

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp
ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Service Quality Affects the Decision to use PT Max Camp Service
for Commercial Trucks, in PT Station Phra Nakhon Si Ayutthaya
Province

อมรรัตน์ จินตลา¹ ปัญญวัฒน์ จุฑามาศ²
Amornrat Jintula, Panyawat Chutamas

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขับรถบรรทุกพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชย์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจ สามารถส่งผลต่อพยากรณ์การตัดสินใจใช้

Received: 2022-12-19 Revised: 2023-03-07 Accepted: 2023-03-11

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Master of Business Administration Program North Bangkok University. Corresponding Author Author e-mail: local.innovation.soc@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Lecturer of the Master of Business Administration Program North Bangkok University

บริการรถบรรทุกทุกพาณิชย์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ(Keywords): คุณภาพการให้บริการ; การตัดสินใจ; การใช้บริการ PT Max camp

Abstract

This research aimed 1) To study the level of opinions about service quality in using PT Max Camp service of commercial trucks. In PT gas station, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 2) To study the level of opinion, about the decision to use PT Max Camp service of commercial trucks in PT Ayutthaya station. 3) To study service quality affecting the decision to use PT Max Camp service of commercial trucks, In PT stations, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The samples were commercial truck drive, to use PT Max Camp service, in PT stations, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. And collected data by questionnaires. A convenient random sampling method was used for 400 samples. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance. and of multiple regression. Analysis, The results showed that service quality of PT Max Camp in PT stations, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. was at the highest level. and the opinion level of the decision to use PT Max Camp service of commercial trucks, in PT stations, Phra Nakhon Si Ayutthaya provinces, was at the highest level. And service quality affecting decision to use commercial truck service to use PT Max Camp service in PT station, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. was found that empdthay, Problem Recynitior, Tanible and Raiability affecting the decision to use commercial truck services to use PT Max Camp service in PT gas station, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province was statistically significant at the .01 level.

Keywords: Service Quality; Decision-Making; PT Max Camp

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันมีความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นจำนวนมากเพื่อใช้ในการเดินทาง การคมนาคม การขนส่งสินค้า การผลิตสินค้า และบริการหลากหลายรูปแบบ ในการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน ทั้งในประเทศหรือระหว่างประเทศโดยมีทั้งรูปแบบของอุตสาหกรรม และธุรกิจการค้าต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลของการใช้น้ำมันจำแนกตามผลิตภัณฑ์ พบว่าในเดือน ม.ค – มี.ค 65 กลุ่มน้ำมันเบนซินมีปริมาณการใช้เฉลี่ย 29.32 ล้านลิตร/วัน กลุ่มน้ำมันดีเซลมีปริมาณการใช้ เดือน ม.ค – มี.ค 65 เฉลี่ย 76.25 ล้านลิตร/วัน (กระทรวงพลังงาน, 2565: ออนไลน์) ซึ่งในปริมาณการใช้น้ำมันดีเซลจำนวนมากนี้ จะถูกนำไปใช้ในการขนส่งวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป

จากแหล่งผลิตหรือพ่อค้าคนกลางที่ผ่านกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมหรือการขนส่งสินค้าถึงผู้บริโภคและการเดินทางคมนาคม ทั้งในประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค (ประชด ไกรเนตรและบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การขนส่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท การขนส่งทางบก, การขนส่งทางน้ำ, การขนส่งทางอากาศ, การขนส่งระบบคอนเทนเนอร์, การขนส่งทางท่อ (DTC, 2565) ซึ่งการขนส่งแต่ละประเภทมีข้อดี และข้อเสียแตกต่างกันออกไป ในปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางบก โดยรถบรรทุกทุกพาณิชย์เป็นรูปแบบการขนส่งภายในประเทศที่นิยมมากที่สุด ซึ่งการขนส่งเป็นสินค้าทางบก โดยส่วนใหญ่มีจุดหมายปลายทาง คือ กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและยังเป็นแหล่งของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยการขนส่งดังกล่าวนี้ นิยมนำการขนส่งโดยบรรทุกพาณิชย์ อย่างไรก็ตามที่พนักงาน ขับรรทุกพาณิชย์ ที่ใช้เวลาในการขับรรทุก ระยะทางไกล และใช้เวลาขับรรทุกค่อนข้างนาน ซึ่งจำเป็นต้องแวะเติมน้ำมันพร้อมพักรถ และพักผ่อนร่างกาย คลายความง่วงและเหนื่อยล้า สถานีบริการจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานขับรรทุกพาณิชย์เหล่านี้

สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน มีผู้ให้บริการอยู่หลายรายและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ในการให้บริการลูกค้า เมื่อพิจารณาตามส่วนการตลาดให้บริการน้ำมัน พบว่า การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ปตท. (OR) มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 40.70 พีทีจี เอ็นเนอยี PTG (PT) มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 16.60 บางจาก (BCP) มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 15.60 ESSO มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 12 และแบรนด์อื่นร้อยละ 15.10 (กรุงเทพธุรกิจ, 2565: ออนไลน์) ซึ่งผู้ให้บริการน้ำมันต้องมีสถานีบริการน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้าเช่า เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ศูนย์อาหาร ซึ่งเป็นรายได้ส่วนหนึ่งของสถานีบริการน้ำมัน เมื่อพิจารณาการให้บริการจากจำนวนสถานีบริการน้ำมัน พบว่า อันดับที่ 1 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ปตท. สถานีบริการน้ำมัน จำนวน 2,225 สาขา สถานีบริการน้ำมัน พีทีจี เอ็นเนอยี PTG (PT) เป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 2,094 สาขา อันดับที่ 3 สถานีบริการน้ำมันบางจาก (BCP) จำนวน 1,233 สาขา สถานีบริการน้ำมัน BSSO จำนวน 702 สาขา สถานีบริการน้ำมัน SHELL จำนวน 556 สาขา (Marketeer, 2564)

การก้าวขึ้นครองส่วนแบ่งการตลาดและจำนวนของสถานีบริการน้ำมันเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย ของบริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) หรือ PTG อีกทั้งผลการประกอบการล่าสุด เมื่อสิ้นปี 2564 พบว่า บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการรวม 133,759 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,934 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.1 จากปีก่อนซึ่งถือเป็นการขายตัวสูงมาก นอกจากนี้รายได้ จากธุรกิจที่ไม่ใช่ น้ำมัน (Nonoil) ธุรกิจแก๊ส (LPG) ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 42.90 เมื่อเทียบกับปีก่อน (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) บริษัทปิโตรเลียมไทยคอร์ปอเรชั่น จำกัด PT ซึ่งจดทะเบียน เป็นผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิง ตามมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 ที่ประกอบธุรกิจค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านสถานีบริการน้ำมัน PT ซึ่งเป็นสถานีบริการน้ำมันประเภท COCO (การค้าปลีก) โดยสถานีบริการน้ำมัน PT มีการให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงอีกทั้งมีการให้บริการ PT Max Camp ได้จัดเตรียมพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่เข้ารับใช้

บริการ ร้านสะดวกซื้อ (Max Mart) กาแฟพันธุ์ไทย คอฟฟี่เวิลด์ น้ำมันเครื่อง PT Maxintron (พร้อมเปลี่ยนถ่าย) จำหน่ายก๊าซ เพื่อการหุงต้ม Autabcs (บริการรถครบวงจร) Protruck (บริการรถบรรทุก) มีร้านเช่าภายในพื้นที่ในสถานีน้ำมัน PT ที่จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับพนักงานขับรถและประชาชนทั่วไปกับการเดินทางพร้อมเปิดบริการฟรีตลอด 24 ชั่วโมง

สถานีบริการน้ำมัน PT มองเห็นความสำคัญและความห่วงใย สำหรับผู้ขับขี่รถบรรทุกพาณิชย์และประชาชนทั่วไปที่เดินทางเป็นจำนวนมาก หากรู้สึกเหนื่อย ง่วงนอน และดื่มของมีแอลกอฮอล์ ไม่สามารถแวะพักผ่อนสถานีบริการน้ำมัน PT ที่มีบริการที่พักฟรี PT MAX CAMP โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานีให้บริการน้ำมันบนเส้นทางหลักสายเอเชีย ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีผู้ขับขี่รถบรรทุกพาณิชย์ และประชาชนทั่วไปที่เดินทางเป็นจำนวนมาก สถานีบริการน้ำมัน PT ได้เปิดบริการฟรี PT MAX CAMP ทั่วประเทศให้ร่วมมือดังกล่าว ช่วยส่งเสริมพัฒนาระบบการขนส่งสินค้าทางถนนผ่านกลไกระบบมาตรฐาน Q Mark และร่วมสร้างความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน สอดรับกับนโยบายกระทรวงคมนาคม ในด้านการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขับรถ ประชาชนทั่วไปที่เดินทาง ซึ่งพนักงานขับรถที่อยู่ระหว่างการปฏิบัติหน้าที่จะต้องมีเวลาพักผ่อนที่เพียงพอ มีจุดจอดพักรถบรรทุกที่เหมาะสม และปลอดภัย นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่รองรับสำหรับจอดพักรถบรรทุกพาณิชย์และรถยนต์ของประชาชนทั่วไป ซึ่งภายในพื้นที่ สถานีบริการน้ำมัน PT Max Camp ได้จัดเตรียมพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้รองรับ อาทิ พื้นที่พักผ่อน ห้องอาบน้ำ ห้องสุขา โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า จุดชาร์จโทรศัพท์ สำหรับพนักงานขับรถบรรทุกพาณิชย์ ทั้งประชาชนทั่วไป รวมถึงจัดพื้นที่ไว้ให้รถบรรทุกขนาดใหญ่ ได้จอดพักพร้อมไฟส่องสว่างในช่วงกลางคืนเพิ่มความปลอดภัย (dailynews, 2564) ในสภาวะการแข่งขันของธุรกิจ สถานีบริการน้ำมัน เช่นนี้การสร้างจุดเด่นของการให้บริการ เพื่อการความประทับใจให้กับลูกค้า อีกทั้งการจัดการบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าจะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน PT และ PT Max Camp โดยคุณภาพการให้บริการที่ PT พยายามคิดค้น นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบาย พักผ่อนเหมือนอยู่บ้าน และความปลอดภัยบริการแก่ลูกค้ามาใช้บริการ เพื่อผสมผสานองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาประยุกต์กับการให้บริการ

ด้วยความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของการให้บริการที่ลูกค้าได้รับ และส่งผลให้มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือบอกต่อและสามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ รูปแบบ วิธีการให้บริการให้มีการปรับปรุงการบริการมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดิษฐ์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดิษฐ์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดิษฐ์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดิษฐ์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ประชากร คือ พนักงานขับรถบรรทุกพาดิษฐ์ ผู้มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็นแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ขับรถ และระยะเวลาเฉลี่ยในการขับรถ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบไปด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแบบสอบถามเกี่ยวกับ การตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาดิษฐ์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิโดยได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลโดยทำการรวบรวมจากเอกสาร ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และ

รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสอดคล้องกับ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดิชย์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสำหรับ งานวิจัยในครั้งนี้

2.2 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับที่ได้คำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล และดำเนินการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อกำหนดหาค่าสถิติต่าง ๆ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้อง ในการตอบแบบสอบถามแล้วนำมาคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์และถูกต้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการบันทึกคะแนนแต่ละข้อของแต่ละคนลงในแบบลงรหัส (Coding Form)

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และนำข้อมูลที่ได้มาแปลผล

3.3 แบบสอบถามการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาดิชย์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และนำข้อมูลที่ได้มาแปลผล

4. การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ ดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	แปลความว่า	น้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	แปลความว่า	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	แปลความว่า	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	แปลความว่า	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	แปลความว่า	มากที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล
2. การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจ โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ (t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศกับการตัดสินใจรถบรรทุกพาดินชัยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (f-test : One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ขับรถ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาเฉลี่ยในการขับรถ(จากต้นทางสู่ปลายทาง) ที่ระดับกับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และสถิติที่ .05 และ ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression : MRA) เพื่อทดสอบปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรถบรรทุกพาดินชัยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีประสบการณ์การขับรถ 10 ขึ้นไป มีรายได้ต่ำกว่า 10,000-20,000 บาท ระยะเวลาในการขับรถต่อรอบ 2-3 ชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ของสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาดินชัย ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปดังตาราง 1 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวม

(n = 400)

คุณภาพการให้บริการPT Max Camp ใน สถานบริการน้ำมัน PT จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรม	4.43	0.69	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.41	0.73	มาก
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.42	0.74	มาก
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	4.44	0.69	มาก

5. ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ	4.48	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมด	4.43	0.66	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ของสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ของสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ด้านความเป็นรูปธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.43) ด้านการตอบสนองความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม สามารถสรุปดังตาราง 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม

(n = 400)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ใน สถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านการรับรู้ปัญหา	4.53	0.63	มากที่สุด
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.44	0.80	มากที่สุด
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.53	0.65	มากที่สุด
4. ด้านการตัดสินใจการให้บริการ	4.58	0.62	มากที่สุด
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ	4.48	0.70	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมด	4.50	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวม การตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของ

รถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.53) ด้านการประเมินทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 4.53) ด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และด้านการแสวงหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ขับรถ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการขับรถรอบ (จากต้นทางสู่ปลายทาง) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ

2. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชย์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปดังตาราง 3 ได้ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชย์มาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value
	B	Std. Error	Beta		
1.(ค่าคงที่)	1.354	.113		11.947	.000
ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ	.706	.025	.817	28.238**	.000
2.(ค่าคงที่)	1.124	.115		9.785	.000
ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ	.524	.038	.606	13.705**	.000
ด้านความเป็นรูปธรรม	.236	.039	.271	6.123**	.000
3.(ค่าคงที่)	1.067	.114		9.368	.000
ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ	.379	.054	.438	7.062**	.000
ด้านความเป็นรูปธรรม	.192	.040	.220	4.828**	.000
ด้านการให้ความมั่นใจ	.203	.054	.234	3.790**	.000

R=.842, R²=.710, Adjusted R²=.706, F=32.622, p-value=0.00,

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยวิธี Enter พบว่า ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจ สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 32.622$, $p\text{-value} \leq .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พหุคูณเท่ากับ 0.842 และมีความแม่นยำในการพยากรณ์ตัวแปรตาม การตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) ได้เท่ากับร้อยละ 70.60

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัว พบว่า ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ มีอิทธิพลมากที่สุด ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ .438 รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ .234 และถัดมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรม ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ .220 ตามลำดับ

และพบว่า ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีประเด็นอภิปรายผลการวิจัยเพิ่มเติม ดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างคุณภาพการให้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแล้วรายด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจ รับรู้ความต้องการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงานให้ความรู้สึกเป็นกันเองแก่ท่านในการให้บริการ พนักงานมีความเข้าใจและความถูกต้องของการให้บริการ บริษัท PT Max Camp มีความใส่ใจในการให้บริการแก่ท่าน รองลงมา ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ สอดคล้องกับ Selcen, Serkan, Metin & Ayse (2011) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า โรงพยาบาล ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการ การบริการการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ จากการบริการ 5 ด้านข้างต้นเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ตลอดจนนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า เช่นกัน

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกพาณิชยมาใช้บริการ PT Max Camp ในสถานบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม

อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแล้วรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกทุกพาณิชย์มาใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิจารณาจาก ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของสถานที่ให้บริการ PT Max Camp เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ โปรโมชั่น ส่วนลด และการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลของสถานที่ให้บริการ PT Max Camp เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ความปลอดภัย และมาตรฐานที่เหมาะสมของสถานที่ให้บริการ PT Max Camp เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ รองลงมา คือด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก ด้านพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล สอดคล้องกับ อรพิน ภิรมย์ (2558) ศึกษาเรื่องการใช้จ่ายส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคใช้จ่ายส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้บริโภคใช้จ่ายส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านราคา รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ด้านส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ใช้จ่ายส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูลเสื้อผ้าแฟชั่นจากเพื่อน โดยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ห้างสรรพสินค้า มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 2 ครั้งต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นไม่เกิน 2 ตัว ซื้อเสื้อผ้าราคาต่อชิ้นประมาณ 200-300 บาท จำนวนเงินในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง 1,000-2,000 บาท โดยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นประเภทชุดกระโปรง/กางเกง (แบบชิ้นเดียวพร้อมใส่เดรส / แขนกุด ฯลฯ) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือตนเอง และเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น คือเลือกตามความชอบในสไตล์ของตนเอง

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 สถานีบริการน้ำมัน PT ควรมีการฝึกฝนทักษะการให้บริการที่เข้าปัญหาของลูกค้า และให้บริการด้วยความเต็มใจ รวมทั้งเสริมสร้างทักษะในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เกี่ยวข้อง

1.2 สถานีบริการน้ำมัน PT ความเสริมสร้างแรงจูงใจกับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ PT Max Camp

1.3 สถานีบริการน้ำมัน PT ควรมีการตรวจสอบเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการอยู่เสมอ และการให้บริการด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่องคุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน PT

2.2 ควรศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน PT

2.3 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่นทัศนคติความจงรักภักดีและความไว้วางใจของผู้บริโภคเพื่อหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงพลังงาน. (2565). สถิติเชื้อเพลิง. กองบริการธุรกิจและการสำรองน้ำมันเชื้อเพลิง กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน ข้อมูล ณ 28 เม.ย. 65. สืบค้น มกราคม 21, 2564, จาก <https://dmf.go.th/>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). ข่าวเศรษฐกิจ “ส่วนแบ่งตลาด: ออนไลน์. สืบค้น มกราคม 21, 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/>.
- ประชด ไกรเนตร และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การขนส่งเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: บารุงนุกูลกิจ.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). ส่วนแบ่งการตลาดและจำนวนของสถานีบริการน้ำมัน. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 28, 2565, จาก <https://www.prachachat.net/>.
- อรพิน ภิรมย์. (2558). การใช้ปัจจัยด้านประสบการณ์การตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.
- dailynews, (2564). การแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน. สืบค้น กุมภาพันธ์ 28, 2564, จาก <https://www.dailynews.co.th/>.
- DTC. (2565). ความรู้โลจิสติกส์/การขนส่งมีกี่ประเภท. สืบค้น มกราคม 21, 2565, จาก <https://www.dtc.co.th/>.
- Marketeer. (2564). การใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีให้บริการน้ำมัน. สืบค้น ธันวาคม 21, 2564, จาก <https://marketeeronline.co/>.
- Selcen, O.A., Serkan, A., Metin, A. & Ayse, T.C. (2011). *Effects of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Marmara university hospital*. สืบค้น มกราคม 21, 2554, จาก <http://ssm.com/abstract=1362601>.