

การปรับปรุงคุณภาพในบริการขนส่งสินค้าทางทะเล
กรณีศึกษาสายเรือคอนเทนเนอร์ เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น



นางสาวหนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์

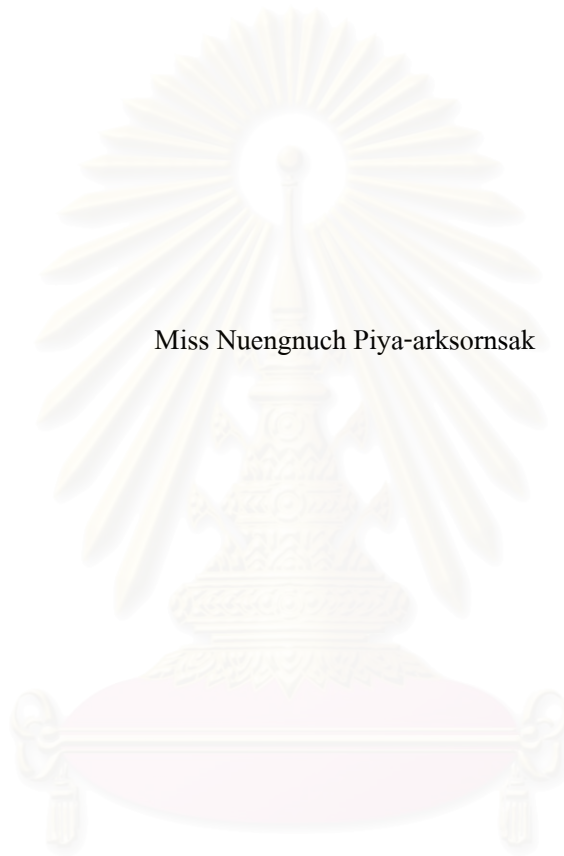
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

QUALITY IMPROVEMENT OF MARITIME TRANSPORTATION:
A CASE STUDY OF LINERS FOR THAILAND-JAPAN ROUTE



Miss Nuengnuch Piya-arksornsak

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Logistics Management
(Interdisciplinary Program)

Graduate School


Chulalongkorn University

Academic Year 2007


Copyright of Chulalongkorn University

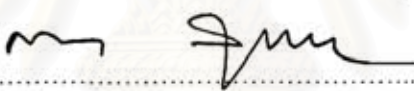
หัวข้อวิทยานิพนธ์	การปรับปรุงคุณภาพในบริการขนส่งสินค้าทางทะเล
โดย	: ภาควิชาศึกษาศาสตร์และนันทนาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
สาขาวิชา	นางสาว หนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	การจัดการด้าน โลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา)
	ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ร.ว.กัลยา ดิงศภัทย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. ระหัดร โรจนประดิษฐ์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์ : การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล กรณีศึกษา
สายเรือคอนเทนเนอร์เส้นทางไทย - ญี่ปุ่น (QUALITY IMPROVEMENT OF MARITIME
TRANSPORTATION:A CASE STUDY OF LINERS FOR THAILAND-JAPAN ROUTE)

อ. ที่ปรึกษา : ศ.ดร.กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุมิต, 187 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา เพื่อเป็น
แนวทางให้แก่ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล นำมาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อ
ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ และการนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยประเมิน
จากประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือจำนวน 3 สายเรือ (สายเรือกรณีศึกษา และสายเรือคู่แข่ง
จำนวน 2 สายเรือ) และปัจจัยที่ผู้ใช้บริการ ได้ให้ความสำคัญ รายละเอียดของการวัดคุณภาพการ
ให้บริการ ได้แบ่งตามแผนกของสายเรือเป็น 6 แผนก ได้แก่ 1) แผนกการตลาด 2) แผนกเอกสาร 3)
แผนกปฏิบัติการ 4) แผนกตู้สินค้า 5) แผนกเรียกร้องความเสียหาย 6) การบริการในด้านอื่นๆ ซึ่งขั้นตอน
การศึกษามีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1)ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ 2)
ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือทั้ง 3 สายเรือ 3) ผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น
Performance Evaluation Matrix เพื่อจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ 4) นำ
ผลลัพธ์ต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ โดยทำการแสดงโดย
Competitive Position Matrix

ผลของการศึกษาพบว่าปัจจัยการให้บริการที่สายเรือกรณีศึกษาต้องปรับปรุงมีทั้งหมด 8 ปัจจัย
ดังนี้ 1) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีความสามารถในแก้ไขปัญหา 2)ความเพียงพอของตู้เปล่า
ที่สายเรือเตรียมไว้ 3) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองในการแก้ปัญหาได้อย่าง
รวดเร็ว 4) คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด 5) ความมีอธยาศัยในการให้บริการ
ของพนักงานแผนกตู้สินค้า 6) ความรวดเร็วของพนักงานการตลาดในการปฏิบัติงาน 7) ความมีอธยาศัย
ไมตรีในการให้บริการของพนักงานแผนกเอกสาร 8) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์
โทรสาร และอีเมล ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความแตกต่างกันระหว่างสายเรือกรณีศึกษา และสายเรือคู่แข่ง
อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นสายเรือกรณีศึกษาจึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้ใกล้เคียงกับที่
ผู้ใช้บริการคาดหวัง และนำมาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขัน

สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์(สหสาขาวิชา)ลายมือชื่อนิสิต.....หนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์.....

ปีการศึกษา 2550.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4889162620 : MAJOR LOGISTICS MANAGEMENT

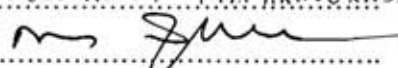
KEY WORD: MARITIME SERVICE QUALITY / PERFORMANCE EVALUATION MATRIX /
COMPETITIVE PERFORMANCE EVALUATION / MARITIME TRANSPORTATION QUALITY

NUENGNUCH PIYA-ARKSORNSAK: (QUALITY IMPROVEMENT OF MARITIME
TRANSPORTATION A CASE STUDY OF LINERS FOR THAILAND-JAPAN ROUTE).

THESIS ADVISOR : : PROF. KAMONCHANOK SUTHIWARTNARUEPUT, Ph.D., 187 pp

This thesis aims to study service quality of maritime transportation for Thailand-Japan route by examining Liner A as a case study, Liner B and Liner C (Liner A's competitors). Results show a competitive position and guide identified areas of improvement for competitive advantage. The quality service of the three liners is studied through 1) Marketing Department 2) Document Department 3) Operation Department 4) Inventory Department 5) Legal and Claim Department 6) Others. There are 4 steps to complete this study as following: 1) The evaluation important attributes process by regular customer's requirement in maritime transport services 2) The evaluation performance of liners (liner A, liner B and liner C) process by regular customer's perceived 3) Creating A Performance Evaluation Matrix from the results 4) Creating A Competitive Position Matrix in order to compare performance of three liners.

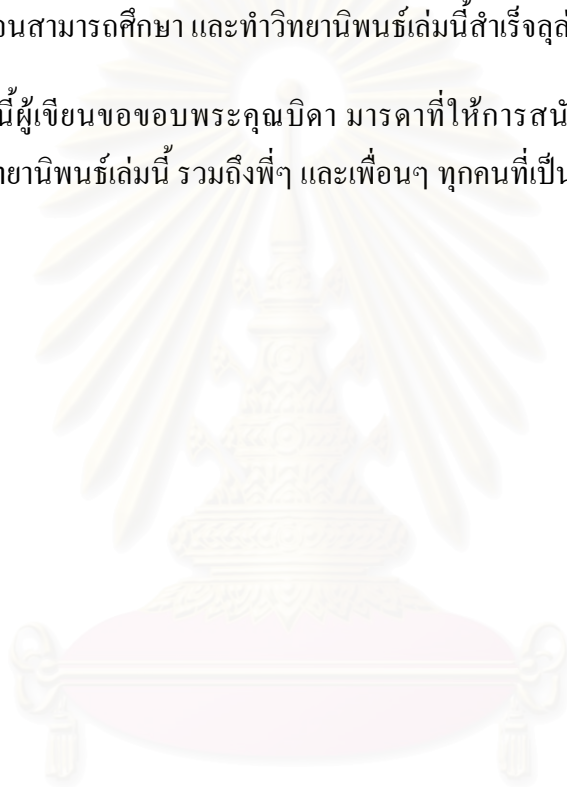
Results identify eight service factors which are needed to improve 1) professional of claim handling staff 2) Sufficiency of containers 3) Response time after received claim/complaint from customer 4) Quality of information from Marketing Department 5) Friendliness of staff (Inventory Department) 6) Quick response whenever getting request from customer 7) Friendliness of staff (Document Department) 8) Communication system (convenience of accessibility). The results show that there is a significant difference between level of service of each liner. Thus, liner A needs to improve eight service factors for meeting customer's requirement and getting competitive advantage.

Field of study Logistics Management..... Student's signature NUENGNUCH PIYA-ARKSORNSAK
Academic year 2007..... Advisor's signature 

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร. กมลชนก สุทธิวาทนฤพุทธิ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับแนวทางในการวิจัย และขอขอบพระคุณประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร. พงศา พรชัยวิเศษกุล และกรรมการ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. ระหัตถ์ โรจนประดิษฐ์ ที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนสามารถศึกษา และทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้การสนับสนุน และเป็นแรงผลักดันสำคัญในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ รวมถึงพี่ๆ และเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
การบริการ	8
คุณภาพการบริการ.....	9
การได้เปรียบในการแข่งขันและ โลจิสติกส์.....	14
การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับคู่แข่ง.....	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัจจัยต่างๆที่ผู้ให้บริการสายเรือให้ความสำคัญ.....	27
ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ.....	30
ขั้นตอนที่ 3 แสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือ	34
ขั้นตอนที่ 4 แสดงประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A และสายเรือคู่แข่ง.....	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัจจัยต่างๆที่ผู้ให้บริการสายเรือให้ความสำคัญ.....	41
ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ.....	45
ประสิทธิภาพของสายเรือ A.....	46
ประสิทธิภาพของสายเรือ B.....	49
ประสิทธิภาพของสายเรือ C.....	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ โดยเทียบ กับปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ.....	59
ประสิทธิภาพของสายเรือ A.....	59
ประสิทธิภาพของสายเรือ B.....	69
ประสิทธิภาพของสายเรือ C.....	78
ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ.....	88
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	124
สรุปผลการวิจัย	125
ข้อเสนอแนะ.....	142
รายการอ้างอิง	143
ภาคผนวก	145
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	187



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. เกณฑ์ที่ผู้บริโภการใช้ประเมินคุณภาพบริการตามเครื่องมือ “SERVQUAL”	12
2. การประเมินความสำคัญและประสิทธิภาพการให้บริการ	16
3. จำนวนผู้สินค้าขาออกของสายเรือในกลุ่ม TIFRA เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น	25
4. ร้อยละของจำนวนผู้สินค้าขาออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น	26
5. ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยการให้บริการของสายเรือ	28
6. ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ	30
7. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกการตลาด	42
8. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเอกสาร	43
9. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกปฏิบัติการ	43
10. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกผู้สินค้า	44
11. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเรียกร้องความเสียหาย	44
12. ระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในด้านอื่นๆ	45
13. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A	46
14. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A	47
15. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A	47
16. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ A	48
17. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหาย ของสายเรือ A	48
18. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A	49
19. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B	49
20. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B	50
21. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B	50
22. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ B	51
23. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหาย ของสายเรือ B	52
24. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B	53
25. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C	54
26. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C	55
27. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C	55
28. ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C	56

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
58. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกตู้สินค้า โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C	114
59. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกร้องความเสียหาย โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C	117
60. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C	120
61. ปัจจัยการให้บริการของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญ	125
62. ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A	127
63. ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B	130
64. ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C	131
65. เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B	133
66. เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C	137



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1. การประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภค	11
2. คุณภาพบริการ.....	14
3. Competitive Position Matrix.....	18
4. Performance Evaluation Matrix.....	21
5. Strategic Opportunities for a Competitive Advantage.....	23
6. ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ.....	35
7. ประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B โดยเปรียบเทียบ	36
8. ประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C โดยเปรียบเทียบ.....	37
9. ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A.....	38
10. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกการตลาดของสายเรือA.....	60
11. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเอกสารของสายเรือ A.....	61
12. ประสิทธิภาพในการให้บริการขนส่งสินค้าในแผนกปฏิบัติการของสายเรือA.....	63
13. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกตู้สินค้าของสายเรือA.....	64
14. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือA.....	65
15. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A.....	67
16. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกการตลาดของสายเรือ B.....	68
17. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเอกสารของสายเรือ B.....	70
18. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B.....	73
19. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B.....	74
20. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ B.....	76
21. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B.....	77
22. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกการตลาดของสายเรือ C.....	79
23. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเอกสารของสายเรือ C.....	81
24. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C.....	82
25. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ C.....	84
26. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C.....	85
27. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C.....	87
28. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาด โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B.....	90

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
49. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกเรือความเสียหาย ของสายเรือ A.....	119
50. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C	121
51. ประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A.....	122



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

โลกปัจจุบันมีระบบการค้าเสรีรวมถึงการสื่อสารไร้พรมแดน ส่งผลให้เกิดธุรกิจการค้าขายระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น เกิดผู้ผลิตผู้บริโภครายใหม่ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจอย่างสูง ดังนั้นทุกองค์กรพยายามที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยหาวิถีทางที่จะทำให้การดำเนินงานมีต้นทุนที่ต่ำกว่า และความสามารถในการทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งอื่นๆ หรือไม่ว่าจะเป็นการทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณค่าหรือบริการขององค์กรมีความแตกต่างจากองค์กรคู่แข่ง พยายามที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการขององค์กร โดยการได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับทุกองค์ประกอบขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นนโยบายต่างๆ จุดมุ่งหมายโดยรวม ภารกิจ และกลยุทธ์ต่างๆ ของทางองค์กร เพื่อไม่ให้ดำเนินงานไปในทิศทางที่ผิด เสียเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น

เนื่องจากการที่บริษัทกรณีศึกษาเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศ โดยการบริการถือว่าเป็นผลลัพธ์ทางด้านโลจิสติกส์ ถ้ามีการจัดการกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วย่อมส่งผลที่ดีไม่ว่าจะเป็นการขนส่งสินค้าที่ถูกต้อง ตรงเวลา ถูกสถานที่ และตรงต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อที่สำคัญระหว่างธุรกิจ และหน่วยงาน โลจิสติกส์ เป็นการสนับสนุนองค์ประกอบด้านสถานที่และการบริการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนา รักษาความภักดีของลูกค้า และรักษาความพึงพอใจของลูกค้าเอาไว้ได้ ดังนั้น โลจิสติกส์สามารถสนับสนุนให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการบริการลูกค้า และเมื่อมองในทางกลับกันลูกค้าของสายเรือหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือผู้ส่งออกและผู้นำเข้าสินค้ามีความต้องการที่จะใช้บริการสายเรือที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่บริษัทของตนแล้วนั้น ย่อมมีการคาดหวังที่จะได้รับบริการต่างๆ จากสายเรืออื่นๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายเรือ

ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากลูกค้าที่ใช้บริการสายเรือ และการประเมินการดำเนินงานของสายเรือ ซึ่งจากตรงจุดนี้ทำให้เราเห็นถึงความแตกต่างระหว่างการประเมินความสำคัญในแต่ละปัจจัย และการดำเนินงานของสายเรือ ทำให้สายเรือสามารถปรับปรุงการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่ง

เครื่องมือที่จะนำมาประกอบการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ เครื่องมือการเปรียบเทียบเกี่ยวกับการแข่งขันซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ Competitive Position Matrix และ Performance Evaluation Matrix ของ Douglas M.Lambert and Arun Sharma. “A Customer-Based Competitive Analysis for Logistics Decisions.” ซึ่งเป็นตารางอธิบายประกอบระหว่างความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ และความสำคัญของปัจจัยที่สายเรือให้บริการในแต่ละแผนก

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่าการศึกษาเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายเรือเป็นหนึ่งแนวทางที่จะทำความเข้าใจถึงคุณภาพการให้บริการของสายเรือ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการสายเรือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการนำไปปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน และจะส่งผลที่นำมาซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยังพอใจต่อผู้ให้บริการสายเรือต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 3) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างสายเรือกรณีศึกษา กับสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 4) เพื่อศึกษาและปรับปรุงการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษาให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ขอบเขตการวิจัย

- 1) การวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะผู้ให้บริการสายเรือที่ทำการส่งสินค้าออกไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยเรือคอนเทนเนอร์ทั้งสายเรือกรณีศึกษา และสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 2) การวิจัยนี้จะศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือของบริษัทกรณีศึกษาในการให้บริการการส่งสินค้าออกไปยังประเทศญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการสายเรือ
- 2) สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพิจารณา วางแผน และกำหนดแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป และก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทางทะเล ดังนั้นจะเริ่มตั้งแต่การขนส่ง (Transportation) หมายถึงการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ สิ่งของ จากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง ซึ่งจัดได้ว่าการขนส่งสินค้าเป็นส่วนหนึ่งในระบบโลจิสติกส์ เพราะโลจิสติกส์เป็นกระบวนการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้าย และการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้า ระหว่างการผลิต สินค้าสำเร็จรูป และระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง จากจุดกำเนิดสินค้าจนถึงจุดการ บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Lambert, Stock and Ellaran ,1998) ซึ่งความหมาย หรือคำจำกัดความของการจัดการ โลจิสติกส์ ตามองค์การการจัดการด้าน โลจิสติกส์ว่า เป็น กระบวนการในการวางแผน นำไปปฏิบัติ และควบคุม ในกิจกรรมเชิงโลจิสติกส์ ด้วยการใช้ปัจจัย นำเข้าพวกทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรการเงินและทรัพยากรด้านข้อมูล อย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อที่จะเคลื่อนย้ายหรือจัดเก็บสินค้า และบริการ และสารสนเทศจาก จุดเริ่มต้น ไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อันจะนำ ผลที่ได้รับคือการได้เปรียบทางการแข่งขัน การได้รับอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่การส่ง มอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพให้แก่ลูกค้า (James R.Stock & Douglas M.Lambert, 2001 : 2-3) ซึ่งมี ส่วนที่สอดคล้องกับความหมายการขนส่งสินค้าในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะหมายถึง การ เคลื่อนย้ายบุคคลหรือสินค้าจากสถานที่แห่งหนึ่งไปสถานที่แห่งหนึ่ง อันก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ ทางด้านเวลา และสถานที่ ดังนั้นจึงมองได้ว่าการขนส่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า คือ อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ และอรรถประโยชน์ด้านเวลา ในส่วนของความเชื่อถือในของบริการ ขนส่ง ความยืดหยุ่นในการให้บริการขนส่ง สถิติสินค้าสูญหายและเสียหาย ความสามารถของผู้ ขนส่งที่ให้บริการมากกว่าการขนส่งพื้นฐาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจการขนส่งสินค้า ดังนั้นความพอเพียงทั้งคุณภาพและปริมาณของบริการขนส่งและ ต้นทุนค่าขนส่งจึงมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล

การขนส่งสินค้าเป็นกิจกรรมที่เปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า และเป็น กิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญมากเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในสัดส่วนที่สูง ซึ่งถ้า สามารถทำการจัดการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพแล้วนั้น เชื่อว่ากิจการจะยังคงอยู่ในสภาพที่ ได้เปรียบคู่แข่งต่อไปได้ แต่หากใช้กลยุทธ์ที่ไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสาเหตุทำให้เกิด ต้นทุนกิจกรรมต่างๆ ในองค์กร เพราะมีความจริงอยู่ว่าหากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ก้าวเข้าสู่ช่วงจุด อิ่มตัวการแข่งขันย่อมมีมากขึ้น ก็จำเป็นต้องลดราคาสินค้าลงส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไร

ดึงตัว ขณะเดียวกันคู่แข่งชั้นก็มีโอกาสนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องได้ราคาจะกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากขึ้น กิจกรรมจะอยู่รอดได้จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค กิจกรรมที่จะประสบความสำเร็จในความพยายามด้านการตลาดที่กล่าวมานี้มีแนวคิดที่ว่า “สินค้าที่ตรงตามความต้องการลูกค้า” “ราคาที่พึงพอใจ” “มีการส่งเสริมการขายที่ถูกต้องตามการณ์” และ “ถูกต้องกับสถานที่” ซึ่งเป็นหลักการของ 4 P ในหลักการของการตลาด โลจิสติกส์นั้นก็เข้ามามีส่วนทำให้สินค้านั้นไปสู่สถานที่นั้นได้ถูกต้องทันเวลา (James R. Stock & Douglas M. Lambert, 2001: 6-7) ซึ่งส่งผลให้ต้องปรับปรุงกระบวนการทำงานใหม่เพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตและดำเนินการต่างๆ ลง และองค์กรควรที่จะลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (ผศ.ดร. ชวนะ ภาวานนท์, 2004)

จากงานวิจัยที่ศึกษามาแล้วพบว่าปัญหาการจัดการขนส่ง และ โลจิสติกส์เป็นปัญหาการตัดสินใจที่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งเราต้องพยายามหาคำตอบของการตัดสินใจที่ดีที่สุดคือการมีประสิทธิภาพสูงสุด ผลกำไรสูงสุด หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินการน้อยที่สุด นั่นก็คือการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการเคลื่อนย้ายวัตถุ (ฉกร อินทร์พยุง , 2546) ซึ่งไม่ใช่เพียงปัจจัยทางด้านต้นทุนเท่านั้นที่ผู้ส่งออกเลือกใช้บริการผู้รับขนส่งสินค้าทางทะเล ผู้ส่งออกต้องพิจารณาอีกหลายปัจจัย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มาตรการทางการตลาดสำหรับกิจการขนส่งทางทะเลของไทยพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งทางทะเล มีการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล โดยมีปัจจัยดังนี้

1. ราคาค่าบริการ และระยะเวลาที่เร็วใช้ในการเดินทาง
2. ความถี่ในการให้บริการ
3. ภาพพจน์ชื่อเสียงของบริษัทเดินเรือ
4. ความสะดวกในการหาซื้อบริการ
5. ความสัมพันธ์กับบริษัทเรือ

ตามลำดับ (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา ,2540) และศึกษาภาพลักษณ์ของกิจการขนส่งทางทะเลจากกลุ่มธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยการใช้แบบสอบถาม (Structured Interview) และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมภาษณ์ลึก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อเลือกใช้บริการเรือพาณิชย์คือ ราคาที่ระวางที่เหมาะสม ตารางเดินเรือที่เหมาะสม และการส่งสินค้าถึงจุดหมายได้ตรงเวลา (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, 2542) และนอกจากนี้ยังมีการศึกษาความสำคัญของแต่ละปัจจัยซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ตามลำดับ

1. ความน่าเชื่อถือในด้านการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา
2. ความน่าเชื่อถือในด้านการรับส่งที่ตรงต่อเวลา

3. ความสามารถในการให้บริการได้เมื่อลูกค้าต้องการเพิ่มปริมาณการขน
4. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการที่ไม่แน่นอนหรือเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ
5. สถานภาพทางการเงินของผู้ประกอบการขนส่ง
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในระหว่างการจัดส่ง
7. ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการขนส่ง
8. ลักษณะหรือสภาพของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดส่งต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี
9. ความสามารถยืดหยุ่นได้ของราคาค่าขนส่ง
10. ความรู้ความสามารถของบุคลากร

ลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้มาจากทั้งผู้ประกอบการส่งออก และผู้ประกอบการขนส่งในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งสินค้า (Abshire and Premeaux, 1991) นอกจากนี้ปัจจัยด้านบนนี้ยังมีการพิจารณาในด้านอื่นๆ อีกดังนี้

1. คุณภาพ (Quality) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง ซึ่งเกณฑ์ในการประเมินด้านคุณภาพของแต่ละธุรกิจอาจไม่เหมือนกัน โดยส่วนใหญ่อาจจะพิจารณาจากความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ หรืออาจจะสอบถามจากบริษัทอื่นที่ทำการจ้างอยู่ นอกจากนี้อาจจะศึกษาจากตัวแทนของผู้ประกอบการขนส่งที่มานำเสนอการดำเนินงานของตนเอง จะทำให้ทราบข้อมูลในภาพรวม รวมทั้งเทคโนโลยี และอุปกรณ์ที่ใช้หรือ พาหนะที่จะมาใช้ในการขนส่ง จะช่วยเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งโดยความน่าเชื่อถือจะเกิดจากการพยายามปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของทั้งองค์กรไม่เพียงแต่วิธีการดำเนินงาน เครื่องมือหรือพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นการพิจารณาเน้นกระบวนการทั้งหมด โดยเฉพาะเรื่องทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ นอกจากนี้การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ทันเวลา การรับประกันเมื่อเกิดความเสียหายขึ้นในระหว่างการจัดส่งเป็นข้อหนึ่งที่ควรจะนำมาพิจารณาในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง

3. ซีดความสามารถ (Capability) จะพิจารณาถึงขีดความสามารถทางด้านเทคนิค ซีดความสามารถในการบริหารองค์การรวมถึงการควบคุมการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงขีดความสามารถในด้านการควบคุมระยะเวลาในการจัดส่งให้อยู่ในเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ

4. สถานะทางการเงิน (Financial) การพิจารณาด้านสถานะทางการเงินเป็นปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกผู้ประกอบการขนส่ง โดยตรวจสอบจากผู้ประกอบการขนส่งมีฐานะทางการเงินที่ดีมาตลอด ไม่เคยมีปัญหาด้านการเงิน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทในกรณีที่ต้องการเพิ่ม

ความต้องการการขนส่ง แล้วผู้ประกอบการขนส่งสามารถจัดระบบการให้บริการได้ทันทีและต่อเนื่อง

5. ราคา (Price) เป็นปัจจัยสำคัญประกอบการพิจารณาเลือกผู้ประกอบการเนื่องจากเจ้าของธุรกิจอาจจะมึงบประมาณในการว่าจ้างดำเนินการจำกัด ดังนั้น ราคาจึงเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการที่เสนอค่าดำเนินการไม่สูง การพิจารณาราคาเพียงอย่างเดียวอาจไม่ได้ผู้ประกอบการขนส่งที่ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาควบคู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ จิตความสามารถ การจัดส่ง เป็นต้น

6. ตำแหน่งที่ตั้ง (Location) ผู้ประกอบการที่อยู่ใกล้กับจุดที่จะมีการขนส่งหรือมีศูนย์กระจายสินค้าที่ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการแต่ลูกค้าของบริษัทที่ว่าจ้าง ก็อาจจะเป็นตัวเลือกหนึ่งที่ผู้ว่าจ้างให้ความสำคัญ

7. การเสนอราคา (Quotation) การเสนอราคาโดยแสดงโครงสร้างราคา และข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการของผู้ประกอบการขนส่งแก่ผู้ว่าจ้าง ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกับราคากับผู้ประกอบการรายอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ (Others) นอกจากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ยังพบว่าปัจจัยอื่นๆที่นำมาใช้ประกอบการพิจารณาเลือกผู้ประกอบการ เช่น ความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้จ้างกับผู้รับจ้าง ทัศนคติ การสามารถต่อรองราคา ความมีชื่อเสียง ภาพพจน์ การสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเสนอแนะของผู้จ้าง การพยายามพัฒนาจิตความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่องและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและคู่แข่งให้มีศักยภาพที่เด่นชัดเหล่านี้ เป็นต้น (ชัชวาลตันตระกูล, 2539)

จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมานั้น สามารถชี้ให้เห็นได้ว่าความต้องการของลูกค้านั้นมีความแตกต่างกันไป ส่งผลให้ธุรกิจบริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่สูงมาก ธุรกิจบริการต้องมุ่งให้ความสำคัญแก่ลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดตามแนวทางคุณภาพการบริการ ดังนั้นธุรกิจบริการต้องทราบถึงความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้จากการบริการที่ลูกค้าได้รับจากธุรกิจบริการ การประเมินคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

การบริการ

บริการ หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมใดที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องไม่ได้ และไม่มีการส่งมอบกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ให้บริการ (Kotler, 2000)

การบริการมีลักษณะเฉพาะด้านที่มีความแตกต่างจากสินค้า 4 ประการ ผู้บริหารธุรกิจบริการต้องมีความเข้าใจความแตกต่างดังกล่าว เพราะมีความสำคัญต่อการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดให้รองรับกับลักษณะเฉพาะด้านของการบริการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริการไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Variability) ระดับคุณภาพการบริการเปลี่ยนแปลงตามผู้ให้บริการ เวลา หรือสถานที่ ลูกค้าต้องหาข้อมูลงานบริการที่ต้องการเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ผู้ให้บริการสามารถลดข้อจำกัดของการบริการในเรื่องนี้ โดยการควบคุมคุณภาพ เริ่มต้นจากการคัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการลูกค้าให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดขั้นตอนการให้บริการในรูปแบบพิมพ์เขียวของการให้บริการ (Service Blueprint) ซึ่งแสดงขั้นตอนการให้บริการ และกระตุ้นเตือนพนักงานต้องระวังจุดที่มีโอกาสผิดพลาดรวมถึงการตรวจสอบความพอใจของลูกค้าโดยวิธีการรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า การวิจัยตลาด

2. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างกันสูง เนื่องมาจากการผลิต และการบริโภคงานบริการต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน การให้ความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการเป็นประโยชน์ต่อทั้ง 2 ฝ่าย ธุรกิจบริการต้องเพิ่มความสามารถในการผลิตงานบริการสำหรับลูกค้าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนลูกค้าหลายคน เช่น การจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการให้บริการมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว

3. ไม่สามารถเก็บรักษาการบริการไว้ได้ (Perish ability) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการไม่สามารถเก็บรักษางานบริการเพื่อนำมาใช้ภายหลังได้ ส่งผลต่อช่วงเวลาที่มีลูกค้าจำนวนน้อย หรือไม่มีลูกค้าธุรกิจบริการจึงต้องมีวิธีการจัดการอุปสงค์ และอุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การบริการไม่มีตัวตน (Intangibility) ลูกค้าไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการประเมินผลงานบริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เพราะงานบริการไม่มีตัวตน ดังนั้น ลูกค้ามีความเสี่ยงสูงในการตัดสินใจซื้องานบริการ ลูกค้าจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์โดยตรงกับงานบริการประเภทเดียวกัน หรือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือ ธุรกิจบริการต้องนำเสนอคุณภาพของการบริการผ่านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถสังเกต

ได้ เช่น พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ สัญลักษณ์ขององค์กรที่สื่อความหมายแสดงความสามารถในผลงานบริการ และราคาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และรับประกันความพอใจ

คุณภาพการบริการ (Service Quality)

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการปรากฏในรูปของงานวิจัย และบทความต่าง ๆ ในวารสารด้านการตลาด และการบริการ เสนอแนวคิดการตลาดที่ทุกองค์กรมุ่งให้ความสำคัญแก่ลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการให้ได้รับบริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด (Brady and Cronin, 2001; Levesque and McDougall, 1993)

นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากันหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงเท่ากันหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าพอใจและกลับมาใช้บริการอีก (Kotler, 2000)

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ผ่านมาในด้านการตลาดมุ่งเน้นไปที่มุมมองของลูกค้าในด้านมิติคุณภาพการบริการ (Gronroos, 1990, Berry and Parasuraman, 1990) ปี 1985 Parasuraman, Zeithaml และ Berry ได้พัฒนารูปแบบการบริการที่เกี่ยวข้องปัจจัยการกำหนดคุณภาพการบริการและช่องว่าง (GAP) หรืออุปสรรคที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามความหวังของลูกค้า

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ การวิจัยเชิงสำรวจระยะ 10 เกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าโดยใช้คำถาม 97 ข้อ เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้และการคาดหวัง (Parasuraman et al., 1985) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ลูกค้าเข้าถึงการบริการ (Access) การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่อธิบายลูกค้าให้เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ
4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ
9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพการบริการ
10. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ซึ่งการประเมินคุณภาพของการบริการจะเกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการส่งมอบบริการ (Process of Service Delivery) และประเมินจากผลลัพธ์ (Output) ของการบริการ อีกทั้งคุณภาพของบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived Quality of a Service) จะเป็นผลมาจากกระบวนการประเมินผลของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ถึงการส่งมอบบริการ (Perception of Service Delivery) และผลลัพธ์ของการส่งมอบบริการ เปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Expectation) ของผู้บริโภคที่มีมาอยู่แต่เดิม (Lovelock, 1996:464) ดังนั้นสิ่งสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการคือ บริการที่ผู้บริโภครับรู้ และบริการที่ผู้บริโภครอคอย ซึ่ง Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990:21-22) กล่าวว่า อิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัย 4 ปัจจัย

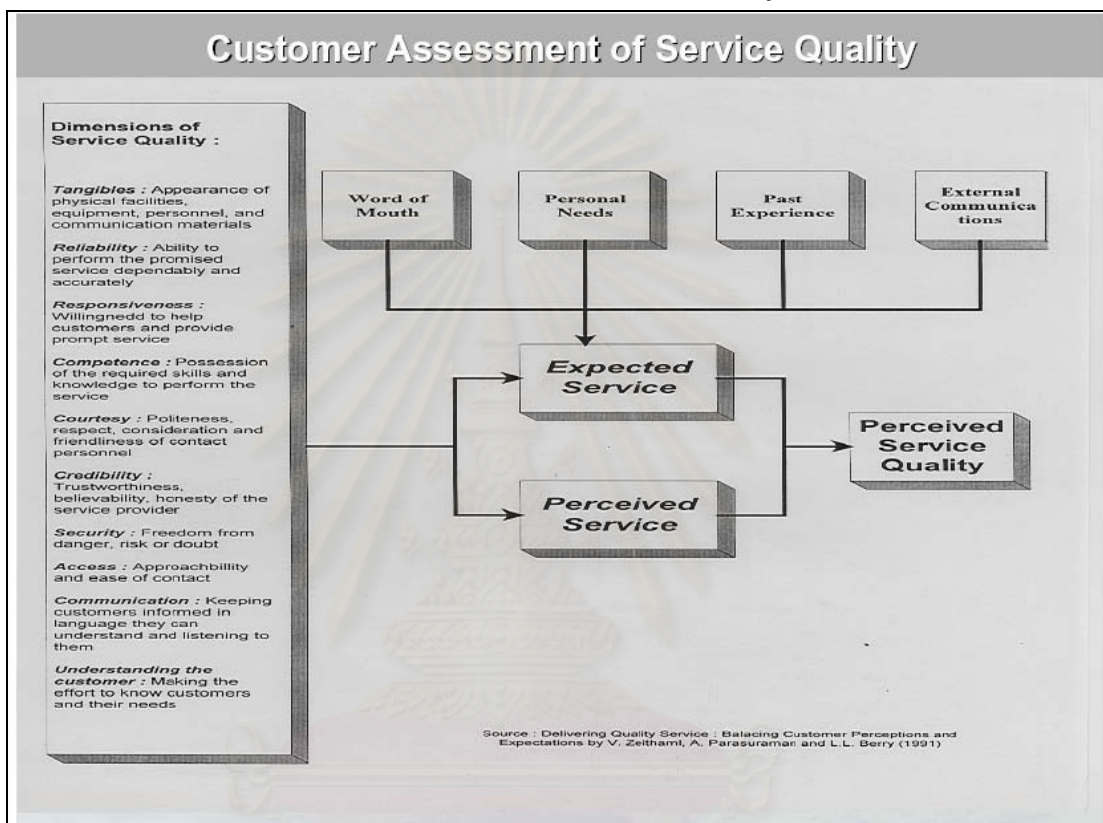
ปัจจัยที่ 1 การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word - of - mouth Communication) สิ่งที่ผู้บริโภคได้ยินปากต่อปากจากผู้อื่นจะมีผลต่อการกำหนดความคาดหวัง

ปัจจัยที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความคาดหวังของผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะ และพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ประสบการณ์ในอดีตจากการใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

ปัจจัยที่ 4 การติดต่อสื่อสารออกไปภายนอกสู่ผู้บริโภค (External Communication) การติดต่อสื่อสารจากภายนอกก็มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน โดยที่ผู้ให้บริการจะแสดงบทบาทที่สำคัญในการสร้างความหวัง เช่นการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไปถึงผู้บริโภคเป็นต้น ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สามารถพิจารณาจากแผนภาพดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 การประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภค



ซึ่งหลังจากที่ Zeithaml, Berry และ Parasuraman ได้ให้คำจำกัดความตามแนวความคิดของคุณภาพบริการ และเกณฑ์ 10 ประการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อประเมินคุณภาพบริการขึ้นจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อพัฒนาเครื่องมือ สำหรับวัดการรับรู้ของผู้บริโภคต่อการคุณภาพบริการขึ้นมา และที่ได้จากการวิจัยก็คือ เครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วนคือ

1. ส่วนความคาดหวังของผู้บริโภค
2. ส่วนการรับรู้ของผู้บริโภค

และจากการวิเคราะห์ทางสถิติในระหว่างการสร้างเครื่องมือ SERVQUAL นั้นพบว่า มีสหสัมพันธ์ในตัวแปรที่เป็นเกณฑ์ 10 ประการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อประเมินคุณภาพบริการจึงทำให้ Zeithaml, Berry และ Parasuraman ได้รวมเอาเกณฑ์ที่มีสหสัมพันธ์เหล่านั้นเข้าด้วยกันจนเหลือ

เพียง 5 เกณฑ์ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ประเมินคุณภาพบริการตามเครื่องมือ SERVQUAL ดังภาพต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ประเมินคุณภาพบริการตามเครื่องมือ “SERVQUAL”

เกณฑ์ 10 ประการสำหรับประเมินคุณภาพบริการ	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Tangibility					
Reliability					
Responsiveness					
competence					
Courtesy					
Credibility					
Security					
Access					
Communication					
Understanding the customer					

ที่มา: Correspondence between SERVQUAL Dimensions and Original Ten Dimension for Service Quality (Zeithaml, and others 1990:25)

เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ประการของเครื่องมือ SERVQUAL สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) คือลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ พนักงานให้บริการ อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถคาดถึงคุณภาพของบริการได้
2. ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ (Reliability) คือความสามารถในการปฏิบัติงานบริการตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ และถูกต้อง ซึ่งเป็นการทำให้ลูกค้าสังเกตเห็นถึงความสม่ำเสมอ และความถูกต้องในการให้บริการรวมทั้งประสิทธิภาพของพนักงานที่ให้บริการ
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า และให้บริการอย่างรวดเร็ว เนื่องจากว่าลูกค้าที่ใช้บริการจะคำนึงถึงเวลาและความสามารถในการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการว่าตรงจุดหรือดีกว่าตามที่ลูกค้าต้องการหรือไม่

4. ความมั่นใจได้ (Assurance) คือความรู้และความชำนาญของพนักงานให้บริการและความสามารถของพนักงานที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือ และน่าไว้วางใจ

5. ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) คือการดูแลเอาใจใส่ และการให้ความสนใจที่บริษัทมีให้แก่ลูกค้า รวมถึงความพยายามของพนักงานที่จะเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจในการตอบสนองความต้องการ

ถ้าบริการที่ผู้บริโภครับรู้ (Perceived Service) มากกว่าหรือเท่ากับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง (Expected Service) หมายความว่า บริการนั้นมีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าบริการที่ผู้บริโภครับรู้น้อยกว่าบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง หมายความว่าบริการนั้นด้อยคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเกิดช่องว่าง (GAP) ขึ้นระหว่างการรับรู้ (Perception) กับการคาดหวัง (Expectation) ของผู้บริโภค และสาเหตุที่ทำให้เกิดช่องว่างดังกล่าวขึ้นก็คือ การเกิดช่องว่างอื่นๆ ขึ้นภายในองค์กรที่ให้บริการ ซึ่งมีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 4 ช่องว่าง ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 (GAP1) ไม่รู้ว่าลูกค้าคาดหวังอะไร เนื่องจากเป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการเล็งเห็นความคาดหวังเหล่านั้น

ช่องว่างที่ 2 (GAP 2) การกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการของผู้บริหารไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังของลูกค้าที่ผู้บริหารรับรู้

ช่องว่างที่ 3 (GAP 3) การให้บริการไม่ตรงกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ ช่องว่างนี้เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับผู้ให้บริการเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ แรงจูงใจ และทัศนคติ

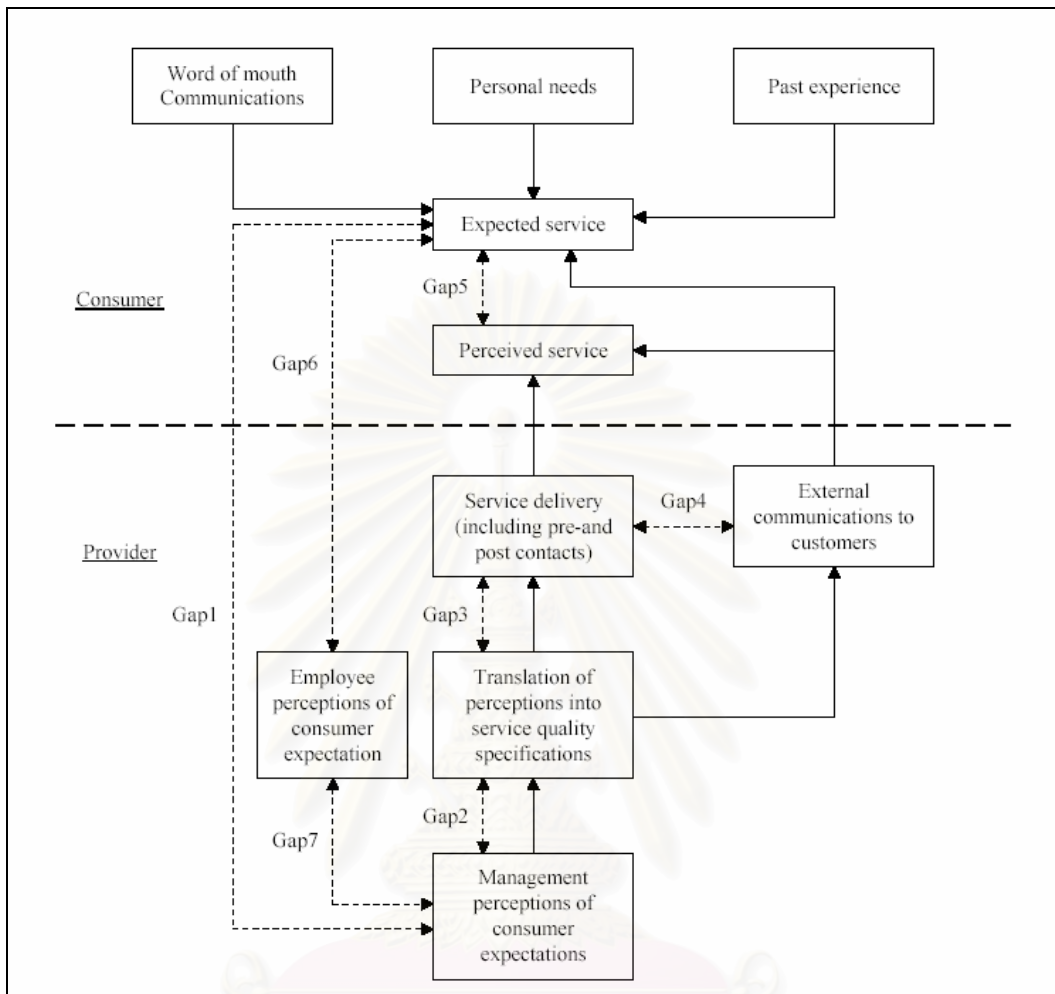
ช่องว่างที่ 4 (GAP 4) การให้บริการที่เกิดขึ้นจริงไม่สอดคล้องถูกต้องตรงกับการสื่อสารทางการตลาดที่ได้ออกไป

ช่องว่างที่ 5 (GAP 5) เป็นช่องว่างที่สำคัญที่สุด เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ช่องว่างนี้จะแคบหรือกว้างขึ้นอยู่กับช่องว่างที่ 1-4

ซึ่งการทำให้ความคาดหวังของลูกค้า (Customer's Expectation) สอดคล้องตรงกับการรับรู้ของลูกค้า (Customer's Perceptions) ซึ่งก็คือการลดช่องว่าง (GAP) ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ของผู้บริโภคนั่นเอง

หลังจากนั้น Zeithaml, and others ได้พัฒนาแบบจำลองคุณภาพบริการ Service Quality Model ขึ้นมา ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างช่องว่างภายในองค์กรที่ให้บริการทั้ง 4 ช่องว่าง เข้ากับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งแบบจำลองดังกล่าวมีลักษณะดังนี้

ภาพที่ 2 คุณภาพบริการ Service Quality Model



ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า นั้น สิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการคือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังนั้นได้ถูกตอบสนองจากองค์กรได้อย่างเท่ากัน หรือมากกว่า ดังนั้นองค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาถึงสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ และองค์กรสามารถตอบสนองได้ในระดับใด และองค์กรต้องพิจารณากลับไปว่าค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่องค์กรลงทุนไปเพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพในการบริการนั้นสามารถนำมาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขันหรือไม่

ความได้เปรียบในการแข่งขันและโลจิสติกส์

ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จทางกลยุทธ์ประการแรก คือการใช้กลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกับเงื่อนไขต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องดำเนินการกับโอกาสที่มีอยู่และลดอุปสรรคลงหรือเปลี่ยนอุปสรรคนั้นให้เป็นโอกาส ปัจจัย

ประการที่สอง คือการที่กลยุทธ์ต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ภายในบริษัท คือต้องรู้จักใช้ ทรัพยากรของบริษัทที่เป็นจุดแข็งเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน นอกเหนือจากโอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกแล้ว และปัจจัยสุดท้ายคือกลยุทธ์นั้นจะต้องนำมาปฏิบัติ ได้อย่างเกิดรูปธรรม (John A Pearce II & Richard B. Robinson, Jr., Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy of McGraw-Hill Irwin, 2003 : 123) ดังนั้นในการวิจัยจึงมุ่ง ประเด็นถึงการวิเคราะห์ไปสู่ทรัพยากรภายในบริษัทที่เป็นจุดแข็งในการที่จะสร้างรายได้เปรียบ ในการแข่งขัน

สำหรับงานวิจัยด้าน โลจิสติกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ถึงทรัพยากรภายในบริษัทนั้น ยังมีงานวิจัยจำนวน ไม่มาก ความจำเป็นในการพัฒนาเกี่ยวกับทฤษฎีใน โลจิสติกส์และการบริหาร เชิงกลยุทธ์จึงเป็นงานท้าทายอย่างมาก (Stock 1990) โดยเฉพาะบทบาทเชิงกลยุทธ์ ในแง่ของ โลจิสติกส์ (Mentzer and Kahn, 1995; Stock, 1996) โลกทุกวันนี้มีแรงกดดันจากภายนอกอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคม และเทคโนโลยีนั้น การ บริหาร โลจิสติกส์นั้นได้กลายมาเครื่องมือสำคัญเชิงกลยุทธ์อันหนึ่งสำหรับกิจการในปัจจุบันนี้ เพื่อให้สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จในกิจการ (Bowersox et al., 1989, 1992 ; Bowersox et al., 1995; Michigan State University Global Logistics Research Team, 1995 ; Stalk et al., 1992)

เพราะฉะนั้นการนำทฤษฎีและการพัฒนาทฤษฎีจากสาขาอื่นๆ มาประยุกต์จะเป็น ประโยชน์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์เชิง โลจิสติกส์ขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว (Stock, 1995) เมื่อเราพูดถึงการบริหารเชิงกลยุทธ์ในส่วนของโลจิสติกส์นั้นเรามัก จะมองวิธีการบริหารเชิงกลยุทธ์ซึ่งเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์โอกาสอุปสรรค จุดอ่อนจุดแข็ง ทั้งทั้งงานวิจัยหรือกิจกรรมหรือการบริหารทั้งหลายที่ปรากฏเป็นหลักการเกิดขึ้นส่วนมากนั้นจะมีโล จิสติกส์เข้าไปเกี่ยวข้องอยู่เสมอเป็นต้นว่า หลักการตลาดที่กล่าวถึงว่าปรัชญาการบริหารการตลาด ที่ยึดติดอยู่กับ การบรรลุความสำเร็จในเป้าหมายขององค์กร โดยการกำหนดความจำเป็นและ ความต้องการของตลาดเป้าหมายและการส่งมอบความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้อย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือกว่าคู่แข่ง (Phillip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 5th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1999 : 14) กิจการที่จะประสบ ความสำเร็จในความพยายามด้านการตลาดที่กล่าวมานี้มีแนวคิดที่ว่า “สินค้าที่ตรงตามความ ต้องการลูกค้า” “ราคาที่พึงพอใจ” “มีการส่งเสริมการขายที่ถูกต้องตามการณ์” และ “ถูกต้องกับ สถานที่” ซึ่งเป็นหลักการของ 4 P ในหลักการของการตลาด โลจิสติกส์นั้นก็เข้ามามีส่วนทำให้ สินค้ามันไปสู่สถานที่นั้นได้ถูกต้องทันเวลา (James R. Stock & Douglas M. Lambert, 2001 : 6-7)

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการกับคู่แข่งชั้น (Competitive Benchmarking)

วิธีการสำหรับการเปรียบเทียบคุณภาพบริการกับคู่แข่งชั้นนั้นถูกเสนอจากข้อมูลที่ถูกเก็บจากอุตสาหกรรมเคมี (Douglas M. Lambert and Arun Sharma, 1990) ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสองผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ โดย

ขั้นตอนที่ 1

ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญ โดยจะทำการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัย ซึ่งปัจจัยสำคัญเหล่านั้นจะถูกทำการเรียงความสำคัญจากความสำคัญมากไปสู่อันดับที่น้อย และจะทำการแจกแจงเป็นตาราง Importance and Performance Evaluations for Selected Customer Service Attributes

ตารางที่ 2 Importance and Performance Evaluations for Selected Customer Service Attributes

No.	Attribute	Importance	Performance Evaluation		
			Company A	Company B	Relative Performance
1	Accuracy in filling order	6.42	5.54	5.65	-0.11
2	Ability to expedite emergency orders in a fast, responsive manner, orders in a fast, responsive manner	6.25	4.98	5.23	-0.25
3	Action in complaints (e.g., order servicing, shipping, product)	6.07	4.82	5.18	-0.36*
4	Accuracy of supplier in forecasting and committing to shipping date for custom-made products	5.92	4.53	4.73	-0.20

No.	Attribute	Importance	Performance Evaluation		
			Company A	Company B	Relative Performance
5	Completeness rate (percentage of order eventually shipped)	5.69	5.29	5.27	+0.02
6	Rapid adjustment of billing and shipping errors	5.34	4.64	4.9	-0.24
7	Availability of blanker orders	4.55	5.03	4.15	+0.88
8	Frequency of deliveries (supplier consolidates multiple/ split shipments into one larger, less frequent shipment)	4.29	5.07	5.03	+0.04
9	Order processing personnel located in your market area	3.58	5.33	5.21	+0.12
10	Computer-to-computer order entry	2.3	4.07	3.53	+0.54**

* Performance evaluations of A and B are significantly different at $P \leq 0.05$

** Performance evaluations of A and B significantly different at $P \leq 0.01$

Source: Douglas M. Lambert and Arun Sharma, "A Customer-Based Competitive Analysis for Logistics Decisions" International Journal of Physical Distribution and Logistics Management 20,no.(1990) p.18

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 2

จัดทำตาราง Competitive position matrix ซึ่งจะมี 2 ด้าน คือ

1. ความสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญของแต่ละปัจจัย
 2. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ผลิตทั้งสอง
- ตารางเมทริกซ์นั้นจะแบ่งเป็น 9 ช่อง ซึ่งสามารถทำการจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่มดังนี้

1. Competitive advantage

Major Strength (high importance, high relative performance)

Minor strength (low importance, high relative performance)

2. Competitive parity

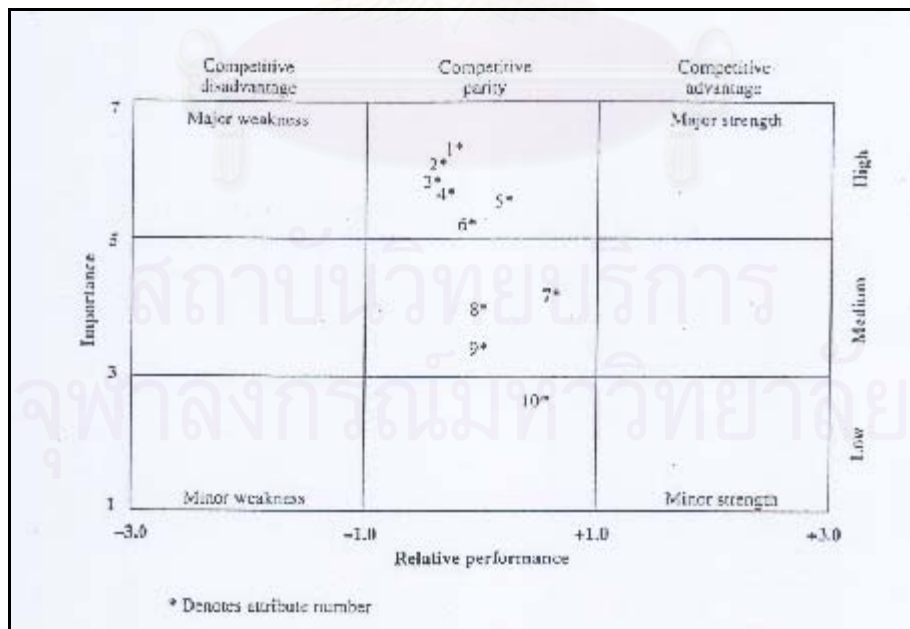
3. Competitive disadvantage

Major weakness (high importance, low relative performance)

Minor weakness (low importance, low relative performance)

ตาราง Competitive position matrix นั้นสามารถสร้างได้หลายวิธี โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นๆ

ภาพที่ 3 Competitive position matrix



จากตาราง Competitive position matrix นั้นช่องที่มีความสำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกคือช่อง Major strength ของบริษัท ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่นี้ต้องถูกให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ต้อง

พยายามสื่อให้กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างสูงเช่นกัน เพราะเป็นส่วนของพื้นที่ที่แสดงว่าเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับที่สูงที่สุด และเป็นส่วนของพื้นที่ที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการขององค์กรอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเช่นกัน

ช่องที่สำคัญเป็นอันดับที่สองคือ ช่อง Major weaknesses ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีตำแหน่งอยู่ในพื้นที่นี้ องค์กรจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจัยนั้นๆ หรือต้องโน้มน้าวให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยนั้นไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญในการให้บริการ เนื่องจากว่าพื้นที่นี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยในบริเวณนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับที่สูงที่สุด แต่ในทางกลับกันพื้นที่นี้เป็นบริเวณที่องค์กรมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับต่ำ

ส่วน Minor strength นั้นแสดงให้เห็นถึงว่าบริษัทมีประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจัยนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี แต่ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนั้น ซึ่งหมายถึงว่าผู้ใช้บริการต้องแสดงให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านั้นมีว่าสำคัญ หรือผู้ใช้บริการควรที่จะลดค่าใช้จ่ายของการบริหารในปัจจัยนั้นๆ ลง เพราะไม่มีประโยชน์ที่จะเพิ่มต้นทุนในการบริหารปัจจัยที่ถูกค่าไม่ได้ให้ความสำคัญ และยังเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับที่ถือว่าดีแล้ว

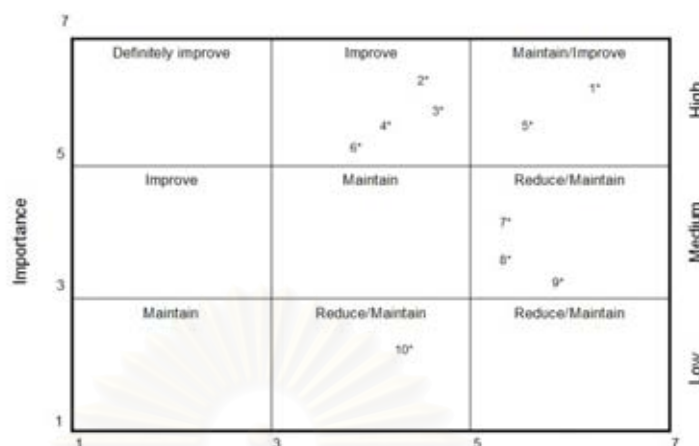
จากตารางจะเห็นว่าได้ทำการเสนอถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการต่อปัจจัยที่ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญ ส่วนในช่อง Competitive parity ซึ่งเป็นช่องที่ทำการเปรียบเทียบกันระหว่างประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ A และผู้ให้บริการ B โดยทำการนำประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ A มาหักลบกับประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ B จากค่าที่ได้จะพบว่าปัจจัยที่ 1,2,3,4,5, และ 6 เป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการ A ควรทำการปรับปรุง แต่อย่างไรก็ตามการปรับปรุงในบริการนั้นๆ ต้องทำการพิจารณาถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นด้วย ดังนั้นการปรับปรุงในแต่ละบริการจึงไม่ควรให้ต้นทุนที่ใช้ในการปรับปรุงมากกว่ารายได้ที่เพิ่มเข้ามาด้วย

และสิ่งที่สำคัญคือไม่ควรใช้ Competitive position matrix เพียงอย่างเดียวในการวิเคราะห์ เพราะ Competitive position matrix ควรจะใช้ร่วมกับ Performance evaluation matrix ซึ่งเป็นตารางที่แสดงถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัย และประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการว่าอยู่ในระดับใด

ซึ่งตาราง Performance evaluation matrix จะประกอบด้วยช่องทั้งหมด 9 ช่องดังนี้

- คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ/ ปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับสูงมาก, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับสูงมาก)
- ปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับสูงมาก, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับกลาง)
- ปรับปรุงการให้บริการอย่างเด็ดขาด (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับสูงมาก, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับต่ำมาก)
- ปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับกลาง, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับต่ำมาก)
- คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับกลาง, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับกลาง)
- คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับต่ำ, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับต่ำ)
- ลดระดับการให้บริการ / คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับกลาง, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับสูงมาก)
- ลดระดับการให้บริการ / คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับต่ำ, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับกลาง)
- ลดระดับการให้บริการ / คงไว้ไม่ต้องทำการปรับปรุงการให้บริการ (ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้ในระดับต่ำ, ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับสูงมาก)

ภาพที่ 4 Performance Evaluation Matrix



Note : * Denotes attribute number

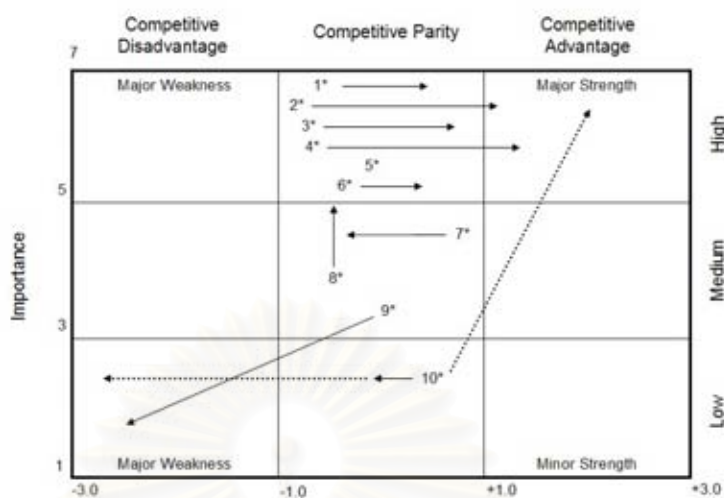
จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ A ไม่เป็นไปตามที่ผู้ให้บริการคาดหวังเอาไว้ในบางปัจจัย ดังนั้นผู้ให้บริการ A ต้องทำการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยว่าปัจจัยใดควรทำการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการ หรือปัจจัยใดอยู่ในระดับที่มีประสิทธิภาพในการบริการอยู่แล้ว หรือปัจจัยใดควรลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในการบริหารจัดการ

Competitive Position Matrix และ Performance Evaluation Matrix ต้องนำมาใช้ควบคู่กันไปเนื่องจาก Competitive Position Matrix ไม่สามารถสรุปพื้นที่ที่บริษัทผู้ให้บริการต้องทำการปรับปรุงในบริการได้อย่างถูกต้อง อย่างเช่น จาก Competitive Position Matrix ได้วิเคราะห์ได้ว่าบริษัทควรที่จะทำการเพิ่มค่าใช้จ่ายในปัจจัยที่ 1,2,3,4,5 และ 6 เพื่อที่จะพัฒนาในปัจจัยดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่เมื่อทำการวิเคราะห์จาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้แนะนำว่าปัจจัยที่ 2,3,4 และ 6 ควรถูกพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าเพราะปัจจัยที่กล่าวมานั้นจะทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 5 นั้นเป็นปัจจัยที่บริษัทมีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับที่ดีอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว ซึ่ง Competitive Position Matrix เป็นการดูโดยรวมของผู้ให้บริการทั้งสององค์กร แต่เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix แล้วนั้นจะพบว่าองค์กรใดองค์กรหนึ่งอาจไม่ต้องการปรับปรุงในปัจจัยที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญก็ได้ เพราะองค์กรนั้นอาจจะมีประสิทธิภาพที่ดีอยู่แล้ว ซึ่งส่งผลให้ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยนั้นๆ จากตรงจุดนี้ก็จะสามารถก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันได้ บริษัทคู่แข่งจะถูกประเมินในปัจจัยแต่ละปัจจัยเหมือนกัน เพราะฉะนั้น Performance Evaluation Matrix ต้องการที่จะศึกษาและชี้ให้เห็นถึงพื้นที่ที่ต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการที่ก่อให้เกิดโอกาสในการได้เปรียบทางการ

แข่งขันมากที่สุด ในบางกรณีบางองค์กรอาจจะมีประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจุบันที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญได้ไม่ดี และเมื่อองค์กรนั้นได้ทำการปรับปรุงในการให้บริการตามพื้นที่ที่แสดงให้เห็นว่าต้องทำการปรับปรุง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรเหล่านั้นสามารถที่จะมีโอกาสได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นมา ตัวอย่างเช่นเมื่อผู้ใช้บริการเล็งเห็นว่าประสิทธิภาพในความถูกต้องของรายการสินค้าที่ตั่งนั้นมีความสำคัญมากเป็นอันดับที่หนึ่งของปัจจัยการให้บริการพิจารณาจากระดับความสำคัญเป็น 6.4 จากคะแนนเต็มที 7 อย่างไรก็ตามถ้าบริษัทผู้ใช้บริการและบริษัทคู่แข่งมีระดับของประสิทธิภาพในการให้บริการของปัจจัยนี้ในระดับเดียวกันคือ 5.5 และ 5.7 ตามลำดับ แสดงว่า จะต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพในความถูกต้องของรายการสินค้าที่ตั่ง และเมื่อพิจารณาตาราง Competitive Position Matrix และ Performance Evaluation Matrix ไปพร้อมๆกันจะพบว่า Competitive Position Matrix ในปัจจัยที่ 5 ไม่ได้อยู่ที่ในระดับการปรับปรุงเดียวกันกับปัจจัยการให้บริการที่ 1,2,3,4 และ 6 เนื่องจากว่าบริษัท A นั้นมีประสิทธิภาพในปัจจุบันที่ 5 ในระดับใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และประสิทธิภาพในปัจจุบันที่ 5 นั้นยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าบริษัทคู่แข่งจึงไม่มีความจำเป็นที่จะทำเสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง แต่ในขณะที่ Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่าบริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพในปัจจุบันที่ 7,8,9 และ 10 ได้ แต่ Competitive Position Matrix ได้ชี้ให้ระวังกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่ 8,9 และ 10 เนื่องจากการลดค่าใช้จ่ายในการบริหารปัจจัยเหล่านั้นอาจจะก่อให้เกิดความอ่อนแอทางการแข่งขัน ตัวอย่างเช่นระบบการสั่งซื้อทางคอมพิวเตอร์เป็นระบบการสั่งซื้อของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่มีการสั่งซื้อจำนวนมาก แต่ปัจจัยการสั่งซื้อทางคอมพิวเตอร์กลับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะมีระบบในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และ โทรสาร ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องระมัดระวังในการบริหารบางปัจจัยโดยต้องพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย เพราะว่าเนื่องจากบางปัจจัยมีระดับความสำคัญสำหรับผู้ใช้บริการในระดับที่ต่ำ แต่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากของผู้ใช้บริการรายใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 5 Strategic opportunities for a competitive advantage



* Denotes attribute number

← Indicates desired shift in relative performance

←... Indicates potential opportunities that may be revealed within specific customer segments

จาก Strategic opportunities for a competitive advantage จะแสดงให้เห็นพื้นที่บริเวณใดที่ควรค่าแก่การใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งโอกาสที่จะก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันได้ เพราะวาทาราดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นกลยุทธ์สำหรับการได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขันโดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ และประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัทคู่แข่ง โดยจากตารางด้านบนได้วิเคราะห์ว่าปัจจัยที่ 1,2,3,4 หรือ 6 สามารถที่จะผลักดันให้มาเป็นจุดแข็งได้ และปัจจัยที่ 2 และ 4 นั้นมีศักยภาพที่จะเป็น Major strength และปัจจัยของการได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพื่อที่จะทำให้ปัจจัยที่ 1,3,5 และ 6 เป็น major strength นั้น ผู้ใช้บริการต้องถูกดึงดูดว่าปัจจัยเหล่านั้นสำคัญมากๆ กับผู้ใช้บริการ อีกประการหนึ่ง ประสิทธิภาพในการให้บริการโดยเปรียบเทียบแล้วถ้ามากกว่า +1.0 จะแสดงว่าบริษัทมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ สังเกตจากปัจจัยที่ 7 ซึ่งควรจะลดค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปัจจัยนี้เพราะเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่ำ และยังเป็นปัจจัยที่บริษัทมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่สูงกว่าบริษัทคู่แข่ง ยกเว้นว่ามีลูกค้าที่มีความสามารถในการทำกำไรให้กับบริษัทเล็งเห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญในระดับสูง

ตาราง Performance evaluation matrix และ Competitive position matrix สามารถนำมาใช้ควบคู่กันไปเพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ในการพัฒนาสำหรับการได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ต้องมีการออกแบบให้เหมาะสมกับกลยุทธ์พื้นฐานของบริษัทนั้นๆ และรวมถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการสำหรับการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการระหว่างสายเรือกรณีศึกษาและสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะทำการเปรียบเทียบการบริการของสายเรือจำนวน 3 สายเรือ ดังนี้

1. สายเรือกรณีศึกษาที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น ในที่นี้จะแทนด้วยสายเรือ A
2. สายเรือที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นสายเรือที่หนึ่ง ในที่นี้จะแทนด้วยสายเรือ B
3. สายเรือที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นสายเรือที่สอง ในที่นี้จะแทนด้วยสายเรือ C

โดยจะศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ และศึกษาถึงประสิทธิภาพในการให้บริการที่สายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) และสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลอีก 2 สายเรือ (สายเรือ B และสายเรือ C) ว่าประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญนั้นได้ในระดับใด และยังทำการวิเคราะห์ต่อไปว่าสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) ควรจะปรับปรุงการบริการในส่วนใดบ้างเพื่อที่จะได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขัน

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการเลือกสายเรือที่ต้องการเปรียบเทียบ คือสายเรือ B และสายเรือ C โดยการคัดเลือกสายเรือ B และสายเรือ C จากกลุ่มสายเรือที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นทั้งหมด ซึ่งทำการพิจารณาจากรายงานจำนวนตู้สินค้าขาออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นของสมาคม THAILAND INTERASIA FREIGHT RATE AGREEMENT STATISTICS (TIFRA) ในปี 2006 ซึ่งมีสายเรือที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย – ญี่ปุ่นจำนวน 22 สายเรือ ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนตู้สินค้าขาออกของสายเรือให้กลุ่ม TIFRA เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น
ในปี 2006

LINE	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL (TEU)
สายเรือ A	3,676	4,794	6,738	4,494	4,826	6,466	4,871	5,631	5,403	4,802	6,167	5,504	63,372
สายเรือ B	5,174	5,372	5,346	3,959	6,098	5,304	5,400	5,145	4,674	5,757	5,102	5,192	62,523
สายเรือ C	4,940	4,540	5,090	3,459	5,677	4,836	4,670	5,238	4,282	5,052	5,498	4,449	57,731
สายเรือ D	1,523	1,301	1,865	1,383	1,479	2,601	1,869	1,581	1,947	1,594	1,550	1,867	20,560
สายเรือ E	1,159	1,223	1,307	1,276	1,357	1,325	1,258	1,308	1,481	1,339	1,521	952	15,506
สายเรือ F	939	956	1,009	1,159	1,458	1,324	1,567	1,354	1,319	1,691	1,539	1,117	15,432
สายเรือ G	1,416	1,234	1,210	1,075	1,180	1,261	1,542	1,100	1,062	1,578	1,296	1,159	15,113
สายเรือ H	1,099	1,388	1,514	859	1,521	1,150	1,104	1,324	1,024	1,117	1,676	1,052	14,828
สายเรือ I	900	972	1,108	1,039	790	1,085	969	864	1,190	1,024	1,133	1,162	12,236
สายเรือ J	950	936	1,201	894	870	1,152	812	1,210	981	990	1,223	935	12,154
สายเรือ K	944	932	987	947	860	866	1,040	782	891	1,088	907	1,034	11,278
สายเรือ L	648	644	774	510	846	886	747	727	793	565	625	480	8,245
สายเรือ M	539	704	922	394	574	549	499	555	528	468	555	428	6,715
สายเรือ N	453	554	616	504	389	594	520	537	548	509	568	484	6,276
สายเรือ O	308	446	551	375	330	536	404	376	506	438	435	481	5,186
สายเรือ P	376	597	626	432	298	288	423	376	400	391	387	377	4,971
สายเรือ Q	416	416	522	275	398	345	329	422	334	63	98	46	3,664
สายเรือ R	257	241	305	231	274	243	243	215	234	282	272	230	3,027
สายเรือ S	46	70	36	22	24	85	69	64	51	55	52	85	659
สายเรือ T	55	72	95	28	121	34	23	43	36	18	53	44	622
สายเรือ U	26	33	39	38	35	34	36	37	68	25	46	24	441
สายเรือ V	-	-	-	-	-	-	39	51	8	23	-	21	142
TOTAL	25,844	27,425	31,861	23,353	29,405	30,964	28,434	28,940	27,760	28,869	30,703	27,123	340,681

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และจากตารางข้อมูลนี้ สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจสายเรือที่ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงร้อยละของจำนวนตู้สินค้าขาออก เส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006

LINE	TOTAL	PERCENTAGE
สายเรือ A	63,372	18.60%
สายเรือ B	62,523	18.35%
สายเรือ C	57,731	16.95%
สายเรือ D	20,560	6.03%
สายเรือ E	15,506	4.55%
สายเรือ F	15,432	4.53%
สายเรือ G	15,113	4.44%
สายเรือ H	14,828	4.35%
สายเรือ I	12,236	3.59%
สายเรือ J	12,154	3.57%
สายเรือ K	11,278	3.31%
สายเรือ L	8,245	2.42%
สายเรือ M	6,715	1.97%
สายเรือ N	6,276	1.84%
สายเรือ O	5,186	1.52%
สายเรือ P	4,971	1.46%
สายเรือ Q	3,664	1.08%
สายเรือ R	3,027	0.89%
สายเรือ S	659	0.19%
สายเรือ T	622	0.18%
สายเรือ U	441	0.13%
สายเรือ V	142	0.04%
TOTAL	340,681	100.00%

จากตารางแสดงร้อยละของจำนวนตู้สินค้าขาออก เส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 สามารถสรุปได้ว่าสายเรือ A (สายเรือกรณศึกษา) มีจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 จำนวน 63,372 TEU เป็นร้อยละ 18.60 ของจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกของสายเรือในกลุ่ม TIFRA เส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 ทั้งหมด

สายเรือ B มีจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 จำนวน 62,523 TEU เป็นร้อยละ 18.35 ของจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกของสายเรือในกลุ่ม TIFRA เส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 ทั้งหมด

สายเรือ C มีจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกเส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 จำนวน 57,731 TEU เป็นร้อยละ 16.95 ของจำนวนตู้สินค้าที่ทำการส่งออกของสายเรือในกลุ่ม TIFRA เส้นทางไทย-ญี่ปุ่นในปี 2006 ทั้งหมด

จากผลสรุปดังกล่าวสายเรือ A สายเรือ B และสายเรือ C มีส่วนในการให้บริการส่งออกอยู่ในอันดับ 1, 2 และ 3 เรียงตามลำดับ ดังนั้นสายเรือที่จะนำมาทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการคือสายเรือ A, สายเรือ B และสายเรือ C

ขั้นตอนที่ 1

ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการสายเรือให้ความสำคัญโดยทำการจัดกลุ่มปัจจัยต่างๆ ตามแผนกที่ให้บริการของสายเรือ ดังนี้

1. แผนกการตลาด (Marketing Department)
2. แผนกเอกสาร (Document Department)
3. แผนกปฏิบัติการ (Operation Department)
4. แผนกตู้สินค้า (Inventory Department)
5. แผนกการเรียกร้องความเสียหาย (Legal and Claim Department)
6. การให้บริการในด้านอื่นๆ (Others)

โดยผู้ให้บริการสายเรือจะทำการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยของแต่ละแผนกในสายเรือดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยการให้บริการของสายเรือ โดยทำการแบ่งตามแผนกการให้บริการ

	ปัจจัยต่างๆ	ระดับความสำคัญ
	แผนกการตลาด (Marketing Department)	
1	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น	
2	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	
4	คุณภาพของพนักงานในการให้คำแนะนำต่าง ๆ (มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำ)	
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงาน	
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียงต่อความต้องการของลูกค้า (มีการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง)	
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการในด้านเวลา ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	
10	พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการได้ที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง	
	แผนกเอกสาร (Document Department)	
1	ความสะดวกในการรับเอกสารต่างๆ	
2	เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการส่งออกมีความถูกต้องแม่นยำ	
3	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาด้านเอกสารที่สำคัญเกี่ยวกับการส่งออก เช่น Bill of Lading เมื่อมีการรับเอกสารต่างๆ แล้วพบว่ามีความผิดพลาด	
4	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	
	แผนกปฏิบัติการ (Operation Department)	
1	ความสะดวกในการคืนตู้หนัก	
2	มีความสะดวกในการรับบริการในด้านสถานที่ และท่าเลที่เหมาะสมในส่วนของลานคืนตู้หนัก และลานบรรจุสินค้า (CFS)	

	ปัจจัยต่างๆ	ระดับความสำคัญ
	แผนกปฏิบัติการ (Operation Department)	
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์การบรรจุสินค้า อุปกรณ์การยกตู้	
4	ระยะเวลาของการเดินเรือจากท่าเรือต้นทางจนถึงท่าเรือปลายทางตามที่ กำหนดไว้	
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทนในกรณีเรือที่วิ่งประจำเส้นทางไม่ สามารถวิ่งได้	
6	ความถี่ของเที่ยวเรือที่ให้บริการที่เหมาะสม	
7	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการ ให้บริการ	
	แผนกตู้สินค้า (Inventory Department)	
1	มีความสะดวกในการรับบริการในด้านสถานที่ และท่าเรือที่เหมาะสมในส่วน ของลานรับตู้เปล่า	
2	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการรับตู้เปล่า	
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	
4	ตู้เปล่าที่ทางสายเรือเตรียมไว้สำหรับลูกค้ามีสภาพพร้อมบรรจุสินค้า	
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้เปล่าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ใน กรณีที่เป็นการส่งออกจำนวนมากๆ (Big lot shipment)	
6	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการ ให้บริการ	
	แผนกเรียกร้องความเสียหาย (Legal and Claim Department)	
1	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาด้านการส่งมอบสินค้า เมื่อมี ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการ เช่น สินค้าเสียหาย หรือ กำหนดการส่งสินค้าคลาดเคลื่อนไปจากที่กำหนดไว้	
2	พนักงานมีการตอบสนองที่รวดเร็วในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	
3	การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นมีความชัดเจน และสอดคล้องตรงกันระหว่างผู้ ให้บริการ และผู้ใช้บริการ	
4	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการ ให้บริการ	

	ปัจจัยต่างๆ	ระดับความสำคัญ
	ด้านอื่นๆ (Others)	
1	ความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเช็คข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ	
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Tracking ability)	
3	มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ เช่น EDI , E-BOOKING , E-B/L	
4	มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล	
5	มีความสะดวกในการได้รับบริการในด้านสถานที่ ทำเลเหมาะสมสำหรับตัวสำนักงานในการติดต่อ	

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยนี้จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 7 ระดับ ดังนี้ ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก และไม่มีมีความสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2

ศึกษาถึงประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ โดยให้ผู้ใช้บริการประเมินประสิทธิภาพการให้บริการว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ในระดับใด

ตารางที่ 6 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการของทั้ง 3 สายเรือ โดยทำการแบ่งตามแผนกการให้บริการ 6 แผนก

	ปัจจัยต่างๆ	ประสิทธิภาพสายเรือ A	ประสิทธิภาพสายเรือ B	ประสิทธิภาพสายเรือ C
	แผนกการตลาด (Marketing Department)			
1	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น			
2	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ			

	ปัจจัยต่างๆ	ประสิทธิภาพ สายเรือ A	ประสิทธิภาพ สายเรือ B	ประสิทธิภาพ สายเรือ C
	แผนกการตลาด (Marketing Department)			
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า			
4	คุณภาพของพนักงานในการให้คำแนะนำต่างๆ			
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงาน			
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ			
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ			
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียงต่อความต้องการของลูกค้า (มีการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง)			
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการในด้านเวลา ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง			
10	พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการได้ที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง			
	แผนกเอกสาร (Document Department)			
1	ความสะดวกในการรับเอกสารต่างๆ			
2	เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการส่งออกมีความถูกต้องแม่นยำ			
3	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา ด้านเอกสารที่สำคัญเกี่ยวกับการส่งออก เช่น Bill of Lading เมื่อมีการรับเอกสารต่างๆ แล้วพบว่ามีความผิดพลาด			
4	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ			

	แผนกปฏิบัติการ(Operation Department)			
1	ความสะดวกในการขึ้นตู้หนัก			
2	มีความสะดวกในการรับบริการในด้าน สถานที่ และทำเลที่เหมาะสมในส่วนของ ลานขึ้นตู้หนัก และลานบรรจุสินค้า (CFS)			
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์การบรรจุสินค้า อุปกรณ์การยกตู้			
4	ระยะเวลาของการเดินเรือจากท่าเรือต้นทาง จนถึงท่าเรือปลายทางตามที่กำหนดไว้			
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทนในกรณี เรือที่วิ่งประจำเส้นทางไม่สามารถวิ่งได้			
6	ความถี่ของเที่ยวเรือที่ให้บริการที่เหมาะสม			
7	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี			
	แผนกตู้สินค้า (Inventory Department)			
1	มีความสะดวกในการรับบริการในด้าน สถานที่ และทำเลที่เหมาะสมในส่วนของ ลานรับตู้เปล่า			
2	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ ในการ อำนวยความสะดวกในการรับตู้เปล่า			
3	ความเพียงพอของตู้เปล่าตามจำนวนที่ลูกค้า ต้องการ			
4	ตู้เปล่าที่ทางสายเรือเตรียมไว้สำหรับลูกค้ามี สภาพพร้อมบรรจุสินค้า			
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้เปล่า ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่นในกรณีที่เป็นการ ส่งออกจำนวนมากๆ (Big lot shipment)			
6	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และ มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ			

	แผนกเรียกร้องความเสียหาย (Legal and Claim Department)			
1	ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา ด้านการส่งมอบสินค้า เมื่อมีความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการ เช่นสินค้าเสียหาย หรือ กำหนดการส่งสินค้าคลาดเคลื่อนไปจากที่กำหนดไว้			
2	พนักงานมีการตอบสนองที่รวดเร็วในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น			
3	การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นมีความชัดเจน และสอดคล้องตรงกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ			
4	พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ			
	ด้านอื่นๆ			
1	ความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ			
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Tracking ability)			
3	มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ เช่น EDI, E-BOOKING, E-B/L			
4	มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล			
5	มีความสะดวกในการได้รับบริการในด้านสถานที่ ทำเลเหมาะสมสำหรับตัวสำนักงานในการติดต่อ			

แบบสอบถามนี้เป็นการศึกษาถึงประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 7 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของประสิทธิภาพในการให้บริการในแต่ละระดับ ดังนี้

- ระดับที่ 1 ประสิทธิภาพของสายเรือสูงมากที่สุด หมายถึง ไม่มีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือ
- ระดับที่ 2 ประสิทธิภาพของสายเรือสูงมาก หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 10 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง
- ระดับที่ 3 ประสิทธิภาพของสายเรือสูง หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 30 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง
- ระดับที่ 4 ประสิทธิภาพของสายเรือปานกลาง หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 50 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง
- ระดับที่ 5 ประสิทธิภาพของสายเรือต่ำ หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 70 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง
- ระดับที่ 6 ประสิทธิภาพของสายเรือต่ำมาก หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 90 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง
- ระดับที่ 7 ประสิทธิภาพของสายเรือต่ำมากที่สุด หมายถึง มีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือทุกครั้งที่ใช้บริการ

ขั้นตอนที่ 3

นำผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ ซึ่ง Performance Evaluation Matrix เป็นเมทริกซ์ที่มีความสัมพันธ์กัน 2 ด้าน ดังนี้

- ด้านที่ 1 ระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ
- ด้านที่ 2 ระดับประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ

ภาพที่ 6 ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ

Importance	Definitely improve	Improve	Maintain/improve	High
	Improve	Maintain	Reduce/maintain	Medium
	Maintain	Reduce/maintain	Reduce/maintain	Low

Performance Evaluation Matrix

จาก Performance Evaluation Matrix สามารถแสดงตำแหน่งประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ ซึ่งจะทำการแสดงตำแหน่งประสิทธิภาพในการให้บริการโดยการแยกตารางแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการตามแผนกทั้ง 6 แผนก

ขั้นตอนที่ 4

นำข้อมูลที่ได้จากผู้ให้บริการสายเรือทั้ง 3 สายเรือมาหาผลลัพธ์ต่างๆ โดยในขั้นตอนนี้จะแบ่งเป็น 3 ตอนย่อย ดังนี้

ตอนที่ 1 นำผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบ ดังนั้น Competitive Position Matrix จะแสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือดังนี้

1. Competitive Position Matrix แสดงประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B โดยเปรียบเทียบ
2. Competitive Position Matrix แสดงประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C โดยเปรียบเทียบ

Competitive Position Matrix ประกอบด้วย 2 ด้าน ดังนี้

1. ระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ
2. ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือโดยเปรียบเทียบ ดังนี้

- 2.1) ประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B โดยเปรียบเทียบ
- 2.2) ประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C โดยเปรียบเทียบ

ภาพที่ 7 ประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B โดยเปรียบเทียบ

		Competitive disadvantage	Competitive parity	Competitive advantage			
Importance	High	Major weakness		Major strength		High	
	Medium					Medium	
	Low	Minor weakness		Minor strength		Low	
		Relative performance					

จาก Competitive Position Matrix สามารถชี้ให้เห็นตำแหน่งของประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) และสายเรือ B โดยแต่ละตำแหน่งที่แสดงอยู่บนตารางนั้น ได้มาจากการนำค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) หักลบกับประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ B ดังนั้นถ้าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) มีค่ามากกว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ B ตำแหน่งของประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบจะค่อนข้างไปทางขวา ซึ่งเป็นตำแหน่งของการได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) แต่ในทางกลับกันถ้าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) มีค่าต่ำกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B ตำแหน่งของประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบจะค่อนข้างไปทางซ้าย ซึ่งเป็นตำแหน่งของการเสียเปรียบทางด้านการแข่งขันของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A)

ภาพที่ 8 ประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C โดยเปรียบเทียบ

		Competitive disadvantage	Competitive parity	Competitive advantage			
Importance	High	Major weakness		Major strength		High	
	Medium					Medium	
	Low	Minor weakness		Minor strength		Low	
		Relative performance					

จากตาราง Competitive Position Matrix สามารถชี้ให้เห็นตำแหน่งของประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A) และสายเรือ C โดยแต่ละตำแหน่งที่แสดงอยู่บนตารางนั้น ได้มาจากการนำค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A) หักลบกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C ดังนั้นถ้าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A) มีค่ามากกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C ตำแหน่งของประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบจะค่อนข้างไปทางขวา ซึ่งเป็นตำแหน่งของการได้เปรียบทางการแข่งขันของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A) แต่ในทางกลับกันถ้าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A) มีค่าต่ำกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C ตำแหน่งของประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบจะค่อนข้างไปทางซ้าย ซึ่งเป็นตำแหน่งของการเสียเปรียบทางการแข่งขันของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A)

ทั้งนี้ทั้งนั้น Competitive Position Matrix เป็นตารางที่ทำการเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ ดังนั้นตำแหน่งที่แสดงอยู่ Competitive Position Matrix นั้นจะไม่ใช่ตำแหน่งของประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A จึงจำเป็นต้องใช้ Performance Evaluation Matrix ในการตัดสินใจร่วมในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะ Performance Evaluation Matrix เป็นตารางที่แสดงถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย และระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรมศึกษา (สายเรือ A)

ตอนที่ 2 ศึกษาตำแหน่งที่แท้จริงของประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A โดย Performance Evaluation Matrix

เนื่องจากการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) นั้น จำเป็นต้องทราบตำแหน่งที่แท้จริงของประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A ซึ่ง Performance Evaluation Matrix เป็นตารางที่แสดงถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย และระดับประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A)

Performance Evaluation Matrix จะประกอบด้วยช่องทั้งหมด 9 ช่องดังนี้

ภาพที่ 9 แสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A

Importance	Definitely improve	Improve	Maintain/improve	High	
	Improve	Maintain	Reduce/maintain		Medium
	Maintain	Reduce/maintain	Reduce/maintain		
Performance Evaluation					

จาก Performance Evaluation Matrix จะแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A

หลังจากที่ทำการวิเคราะห์โดยใช้ Competitive Position Matrix และ Performance Evaluation Matrix แล้วนั้นทำให้ทราบถึงตำแหน่งประสิทธิภาพการให้บริการโดยเปรียบเทียบของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) และสายเรือในกลุ่มธุรกิจการขนส่งสินค้าทางทะเล (สายเรือ B และสายเรือ C) รวมถึงตำแหน่งประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา (สายเรือ A) ที่แท้จริงด้วย ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการที่ก่อให้เกิดโอกาสในการได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด โดยต้องทำการพิจารณาว่าสายเรือ A ควรจะปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจุบันใดบ้างที่จะสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตอนที่ 3 พิจารณาว่าสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรจะปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจุบันบ้างที่จะสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่าการศึกษาเรื่อง การปรับปรุงคุณภาพในการบริการขนส่งสินค้าทางทะเล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การในการนำไปปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการให้บริการที่มีคุณภาพ และเป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากบทที่ 3 ได้กล่าวถึงวิธีการดำเนินงานวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ โดยจะให้ผู้ให้บริการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยการให้บริการของสายเรือ
2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือแต่ละสายเรือ โดยจะให้ผู้ให้บริการประเมินประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือแต่ละสายเรือสามารถตอบสนองความต้องการ
3. ผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อจะแสดงถึงประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือ
4. นำผลลัพธ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ผลเพื่อให้ได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 นำผลลัพธ์ต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือ ทำการแสดงโดย Competitive Position Matrix

ตอนที่ 2 ศึกษาตำแหน่งที่แท้จริงของประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A โดย Performance Evaluation Matrix

ตอนที่ 3 พิจารณาว่าสายเรือ A ควรจะปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยใดบ้างที่จะตอบสนองตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ทั้งนี้ทั้งนั้นก่อนที่จะประมวลผลการวิจัยนั้น ต้องมีการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ เนื่องจากในการประเมินผล เครื่องมือที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลนั้น การประเมินจะต้องทำการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (Reliability) หรือเรียกว่า ความเที่ยงตรง เป็นเทคนิคที่ใช้วัดเครื่องมือว่าให้ผลสอดคล้องกัน หรือคล้ายกัน หรือเหมือนกันหรือไม่ โดยที่เมื่อนำเครื่องมือที่นำมาวัดหลายๆ ครั้ง ผลที่ได้จะต้องเหมือนกัน ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ และเป็นเครื่องมือที่มักใช้กับแบบทดสอบหรือแบบสอบถาม

จากการประมวลผลวิเคราะห์ความเชื่อถือของแบบสอบถาม ได้ผลดังนี้
แบบสอบถามวัดปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ
0.956

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ A ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ
0.974

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ B ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ
0.971

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ C ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ
0.984

จากผลจากการวัดความเชื่อถือได้ถือว่ามีค่าความเชื่อถือสูงมาก ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการ
สำรวจแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ รวมทั้งพิจารณาจากค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จาก
ข้อมูลซึ่งได้ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีระดับ
ความเชื่อถือได้

เนื่องจากคำถามมีคำตอบให้เลือก 7 ระดับ ดังนั้นหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้
นำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ย และนำมาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ในการแปลความหมาย
ของช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ช่วงของค่าเฉลี่ย	ผลที่ได้
7	6.5-7	ระดับสูงมากที่สุด
6	5.5-6.49	ระดับสูงมาก
5	4.5-5.49	ระดับสูง
4	3.5-4.49	ระดับกลาง
3	2.5-3.49	ระดับต่ำ
2	1.5-2.49	ระดับต่ำมาก
1	1-1.49	ไม่มีความสำคัญ

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า
ทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ
เทียบเคียงคือสายเรือ B และสายเรือ C ทั้งหมดเป็นจำนวน 100 ชุด ได้ผลกลับคืนมาทั้งหมด 85 ชุด

แบบสอบถามนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือทั้ง 3 สายเรือได้ให้ความสำคัญ สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ผลวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลในส่วนของระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ ซึ่งแบ่งเป็น 6 แผนก ดังนี้

- 1) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกการตลาด

ปัจจัย ที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือใน แผนกการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	1.171
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	1.009
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	.989
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	.871
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	.700
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	.708
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	.658
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	.822
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.80	1.067
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	.956

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ ของแผนกการตลาด อยู่ในระดับสูงมาก และระดับสูง ดังนี้

ความสำคัญระดับสูงมาก คือปัจจัยเกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ และปัจจัยเกี่ยวกับการจัดสรรระวางเรืออย่างพอเพียงกับความต้องการของลูกค้า นอกเหนือจากปัจจัยทั้งสองนี้ จะเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับสูงทั้งหมด

2) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเอกสาร ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเอกสาร

ปัจจัยที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเอกสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	.848
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	.892
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	1.249
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	5.19	.970

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ ของแผนกเอกสาร อยู่ในระดับสูงมาก คือปัจจัยความถูกต้องของเอกสาร และปัจจัยนอกจากนี้จะอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

3) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกปฏิบัติการ ดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกปฏิบัติการ

ปัจจัยที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกปฏิบัติการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.80	.799
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	.669
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	.560
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	.854
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	.860
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	.625
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.93	.686

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ ของแผนกปฏิบัติการอยู่ในระดับสูงในทุกๆ ปัจจัยการให้บริการ

4) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกตู้สินค้า ดังนี้

ตารางที่ 10 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกตู้สินค้า

ปัจจัยที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกตู้สินค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	.714
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.93	.651
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	1.038
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	1.053
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	.906
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีธยาสัยไมตรี	4.85	.716

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญในปัจจัยการให้บริการต่างๆ ของแผนกตู้สินค้าอยู่ในระดับสูงในทุกๆ ปัจจัยการให้บริการ

5) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเรือกรื่องความเสียหาย ดังนี้

ตารางที่ 11 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเรือกรื่องความเสียหาย

ปัจจัยที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในแผนกเรือกรื่องความเสียหาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรือกรื่องความเสียหาย	5.32	1.177
2	พนักงานแผนกเรือกรื่องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	.707
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	.693
4	พนักงานแผนกเรือกรื่องความเสียหายมีธยาสัยไมตรี	4.79	.537

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญในระดับสูง ในทุกๆ ปัจจัย การให้บริการของแผนกเรือความเสียหาย

6) ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในด้านอื่นๆ ดังนี้

ตารางที่ 12 ตารางแสดงระดับความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในด้านอื่นๆ

ปัจจัยที่	ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการสายเรือในด้านอื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	.895
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Tracking ability)	5.08	.640
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	1.182
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	5.04	.808
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	.664

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสายเรือได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูง ในทุกๆ ปัจจัยของการให้บริการสายเรือในด้านอื่นๆ

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยความสำคัญต่างๆ ที่ผู้ให้บริการของทั้ง 3 สายเรือ นั้น ได้ให้คะแนนความสำคัญสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ อยู่ในระดับสูงมาก และระดับสูง

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือแต่ละสายเรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลเส้นทางไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ให้บริการของสายเรือทั้ง 3 สายเรือ โดยให้ผู้ให้บริการให้คะแนนของประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือเทียบเคียงคือสายเรือ B และสายเรือ C ทั้งหมดเป็นจำนวน 100 ชุด ได้ผลกลับคืนมาทั้งหมด 85 ชุด ได้ผลดังนี้

1. ประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา)

1) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือA ดังนี้

ตารางที่ 13 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือA

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.29	.687
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.15	.794
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.89	.802
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.07	.949
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.94	.761
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.65	.812
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.32	.711
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.09	.983
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.44	.865
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.19	.838

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับสูงมาก คือ ปัจจัยเกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ความสะดวกในการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับกลาง คือความสะดวกในการได้รับบริการของแผนกการตลาด

2) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A ดังนี้

ตารางที่ 14 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.06	.891
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.45	.794
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.15	.970
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์	4.93	.936

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับที่สูงทั้งหมด

3) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A ดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.96	.981
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.85	.748
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.73	.808
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.36	.784
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.18	.915
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.07	1.089
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.64	.857

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

4) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A ดังนี้

ตารางที่ 16 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.95	1.011
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.89	.831
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.85	1.018
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.15	.838
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.84	.843
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.78	.762

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

5) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A ดังนี้

ตารางที่ 17 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย	4.55	.794
2	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.86	.657
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.54	.880
4	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.59	.776

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

6) ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A ดังนี้

ตารางที่ 18 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A

ปัจจัย ที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.22	.643
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Tracking ability)	5.20	.669
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.52	.648
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	4.80	.737
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.93	.897

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

จากข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A นั้นอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง

2. ประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B

1) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 19 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B

ปัจจัย ที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.20	.573
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.99	.893
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.94	.850
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4.94	.730

ปัจจัย ที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.71	.769
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.59	.761
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4.94	.850
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.04	.957
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.28	.766
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4.78	.807

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B นั้น มีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับที่สูงมาก ระดับที่สูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับสูงมาก คือ ปัจจัยเกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ความสะดวกในการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับกลาง คือความสะดวกในการได้รับบริการของแผนกการตลาด

2) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 20 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B

ปัจจัย ที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.07	.813
2	เอกสารมีความถูกต้อง	4.94	.730
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	4.87	.753
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4.60	.727

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B นั้นมี
ประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

3) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 21 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.75	.925
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.71	.753
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.74	.804
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4.95	.898
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4.85	.932
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	4.78	.836
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.59	.835

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B
นั้น มีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

4) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 22 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.65	.797
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบรรจุตู้เปล่า	4.67	.822
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.88	.822
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.00	.913
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.58	.807
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้านมีอัธยาศัยไมตรี	4.69	.724

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการการขนส่งสินค้าในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ B นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับที่สูงทั้งหมด

5) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรือความเสียหายของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 23 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรือความเสียหายของสายเรือ B

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรือความเสียหายของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรือความเสียหาย	4.45	.824
2	พนักงานแผนกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.74	.819
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.58	.931
4	พนักงานแผนกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.53	.853

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรือความเสียหายของสายเรือ B นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานแผนกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง และพนักงานแผนกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

ประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับกลาง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรือความเสียหาย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6) ประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B ดังนี้

ตารางที่ 24 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆของสายเรือ B

ปัจจัย ที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.02	.723
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.07	.720
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.48	.590
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	4.69	.740
5	ความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.96	.957

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล และความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับกลาง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์

จากข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ B นั้นอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง

3. ประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C

1) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 25 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการ แก้ปัญหา	4.69	.724
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.02	.976
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.55	.764
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4.73	.905
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.78	.762
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.51	.868
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4.92	.862
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	4.80	1.142
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.41	.835
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4.79	.874

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C นั้น มีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับสูงมาก คือ ปัจจัยเกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ

ประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ความสะดวกในการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

ประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับกลาง คือ ความสะดวกในการได้รับบริการของแผนกการตลาด

2) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 26 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	4.79	.757
2	เอกสารมีความถูกต้อง	4.86	.726
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	4.89	.887
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4.66	.946

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

3) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 27 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C

ปัจจัย	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการกินคู่หนัก	4.87	1.021
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.62	.654
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.64	.652
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4.66	.920
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4.76	.934
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	4.68	.759
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.71	.936

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงทั้งหมด

4) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 28 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ C

ปัจจัย	ประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.40	.759
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.61	.818
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.82	.941
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	4.84	.998
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.54	.810
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.73	.864

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ C นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยเกี่ยวกับความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า ความเพียงพอของตู้เปล่า ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ และพนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับกลาง คือ มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5) ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 29 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย	4.47	.749
2	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.49	.718
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.54	.839
4	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.39	.742

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C นั้นมีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้องระหว่างผู้ให้บริการและสายเรือ

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับกลาง ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี

6) ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C ดังนี้

ตารางที่ 30 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆของสายเรือ C

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.86	.789
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	4.92	.820
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.44	.566
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์	4.59	.821

ปัจจัยที่	ประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.88	.892

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C นั้นมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และระดับกลาง ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล และมีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ

ประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับกลาง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์

จากข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C นั้นอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง

ขั้นตอนที่ 3 นำผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อจะแสดงถึงประสิทธิภาพการให้บริการของแต่ละสายเรือโดยเปรียบเทียบกับปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

1 สายเรือ A

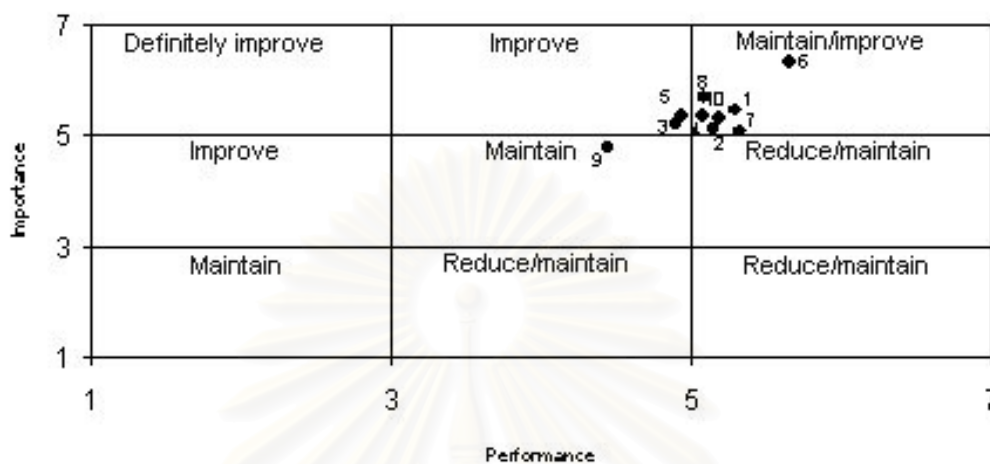
1) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 31 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	5.29
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	4.89
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	5.07
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	4.94
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	5.65
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	5.32
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	5.09
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.8	4.44
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	5.19

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ A ได้ดังนี้

ภาพที่ 10 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และคุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9 และ 10 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ ความถูกต้องของการจองระวางเรือ ความสะดวกในการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง มีความสะดวกในการได้รับบริการ และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

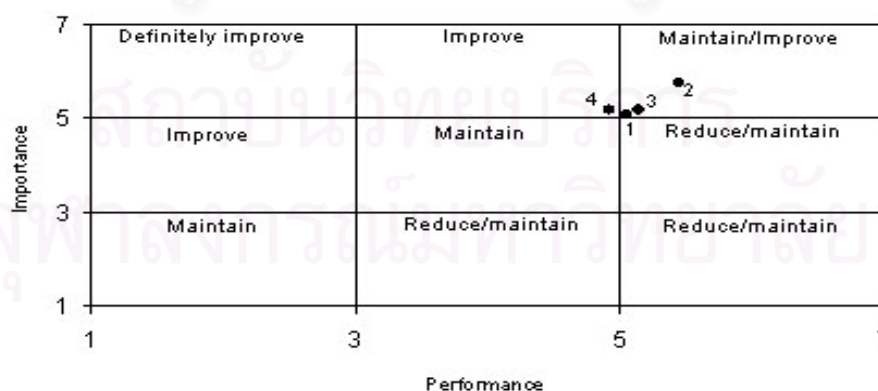
2) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 32 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.06
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	5.45
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	5.19	4.93

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ A ได้ดังนี้

ภาพที่ 11 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานเอกสารมีอชยาศัยไมตรีในการให้บริการ

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกันกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2 และ 3 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการรับเอกสาร เอกสารมีความถูกต้อง และความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ

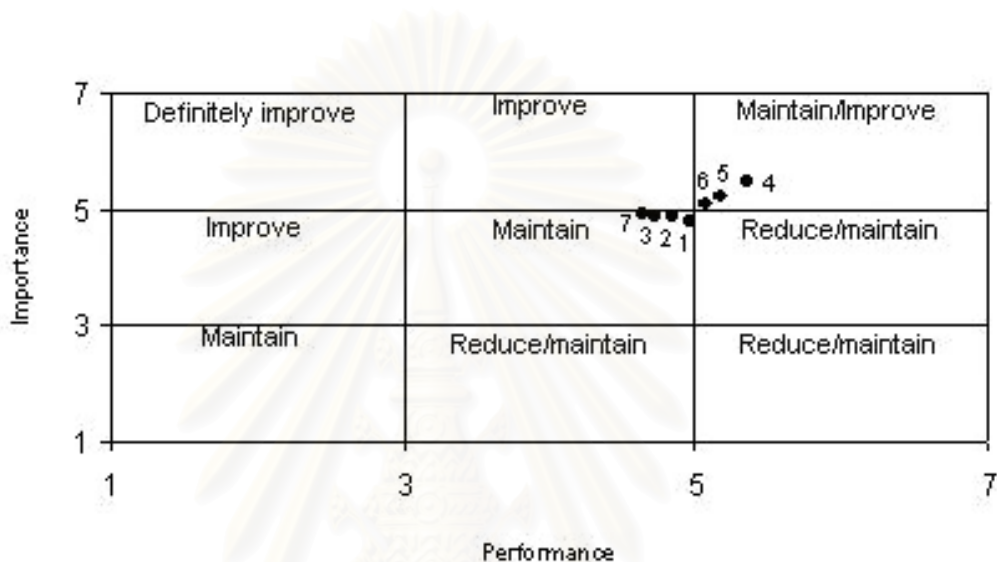
3) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 33 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.8	4.96
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	4.85
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	5.36
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	5.18
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอชยาศัยไมตรี	4.93	4.64

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A ได้ดังนี้

ภาพที่ 12 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยต่างๆ ปัจจัยของการบริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A

4) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 34 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.95
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.93	4.89
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	4.85
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	5.15
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.85	4.78

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกตู้สินค้าของสายเรือ A ได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 13 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้าของสายเรือ

A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 5 ความเพียงพอของผู้เปล่า และสายเรือมีความสามารถในการเตรียมผู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, 4, และปัจจัยที่ 6 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนผู้เปล่า ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบริการผู้เปล่า ผู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ และพนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ

5) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 35 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย	5.32	4.55
2	พนักงานมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54
4	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.79	4.59

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A ได้ดังนี้

ภาพที่ 14 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 2 ได้แก่ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 4 ได้แก่ปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกันระหว่างสายเรือและผู้ให้บริการ และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ

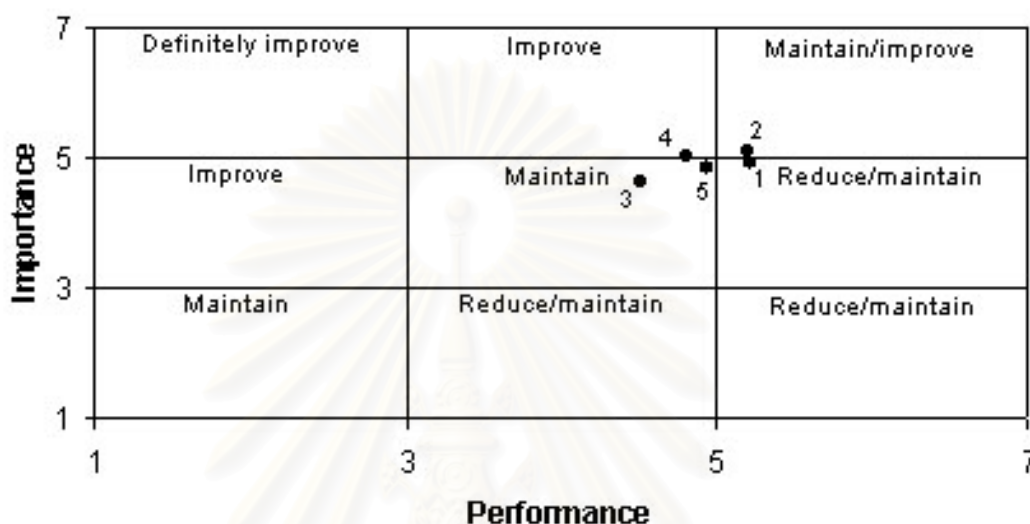
6) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 36 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.22
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	4.52
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	5.04	4.8
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	4.93

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการในด้าน อื่นๆ ของสายเรือ A ได้ดังนี้

ภาพที่ 15 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, 3 และ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการสื่อสารในการเก็บข้อมูลจากสายเรือ ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ ความ

สะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ และมีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลที่เหมาะสม
สำหรับสำนักงานในการติดต่อ

2 สายเรือ B

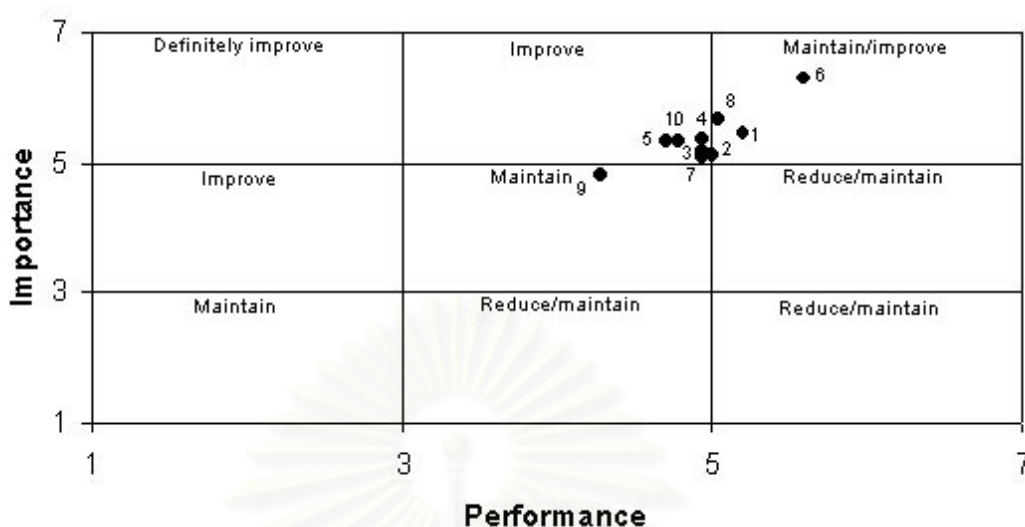
1) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับ
ระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 37 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B
โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ B	ระดับ ความสำคัญ	ประสิทธิภาพ การบริการ
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการ แก้ปัญหา	5.46	5.20
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	5.13	4.99
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	4.94
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	4.94
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	4.71
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	5.59
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	4.94
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	5.04
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.8	4.28
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	4.78

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง
ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการใน
แผนกการตลาดของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 16 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 2, 3, 4, 5, 7 และ 10 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ความสะดวกในการจองระวางเรือ และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 6, 8 และ 9 คือระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา ความถูกต้องของการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียงต่อความต้องการของลูกค้า และมีความสะดวกในการได้รับบริการ

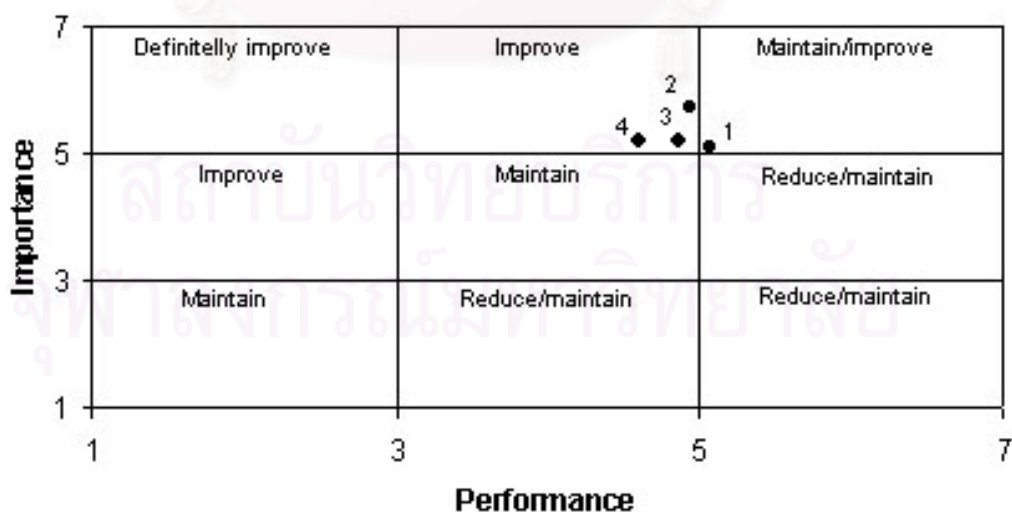
2) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 38 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.07
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	4.94
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	4.87
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	5.19	4.6

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 17 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 2, 3 และ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับเอกสารมีความถูกต้อง ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ และพนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการรับเอกสาร

3) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 39 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.8	4.75
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	4.71
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.74
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	4.95
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	4.85
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	4.78
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.93	4.59

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการใน แผนกปฏิบัติการของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 18 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้า ได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ปัจจัยที่ 4, 5 และ 6 คือปัจจัยที่ เกี่ยวกับระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา ความสามารถในการหาเรือทดแทน และความถี่ของ เที่ยวเรือ

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับ ใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2 และ 7 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก ความสะดวกในการรับบริการด้าน สถานที่ ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ และพนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษย สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

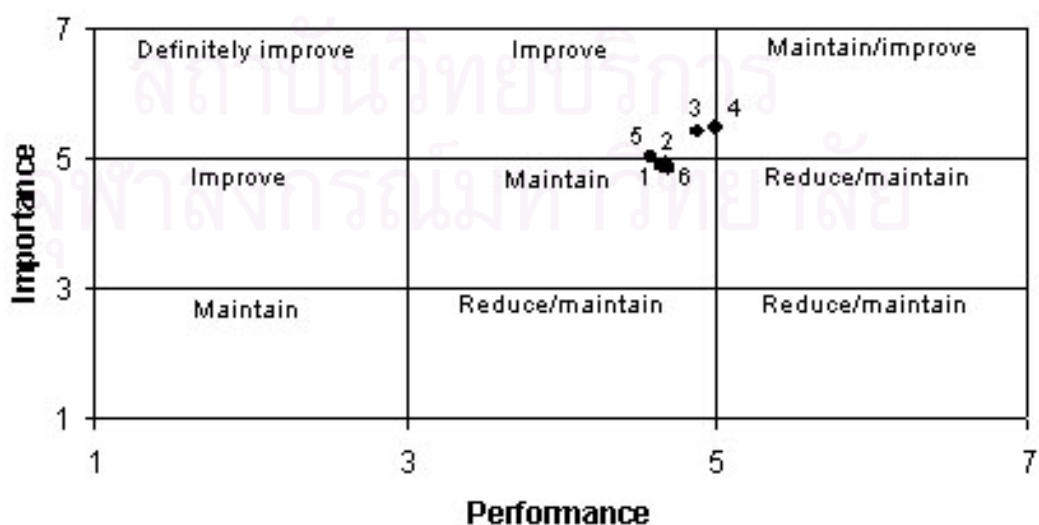
4) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 40 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.65
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบริการคืนตู้เปล่า	4.93	4.67
3	ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	4.88
4	ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	5.00
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.58
6	พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.85	4.69

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 19 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกตู้สินค้าของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 3, 4 และ 5 คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเพียงพอของตู้เปล่า ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ และสายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2 และ 6 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับมีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า และพนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

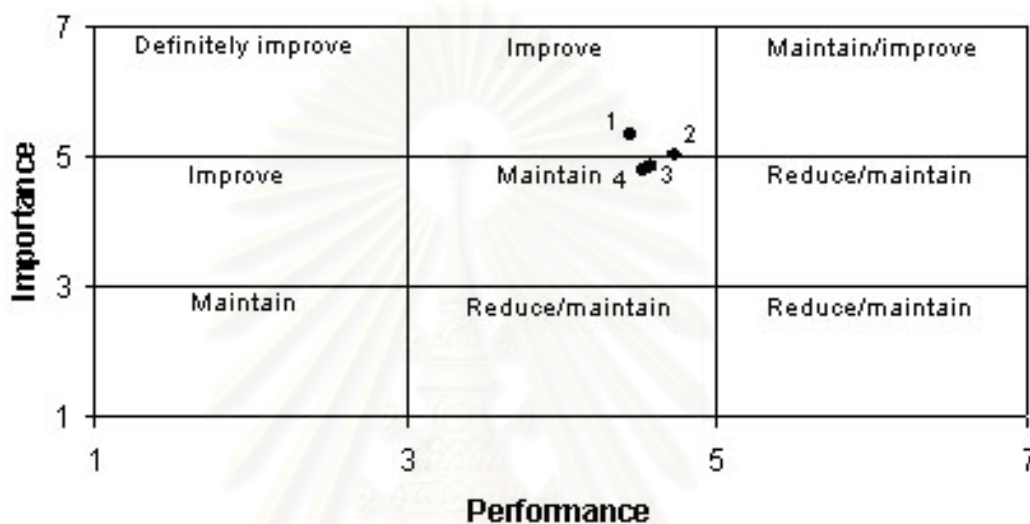
5) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกเรือความเสียหายของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 41 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกเรือความเสียหายของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเรียกเรือความเสียหายของสายเรือ B	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	5.32	4.45
2	พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.74
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.58
4	พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.79	4.53

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกข้อความเสียหายของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 20 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 และ ปัจจัยที่ 2 คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหาย และพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง และพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

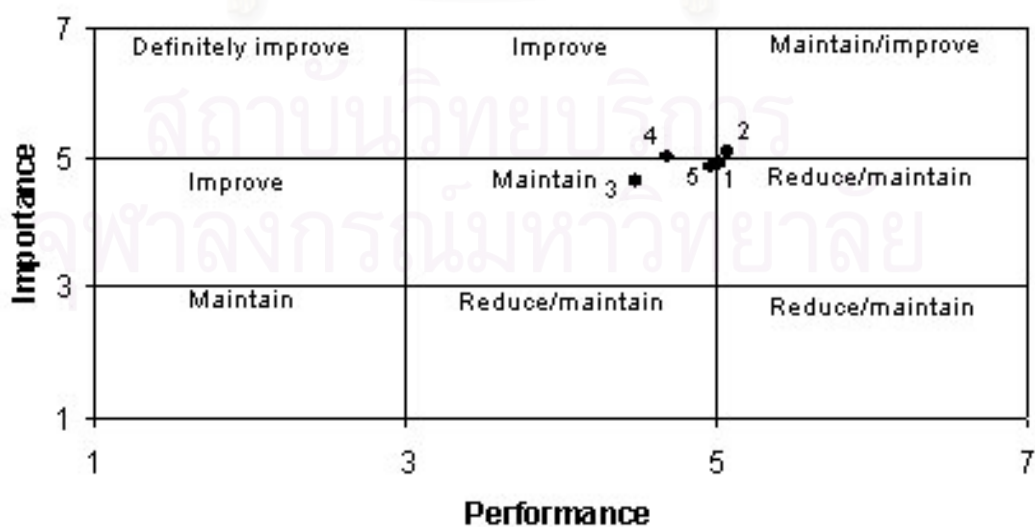
6) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 42 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.02
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.07
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	4.48
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	5.04	4.69
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	4.96

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 21 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ B



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ B มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, และ 3 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาความชัดเจนและสอดคล้อง และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

3 สายเรือ C

1) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

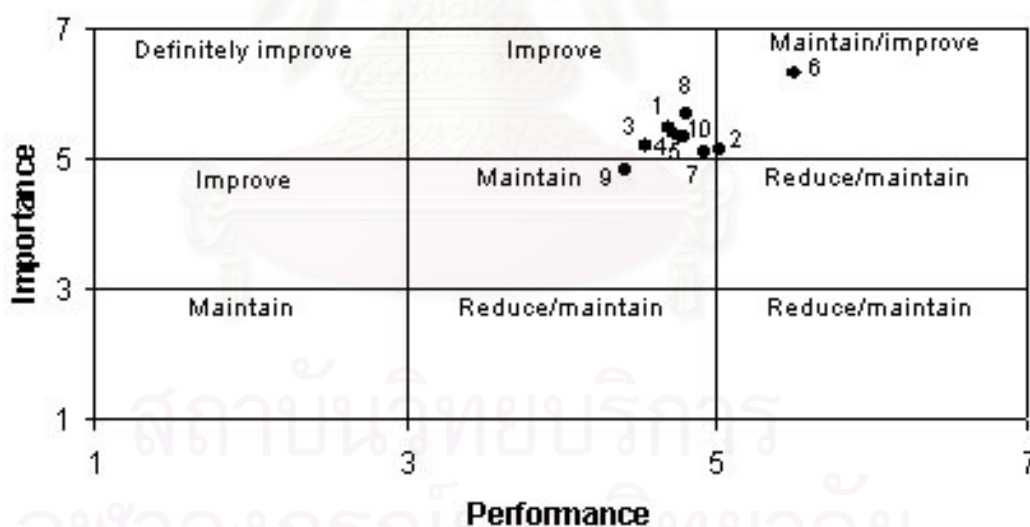
ตารางที่ 43 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	4.69
2	พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.02
3	ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	4.55
4	คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	4.73

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C	ระดับ ความสำคัญ	ประสิทธิภาพ การบริการ
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	4.78
6	ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	5.51
7	ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	4.92
8	มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	4.8
9	มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.8	4.41
10	พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	4.79

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกการตลาดของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 22 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 และ 10 คือ

ปัจจัยที่เกี่ยวกับระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา พนักงานแผนกการตลาดมีอัตรายักษ์ไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ความสะดวกในการจองระวางเรือ มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง และพนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ถูกค่าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain และ Maintain/Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 6 และ ปัจจัยที่ 9 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ และความสะดวกในการได้รับบริการ

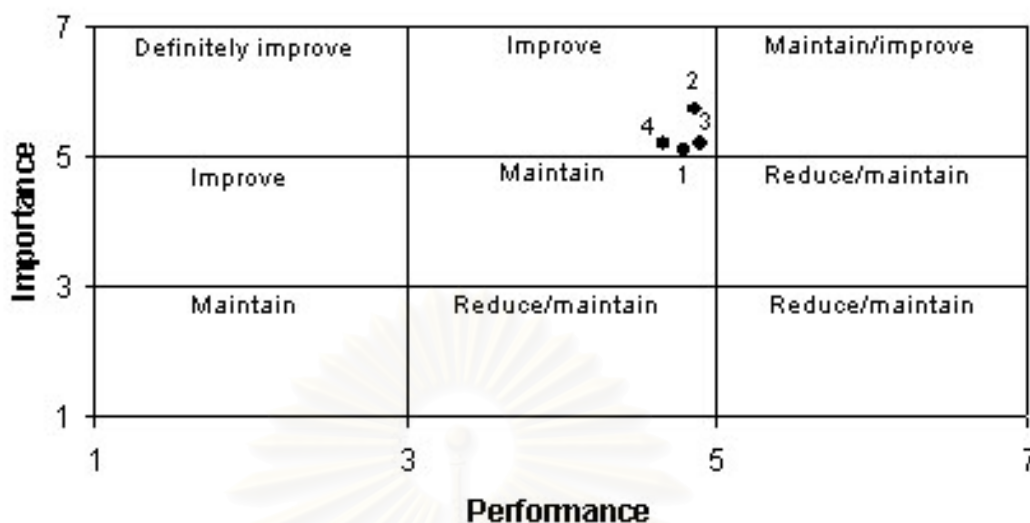
2) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 44 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	4.79
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	4.86
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	4.89
4	พนักงานเอกสารมีอัตรายักษ์	5.19	4.66

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเอกสารของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 23 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ถูกค่าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการรับเอกสาร เอกสารมีความถูกต้อง ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ และพนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

3) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 45 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการคืนตั๋ว	4.8	4.87
2	มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	4.62

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C	ระดับ ความสำคัญ	ประสิทธิภาพ การบริการ
3	ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.64
4	ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	4.66
5	ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	4.76
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	4.68
7	พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.93	4.71

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 24 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 4, 5 และ 6 คือปัจจัยที่

เกี่ยวกับระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา ความสามารถในการหาเรือทดแทน และความถี่ของเที่ยวเรือ

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกันกับระดับที่ถูกค่าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2, 3 และ 7 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการขึ้นผู้หนัก มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่ ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ และพนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

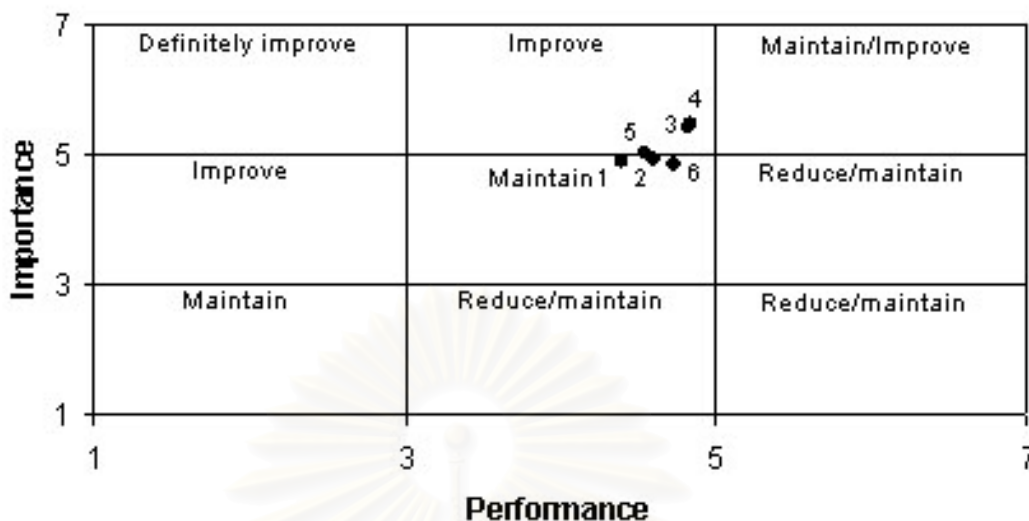
4) ระดับประสิทธิภาพให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 46 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการขึ้นผู้เปล่า	4.88	4.4
2	ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับผู้เปล่า	4.93	4.61
3	ความเพียงพอของผู้เปล่า	5.41	4.82
4	ผู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	4.84
5	สายเรือมีความสามารถในการเตรียมผู้ตามจำนวนที่ถูกค่าต้องการ	5.04	4.54
6	พนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.85	4.73

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 25 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้าของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 3, 4 และ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเพียงพอของผู้เปล่า ผู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ และสายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 2 และ 6 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนผู้เปล่า ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับผู้เปล่าและ พนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

5) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 47 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการในแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย	5.32	4.47
2	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.49
3	การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54
4	พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.79	4.39

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 26 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกร้องความเสียหายของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ถูกค่าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 2 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว

ปัจจัยที่คงไว้หรือจะทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพการตอบสนองได้ในระดับใกล้เคียงกับระดับที่ถูกค่าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกันระหว่างสายเรือ และผู้ให้บริการ และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

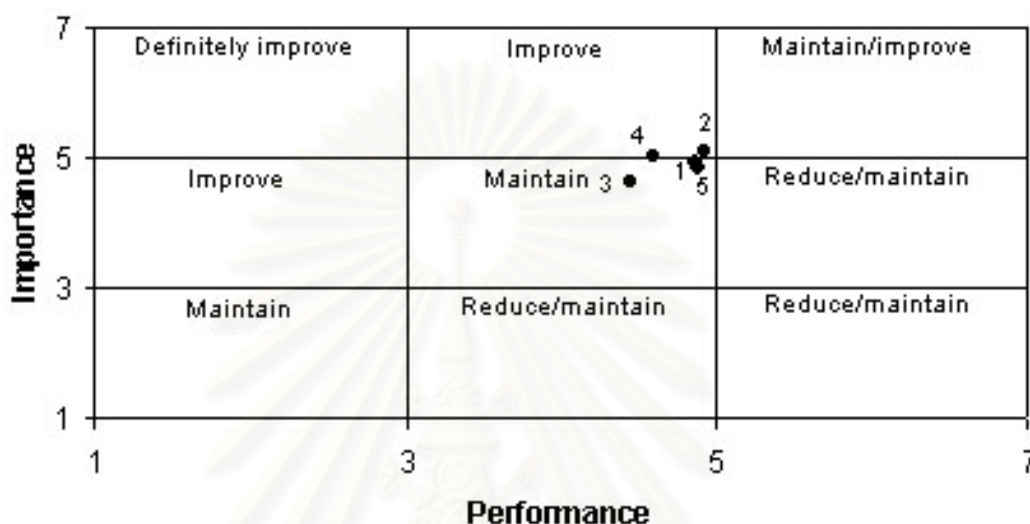
6) ระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 48 ตารางแสดงระดับประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการการขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C	ระดับความสำคัญ	ประสิทธิภาพการบริการ
1	ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	4.86
2	ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	4.92
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	4.44
4	ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	5.04	4.59
5	มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	4.88

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 27 ภาพแสดงประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ C



จาก Performance Evaluation Matrix ได้ผลดังนี้

ปัจจัยที่ต้องทำการปรับปรุง

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ต่ำกว่าระดับที่ ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Improve ได้แก่ ปัจจัยที่ 2 และปัจจัยที่ 4 คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล และความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์โทรสารอีเมล

ปัจจัยที่คงไว้

เนื่องจากการให้บริการของสายเรือ C มีประสิทธิภาพในการตอบสนองได้ในระดับ ใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าได้ให้ความสำคัญ คือตำแหน่งที่แสดงอยู่ในช่อง Maintain ได้แก่ ปัจจัยที่ 1, 3 และปัจจัยที่ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ และมีความสะดวกในด้านสถานที่ที่เหมาะสม สำหรับสำนักงานในการติดต่อ

ขั้นตอนที่ 4 นำผลลัพธ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ผลเพื่อให้ได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขัน

เนื่องจากประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) สายเรือ B และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) ต่างมีประสิทธิภาพการให้บริการในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นการได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขันต้องทำการศึกษาในขั้นตอนต่อไปดังนี้

- นำผลลัพธ์ต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ โดยทำการแสดงโดย Competitive Position Matrix
- ทำการศึกษาดำเนินที่แท้จริงของประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A โดย Performance Evaluation Matrix
- ทำการพิจารณาว่าสายเรือ A ควรปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจุบัน ใดบ้างที่จะตอบสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขั้นตอนการเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ โดยทำการแสดงโดย Competitive Position Matrix นั้น จะทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) กับสายเรือคู่แข่งคือ สายเรือ B และสายเรือ C

โดย Competitive Position Matrix ได้มาจากการนำค่าจากการนำประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ A (กรณีศึกษา) และสายเรือคู่แข่งมาหักลบกัน แล้วจะได้ค่า Relative Performance ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A และประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง ผลที่ได้ออกมาเป็นดังนี้

Relative Performance เป็นค่าบวก จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ดีกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

Relative Performance เป็นค่าลบ จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ต่ำกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

1. เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B โดยจะทำการเปรียบเทียบในแต่ละแผนกในการให้บริการ

โดยจะนำค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A ในแต่ละแผนก หักลบด้วยค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ B ในแต่ละแผนก ได้ผลดังนี้

1) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาดโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

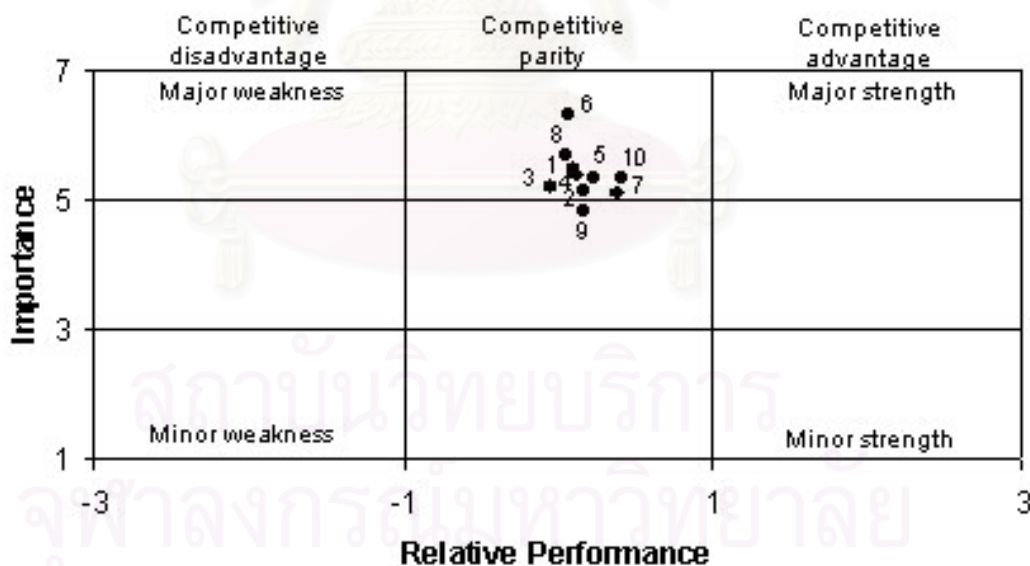
ตารางที่ 49 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาดโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ปัจจัย	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	ระดับความสามารถ ของพนักงานแผนก การตลาดในการ แก้ปัญหา	5.46	5.29	5.20	0.09
2	พนักงานแผนก การตลาดมีอัตรายักย ไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	4.99	0.16
3	ความรวดเร็วในการ ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	5.21	4.89	4.94	-0.05
4	คุณภาพของพนักงาน การตลาดในการให้ คำแนะนำ	5.36	5.07	4.94	0.13
5	คุณภาพของข้อมูล ต่างๆที่ได้รับจาก พนักงานการตลาด	5.34	4.94	4.71	0.23
6	ความถูกต้องของการ จองระวางเรือ	6.31	5.65	5.59	0.06
7	ความสะดวกในการ จองระวางเรือ	5.08	5.32	4.94	0.38
8	มีการจัดสรรระวางเรือ พอเพียง	5.67	5.09	5.04	0.05

ปัจจัย	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
9	มีความสะดวกในการ ได้รับบริการ	4.8	4.44	4.28	0.16
10	พนักงานการตลาดมี ความเข้าใจและ ตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	5.19	4.78	0.41

ข้อมูลจากตาราง สามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดโดย เปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 28 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาด
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มี ประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความรวดเร็วในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า (จุดที่ 3)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุง ประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกการตลาดในปัจจัยที่ 1,2,3,4,5,6,7,8 และ 10 ให้ไปอยู่ใน

พื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอ ต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 29 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 3 และ 5 คือปัจจัยความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และคุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้บริกรคาดหวังไว้

ปัจจัยที่ 6 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากๆ ถึงแม้ว่าสายเรือ A จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างที่ลูกค้าคาดหวังไว้ เพราะปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ผู้บริกรให้ความสำคัญในระดับสูงมาก

ส่วนในปัจจัยต่างๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ 3 ปัจจัยที่ 5 และปัจจัยที่ 6 นั้นเป็นปัจจัยที่อยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับผู้บริกรคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ตารางที่ 50 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

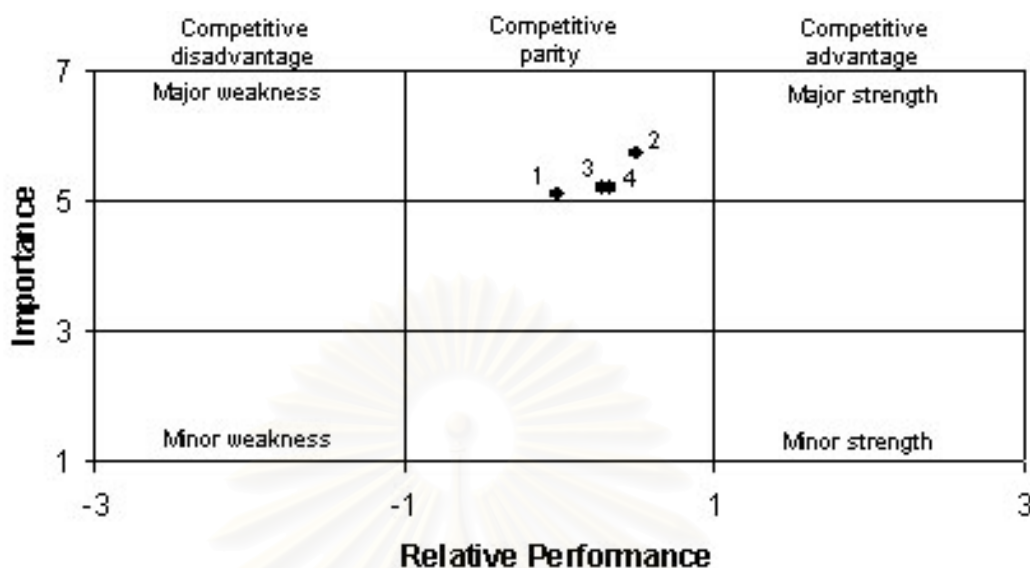
ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก เอกสารของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.06	5.07	-0.01
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	5.45	4.94	0.51
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.87	0.28
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	5.19	4.93	4.6	0.33

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 30 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสาร

โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

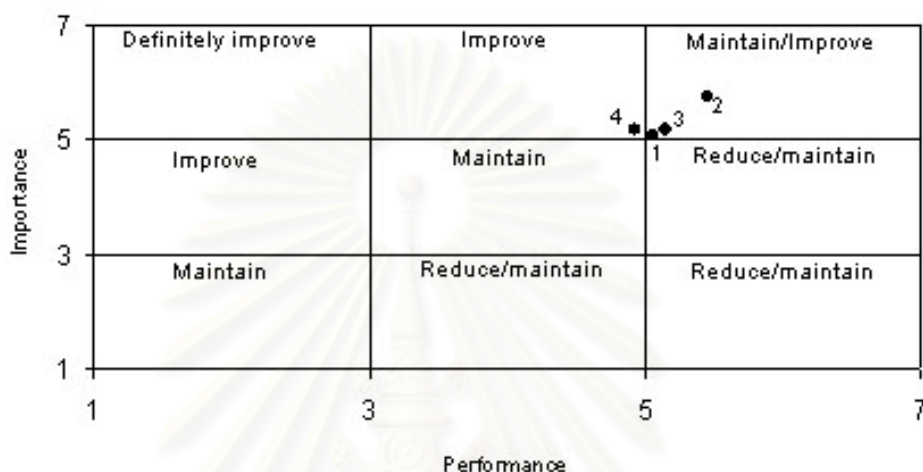


จาก Competitive Position Matrix จะพบว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการรับเอกสาร (จุดที่ 1)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเอกสารทุกๆ ปัจจัย ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 31 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานเอกสารมีอัตราชัยโมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการให้อยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่ 1 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการรับเอกสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B นั้น ไม่จำเป็นต้องทำการปรับปรุง เพราะเป็นปัจจัยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของลูกค้าอยู่แล้ว

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

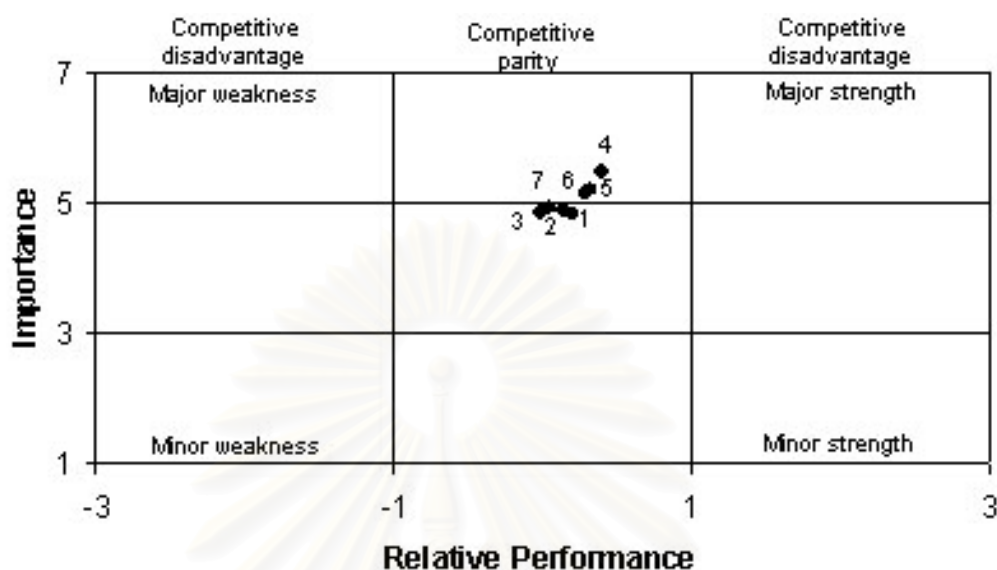
3) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ตารางที่ 51 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก ปฏิบัติการของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	ความสะดวกในการกินคู่ หนัก	4.8	4.96	4.75	0.21
2	มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.71	0.14
3	ความสามารถของ อุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73	4.74	-0.01
4	ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรงเวลา	5.49	5.36	4.95	0.41
5	ความสามารถในการหา เรือทดแทน	5.21	5.18	4.85	0.33
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.78	0.29
7	พนักงานแผนก ปฏิบัติการมีอัตรา ไม่ตรี	4.93	4.64	4.59	0.05

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

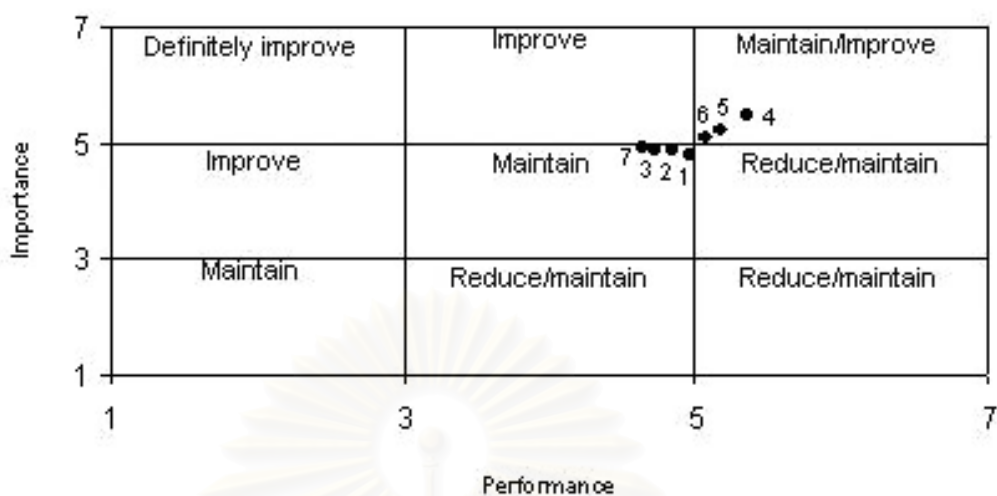
ภาพที่ 32 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B



จาก Competitive Position Matrix จะพบว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์การบรรจุสินค้า อุปกรณ์การยกตู้ (จุดที่ 3)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกปฏิบัติการในปัจจัยที่ 4,5,6 และ 7 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 33 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

ไม่มีปัจจัยใดเลยที่ควรปรับปรุง รวมทั้งปัจจัยที่ 3 ซึ่งเป็นปัจจัยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B เพราะปัจจัยต่างๆ อยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

4) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้า โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

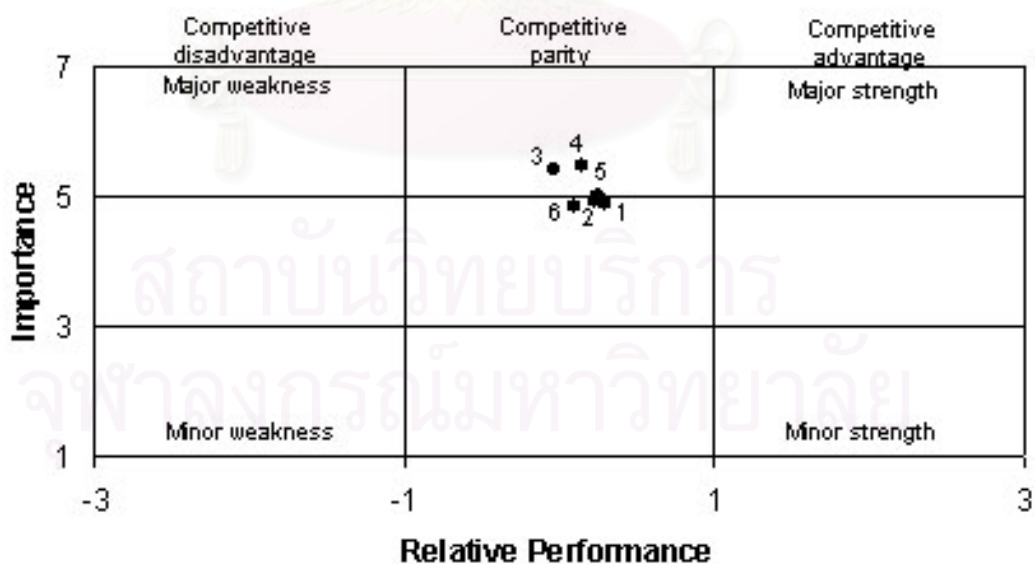
ตารางที่ 52 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้า โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนกผู้ สินค้าของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.95	4.65	0.3
2	ความสามารถของ อุปกรณ์ในการติดต่อบริการ เปล่า	4.93	4.89	4.67	0.22
3	ความเพียงพอของผู้เปล่า	5.41	4.85	4.88	-0.03

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนกผู้ สินค้าของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
4	ผู้เปล่ามีสภาพพร้อม บรรจุ	5.46	5.15	5	0.15
5	สายเรือมีความสามารถ ในการเตรียมผู้ตาม จำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.58	0.26
6	พนักงานงานแผนกผู้ สินค้ามีอริยาศัยไมตรี	4.85	4.78	4.69	0.09

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง
ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้าโดย
เปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 34 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้า
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B



จาก Competitive Position Matrix จะพบว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเพียงพอของผู้เปล่า (จุดที่ 3)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกผู้สินค้าในปัจจัยที่ 3,4 และ 5 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเพียงพอของผู้เปล่า และพนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอรรถาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

5) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

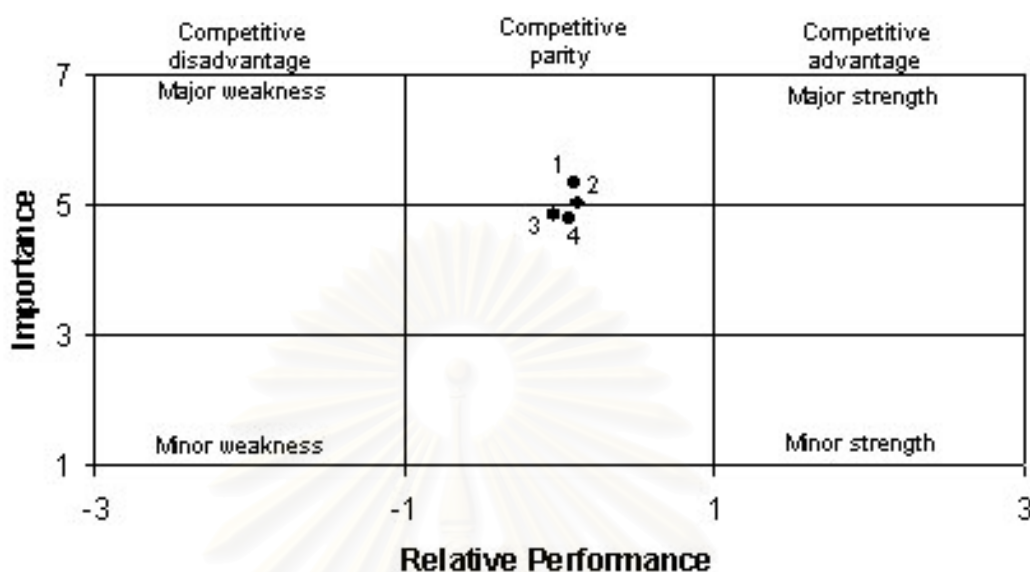
ตารางที่ 53 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก เรียกข้อความเสียหาย ของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	ความสามารถของ พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหาย	5.32	4.55	4.45	0.1
2	พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.74	0.12
3	การแก้ปัญหาที่มีความ ชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.58	-0.04
4	พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหายมีอัธยาศัย ไมตรี	4.79	4.59	4.53	0.06

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

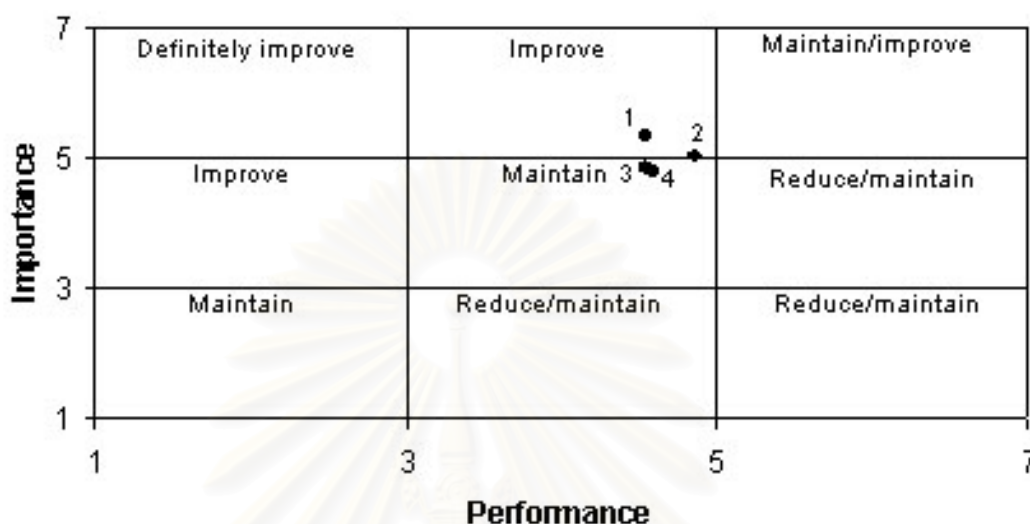
ภาพที่ 36 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกร่องความเสียหาย โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B



จาก Competitive Position Matrix จะพบว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาความชัดเจนและสอดคล้องกันระหว่างผู้ใช้บริการและสายเรือ (จุดที่ 3)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในแผนกเรียกร่องความเสียหาย ในปัจจัยที่ 1 และ 2 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 37 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกร้องความเสียหาย
ของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

ปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 2 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย และพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่ 3 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกันระหว่างผู้ใช้บริการและสายเรือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B นั้นไม่จำเป็นต้องปรับปรุงเพราะสายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

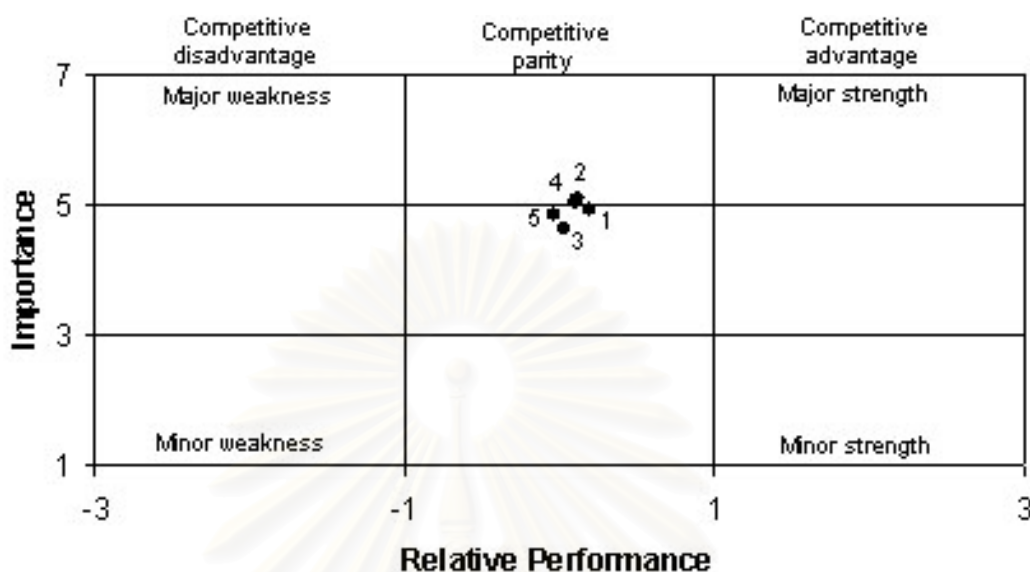
6) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ตารางที่ 54 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ การขนส่งสินค้าใน ด้านอื่นๆ ของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
1	ความสะดวกในการ สื่อสารในการเช็ค ข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.22	5.02	0.2
2	ความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	5.07	0.13
3	ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทาง ระบบออนไลน์	4.65	4.52	4.48	0.04
4	ความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารอีเมล	5.04	4.8	4.69	0.11
5	มีความสะดวกในด้าน สถานที่ทำเล เหมาะสมสำหรับ สำนักงานในการ ติดต่อ	4.85	4.93	4.96	-0.03

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง
ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการของการให้บริการในด้านอื่นๆ โดย
เปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B ได้ดังนี้

ภาพที่ 38 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B



จาก Competitive Position Matrix จะพบว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B คือปัจจัยที่เกี่ยวกับมีความสะดวกในด้านสถานที่ท่าเลที่เหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ (จุดที่ 5)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของการให้บริการในด้านอื่น ๆ ในปัจจัยที่ 2 และ 4 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ B และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกันกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 39 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ ของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ปัจจัยที่ 1 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเช็กข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ ควรลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพลง เนื่องจากว่าเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับไม่สูงมากนัก และสายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับที่คืออยู่แล้ว หรือสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ทำการดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญ

ข้อควรระวังในการลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพ คือเมื่อลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพแล้วนั้นต้องไม่ก่อให้เกิดความอ่อนแอทางการแข่งขัน

ส่วนปัจจัยที่ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับการติดต่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง) นั้น พบว่าไม่จำเป็นต้องปรับปรุง เนื่องจากสายเรือ A มีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับระดับที่ลูกค้าคาดหวังไว้แล้ว

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่คืออยู่แล้วใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

2 เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C โดยจะทำการเปรียบเทียบในแต่ละแผนกในการให้บริการ

โดยจะนำค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A ในแต่ละแผนก หักลบด้วยค่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ C ในแต่ละแผนก ได้ผลดังนี้

1) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาดโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

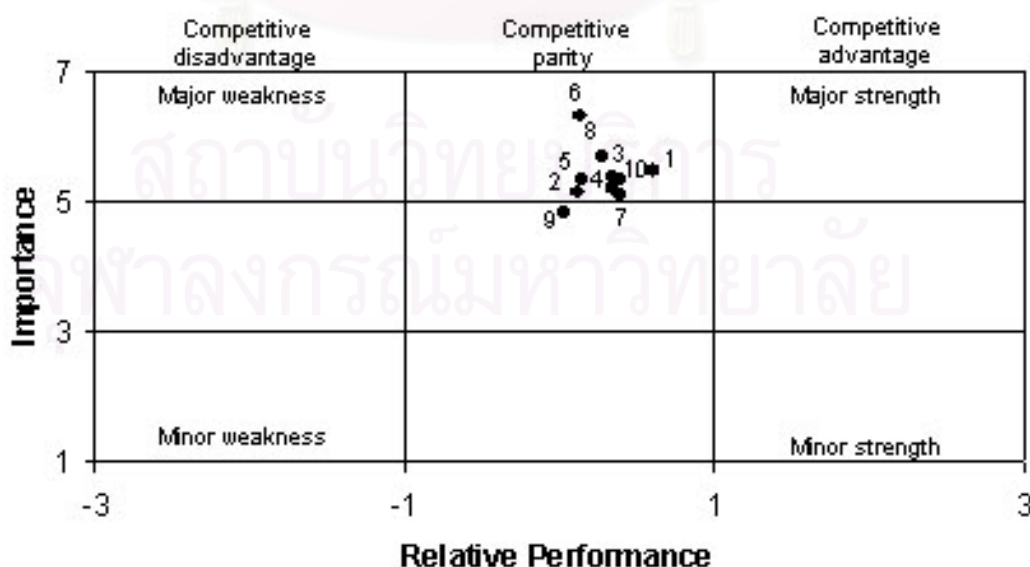
ตารางที่ 55 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกการตลาด โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	ระดับความสามารถของ พนักงานแผนกการตลาด ในการแก้ปัญหา	5.46	5.29	4.69	0.6
2	พนักงานแผนกการตลาด มีทัศนคติไม่ตรีและ มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	5.02	0.13
3	ความรวดเร็วในการ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	5.21	4.89	4.55	0.34
4	คุณภาพของพนักงาน การตลาดในการให้ คำแนะนำ	5.36	5.07	4.73	0.34
5	คุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงาน การตลาด	5.34	4.94	4.78	0.16
6	ความถูกต้องของการจอง ระวางเรือ	6.31	5.65	5.51	0.14

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
7	ความสะดวกในการจอง ระวางเรือ	5.08	5.32	4.92	0.4
8	มีการจัดสรรระวางเรือ พอเพียง	5.67	5.09	4.8	0.29
9	มีความสะดวกในการ ได้รับบริการ	4.8	4.44	4.41	0.03
10	พนักงานการตลาดมี ความเข้าใจและ ตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	5.19	4.79	0.4

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาดโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

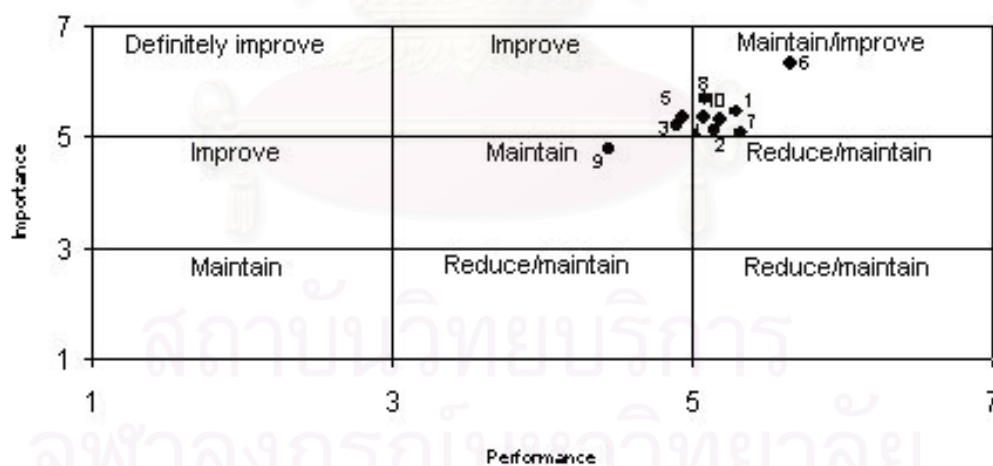
ภาพที่ 40 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกการตลาด
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C

แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของการให้บริการในแผนการตลาด ในปีงัยที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 และ 10 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรมศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปีงัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปีงัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 41 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนการตลาดของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 3 และ 5 คือปัจจัยความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และคุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้บริกรคาดหวังไว้

ปัจจัยที่ 6 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความถูกต้องของการจองระวางเรือ สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากๆ ถึงแม้ว่าสายเรือ A จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างที่ลูกค้าคาดหวังไว้ เพราะว่าปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับสูงมาก

ส่วนในปัจจัยต่างๆ นอกเหนือจากปัจจัยที่ 3 ปัจจัยที่ 5 และปัจจัยที่ 6 นั้นเป็นปัจจัยที่อยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

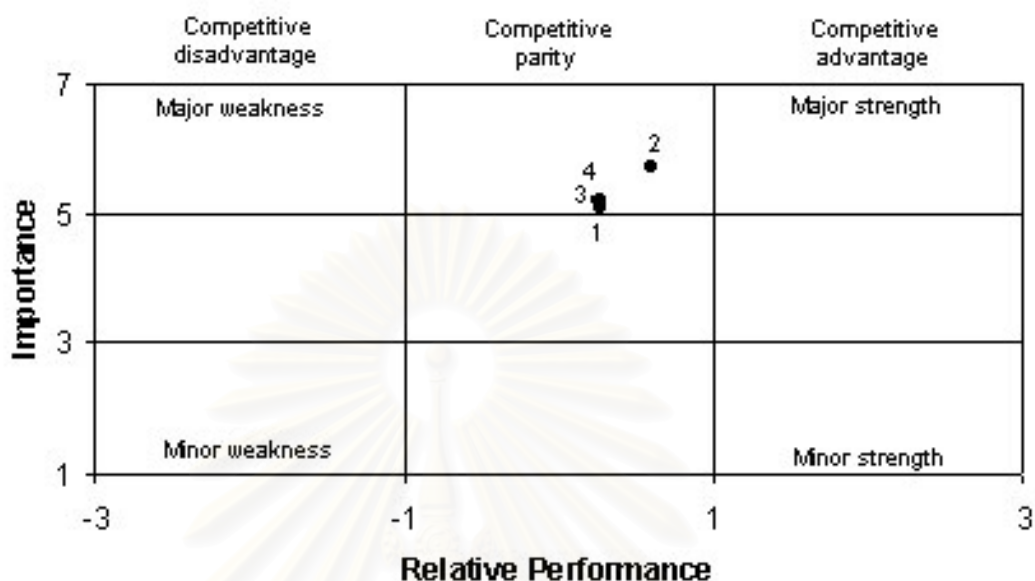
2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ตารางที่ 56 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการขนส่งสินค้าในแผนกเอกสารของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.06	4.79	0.27
2	เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	5.45	4.86	0.59
3	ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.89	0.26
4	พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	5.19	4.93	4.66	0.27

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการของการให้บริการในแผนกเอกสารโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

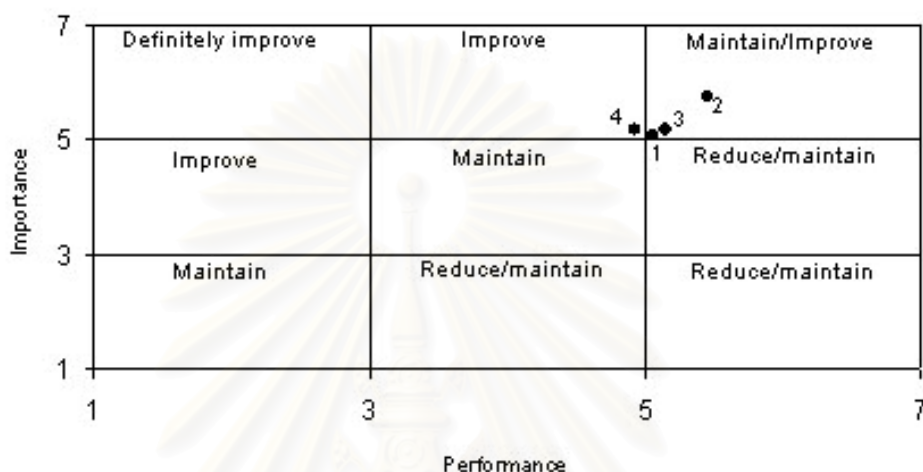
ภาพที่ 42 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสาร
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของการให้บริการในแผนกเอกสารในทุกๆ ปัจจัย ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกันกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 43 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเอกสารของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานเอกสารมีอัตราสายไม่ตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่ดีอยู่แล้วใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

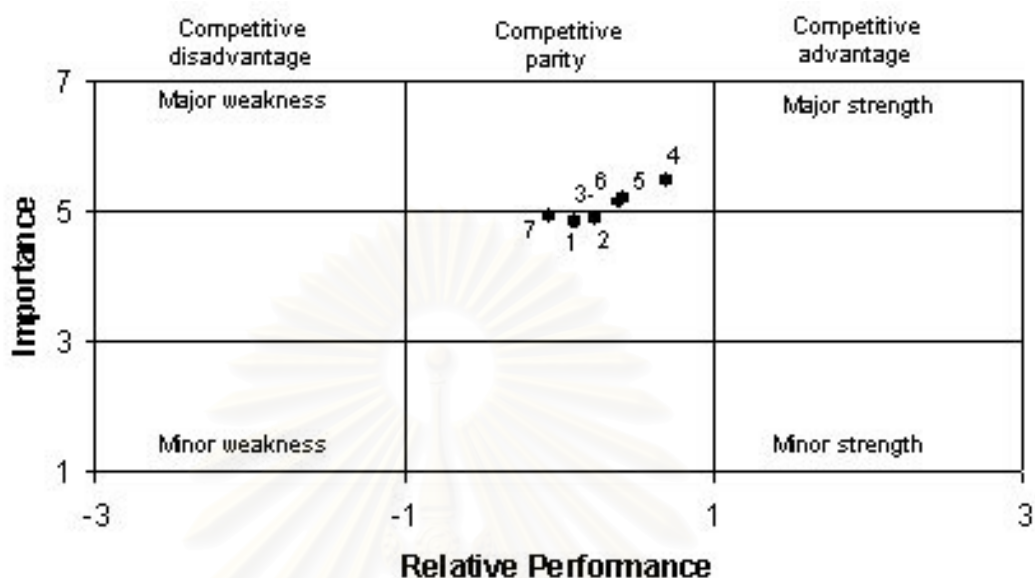
3) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ตารางที่ 57 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก ปฏิบัติการของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	ความสะดวกในการคืนตั๋ว หนังสือ	4.8	4.96	4.87	0.09
2	มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.62	0.23
3	ความสามารถของ อุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73	4.64	0.09
4	ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรงเวลา	5.49	5.36	4.66	0.7
5	ความสามารถในการหา เรือทดแทน	5.21	5.18	4.76	0.42
6	ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.68	0.39
7	พนักงานแผนก ปฏิบัติการมีอธยาสัย ไมตรี	4.93	4.64	4.71	-0.07

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่ง
ความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการของการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

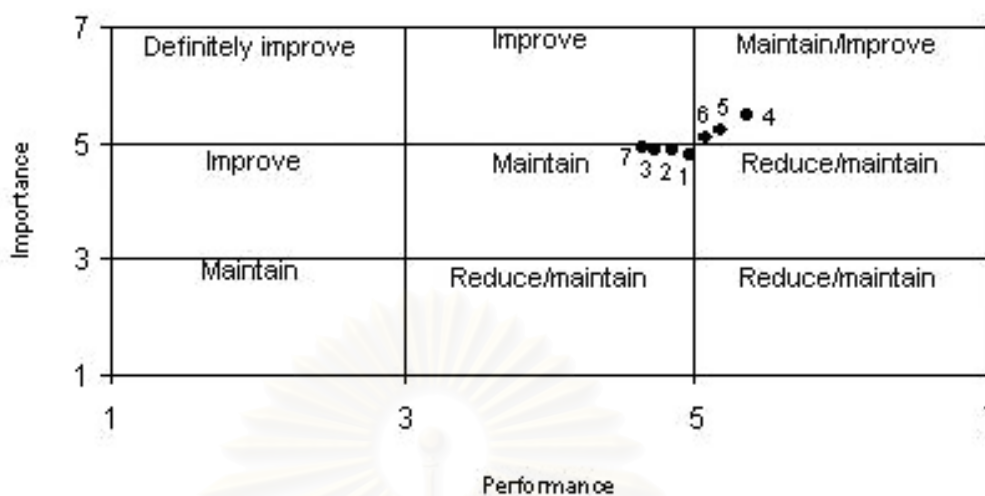
ภาพที่ 44 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่ามีเพียงปัจจัยเดียวที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C คือปัจจัยที่เกี่ยวกับพนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัตราค้ายไม่ตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ (จุดที่ 7)

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกปฏิบัติการ ในปัจจัยที่ 3,4,5 และ 6 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 45 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกปฏิบัติการของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

ไม่มีปัจจัยใดเลยที่ควรทำการปรับปรุง เพราะอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่คืออยู่แล้วตามที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

ข้อสังเกต ปัจจัยที่ 7 คือปัจจัยเกี่ยวกับอัตรายศไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของสายเรือ A ต้องทำการปรับปรุงเมื่อเปรียบเทียบกับสายเรือ B แต่เมื่อมาพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix ของสายเรือ A แล้วนั้นพบว่าไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพในปัจจัยนี้ เนื่องจากว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A มีความใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากความสำคัญของปัจจัยนี้ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญไว้

4) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้า โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

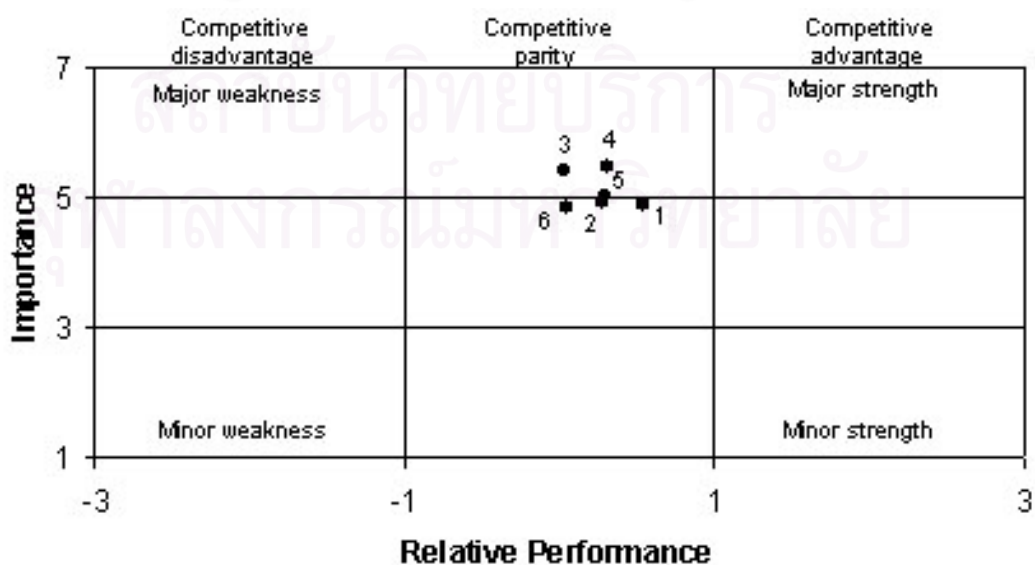
ตารางที่ 58 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้า โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนกผู้ สินค้าของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการขึ้นตู้เปล่า	4.88	4.95	4.4	0.55

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนกผู้ สินค้าของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
2	ความสามารถของ อุปกรณ์ในการติดต่อบริการ เปล่า	4.93	4.89	4.61	0.28
3	ความเพียงพอของผู้เปล่า	5.41	4.85	4.82	0.03
4	ผู้เปล่ามีสภาพพร้อม บรรจุ	5.46	5.15	4.84	0.31
5	สายเรือมีความสามารถ ในการเตรียมผู้ตาม จำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.54	0.3
6	พนักงานงานแผนกผู้ สินค้ามีมัธยาศัยไมตรี	4.85	4.78	4.73	0.05

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

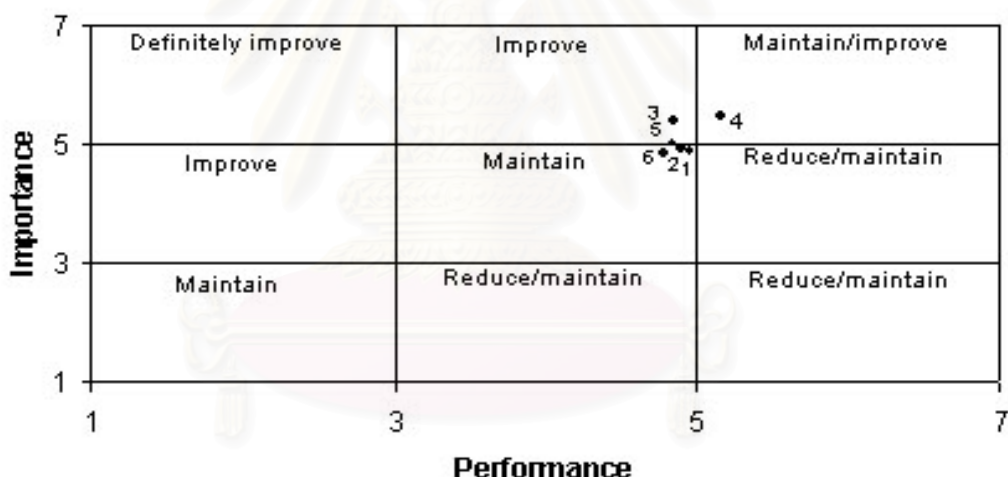
ภาพที่ 46 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้า
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกผู้สินค้า ในปัจจัยที่ 3, 4, และ 5 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 47 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกผู้สินค้าของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

มีเพียงปัจจัยที่ 3 และปัจจัยที่ 5 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเพียงพอของผู้เปล่า และพนักงานงานแผนกผู้สินค้ามีอัตรายศยไม่ตรีและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่ดีอยู่แล้วใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

5) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

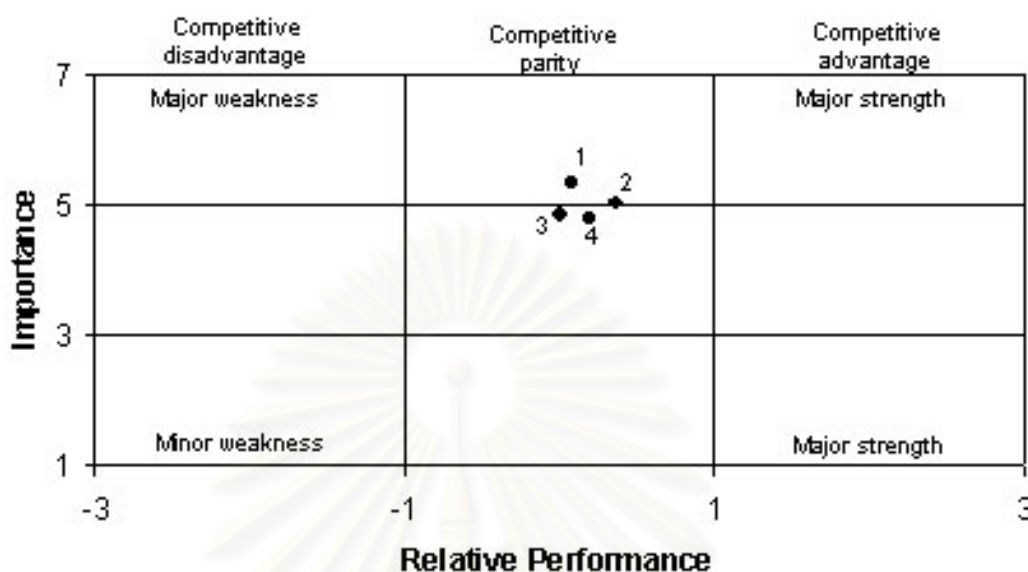
ตารางที่ 59 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก เรียกข้อความเสียหาย ของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	ความสามารถของ พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหาย	5.32	4.55	4.47	0.08
2	พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.49	0.37
3	การแก้ปัญหาที่มีความ ชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.54	0
4	พนักงานแผนกเรียก ข้อความเสียหายมีอัธยาศัย ไมตรี	4.79	4.59	4.39	0.2

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหายโดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 48 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหาย โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหาย ในปัจจัยที่ 1 และ 2 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอ ต้องใช้ร่วมกันกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 49 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของแผนกเรียกข้อความเสียหาย
ของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

ปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 2 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหาย และพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่ดีอยู่แล้วใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

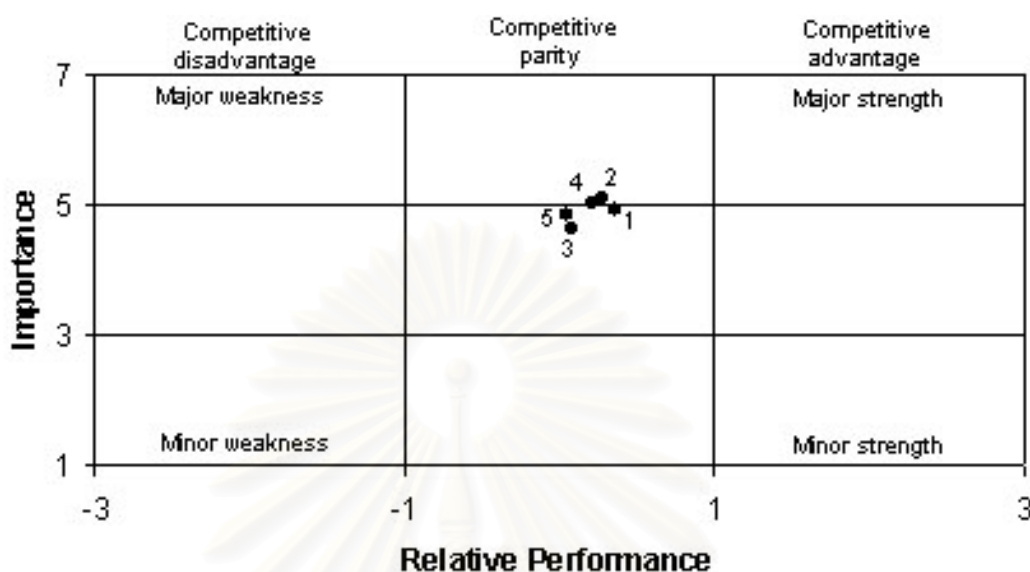
6) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการในด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ตารางที่ 60 ตารางแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C

ปัจจัยที่	ปัจจัยการให้บริการ การขนส่งสินค้าใน ด้านอื่นๆ ของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
1	ความสะดวกในการ สื่อสารในการเช็ค ข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.22	4.86	0.36
2	ความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	4.92	0.28
3	ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทาง ระบบออนไลน์	4.65	4.52	4.44	0.08
4	ความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารอีเมล	5.04	4.8	4.59	0.21
5	มีความสะดวกในด้าน สถานที่ทำเล เหมาะสมสำหรับ สำนักงานในการ ติดต่อ	4.85	4.93	4.88	0.05

ข้อมูลจากตารางสามารถสร้างเป็น Competitive Position Matrix เพื่อแสดงถึงตำแหน่งความสำคัญของปัจจัยการให้บริการ และประสิทธิภาพการของการให้บริการในด้านอื่นๆ โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C ได้ดังนี้

ภาพที่ 50 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆ
โดยเปรียบเทียบระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C



จาก Competitive Position Matrix จะเห็นได้ว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่สายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่ำกว่าสายเรือ C

เมื่อพิจารณาโดยรวมจาก Competitive Position Matrix แล้วสายเรือ A ควรทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของการให้บริการในด้านอื่นๆ ในปัจจัยที่ 2 และ 4 ให้ไปอยู่ในพื้นที่ Major strength เพื่อให้มีประสิทธิภาพการบริการที่เหนือกว่าสายเรือ C และเพื่อผลักดันให้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่จากที่กล่าวไว้แล้วว่า ในการวิเคราะห์การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ใช้เพียง Competitive Position Matrix ไม่เพียงพอต้องใช้ร่วมกันกับ Performance Evaluation Matrix เพื่อจะศึกษาว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) อยู่ในตำแหน่งใด และจำเป็นจะต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดหรือไม่ เพราะในบางปัจจัยสายเรือ A อาจจะมีประสิทธิภาพการให้บริการที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่แล้ว

ภาพที่ 51 ภาพแสดงประสิทธิภาพการให้บริการในด้านอื่นๆของสายเรือ A



เมื่อพิจารณาจาก Performance Evaluation Matrix นั้นได้ชี้ให้เห็นว่า

ปัจจัยที่ 1 คือปัจจัยด้านความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ ควรลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงประสิทธิภาพลง เนื่องจากว่าเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับไม่สูงมากนัก และสายเรือ A มีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับที่คืออยู่แล้ว หรือสายเรือ A ต้องดึงจุดให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยที่เกี่ยวกับความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล ควรพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ประสิทธิภาพการบริการอยู่ในระดับใกล้เคียงตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นอยู่ในตำแหน่งที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่อยู่ในระดับที่คืออยู่แล้วใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จึงไม่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงในปัจจัยดังกล่าว

ข้อสรุป

จากผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการในกรณีแรก คือระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง) กรณีที่สอง คือระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) ข้างต้นพบว่า

สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ตามลำดับดังนี้

- 1) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

- 2) ความเพียงพอของผู้เปล่าที่สายเรือเตรียมไว้ตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ
- 3) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว
- 4) คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด
- 5) ความมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของพนักงานผู้สินค้า
- 6) ความรวดเร็วของพนักงานการตลาดในการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที
- 7) ความมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของพนักงานแผนกเอกสาร
- 8) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมลล์

สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรลดค่าใช้จ่ายในการบริหารประสิทธิภาพการให้บริการในความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ หรือดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญ รวมทั้งปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพ คือปัจจัยด้านของความถูกต้องในการจองระวางเรือ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับสูงมาก

เนื่องจากการเปรียบเทียบจากคะแนนประสิทธิภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการได้ให้มา นั้นพบว่าสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และ สายเรือคู่แข่ง มีความแตกต่างกันในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล โดยพิจารณาได้จากค่า Relative Performance ดังนี้

Relative Performance เป็นค่าบวก จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ดีกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

Relative Performance เป็นค่าลบ จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ต่ำกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

แต่เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าปัจจัยนั้นๆ สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริการหรือไม่นั้น จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน สถิติที่นำมาใช้คือ Z-test (ภาคผนวก) เพื่อประเมินว่าประสิทธิภาพในการให้บริการมีความแตกต่างกัน ซึ่งปรากฏว่าปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) นั้นมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งทำให้มั่นใจต่อข้อสรุปที่ว่าปัจจัยนั้นๆ จำเป็นที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงเมื่อเปรียบเทียบกับสายเรือคู่แข่ง

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับปรุงคุณภาพในบริการขนส่งสินค้าทางทะเล กรณีศึกษาสายเรือคอนเทนเนอร์ เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้เครื่องมือการเปรียบเทียบเกี่ยวกับการแข่งขันซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ Competitive Position Matrix และ Performance Evaluation Matrix เป็นตารางอธิบายประกอบระหว่างความสัมพันธ์ของระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ และระดับความสำคัญของปัจจัยการให้บริการของสายเรือที่ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญ

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาจากผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเลระหว่างประเทศไทย-ญี่ปุ่น จำนวน 85 ตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 3) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างสายเรือกรณีศึกษา กับสายเรือที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
- 4) เพื่อศึกษาและปรับปรุงการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษาให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

อนึ่ง การวิจัยนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

- 1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ โดยจะทำการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยของแต่ละแผนกในสายเรือ
- 2) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือแต่ละสายเรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 3) ผลลัพธ์ต่างๆ มาแสดงเป็น Performance Evaluation Matrix เพื่อจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ
- 4) ผลลัพธ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ผลเพื่อให้ได้มาซึ่งการได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้
 - นำผลลัพธ์ต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของแต่ละสายเรือ โดยทำการแสดงโดย Competitive position matrix

- ทำการศึกษาตำแหน่งที่แท้จริงของประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A โดย Performance evaluation matrix
- ทำการพิจารณาว่าสายเรือ A ควรจะปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการในปัจจุบันใดบ้างที่จะสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สรุปผลการวิจัย

จากขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ได้ผลสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้ การศึกษาคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยได้มีการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในการให้บริการของสายเรือ เพื่อศึกษาความคาดหวังในบริการของผู้ใช้บริการ โดยการเก็บข้อมูลในส่วนของปัจจัยที่ผู้ให้บริการของทั้ง 3 สายเรือ นั้นได้ให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยต่างๆ สรุปได้ตารางที่ 61 ปัจจัยการให้บริการของสายเรือ A โดยเปรียบเทียบกับระดับความสำคัญ

ปัจจัยสำคัญที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	ระดับสูง
พนักงานแผนกการตลาดมีอัตรายศียไม่ตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	ระดับสูง
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	ระดับสูง
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	ระดับสูง
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	ระดับสูง
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	ระดับสูงมาก
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	ระดับสูง
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	ระดับสูงมาก
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.80	ระดับสูง
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	ระดับสูง
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	ระดับสูง
เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	ระดับสูงมาก
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	ระดับสูง
พนักงานเอกสารมีอัตรายศีย	5.19	ระดับสูง

ปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
ความสะดวกในการคืนตู้หนัก	4.80	ระดับสูง
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	ระดับสูง
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	ระดับสูง
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	ระดับสูง
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	ระดับสูง
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.93	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.93	ระดับสูง
ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	ระดับสูง
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	ระดับสูง
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	ระดับสูง
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.85	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	5.32	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	ระดับสูง
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.79	ระดับสูง
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	ระดับสูง
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์	5.04	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	ระดับสูง

จากตารางสรุปได้ว่าระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ อยู่ในระดับสูงมาก และระดับสูง
ความสำคัญระดับสูงมาก คือปัจจัยที่มีคะแนนตั้งแต่ 5.5 – 6.49 ได้แก่

- ความถูกต้องของการจองระวางเรือ จากการสัมภาษณ์ ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญในปัจจุบันนี้มาก ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้องของท่าเรือปลายทาง ขนาดตู้สินค้าที่ต้องการ
- มีการจัดสรรระวางเรืออย่างพอเพียงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เพราะว่ามีสายเรือไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้ทั้งหมด
- เอกสารสำคัญในการส่งออก เช่น Bill of Lading (B/L) มีความถูกต้อง และแม่นยำ เพราะว่ามีบางสายเรือมีการออกเอกสารให้ผู้ใช้บริการไม่ถูกต้องตามที่ผู้บริการต้องการ ทำให้เสียเวลาในการแก้ไข และทำให้มีปัญหาในการตรวจปล่อยสินค้าที่ปลายทาง

นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น จะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญระดับสูงทั้งหมด จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการให้บริการของสายเรืออยู่ในระดับสูงมาก และระดับสูง ดังนั้นสายเรือต้องมีประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก และระดับสูงเช่นกันถึงสามารถทำให้ ผู้ใช้บริการพึงพอใจการบริการของสายเรือ

คุณภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ในแต่ละแผนกนั้น ผู้ใช้บริการได้ประเมินคุณภาพการให้บริการดังนี้

ตารางที่ 62 ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ A

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพการ ให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพการ ให้บริการ
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.29	ระดับสูง
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.15	ระดับสูง
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.89	ระดับสูง
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.07	ระดับสูง
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.94	ระดับสูง
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.65	ระดับสูงมาก

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพการ ให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพการ ให้บริการ
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.32	ระดับสูง
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.09	ระดับสูง
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.44	ระดับกลาง
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.19	ระดับสูง
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.06	ระดับสูง
เอกสารมีความถูกต้อง	5.45	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.15	ระดับสูง
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4.93	ระดับสูง
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.96	ระดับสูง
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.85	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.73	ระดับสูง
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.36	ระดับสูง
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.18	ระดับสูง
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.07	ระดับสูง
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.64	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตั๋วเปล่า	4.95	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบริการคืนตั๋วเปล่า	4.89	ระดับสูง
ความเพียงพอของตั๋วเปล่า	4.85	ระดับสูง
ตั๋วเปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.15	ระดับสูง
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตั๋วตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.84	ระดับสูง
พนักงานงานแผนกคืนตั๋วมีอัธยาศัยไมตรี	4.78	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	4.55	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.86	ระดับสูง

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพการ ให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพการ ให้บริการ
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.54	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหายมีอัตราเสียไมตรี	4.59	ระดับสูง
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.22	ระดับสูง
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.2	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.52	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์	4.8	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับ สำนักงานในการติดต่อ	4.93	ระดับสูง

จากตารางสามารถสรุปได้ว่าสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 นั้นพบว่าปัจจัยที่อยู่ในพื้นที่ที่ต้องทำการปรับปรุง เพื่อให้ใกล้เคียงกับการคาดหวังของลูกค้าชั้นนั้นได้แก่

- ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของพนักงานแผนกการตลาด
- คุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงานการตลาด
- ความมีอัตราเสียไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของพนักงานเอกสาร
- ความเพียงพอของตู้เปล่า และความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ
- ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกข้อความเสียหายในการแก้ไขปัญหา
- ความรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงานเรียกข้อความเสียหาย
- ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมลล์

ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือ B และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล คุณภาพการให้บริการของสายเรือ B และสายเรือ C ในแต่ละแผนกนั้น ผู้ใช้บริการได้ประเมินคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

ประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B
 ตารางที่ 63 ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพ การให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพ การให้บริการ
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.20	ระดับสูง
พนักงานแผนกการตลาดมีอัตรายศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.99	ระดับสูง
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.94	ระดับสูง
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4.94	ระดับสูง
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.71	ระดับสูง
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.59	ระดับสูงมาก
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4.94	ระดับสูง
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.04	ระดับสูง
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.28	ระดับสูง
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4.78	ระดับสูง
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.07	ระดับสูง
เอกสารมีความถูกต้อง	4.94	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	4.87	ระดับสูง
พนักงานเอกสารมีอัตรายศัย	4.60	ระดับสูง
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.75	ระดับสูง
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.71	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.74	ระดับสูง
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4.95	ระดับสูง
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4.85	ระดับสูง
ความถี่ของเที่ยวเรือ	4.78	ระดับสูง
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัตรายศัยไมตรี	4.59	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตั๋วเปล่า	4.65	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตั๋วเปล่า	4.67	ระดับสูง
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.88	ระดับสูง

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพ การให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพ การให้บริการ
ผู้เป่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.00	ระดับสูง
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.58	ระดับสูง
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.69	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	4.45	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.74	ระดับสูง
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.58	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.53	ระดับสูง
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.02	ระดับสูง
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.07	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.48	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์	4.69	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.96	ระดับสูง

ประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C

ตารางที่ 64 ระดับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพ การให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพ การให้บริการ
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	4.69	ระดับสูง
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.02	ระดับสูง
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.55	ระดับสูง
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4.73	ระดับสูง
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.78	ระดับสูง
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.51	ระดับสูงมาก
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4.92	ระดับสูง

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพ การให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพ การให้บริการ
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	4.80	ระดับสูง
มีความสะดวกในการให้บริการ	4.41	ระดับกลาง
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4.79	ระดับสูง
ความสะดวกในการรับเอกสาร	4.79	ระดับสูง
เอกสารมีความถูกต้อง	4.86	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	4.89	ระดับสูง
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4.66	ระดับสูง
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.87	ระดับสูง
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.62	ระดับสูง
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.64	ระดับสูง
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4.66	ระดับสูง
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4.76	ระดับสูง
ความถี่ของเที่ยวเรือ	4.68	ระดับสูง
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4.71	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตั๋วเปล่า	4.40	ระดับกลาง
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อรับตั๋วเปล่า	4.61	ระดับสูง
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.82	ระดับสูง
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	4.84	ระดับสูง
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4.54	ระดับสูง
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.73	ระดับสูง
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	4.47	ระดับกลาง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.49	ระดับกลาง
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.54	ระดับสูง
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	4.39	ระดับกลาง
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.86	ระดับสูง

ปัจจัยการให้บริการ	คะแนน ประสิทธิภาพ การให้บริการ	ระดับ ประสิทธิภาพ การให้บริการ
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	4.92	ระดับสูง
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.44	ระดับกลาง
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีแมล์	4.59	ระดับสูง
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.88	ระดับสูง

จากตารางแสดงประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) ได้คะแนนอยู่ในระดับสูงมาก ระดับสูง และระดับกลาง

จากการสรุปประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือกรณีศึกษา และสายเรือคู่แข่ง แล้วนั้นพบว่าประสิทธิภาพการให้บริการอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นการที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) จะได้มาซึ่งการได้เปรียบทางด้านการแข่งขันนั้น จึงต้องทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือคู่แข่ง

ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายเรือโดยการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือคู่แข่งได้ผลดังนี้

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง)

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ B

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	5.29	5.20	0.09
พนักงานแผนกการตลาดมีอริยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	4.99	0.16

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	4.89	4.94	-0.05
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	5.07	4.94	0.13
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	4.94	4.71	0.23
ความถูกต้องของการจองระหว่างเรือ	6.31	5.65	5.59	0.06
ความสะดวกในการจองระหว่างเรือ	5.08	5.32	4.94	0.38
มีการจัดสรรระหว่างเรือพอเพียง	5.67	5.09	5.04	0.05
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.8	4.44	4.28	0.16
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	5.19	4.78	0.41
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.06	5.07	-0.01
เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	5.45	4.94	0.51
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.87	0.28
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	5.19	4.93	4.6	0.33

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ความสะดวกในการคืนตั๋ว หนังสือ	4.8	4.96	4.75	0.21
มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.71	0.14
ความสามารถของ อุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73	4.74	-0.01
ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรงเวลา	5.49	5.36	4.95	0.41
ความสามารถในการหา เรือทดแทน	5.21	5.18	4.85	0.33
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.78	0.29
พนักงานแผนกปฏิบัติการ มีอัธยาศัยไมตรี	4.93	4.64	4.59	0.05
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการคืนตั๋วเปล่า	4.88	4.95	4.65	0.3
ความสามารถของ อุปกรณ์ในการติดต่อรับตั๋ว เปล่า	4.93	4.89	4.67	0.22
ความเพียงพอของตั๋วเปล่า	5.41	4.85	4.88	-0.03
ตั๋วเปล่ามีสภาพพร้อม บรรจุ	5.46	5.15	5	0.15
สายเรือมีความสามารถ ในการเตรียมผู้ตาม จำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.58	0.26
พนักงานงานแผนกผู้ สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4.85	4.78	4.69	0.09

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหาย	5.32	4.55	4.45	0.1
พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.74	0.12
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.58	-0.04
พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.79	4.59	4.53	0.06
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.22	5.02	0.2
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	5.07	0.13
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	4.52	4.48	0.04
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารอีเมล	5.04	4.8	4.69	0.11
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	4.93	4.96	-0.03

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง)

ตารางที่ 66 เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการระหว่างสายเรือ A และสายเรือ C

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.46	5.29	4.69	0.6
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	5.02	0.13
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5.21	4.89	4.55	0.34
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.36	5.07	4.73	0.34
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	5.34	4.94	4.78	0.16
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	6.31	5.65	5.51	0.14
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.08	5.32	4.92	0.4
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.67	5.09	4.8	0.29
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.8	4.44	4.41	0.03

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.33	5.19	4.79	0.4
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.08	5.06	4.79	0.27
เอกสารมีความถูกต้องแม่นยำ	5.73	5.45	4.86	0.59
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.89	0.26
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	5.19	4.93	4.66	0.27
ความสะดวกในการคืนคู่มือ	4.8	4.96	4.87	0.09
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.62	0.23
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73	4.64	0.09
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	5.49	5.36	4.66	0.7
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	5.21	5.18	4.76	0.42
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.68	0.39
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	4.93	4.64	4.71	-0.07

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.95	4.4	0.55
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบริการคืนตู้เปล่า	4.93	4.89	4.61	0.28
ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	4.85	4.82	0.03
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	5.15	4.84	0.31
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.54	0.3
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอรรถาศัยไมตรีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	4.85	4.78	4.73	0.05
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	5.32	4.55	4.47	0.08
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.49	0.37
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.54	0
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอรรถาศัยไมตรี	4.79	4.59	4.39	0.2
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	4.91	5.22	4.86	0.36

ปัจจัยการให้บริการ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	4.92	0.28
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	4.65	4.52	4.44	0.08
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสาร อีเมลล์	5.04	4.8	4.59	0.21
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4.85	4.93	4.88	0.05

จากผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการในกรณีแรก คือระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง) กรณีที่สอง คือระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) ข้างต้นพบว่า

สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการในปัจจัยต่างๆ ตามลำดับดังนี้

- 1) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
- 2) ความเพียงพอของตู้เปล่าที่สายเรือเตรียมไว้ตามที่คุณใช้บริการต้องการ
- 3) พนักงานแผนกเรียกร้องความเสียหายมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว
- 4) คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด
- 5) ความมีธรรมาภิบาล และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของพนักงานแผนกผู้สินค้า
- 6) ความรวดเร็วของพนักงานการตลาดในการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที

- 7) ความมีอัยยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการของพนักงานแผนกเอกสาร
- 8) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมลล์

สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรลดค่าใช้จ่ายในการบริหารประสิทธิภาพการให้บริการในความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากสายเรือ หรือ คึงคูดให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญ และปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพ คือปัจจัยด้านของความถูกต้องในการจองระวางเรือ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับสูงมาก

เนื่องจากการเปรียบเทียบจากคะแนนประสิทธิภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการได้ให้มานั้น พบว่าสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และ สายเรือคู่แข่ง มีความแตกต่างกันในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการการขนส่งสินค้าทางทะเล โดยพิจารณาได้จากค่า Relative Performance ดังนี้

Relative Performance เป็นค่าบวก จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ดีกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

Relative Performance เป็นค่าลบ จะแสดงว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสาย A ต่ำกว่าประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือคู่แข่ง

แต่เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าปัจจัยนั้นๆ สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ควรปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริการหรือไม่นั้น จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน สถิติที่นำมาใช้คือ Z-test (ภาคผนวก) เพื่อประเมินว่าประสิทธิภาพในการให้บริการมีความแตกต่างกัน ซึ่งปรากฏว่าปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) นั้นมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งทำให้มั่นใจต่อข้อสรุปที่ว่าปัจจัยนั้นๆ จำเป็นที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงเมื่อเปรียบเทียบกับสายเรือคู่แข่ง

เนื่องจากว่าการให้บริการการขนส่งสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบ โลจิสติกส์ ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายเรือที่มีแนวทางที่ถูกต้องนั้นย่อมเป็นผลดีในการบริหารจัดการการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากรบุคคลในการระดมความคิดบริหารจัดการการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการปรับปรุงคุณภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการบริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และจะส่งผลที่นำมาซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยังพอใจต่อผู้ใช้บริการสายเรือต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยข้างต้นพบว่าปัจจัยความต้องการด้านการบริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเส้นทางไทย - ญี่ปุ่น ถือว่าเป็นสิ่งที่สายเรือต้องทำการบริหารจัดการการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการต่อไป อย่างไรก็ดี การให้บริการของสายเรือย่อมมีเส้นทางที่ให้บริการขนส่งหลายเส้นทาง เช่น การขนส่งระหว่างประเทศไทยไปยังทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา หรือทวีปแอฟริกา ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอาจจะมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นแนวทางที่ดีของการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลชนก สุทธิวาตนฤพุดิ. ธุรกิจพาณิชย์นาวี. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. มาตรการทางการตลาดสำหรับกิจการขนส่งทางทะเลของไทยในอนาคต. รายงานการวิจัยสถาบันขนส่ง 64 (2540) : 23.

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. หลักการขนส่ง. สถาบันพาณิชย์นาวี : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ณกร อินทร์พยุง. การแก้ปัญหาการขนส่งและโลจิสติกส์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยบูรพา, 2547.

กมลชนก สุทธิวาตนฤพุดิ, ศลิษา ภมรสติติ และจักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอ-ฮิลอินเตอร์เนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ ینگค์, 2544

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. การจัดการโลจิสติกส์. กรุงเทพมหานคร : ชรรคมลการพิมพ์, 2548.

ภาสกร จันทมงคลเลิศ. การพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพในงานบริการ กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. การศึกษาภาพลักษณ์ของกิจการขนส่งทางทะเลในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

นที ดำรงกิจการ. การสร้างสรรค์คุณภาพที่ประทับใจในงานบริการ กรณีศึกษา บริษัท แทคเซอร์วิส จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

บุญเอก เมธาวิศาล. การประเมินระดับการให้บริการของสายเรือด้วยเทคนิคการแปลงหน้าที่เชิงคุณภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาด้านการจัดการ โลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ริชาร์ด เอฟ เจอร์สัน. คู่มือปฏิบัติวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า. แปลโดย พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. กรุงเทพมหานคร : ปีไบร์นัคส์, 2546.

วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2539.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพ “SERVQUAL”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2541.

วิทยา สุหฤตดำรง. วิถีแห่งลอจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพมหานคร : ชนต้าการพิมพ์, 2546.
ศิริชัย กาญจนวาสิ. สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

อดุลย์ เมณฑ์กุล. กลยุทธ์การทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออก. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ภาษาอังกฤษ

Abshire R.D. and S.R.Remeaux. Motor Carrier Selection Criteria: Perceptual Differences between Shippers and Carrier . Transport Journal Vol.31,1(1991) : 31-35.

Chalermphol Chaivorapongsa. Logistics and competitive advantage of automotive dealers in Thailand. The Degree of Master of Science Program in Logistics Management Graduate School Chulalongkorn University, 2007.

James R.stock,Douglas M.Lambert. Strategic Logistics Management. Bangkok: McGraw-Hill ,2001

Premeaux S.R.,Abshire R.D.,Monday J.B.and Rader C. The perceptual differences between shipper regarding the carrier choice decision and the industrial marketing implecations of these differences. Journal of Marketing Theory and Practice.Vol.3,2 (1995) : 98-105.

Valarie A. Zeithaml, A.Parasuraman and Leonard L.Berry. Delivering quality service balancing cuatomer perception and expectations.New York : The free press A Division of Macmillan,Inc,1990.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

โครงการวิจัยเพื่อการศึกษาาระดับปริญญาโท
หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

การปรับปรุงคุณภาพในบริการขนส่งสินค้าทางทะเล

ผลของการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลในการนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายเรือ

แบบสอบถามนี้จะประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 2 ส่วนดังนี้

1. ปัจจัยต่างๆ ที่ทางผู้ให้บริการสายเรือให้ความสำคัญ
2. ประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือทั้ง 3 สายเรือ

กรุณากรอกแบบสอบถามโดยการแสดงเครื่องหมาย ในช่อง กรุณาส่งกลับทาง

อีเมล nuengnuch@hotmail.com หรือ nuengnuc@moltha.infonet.com

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงในการตอบแบบสอบถามนี้ และหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถามโปรดติดต่อ นางสาวหนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์ โทร 081-3181825

ส่วนที่ 1 วัดระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการสายเรือให้ความสำคัญ โดยจะทำการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยของแต่ละแผนกในสายเรือ

1. แผนกการตลาด (Marketing Department : Sale and Customer Service)

1.1 ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.2 พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.3 ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.4 คุณภาพของพนักงานในการให้คำแนะนำต่างๆ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.5 คุณภาพของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงาน

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.6 ความถูกต้องของการจองระวางเรือ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.7 ความสะดวกในการจองระวางเรือ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.8 มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียงต่อความต้องการของลูกค้า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.9 มีความสะดวกในการได้รับบริการด้านเวลา เช่นลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

1.10 พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

2. แผนกเอกสาร (Document Department)

2.1 ความสะดวกในการรับเอกสารต่างๆ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

2.2 เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการส่งออกมีความถูกต้อง

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

2.3 ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาด้านเอกสารที่สำคัญเกี่ยวกับการส่งออก เช่น Bill of Lading เมื่อมีการรับเอกสารต่างๆ แล้วพบว่ามีความผิดพลาด

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

2.4 พนักงานเอกสารที่ให้บริการมีอัตราข้อผิดพลาด และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3. แผนกปฏิบัติการ (Operation)

3.1 ความสะดวกในการคืนตู้หนัก

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.2 มีความสะดวกในการรับบริการในด้านสถานที่ และทำเลที่เหมาะสมในส่วนของลานคืนตู้หนัก และลานบรรจุสินค้า (สายเรือ CFS)

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.3 ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์การบรรจุสินค้า อุปกรณ์การยกตู้

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.4 ระยะเวลาของการเดินเรือจากท่าเรือต้นทางจนถึงท่าเรือปลายทางตามที่กำหนดไว้

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.5 ความสามารถในการหาเรือทดแทนในกรณีเรือที่วิ่งประจำเส้นทางไม่สามารถวิ่งได้ตามปกติ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.6 ความถี่ของเที่ยวเรือที่ให้บริการที่เหมาะสม

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

3.7 พนักงานที่ให้บริการมีอัตราข้อผิดพลาด และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4. แผนกผู้สินค้า (Inventory)

4.1 มีความสะดวกในการรับบริการในด้านสถานที่ และทำเลที่เหมาะสมในส่วนของการานรับผู้เปล่า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4.2 ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการรับผู้เปล่า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4.3 ความเพียงพอของผู้เปล่า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4.4 ผู้เปล่าที่ทางสายเรือเตรียมไว้สำหรับลูกค้ามีสภาพพร้อมบรรจุสินค้า

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4.5 สายเรือมีความสามารถในการเตรียมผู้เปล่าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่นในกรณีที่เป็น การส่งออกจำนวนมากๆ (Big lot shipment)

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

4.6 พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

5. แผนกเรียกร้องความเสียหาย (claim)

5.1 ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาด้านการส่งมอบสินค้า เมื่อมีความเสียหาย ที่เกิดขึ้นกับสินค้า และบริการ เช่นสินค้าเสียหาย หรือกำหนดการส่ง

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

5.2 พนักงานมีการตอบสนองที่รวดเร็วในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

5.3 การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นมีความชัดเจน และสอดคล้องตรงกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

5.4 พนักงานที่ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

6. อื่นๆ

6.1 ความสะดวกในการสื่อสาร (เทคโนโลยีทางการสื่อสาร) ในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

6.2 ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล (Tracking ability)

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

6.3 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ เช่น EDI , E-BOOKING, E-B/L

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

6.4 มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และ อีเมลล์

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

6.5 มีความสะดวกในด้านสถานที่ และทำเลที่เหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ

- ระดับสูงมากที่สุด ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับกลาง
 ระดับต่ำ ระดับต่ำมาก ไม่มีความสำคัญ

ส่วนที่ 2 วัดประสิทธิภาพของการให้บริการของแต่ละสายเรือ

คำชี้แจง สายเรือ A = MOL

สายเรือ B = NYK

สายเรือ C = K LINE

ประสิทธิภาพของสายเรือสูงมากที่สุด หมายถึง ไม่เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือ

ประสิทธิภาพของสายเรือสูงมาก หมายถึง เคยมีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการของสายเรือประมาณ 10 ครั้งในการใช้บริการ 100 ครั้ง

6.3 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์ เช่น EDI , E-BOOKING,
E-B/L

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของสายเรือ	สูงมาก ที่สุด	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมากที่สุด
สายเรือ A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ C	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.4 มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมลล์

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของสายเรือ	สูงมาก ที่สุด	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมากที่สุด
สายเรือ A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ C	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.5 มีความสะดวกในด้านสถานที่ และทำเลที่เหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของสายเรือ	สูงมาก ที่สุด	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมากที่สุด
สายเรือ A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
สายเรือ C	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ภาคผนวก ข

ค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม

เนื่องจากการประเมินเครื่องมือที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลนั้น ไม่ว่าจะเครื่องมือนั้นจะเป็นเครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องวัดความสูง เครื่องวัดความดัน แบบสอบถาม การประเมินจะต้องทำการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (Reliability) หรือเรียกว่า ความเที่ยงตรง เป็นเทคนิคที่ใช้วัดเครื่องมือว่าให้ผลสอดคล้องกัน หรือคล้ายกัน หรือเหมือนกันหรือไม่ โดยที่เครื่องมือ คือแบบสอบถาม หรือจะกล่าวได้ว่าความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นเทคนิคที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในที่นี้คือแบบสอบถาม โดยที่เมื่อนำเครื่องมือที่นำมาวัดหลายๆ ครั้ง ผลที่ได้จะต้องเหมือนกัน ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ และเป็นเครื่องมือที่มักใช้กับแบบทดสอบหรือแบบสอบถาม

แบบสอบถามวัดปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการสายเรือให้ความสำคัญ โดยจะทำการประเมินความสำคัญของแต่ละปัจจัยของแต่ละแผนกในสายเรือ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.956

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.956	36

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ A ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.974

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.974	36

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ B ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.971

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.970	36

แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของการให้บริการของสายเรือ C ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.984

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.984	36

จากผลจากการวัดความเชื่อถือได้ถือว่ามีความเชื่อถือสูงมาก ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ รวมทั้งพิจารณาจากค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จากข้อมูลซึ่งได้ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีระดับความเชื่อถือได้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

ตารางคำนวณทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ความสำคัญของแต่ละปัจจัยการให้บริการของสายเรือ

ปัจจัยการให้บริการของสายเรือที่ผู้ใช้บริการให้ ความสำคัญ	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาด ในการแก้ปัญหา	4	7	5.46	1.171
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	4	7	5.13	1.009
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า	4	7	5.21	.989
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4	7	5.36	.871
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงาน การตลาด	4	7	5.34	.700
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	4	7	6.31	.708
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4	7	5.08	.658
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียงต่อความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	3	7	5.67	.822
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	3	7	4.80	1.067
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ ถูกต้อง	4	7	5.33	.956
ความสะดวกในการรับเอกสาร	3	7	5.08	.848
เอกสารมีความถูกต้องและแม่นยำ	4	7	5.73	.892
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหา ต่างๆ	1	7	5.19	1.249
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัยไมตรี และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	3	7	5.19	.970

ปัจจัยการให้บริการของสายเรือที่ผู้ให้บริการให้ ความสำคัญ	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความสะดวกในการขึ้นตู้หนัก	4	7	4.80	.799
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4	6	4.87	.669
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4	6	4.86	.560
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4	7	5.49	.854
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	3	7	5.21	.860
ความถี่ของเที่ยวเรือ	3	7	5.12	.625
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัธยาศัยไมตรี	4	7	4.93	.686
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการขึ้นตู้เปล่า	4	7	4.88	.714
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบรรจุตู้เปล่า	4	6	4.93	.651
ความเพียงพอของตู้เปล่า	3	7	5.41	1.038
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	3	7	5.46	1.053
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ ลูกค้าต้องการ	3	7	5.04	.906
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัธยาศัยไมตรี	4	7	4.85	.716
ความสามารถของพนักงานเรียกเรือความ เสียหาย	3	7	5.32	1.177
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	4	7	5.02	.707
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	3	7	4.86	.693
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัธยาศัย ไมตรี	4	6	4.79	.537
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจาก สายเรือ	4	7	4.91	.895
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	4	6	5.08	.640
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	1	7	4.65	1.182
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสาร อีเมลล์	3	7	5.04	.808

ปัจจัยการให้บริการของสายเรือที่ผู้ใช้บริการให้ ความสำคัญ	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสม สำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4	6	4.85	.664

ประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือแต่ละสายเรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการของ
ผู้ใช้บริการ

ประสิทธิภาพการให้บริการที่สายเรือสายเรือ A

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ A	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดใน การแก้ปัญหา	4	7	5.29	.687
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	4	7	5.15	.794
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า	4	7	4.89	.802
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4	7	5.07	.949
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงาน การตลาด	4	7	4.94	.761
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	4	7	5.65	.812
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4	7	5.32	.711
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	3	7	5.09	.983
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	2	6	4.44	.865
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ ถูกต้อง	4	7	5.19	.838
ความสะดวกในการรับเอกสาร	4	7	5.06	.891
เอกสารมีความถูกต้อง	4	7	5.45	.794
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหา ต่างๆ	3	7	5.15	.970

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ A	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
พนักงานเอกสารมีอัตราฯ	4	7	4.93	.936
ความสะดวกในการขึ้นตู้หนัก	4	7	4.96	.981
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4	7	4.85	.748
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4	6	4.73	.808
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4	7	5.36	.784
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4	7	5.18	.915
ความถี่ของเที่ยวเรือ	4	7	5.07	1.089
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัตราฯไม่ตรี	4	7	4.64	.857
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการขึ้นตู้เปล่า	4	7	4.95	1.011
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบรรจุตู้เปล่า	4	7	4.89	.831
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4	7	4.85	1.018
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	4	7	5.15	.838
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ ลูกค้าต้องการ	4	7	4.84	.843
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัตราฯไม่ตรี	4	7	4.78	.762
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความ เสียหาย	4	7	4.55	.794
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนอง ที่รวดเร็ว	4	6	4.86	.657
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและสอดคล้อง	3	6	4.54	.880
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัตราฯไม่ตรี	3	6	4.59	.776
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสาย เรือ	4	7	5.22	.643
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	4	7	5.20	.669
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	3	6	4.52	.648
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	4	7	4.80	.737
มีความสะดวกในด้านสถานที่ท่าเลเหมาะสม	4	7	4.93	.897

ประสิทธิผลการให้บริการสายเรือ B

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ B	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	4	6	5.20	.573
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3	7	4.99	.893
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3	7	4.94	.850
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4	6	4.94	.730
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	3	7	4.71	.769
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	4	7	5.59	.761
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	3	7	4.94	.850
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	4	7	5.04	.957
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	2	7	4.28	.766
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4	7	4.78	.807
ความสะดวกในการรับเอกสาร	4	7	5.07	.813
เอกสารมีความถูกต้อง	4	7	4.94	.730
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	3	7	4.87	.753
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4	7	4.60	.727
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4	7	4.75	.925
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4	7	4.71	.753
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4	6	4.74	.804
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	4	7	4.95	.898
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	4	7	4.85	.932
ความถี่ของเที่ยวเรือ	4	7	4.78	.836

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ B	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัตราฯไม่ตรี	4	7	4.59	.835
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการขึ้นตู้เปล่า	4	7	4.65	.797
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบรรจุตู้เปล่า	4	7	4.67	.822
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4	7	4.88	.822
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	4	7	5.00	.913
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4	6	4.58	.807
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัตราฯไม่ตรี	4	6	4.69	.724
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหาย	2	6	4.45	.824
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	1	6	4.74	.819
การแก้ปัญหา มีความชัดเจนและสอดคล้อง	1	6	4.58	.931
พนักงานแผนกเรียกเรือความเสียหายมีอัตราฯไม่ตรี	2	6	4.53	.853
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	3	7	5.02	.723
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	4	7	5.07	.720
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	3	6	4.48	.590
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	3	6	4.69	.740
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4	7	4.96	.957

ประสิทธิผลการให้บริการสายเรือ C

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ C	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	3	6	4.69	.724
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4	7	5.02	.976
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3	6	4.55	.764
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	4	7	4.73	.905
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4	7	4.78	.762
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	4	7	5.51	.868
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	4	7	4.92	.862
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	3	7	4.80	1.142
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	2	7	4.41	.835
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	4	7	4.79	.874
ความสะดวกในการรับเอกสาร	4	6	4.79	.757
เอกสารมีความถูกต้อง	4	7	4.86	.726
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	3	7	4.89	.887
พนักงานเอกสารมีอัธยาศัย	4	7	4.66	.946
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	3	7	4.87	1.021
มีความสะดวกในการรับบริการด้านสถานที่	4	6	4.62	.654
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4	6	4.64	.652
ระยะเวลาของการเดินเรือตรงเวลา	3	7	4.66	.920
ความสามารถในการหาเรือทดแทน	3	7	4.76	.934
ความถี่ของเที่ยวเรือ	4	6	4.68	.759

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ C	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
พนักงานแผนกปฏิบัติการมีอัตราฯไม่ตรี	4	7	4.71	.936
มีความสะดวกในด้านสถานที่ในการขึ้นตู้เปล่า	4	7	4.40	.759
ความสามารถของอุปกรณ์ในการติดต่อบรรจุตู้เปล่า	4	7	4.61	.818
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4	7	4.82	.941
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	4	7	4.84	.998
สายเรือมีความสามารถในการเตรียมตู้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ	4	6	4.54	.810
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามีอัตราฯไม่ตรี	4	7	4.73	.864
ความสามารถของพนักงานแผนกเรียกเรื่องความเสียหาย	3	6	4.47	.749
พนักงานแผนกเรียกเรื่องความเสียหายมีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4	6	4.49	.718
การแก้ปัญหา มีความชัดเจนและสอดคล้อง	3	6	4.54	.839
พนักงานแผนกเรียกเรื่องความเสียหายมีอัตราฯไม่ตรี	3	6	4.39	.742
ความสะดวกในการสื่อสารในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	3	6	4.86	.789
ความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูล	3	7	4.92	.820
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทางระบบออนไลน์	3	6	4.44	.566
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์โทรสารอีเมล	3	6	4.59	.821
มีความสะดวกในด้านสถานที่ทำเลเหมาะสมสำหรับสำนักงานในการติดต่อ	4	7	4.88	.892

เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการทั้ง 3 สายเรือ

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C
ระดับความสามารถของ พนักงานแผนกการตลาดใน การแก้ปัญหา	5.29	.687	5.20	.573	4.69	.724
พนักงานแผนกการตลาดมี อัธยาศัยไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	5.15	.794	4.99	.893	5.02	.976
ความรวดเร็วในการ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	4.89	.802	4.94	.850	4.55	.764
คุณภาพของพนักงาน การตลาดในการให้ คำแนะนำ	5.07	.949	4.94	.730	4.73	.905
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.94	.761	4.71	.769	4.78	.762
ความถูกต้องของการจอง ระวางเรือ	5.65	.812	5.59	.761	5.51	.868
ความสะดวกในการจอง ระวางเรือ	5.32	.711	4.94	.850	4.92	.862
มีการจัดสรรระวางเรือ พอเพียง	5.09	.983	5.04	.957	4.80	1.142
มีความสะดวกในการได้รับ บริการ	4.44	.865	4.28	.766	4.41	.835
พนักงานการตลาดมีความ เข้าใจและตอบสนองได้ ถูกต้อง	5.19	.838	4.78	.807	4.79	.874
ความสะดวกในการรับ เอกสาร	5.06	.891	5.07	.813	4.79	.757
เอกสารมีความถูกต้อง	5.45	.794	4.94	.730	4.86	.726

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C
ความสามารถของพนักงาน เอกสารในการแก้ปัญหา ต่างๆ	5.15	.970	4.87	.753	4.89	.887
พนักงานเอกสารมีธยาศัย	4.93	.936	4.60	.727	4.66	.946
ความสะดวกในการคืนตู้ หนัก	4.96	.981	4.75	.925	4.87	1.021
มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.85	.748	4.71	.753	4.62	.654
ความสามารถของอุปกรณ์ ต่างๆ	4.73	.808	4.74	.804	4.64	.652
ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรง	5.36	.784	4.95	.898	4.66	.920
ความสามารถในการหาเรือ ทดแทน	5.18	.915	4.85	.932	4.76	.934
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.07	1.089	4.78	.836	4.68	.759
พนักงานแผนกปฏิบัติการมี ธยาศัยไมตรี	4.64	.857	4.59	.835	4.71	.936
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.95	1.011	4.65	.797	4.40	.759
ความสามารถของอุปกรณ์ ในการติดต่อรับตู้เปล่า	4.89	.831	4.67	.822	4.61	.818
ความเพียงพอของตู้เปล่า	4.85	1.018	4.88	.822	4.82	.941
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.15	.838	5.00	.913	4.84	.998
สายเรือมีความสามารถในการ เตรียมตู้ตามจำนวนที่ ลูกค้าต้องการ	4.84	.843	4.58	.807	4.54	.810
พนักงานงานแผนกตู้สินค้ามี ธยาศัยไมตรี	4.78	.762	4.69	.724	4.73	.864

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C
ความสามารถของพนักงาน แผนกเรียกข้อความเสียหาย	4.55	.794	4.45	.824	4.47	.749
พนักงานแผนกเรียกข้อความ เสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	4.86	.657	4.74	.819	4.49	.718
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจน และสอดคล้อง	4.54	.880	4.58	.931	4.54	.839
พนักงานแผนกเรียกข้อความ เสียหายมีอัธยาศัย ไมตรี	4.59	.776	4.53	.853	4.39	.742
ความสะดวกในการสื่อสาร ในการเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.22	.643	5.02	.723	4.86	.789
ความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูล	5.20	.669	5.07	.720	4.92	.820
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	4.52	.648	4.48	.590	4.44	.566
ความสะดวกในการติดต่อ ทางโทรศัพท์โทรสารอีเมลล์	4.80	.737	4.69	.740	4.59	.821
มีความสะดวกในด้าน สถานที่	4.93	.897	4.96	.957	4.88	.892

เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ B โดยจะทำการเปรียบเทียบในแต่ละแผนกในการให้บริการ

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ระดับความสามารถของ พนักงานแผนกการตลาด ในการแก้ปัญหา	5.46	5.29	5.20	0.09
พนักงานแผนกการตลาด มีธรรมาภิบาลและ มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	4.99	0.16
ความรวดเร็วในการ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	5.21	4.89	4.94	-0.05
คุณภาพของพนักงาน การตลาดในการให้ คำแนะนำ	5.36	5.07	4.94	0.13
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ ได้รับจากพนักงาน การตลาด	5.34	4.94	4.71	0.23
ความถูกต้องของการจอง ระวางเรือ	6.31	5.65	5.59	0.06
ความสะดวกในการจอง ระวางเรือ	5.08	5.32	4.94	0.38
มีการจัดสรรระวางเรือ พอเพียง	5.67	5.09	5.04	0.05
มีความสะดวกในการ ได้รับบริการ	4.8	4.44	4.28	0.16

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
พนักงานการตลาดมีความ เข้าใจและตอบสนองได้ ถูกต้อง	5.33	5.19	4.78	0.41
ความสะดวกในการรับ เอกสาร	5.08	5.06	5.07	-0.01
เอกสารมีความถูกต้อง	5.73	5.45	4.94	0.51
ความสามารถของ พนักงานเอกสารในการ แก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.87	0.28
พนักงานเอกสารมี อัธยาศัย	5.19	4.93	4.6	0.33
ความสะดวกในการคืนตู้ หนัก	4.8	4.96	4.75	0.21
มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.71	0.14
ความสามารถของ อุปกรณ์ต่างๆ	4.86	4.73	4.74	-0.01
ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรงเวลา	5.49	5.36	4.95	0.41
ความสามารถในการหา เรือทดแทน	5.21	5.18	4.85	0.33
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.78	0.29
พนักงานแผนกปฏิบัติการ มีอัธยาศัยไมตรี	4.93	4.64	4.59	0.05
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.95	4.65	0.3

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ความสามารถของ อุปกรณ์ในการติดต่อบริษัท เปล่า	4.93	4.89	4.67	0.22
ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	4.85	4.88	-0.03
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อม บรรจุ	5.46	5.15	5	0.15
สายเรือมีความสามารถ ในการเตรียมตู้ตาม จำนวนที่ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.58	0.26
พนักงานงานแผนกตู้ สินค้ามีอธยาศัยไมตรี	4.85	4.78	4.69	0.09
ความสามารถของ พนักงานแผนกเรียกเรื่อง ความเสียหาย	5.32	4.55	4.45	0.1
พนักงานแผนกเรียกเรื่อง ความเสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.74	0.12
การแก้ปัญหาที่มีความ ชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.58	-0.04
พนักงานแผนกเรียกเรื่อง ความเสียหายมีอธยาศัย ไมตรี	4.79	4.59	4.53	0.06
ความสะดวกในการ สื่อสารในการเช็คข้อมูล จากสายเรือ	4.91	5.22	5.02	0.2
ความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	5.07	0.13

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company B	Relative Performance
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	4.65	4.52	4.48	0.04
ความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารอีเมล	5.04	4.8	4.69	0.11
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ทำเลเหมาะสม สำหรับสำนักงานในการ ติดต่อ	4.85	4.93	4.96	-0.03

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อประเมินว่าประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	Z
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.29	.687	5.20	.573	0.93
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.15	.794	4.99	.893	1.23
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.89	.802	4.94	.850	-0.39
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.07	.949	4.94	.730	1.00
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.94	.761	4.71	.769	1.96
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.65	.812	5.59	.761	0.50
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.32	.711	4.94	.850	3.16
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.09	.983	5.04	.957	0.34
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.44	.865	4.28	.766	1.28
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.19	.838	4.78	.807	3.25
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.06	.891	5.07	.813	-0.08
เอกสารมีความถูกต้อง	5.45	.794	4.94	.730	4.36
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.15	.970	4.87	.753	2.10

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	Z
พนักงานเอกสารมีอัตราย้าย	4.93	.936	4.60	.727	2.57
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.96	.981	4.75	.925	1.44
มีความสะดวกในการรับบริการ ด้านสถานที่	4.85	.748	4.71	.753	1.22
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.73	.808	4.74	.804	-0.08
ระยะเวลาของการเดินเรือตรง	5.36	.784	4.95	.898	3.17
ความสามารถในการหาเรือ ทดแทน	5.18	.915	4.85	.932	2.33
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.07	1.089	4.78	.836	1.95
พนักงานแผนกปฏิบัติการมี อัตราย้ายไม่ตรี	4.64	.857	4.59	.835	0.39
มีความสะดวกในด้านสถานที่ ในการคืนตั๋วเปล่า	4.95	1.011	4.65	.797	2.15
ความสามารถของอุปกรณ์ใน การติดต่อรับตั๋วเปล่า	4.89	.831	4.67	.822	1.74
ความเพียงพอของตั๋วเปล่า	4.85	1.018	4.88	.822	-0.21
ตั๋วเปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.15	.838	5.00	.913	1.12
สายเรือมีความสามารถในการ เตรียมผู้ตามจำนวนที่ลูกค้า ต้องการ	4.84	.843	4.58	.807	2.05
พนักงานงานแผนกผู้สินค้ามี อัตราย้ายไม่ตรี	4.78	.762	4.69	.724	0.79
ความสามารถของพนักงาน แผนกเรียกเรื่องความเสียหาย	4.55	.794	4.45	.824	0.81
พนักงานแผนกเรียกเรื่องความ เสียหายมีการตอบสนองที่ รวดเร็ว	4.86	.657	4.74	.819	1.05
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจนและ สอดคล้อง	4.54	.880	4.58	.931	-0.29

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ B	S.D. สายเรือ B	Z
พนักงานแผนกเรียกร้องความ เสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.59	.776	4.53	.853	0.48
ความสะดวกในการสื่อสารใน การเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.22	.643	5.02	.723	1.91
ความสามารถในการให้บริการ ด้านข้อมูล	5.20	.669	5.07	.720	1.22
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	4.52	.648	4.48	.590	0.42
ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์โทรสารอีเมล	4.80	.737	4.69	.740	0.97
มีความสะดวกในด้านสถานที่	4.93	.897	4.96	.957	-0.21

ซึ่งปรากฏว่าปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) นั้นมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อย่างน้อย 19 ปัจจัยจากปัจจัยการให้บริการทั้งหมด 36 ปัจจัย และใน 19 ปัจจัยนั้นมีเพียง 6 ปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงซึ่งทำให้มั่นใจว่าปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยนั้นๆ จำเป็นที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงเมื่อเปรียบเทียบกับสายเรือ B (สายเรือคู่แข่ง)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A และ สายเรือ C โดยจะทำการ
เปรียบเทียบในแต่ละแผนกในการให้บริการ

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
ระดับความสามารถของ พนักงานแผนกการตลาด ในการแก้ปัญหา	5.46	5.29	4.69	0.6
พนักงานแผนกการตลาดมี อัธยาศัยไมตรีและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี	5.13	5.15	5.02	0.13
ความรวดเร็วในการ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	5.21	4.89	4.55	0.34
คุณภาพของพนักงาน การตลาดในการให้ คำแนะนำ	5.36	5.07	4.73	0.34
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ ได้รับจากพนักงาน การตลาด	5.34	4.94	4.78	0.16
ความถูกต้องของการจอง ระวางเรือ	6.31	5.65	5.51	0.14
ความสะดวกในการจอง ระวางเรือ	5.08	5.32	4.92	0.4
มีการจัดสรรระวางเรือ พอเพียง	5.67	5.09	4.8	0.29
มีความสะดวกในการ ได้รับบริการ	4.8	4.44	4.41	0.03

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
พนักงานการตลาดมีความ เข้าใจและตอบสนองได้ ถูกต้อง	5.33	5.19	4.79	0.4
ความสะดวกในการรับ เอกสาร	5.08	5.06	4.79	0.27
เอกสารมีความถูกต้อง แม่นยำ	5.73	5.45	4.86	0.59
ความสามารถของ พนักงานเอกสารในการ แก้ปัญหาต่างๆ	5.19	5.15	4.89	0.26
พนักงานเอกสารมีอัตรายศัย ไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ ดีในการให้บริการ	5.19	4.93	4.66	0.27
ความสะดวกในการคืนตู้ หนัก	4.8	4.96	4.87	0.09
มีความสะดวกในการรับ บริการด้านสถานที่	4.87	4.85	4.62	0.23
ความสามารถของอุปกรณ์ ต่างๆ	4.86	4.73	4.64	0.09
ระยะเวลาของการเดินเรือ ตรงเวลา	5.49	5.36	4.66	0.7
ความสามารถในการหา เรือทดแทน	5.21	5.18	4.76	0.42
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.12	5.07	4.68	0.39
พนักงานแผนกปฏิบัติการ มีอัตรายศัยไมตรีมนุษย สัมพันธ์ที่ดีในการ ให้บริการ	4.93	4.64	4.71	-0.07

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ในการคืนตู้เปล่า	4.88	4.95	4.4	0.55
ความสามารถของอุปกรณ์ ในการติดต่อบริษัทคืนตู้เปล่า	4.93	4.89	4.61	0.28
ความเพียงพอของตู้เปล่า	5.41	4.85	4.82	0.03
ตู้เปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.46	5.15	4.84	0.31
สายเรือมีความสามารถในการ เตรียมตู้ตามจำนวนที่ ลูกค้าต้องการ	5.04	4.84	4.54	0.3
พนักงานงานแผนกตู้สินค้า มีอรรถาศัยไมตรีมนุษย สัมพันธ์ที่ดีในการ ให้บริการ	4.85	4.78	4.73	0.05
ความสามารถของ พนักงานแผนกเรียกเรือ ความเสียหาย	5.32	4.55	4.47	0.08
พนักงานแผนกเรียกเรือ ความเสียหายมีการ ตอบสนองที่รวดเร็ว	5.02	4.86	4.49	0.37
การแก้ปัญหาที่มีความ ชัดเจนและสอดคล้อง	4.86	4.54	4.54	0
พนักงานแผนกเรียกเรือ ความเสียหายมีอรรถาศัย ไมตรี	4.79	4.59	4.39	0.2
ความสะดวกในการ สื่อสารในการเช็คข้อมูล จากสายเรือ	4.91	5.22	4.86	0.36

ปัจจัยการให้บริการ ขนส่งสินค้าในแผนก การตลาดของสายเรือ	Importance	Performance Evaluation Company A	Performance Evaluation Company C	Relative Performance
ความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูล	5.08	5.2	4.92	0.28
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	4.65	4.52	4.44	0.08
ความสะดวกในการติดต่อ ทางโทรศัพท์โทรสาร อีเมลล์	5.04	4.8	4.59	0.21
มีความสะดวกในด้าน สถานที่ทำเลเหมาะสม สำหรับสำนักงานในการ ติดต่อ	4.85	4.93	4.88	0.05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อประเมินว่าประสิทธิภาพในการให้บริการระหว่างสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) และสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C	Z
ระดับความสามารถของพนักงานแผนกการตลาดในการแก้ปัญหา	5.29	.687	4.69	.724	5.54
พนักงานแผนกการตลาดมีอัธยาศัยไมตรีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	5.15	.794	5.02	.976	0.95
ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.89	.802	4.55	.764	2.83
คุณภาพของพนักงานการตลาดในการให้คำแนะนำ	5.07	.949	4.73	.905	2.39
คุณภาพของข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากพนักงานการตลาด	4.94	.761	4.78	.762	1.37
ความถูกต้องของการจองระวางเรือ	5.65	.812	5.51	.868	1.09
ความสะดวกในการจองระวางเรือ	5.32	.711	4.92	.862	3.30
มีการจัดสรรระวางเรือพอเพียง	5.09	.983	4.80	1.142	1.77
มีความสะดวกในการได้รับบริการ	4.44	.865	4.41	.835	0.23
พนักงานการตลาดมีความเข้าใจและตอบสนองได้ถูกต้อง	5.19	.838	4.79	.874	3.05
ความสะดวกในการรับเอกสาร	5.06	.891	4.79	.757	2.13
เอกสารมีความถูกต้อง	5.45	.794	4.86	.726	5.06
ความสามารถของพนักงานเอกสารในการแก้ปัญหาต่างๆ	5.15	.970	4.89	.887	1.82

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C	Z
พนักงานเอกสารมีอัตราย้าย	4.93	.936	4.66	.946	1.87
ความสะดวกในการคืนตั๋วหนัก	4.96	.981	4.87	1.021	0.59
มีความสะดวกในการรับบริการ ด้านสถานที่	4.85	.748	4.62	.654	2.13
ความสามารถของอุปกรณ์ต่างๆ	4.73	.808	4.64	.652	0.80
ระยะเวลาของการเดินเรือตรง	5.36	.784	4.66	.920	5.34
ความสามารถในการหาเรือ ทดแทน	5.18	.915	4.76	.934	2.96
ความถี่ของเที่ยวเรือ	5.07	1.089	4.68	.759	2.71
พนักงานแผนกปฏิบัติการมี อัตราย้ายไม่ตรี	4.64	.857	4.71	.936	-0.51
มีความสะดวกในด้านสถานที่ ในการคืนตั๋วเปล่า	4.95	1.011	4.40	.759	4.01
ความสามารถของอุปกรณ์ใน การติดต่อรับตั๋วเปล่า	4.89	.831	4.61	.818	2.21
ความเพียงพอของตั๋วเปล่า	4.85	1.018	4.82	.941	0.20
ตั๋วเปล่ามีสภาพพร้อมบรรจุ	5.15	.838	4.84	.998	2.19
สายเรือมีความสามารถในการ เตรียมผู้ตามจำนวนที่ลูกค้า ต้องการ	4.84	.843	4.54	.810	2.37
พนักงานงานแผนกผู้สินค้ามี อัตราย้ายไม่ตรี	4.78	.762	4.73	.864	0.40
ความสามารถของพนักงาน แผนกเรียกเรื่องความเสียหาย	4.55	.794	4.47	.749	0.68
พนักงานแผนกเรียกเรื่องความ เสียหายมีการตอบสนองที่ รวดเร็ว	4.86	.657	4.49	.718	3.51
การแก้ปัญหาที่มีความชัดเจน และสอดคล้อง	4.54	.880	4.54	.839	0.00

ปัจจัยการให้บริการที่สายเรือ	ค่าเฉลี่ย สายเรือ A	S.D. สายเรือ A	ค่าเฉลี่ย สายเรือ C	S.D. สายเรือ C	Z
พนักงานแผนกเรียกร้องความ เสียหายมีอัธยาศัยไมตรี	4.59	.776	4.39	.742	1.72
ความสะดวกในการสื่อสารใน การเช็คข้อมูลจากสายเรือ	5.22	.643	4.86	.789	3.26
ความสามารถในการให้บริการ ด้านข้อมูล	5.20	.669	4.92	.820	2.44
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารทางระบบ ออนไลน์	4.52	.648	4.44	.566	0.86
ความสะดวกในการติดต่อทาง โทรศัพท์โทรสารอีเมล	4.80	.737	4.59	.821	1.75
มีความสะดวกในด้านสถานที่	4.93	.897	4.88	.892	0.36

ซึ่งปรากฏว่าปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) นั้นมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกับประสิทธิภาพการให้บริการของสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อย่างน้อย 24 ปัจจัยจากปัจจัยการให้บริการทั้งหมด 36 ปัจจัย และใน 24 ปัจจัยนั้นมีเพียง 1 ปัจจัยที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงซึ่งทำให้มั่นใจว่าปัจจัยนั้น จำเป็นที่สายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ต้องทำการปรับปรุงเมื่อเปรียบเทียบกับสายเรือ C (สายเรือคู่แข่ง) และอีก 23 ปัจจัยนั้นเป็นปัจจัยที่ A (สายเรือกรณีศึกษา) มีประสิทธิภาพในการให้บริการดีกว่าสายเรือ C ซึ่งทำให้มั่นใจว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ A (สายเรือกรณีศึกษา) ดีว่าประสิทธิภาพในการให้บริการของสายเรือ C

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว หนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์ เกิดเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ.2522 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีเกียรตินิยม ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2545 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ในปีการศึกษา 2548



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย