                     | 6.58      | 0.62                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดเป็นสถานตรวจสภาพรถเอกชนที่มีความปลอดภัยและมีชื่อเสียง                                      | 6.56      | 0.59                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดมีความยืดหยุ่นในการให้บริการและสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการของท่าน                  | 6.55      | 0.58                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

| ประสบการณ์ของลูกค้า                                                                                                    | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-------------------|
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดมีการแจ้งข้อมูลและตัวเลือกการบริการใหม่ๆ ล่าสุดให้ท่านทราบ                                  | 6.31      | 0.99                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| <b>ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ</b>                                                                              |           |                      |                   |
| การใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดทำให้กระบวนการใช้บริการง่ายมากขึ้น                                           | 6.67      | 0.54                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดสามารถให้บริการแก่ท่านได้อย่างรวดเร็ว                                                       | 6.56      | 0.56                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| พนักงานของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้เป็นอย่างดี                                             | 6.54      | 0.59                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านขอใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดแห่งนี้มากกว่าสถานตรวจสภาพรถเอกชนรายอื่น                                  | 6.53      | 0.62                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| <b>ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์</b>                                                                                         |           |                      |                   |
| ท่านต้องการเลือกใช้บริการต่างๆ กับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด เพราะแน่ใจว่าท่านจะได้รับข้อเสนอการบริการที่ดีที่สุด     | 6.36      | 0.66                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านต้องการติดต่อกับพนักงานของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดอย่างน้อย 1 ราย ตลอดกระบวนการใช้บริการทั้งหมดของท่าน          | 6.31      | 0.78                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านต้องการเปรียบเทียบตัวเลือกการบริการต่างๆ จากสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด เพื่อให้รู้ว่าตัวเลือกใดดีที่สุดสำหรับท่าน | 6.23      | 0.68                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| ท่านต้องการได้รับข้อเสนอต่างๆ มากกว่าการตรวจสภาพรถจากสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด                                       | 6.18      | 0.79                 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

2. ผลการศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นรายข้อทั้งหมดอยู่ในระดับมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

| ความจงรักภักดีของลูกค้า                                                        | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล                            |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|----------------------------------|
| ท่านจะมาใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดในครั้งต่อไป                    | 6.68      | 0.53                 | มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง |
| ท่านจะเลือกใช้บริการกับสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดเป็นตัวเลือกที่แรก           | 6.66      | 0.53                 | มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง |
| ท่านจะแนะนำสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ                  | 6.48      | 0.70                 | มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง |
| ท่านจะพูดเรื่องดี ๆ ของสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุดกับบุคคลอื่น                 | 6.44      | 0.67                 | มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง |
| ท่านจะโน้มน้าวให้เพื่อนและญาติของท่านมาใช้บริการที่สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด | 6.33      | 0.83                 | มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างยิ่ง |

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Pearson correlation coefficient)

| ประสบการณ์ของลูกค้า                                  | Mean | SD   | ด้านความสบายใจ (X <sub>1</sub> ) | ด้านประสบการณ์ใช้บริการ (X <sub>2</sub> ) | ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ (X <sub>3</sub> ) | ด้านประสบการณ์ผลลัพธ์ (X <sub>4</sub> ) |
|------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| ด้านความสบายใจ (X <sub>1</sub> )                     | 6.51 | 0.56 | 1                                |                                           |                                                      |                                         |
| ด้านประสบการณ์ใช้บริการ (X <sub>2</sub> )            | 6.51 | 0.54 | .693**                           | 1                                         |                                                      |                                         |
| ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ (X <sub>3</sub> ) | 6.58 | 0.47 | .545**                           | .693**                                    | 1                                                    |                                         |

| ประสบการณ์ของลูกค้า                       | Mean | SD   | ด้านความสบายใจ (X <sub>1</sub> ) | ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ (X <sub>2</sub> ) | ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ (X <sub>3</sub> ) | ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ (X <sub>4</sub> ) |
|-------------------------------------------|------|------|----------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ (X <sub>4</sub> ) | 6.27 | 0.56 | .491**                           | .490**                                       | .493**                                               | 1                                         |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้า ด้านความสบายใจ (X<sub>1</sub>) ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ (X<sub>2</sub>) ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ (X<sub>3</sub>) ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ (X<sub>4</sub>) อยู่ระหว่าง 0.490-0.693 ซึ่งต่ำกว่า 0.8 จึงไม่เกิดการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ด้วยวิธี Enter ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ด้วยวิธี Enter

| ประสบการณ์ของลูกค้า                                                                                            | ความจงรักภักดีของลูกค้า |            |       | t     | Sig.    | VIF   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|-------|-------|---------|-------|
|                                                                                                                | B                       | Std. Error | Beta  |       |         |       |
| (Constant)                                                                                                     | 0.910                   | 0.504      |       | 1.805 | 0.074   |       |
| ด้านความสบายใจ (X <sub>1</sub> )                                                                               | 0.199                   | 0.084      | 0.218 | 2.373 | 0.019*  | 2.052 |
| ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ (X <sub>2</sub> )                                                                   | 0.163                   | 0.100      | 0.171 | 1.636 | 0.105   | 2.665 |
| ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ (X <sub>3</sub> )                                                           | 0.302                   | 0.101      | 0.276 | 3.005 | 0.003** | 2.053 |
| ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ (X <sub>4</sub> )                                                                      | 0.202                   | 0.072      | 0.218 | 2.808 | 0.006** | 1.470 |
| R = 0.834 R <sup>2</sup> = 0.697 Adjust R <sup>2</sup> = 0.670 F = 32.009 Sig. = 0.000** Durbin-Watson = 1.883 |                         |            |       |       |         |       |

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.470-2.665 ซึ่งไม่เกิน 10 นั้นแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทุกตัวแปรไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์กัน (Black, 2016 : 585) อีกทั้งค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.883 ซึ่งอยู่ระหว่างค่าที่ 1.50 - 2.50 แสดงได้ว่าความคลาดเคลื่อนซึ่งเป็นตัวแปรสุ่มเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2561 : 353) โดยตัวแปรประสบการณ์ของลูกค้า 3 ด้าน ได้แก่

ด้านความสบายใจ ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ และด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์ของเส้นถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสบายใจ ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ และด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและสามารถทำนายความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัย H<sub>11</sub> H<sub>13</sub> และ H<sub>14</sub> ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H<sub>12</sub> โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของเส้นถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.199, 0.302 และ 0.202 ตามลำดับ นำมาสร้างสมการตัวแบบในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized Score)

$$Y = 0.910 + 0.199X_1^* + 0.163X_2 + 0.302X_3^{**} + 0.202X_4^{**}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score)

$$Z(Y) = 0.218X_1^* + 0.171X_2 - 0.276X_3^{**} + 0.218X_4^{**}$$

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยกำหนดให้

Y = ความจงรักภักดีของลูกค้า

X<sub>1</sub> = ด้านความสบายใจ

X<sub>2</sub> = ด้านประสบการณ์ขณะใช้บริการ

X<sub>3</sub> = ด้านผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากใช้บริการ

X<sub>4</sub> = ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์

โดยตัวแปรทั้ง 3 ด้าน สามารถทำนายความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ได้ร้อยละ 68.2

## อภิปรายผลการวิจัย

จากประสบการณ์ของลูกค้า ด้านความสบายใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก ฉัตรชัยพลรัตน์ และ ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ (2566 : 11-24) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจกับความจงรักภักดีและการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดฉัตรชัยเจริญ จังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านความสบายใจ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรศักดิ์ พิงค์โพธิ์ (2566 : 63-64) ได้ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านอุ่นใจ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า

ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยุตม์กันต์ พงศ์จิกร และ ทิพย์รัตน์ เลาหิเชียร (2561 : 127-140) ได้ศึกษาอิทธิพลของการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของคลินิกเสริมความงาม พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านการบริการ อิทธิพลต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติของลูกค้า และความจงรักภักดีเชิงพฤติกรรมของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก ฉัตรชัยพลรัตน์ และทิพย์วรรณ งามศักดิ์ (2566 : 11-24) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจกับความจงรักภักดีและกับการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดฉัตรชัยเจริญ จังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Makudza (2021 : 191-203) ศึกษาการเพิ่มความภักดีของลูกค้าผ่านการจัดการประสบการณ์ของลูกค้าในอุตสาหกรรมการธนาคาร พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านการปฏิสัมพันธ์ขณะการบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของลูกค้า

ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก ฉัตรชัยพลรัตน์ และทิพย์วรรณ งามศักดิ์ (2566 : 11-24) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจกับความจงรักภักดีและกับการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดฉัตรชัยเจริญ จังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรศักดิ์ พิงค์โพธิ์ (2566 : 63-64) ได้ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ประสบการณ์ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับสถานตรวจสภาพรถเอกชน

1. ด้านความสบายใจ สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ควรให้ความสำคัญการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับพนักงาน มีการดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี โดยพนักงานต้องมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ มีขั้นตอนการให้บริการที่ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก รวมทั้งพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในงาน และการให้บริการ เมื่อต้องให้คำปรึกษาแนะนำทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและเกิดความสบายใจ

2. ด้านผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการ สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ควรให้จัดทำกระบวนการบริการแก่ลูกค้าให้มีขั้นตอนที่ง่ายขึ้น และมีการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยพนักงานต้องมีทักษะและความเชี่ยวชาญสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เมื่อเกิดปัญหา

การให้บริการแก่ลูกค้าต้องนำพุดคุยแลกเปลี่ยนถึงแนวทางการแก้ปัญหาเพื่อให้เมื่อเกิดปัญหากับลูกค้าอีกครั้งจะสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

3. ด้านประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ควรมีการนำเสนอข้อเสนอการบริการต่างๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบตัวเลือกต่างๆ ที่ดีที่สุดในการเลือกใช้บริการ รวมทั้งจัดให้พนักงานอย่างน้อย 1 ราย ไว้คอยติดต่อสื่อสารกับลูกค้าตลอดกระบวนการใช้บริการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดผลลัพธ์ของการบริการ

4. หลังจากนำแนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ไปใช้มีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อหามาตรการสร้างประสบการณ์ลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของประสบการณ์ของลูกค้าในด้านต่างๆ ที่ศึกษา รวมทั้งทราบถึงความภักดีของลูกค้า และเพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. การทำการศึกษาร้อยต่อไปควรมีการวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าด้วยสถิติอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของประสบการณ์ของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นต้น

3. การทำการศึกษาร้อยต่อไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการและยังไม่เคยใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชนมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงประสบการณ์ของลูกค้าสถานตรวจสภาพรถเอกชนทั้งสองกลุ่ม เพื่อจะได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด อันจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก ฉัตรชัยพลรัตน์ และ ทิพย์วรรณ งามศักดิ์. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความพึงพอใจกับความจงรักภักดีและการบอกต่อปากต่อปากของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดฉัตรชัยเจริญ จังหวัดขอนแก่น. *การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 11*. (หน้า 11-24). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- กรมการขนส่งทางบก. (2566). สถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566. แหล่งที่มา: [https://datagov.mot.go.th/dataset/dataset\\_stat\\_1\\_003](https://datagov.mot.go.th/dataset/dataset_stat_1_003)
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2561). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามลดา.
- ชยุตม์กันต์ พงศ์จิกร และทิพย์รัตน์ เลาหิเชียร. (2561). อิทธิพลของการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าของคลินิกเสริมความงาม. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 9 (2), 127-140.
- ฐานิดา สุริยะวงศ์, วัชร เวชประสิทธิ์ และ วิวิศน์ สุขแสงอร่าม. (2565). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และประสบการณ์ลูกค้าที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าธุรกิจจำหน่ายสินค้าแฟชั่นออนไลน์. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*. 11 (2), 118-139.
- สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาตาพุด จังหวัดระยอง. (2566). *ข้อมูลธุรกิจ*. ระยอง: สถานตรวจสภาพรถเอกชนมาตาพุด จังหวัดระยอง.
- สรศักดิ์ พึ่งโพธิ์. (2566). *แนวทางการเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู*. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W. & Higgins, C.C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19 (1), 43-50
- Black, K. (2016). *Business Statistics: For Contemporary Decision Making*. (9<sup>th</sup> ed). John Wiley & Sons.
- Khan, I., Garg, R.J. Rahman, Z. (2015). Customer Service Experience in Hotel Operations: An Empirical Analysis. *Social and Behavioral Sciences*, 189 (2015), 266-274.
- Klaus, P. & Maklan, S. (2013). Towards a Better Measure of Customer Experience. *International Journal of Market Research*, 55 (2), 227-246.
- Makudza, F. (2021) Augmenting customer loyalty through customer experience management in the banking industry. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28 (3), 191-203.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7, 213-233.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business*. (8<sup>th</sup> ed). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996) The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.