

# คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล

## QUALITY OF SHIPPING BUSINESS

ภัทรพร ทองเรือง

สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

bhatarabhon@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุและมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีช่องว่างคุณภาพ ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการรายใหญ่และผู้บริหารของ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ในการวิจัยมีขั้นตอนทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ศึกษาถึงคุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ 2) ศึกษาถึงการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดไว้ 3) ศึกษาถึงมาตรฐานคุณภาพของการให้บริการที่กำหนดขึ้นกับความคาดหวังของลูกค้า 4) ศึกษาถึงความคาดหวังในส่วนของพนักงานที่ผู้บริหารต้องการ

ผลของการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) และพนักงานอยู่ในระดับค่อนข้างดี ซึ่งปัจจัยที่เป็นสาเหตุและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการของบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีดังนี้ 1) ความซื่อสัตย์ 2) การดูแลรักษาสินค้าของลูกค้าให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย 3) ตรงเวลาในการขนส่ง 4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการขนส่งให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า 5) คุณภาพต้องเหมาะสมกับราคา 6) มีเรือที่มีความแข็งแรง-สะอาด และ 7) ใช้ระยะเวลาในการขนส่งสั้น

### Abstract

*This research aims to study customers satisfaction of customer of Thoresen Thai Agencies Public Company Limited in order to understand the responsible factors that influence service quality by applying the quality gap theory. Major customers and by executive of Thoresen Thai Agencies Public Company Limited were interviewed. There are 4 steps to complete this study as following : 1) the perceived service quality gap 2) the quality specification gap 3) service delivery gap 4) the expectation of employees.*

*The results indicated that customers were satisfied with the service quality and the performance of employees of Thoresen Thai Agencies Public Company Limited. Factors which are influential to customers in using the service of the company are as follows 1) service quality of shipping 2) honesty 3) safe passage of cargo to destinations 4) punctuality 5)adequate Facilities for transportation 6) the quality is consistent to pricing 7) strong and clean cargo ship 8) the time taken for cargo to ready destination.*

## 1. บทนำ

การขนส่งสินค้าทางทะเล เป็นปัจจัยที่สำคัญในการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นวิธีการขนส่งสินค้าวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปได้ ครั้งปริมาณมากๆ ในที่เดียวที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด สินค้าที่ขนส่งทางทะเลจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ สินค้าแห้ง และวัสดุเหลว ทั้งนี้สินค้าแห้งรวมถึงสินค้าแห้ง เทกอง สินค้าบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ และสินค้าที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ไม่ได้

ในปี 2550 ปริมาณสินค้าที่ขนส่งทางทะเลมีประมาณ 7.5 พันล้านตัน เมื่อเทียบกับประมาณ 5.6 พันล้านตันในปี 2543 ในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมา มีการเติบโตทางการค้าในระดับสูงเนื่องมาจากการเติบโตของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย เช่น ประเทศจีนและอินเดีย เฟิร์นเลย์ได้คาดการณ์ว่าตลอดปี 2551 จะเป็นปีที่การขนส่งสินค้าทางทะเลมีความแข็งแกร่ง โดยคาดว่าปริมาณการค้าทางทะเลจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 5 แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจถดถอยได้เริ่มเกิดขึ้นมาบ้างแล้ว(บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2551)

ในปัจจุบัน บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทเดินเรือที่บริหารงานโดยคนไทยที่ใหญ่ที่สุด โดยเป็นเจ้าของเรือบรรทุกสินค้าทั่วไป เรือบรรทุกสินค้าแห้งเทกองประเภท Handysize และประเภท Handymax โดยขนาดของเรือมีตั้งแต่ 16,211 เดทเวทตันไปจนถึง 52,375 เดทเวทตัน เรือของบริษัทฯ สามารถบรรทุกสินค้าแห้งเทกองทั้งแบบขนส่งเป็นปริมาณมากๆ ในครั้งเดียวหรือขนส่งเป็นปริมาณไม่มากในแต่ละเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแร่ เหล็ก ถ่านหิน เมล็ดธัญพืช ซีเมนต์ ปูน ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ที่ได้จากป่าไม้ (บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2551)

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ทราบคุณภาพในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเพื่อทราบถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุและมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้ ผลการศึกษาจะช่วยให้ผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## 2. คำถามสำหรับการสำรวจวิจัย

โดยทั่วไป ก่อนการศึกษาวิจัยจำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมายก่อนว่าทำการศึกษาวิจัยเพื่ออะไร มีการกำหนดเป้าหมายของการศึกษาวิจัยว่าทำไปเพื่ออะไร โดยมีการกำหนดปัญหาสำหรับการวิจัยขึ้นมา หลังจากนั้นก็ทำการออกแบบขั้นตอนหรือกระบวนการวิจัยเพื่อที่จะหาคำตอบสำหรับปัญหาที่เราต้องการ

สำหรับการวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามในการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

- อะไรคือระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อกิจกรรมหลัก ๆ ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล
- อะไรคือ ระดับความสำคัญของกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง และคิดว่ามีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของคุณ
- ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อกิจกรรมหลัก ๆ ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลและระดับความสำคัญของกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง

### 3. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล จะมีการประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อแสดงถึงคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งใช้ตัวแปรที่แตกต่างกันออกไปจากธุรกิจบริการอื่นๆ จากการเก็บข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลพยายามหายุทธศาสตร์ และวิธีการที่จะปรับปรุง หรือยกระดับคุณภาพของการให้บริการที่จัดให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกัน คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ ต้องทำการผลิตขณะที่ผู้ใช้บริการมาซื้อบริการ ดังนั้นขณะที่มีผู้ใช้บริการซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้น อาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ส่งผลให้เกิดการสูญเสียลูกค้าของธุรกิจได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเกิด ช่องว่างคุณภาพ (Quality Gap) คือ ข้อผิดพลาดที่เกิดจากการส่งมอบบริการอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถจำแนกช่องว่างคุณภาพได้ 5 ช่องว่าง ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างที่ผู้บริหารไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อันเนื่องมาจากผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้ (The management perception gap)

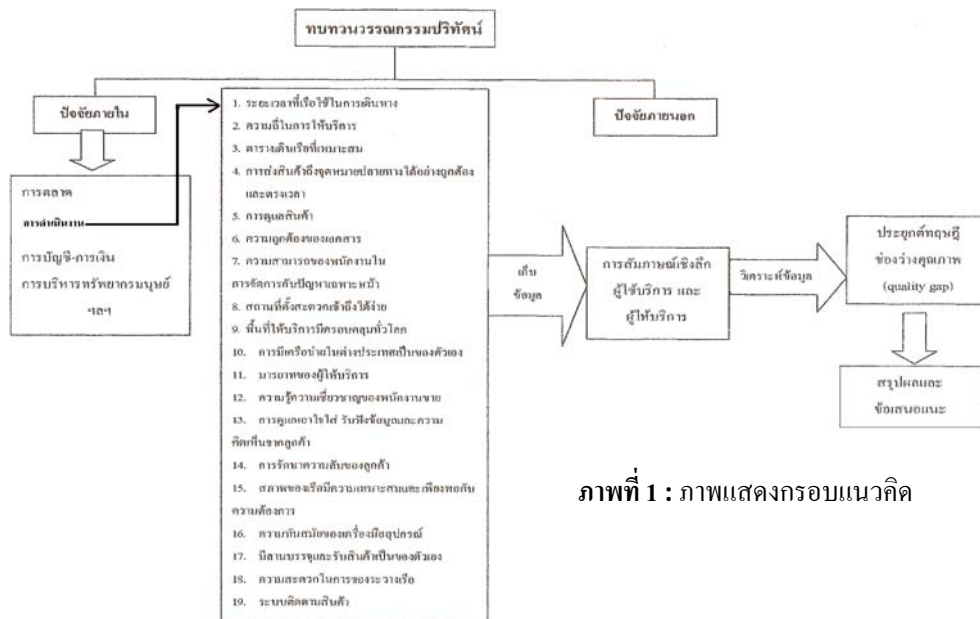
ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างที่ผู้บริหารเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจนรวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ (The quality specification gap)

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างที่เกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ (Service delivery gap)

ช่องว่างที่ 4 เป็นการคาดหวังของผู้บริโภคที่ควรจะได้รับบริการตามที่ทางองค์กรได้โฆษณาไว้ แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวัง (The marketing communication gap)

ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ (The perceived service quality gap)

### 4. วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 : ภาพแสดงกรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดดังกล่าวข้างต้นในการศึกษา โดยเริ่มจากการเก็บรวบรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ใช้บริการ และ ผู้ให้บริการ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีช่องว่างคุณภาพ (quality gap) ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ (Perceived Quality of a Service) ต่อบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) โดยการสัมภาษณ์ ผู้ใช้บริการของบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

**ขั้นตอนที่ 2** การศึกษาถึงการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

**ขั้นตอนที่ 3** การศึกษาถึงมาตรฐานคุณภาพของการให้บริการที่กำหนดขึ้น กับความคาดหวังของลูกค้า (The Quality Specification gap) โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการและผู้บริหารของบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อจะได้เปรียบเทียบสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังกับมาตรฐานของบริษัทว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

**ขั้นตอนที่ 4** การศึกษาถึงความคาดหวังในส่วนของพนักงานที่ผู้บริหารต้องการ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

## 5. ผลการศึกษา

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาถึงคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ (Perceived Quality of a Service) ต่อบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ช่องว่างที่ 5 (Gap 5)

เมื่อผู้ใช้บริการได้ใช้บริการของ บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลที่มีคุณภาพควรมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความซื่อสัตย์
2. สามารถดูแลสินค้าของลูกค้าให้ไปถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย
3. ตรงเวลาในการขนส่ง
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการขนส่งให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า
5. คุณภาพต้องเหมาะสมกับราคา
6. เรือมีความสะอาด แข็งแรง
7. ไร้ระยะเวลาในการขนส่งสั้น

1. มีความซื่อสัตย์
2. สามารถดูแลสินค้าของลูกค้าให้ไปถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย
3. ตรงเวลาในการขนส่ง
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการขนส่งให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า
5. คุณภาพต้องเหมาะสมกับราคา
6. เรือมีความสะอาด แข็งแรง
7. ไร้ระยะเวลาในการขนส่งสั้น



ภาพที่ 2 : ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง และรับรู้จากการให้บริการของบริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

**ขั้นตอนที่ 2** ศึกษาถึงการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ ( Service Delivery Gap ) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง

เมื่อผู้ให้บริการได้ให้บริการของบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นว่าพนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลที่มีคุณภาพควรมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความชำนาญในด้านการให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล
2. สามารถที่จะให้คำตอบกับลูกค้าที่มาใช้บริการได้
3. ควบคุมดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า หรือข้อมูลจากลูกค้า
4. มีความสามารถในการจัดการปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. มีใจรักในงานบริการ
6. มีความรู้ในเส้นทางการเดินเรือของบริษัท
7. มีความละเอียดรอบคอบ

1. มีความชำนาญในด้านการให้บริการในการขนส่งสินค้าทางทะเล
2. สามารถที่จะให้คำตอบกับลูกค้าที่มาใช้บริการได้
3. ควบคุมดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า หรือข้อมูลจากลูกค้า
4. มีความสามารถในการจัดการปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. มีใจรักในงานบริการ
6. มีความรู้ในเส้นทางการเดินเรือของบริษัท
7. มีความละเอียดรอบคอบ



**ภาพที่ 3 :** ปัจจัยที่ผู้ให้บริการคาดหวัง และรับรู้จากการให้บริการของพนักงานของบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

**ขั้นตอนที่ 3** การศึกษาถึงมาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นกับความคาดหวังของลูกค้า (The Quality Specification gap )

กลยุทธ์ในการดำเนินงานที่ส่งผลให้ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด(มหาชน) ประสบความสำเร็จ มีดังนี้  
 ในฐานะที่ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล การให้บริการที่มีคุณภาพควรมีลักษณะ ดังนี้



**ภาพที่ 4 :** ความคาดหวังในคุณภาพของผู้บริหารที่กำหนดขึ้นกับความคาดหวังของลูกค้า

1. ลูกค้าคาดหวังอะไรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
2. ค่าขนส่งต้องถูก และต้องบริการดี ค่า Freight จะต้องสมเหตุสมผลที่ผู้ให้บริการจะใช้บริการ
3. เรือบรรทุกสินค้าต้องอยู่ในสภาพที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าที่ขนส่ง
4. ต้องมีใจรักในงานบริการ
5. สินค้าของลูกค้าต้องถึงปลายทางตามที่กำหนด ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ
6. สินค้าของลูกค้าที่ไป ณ ปลายทาง จะต้องไม่มีความเสียหายเกิดขึ้น



ซึ่งจุดเด่นในการให้บริการของบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) คือ เรือของบริษัทโทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีทั้งเรือประจำเส้นทาง (Liner Service) และเรือจร (Tramp Service) แล้วแต่จะเช่าเป็น Voyage หรือ Time charter ซึ่งเรือของบริษัทโทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีหลายขนาด ประกอบด้วย

1. เรือที่มีระวางสองชั้น (tween-deckers)
2. เรือที่มีระวางบรรทุกสินค้าแห้งเทกอง โดยเฉพาะ (Open hatch / box-shaped vessels)
3. เรือบรรทุกสินค้าเทกองแบบมาตรฐาน (conventional bulk vessels)

ประกอบกับ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีวิธีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้แบบสอบถามในลักษณะสำรวจ แล้วลูกค้าจะมีการตอบกลับมา แล้วนำคำตอบของลูกค้ามาวิเคราะห์และดูว่าลูกค้าต้องการให้ปรับปรุงในส่วนไหนแล้วนำกลับมาแก้ไข

**ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาถึงความคาดหวังในส่วนของพนักงานที่ผู้บริหารต้องการ**

ลักษณะของพนักงานที่มีคุณภาพ ควรมีลักษณะ มีความรู้ความสามารถในงาน สามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้ สามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ ซึ่งเป็นความคาดหวังในภาพรวม ในปัจจุบันนี้ บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด(มหาชน) มีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา ดังนั้นพนักงานหลายคนยังไม่ตรงกับคาดหวัง จะต้องเข้าสู่ระบบในการประเมินความรู้ความสามารถ ภายใต้กรอบกระบวนการในการวัดประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งทางบริษัทได้มีแผนพัฒนาพนักงาน ในส่วนของ แผนส่วนบุคคล,

การฝึกอบรม, โครงการพัฒนาผู้บริหาร, โครงการพัฒนาผู้นำ เป็นต้น

ส่วนในการกำหนดมาตรฐานการทำงานของพนักงานในแต่ละแผนก จะต้องสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของบริษัท ที่จะต้องมีความสัมพันธ์กันในทุกๆแผนก แล้วจะเกิดเป็นมาตรฐานขององค์กรต่อไป ประกอบกับองค์กรได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับพนักงาน ประสิทธิภาพสัมฤทธิ์ของงานที่ออกมาได้อย่างถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว และเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการได้รวดเร็ว ซึ่งทำให้พนักงานทุกคนต้องมีการเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนและต้องพัฒนา

1. ต้องเก่งงาน
2. ต้องเก่งคน
3. ต้องเก่งคิด
4. ต้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กร
5. พัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา



ภาพที่ 5 : ปัจจัยที่ผู้บริหารคาดหวังในส่วนของพนักงาน

**6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ**

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจใน บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) และพนักงาน อยู่ในระดับค่อนข้างดี แต่มีสิ่งที่จะต้องปรับปรุง ดังนี้ การปฏิบัติงานเวลาขนถ่ายสินค้า ระบบข้อมูลข่าวสาร (Information System) ควรจะก็มีความถูกต้องและรวดเร็ว การให้ข้อมูลของพนักงาน และความสามารถในการเจรจาต่อรองของพนักงาน

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการของ บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ควรเร่งดำเนินการเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยตรง ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบข้อมูลที่ใช้บริการต้องการให้ บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การปฏิบัติงานเวลาขนถ่ายสินค้า ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในควบคุม หรือซ่อมบำรุงเครื่องมือแต่ละชนิด กำหนดแผนการซ่อมบำรุงเครื่องมือยกขนสินค้าทั้งแบบป้องกันและแบบแก้ไข และควรประยุกต์ใช้หลักการบริหารคุณภาพมาใช้ในทีมงาน
2. ระบบข้อมูลข่าวสาร (Information System) ควรจะมีความรวดเร็ว มีความชัดเจน และถูกต้อง
3. การให้ข้อมูลของพนักงาน พนักงานควรมีการให้ข้อมูลที่ตรงกัน เช่น การให้ข้อมูลเรื่องตารางเรือ ต้องให้ข้อมูลตารางเรือที่ตรงกับทุกฝ่าย ที่เป็นตารางเรือที่ถูกต้อง เพราะถ้าเกิดแต่ละฝ่ายเอาไปบอกลูกค้าต่อ และเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องก็จะดูไม่ดี
4. ควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานถึงรูปแบบของธุรกิจการค้า การขนส่ง สภาพการแข่งขัน และการให้บริการของ บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด(มหาชน) เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญในการทำงานของคนที่มีความกระทบต่อการค้า การขนส่ง และเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วม และความตั้งใจในการให้บริการ (Mind of Services) ทุ่มเทการ

ปฏิบัติงานเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการให้บริการ

5. ควรจัดให้มีการส่งพนักงานไปฝึกอบรม เพื่อนำวิธีการและแนวทางปฏิบัติงานมาประยุกต์อย่างเหมาะสมในการให้บริการของ บริษัท โทรีเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งจัดทำดัชนีชี้วัดและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับผู้นำตลาด (Benchmarking) เพื่อหาวิธีการที่ดีที่สุด (Best Practices) ในการไปสู่ความสำเร็จในการสร้างความเป็นเลิศด้านการบริการ

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าทางทะเลประเภทอื่น เช่น เรือบรรทุกน้ำมันดิบ เรือบรรทุกผลิตภัณฑ์น้ำมัน เรือบรรทุกก๊าซเหลว เรือคอนเทนเนอร์ เป็นต้น เพื่อรับทราบถึงคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลในแต่ละประเภทที่แตกต่างกันว่าแตกต่างกันในลักษณะใด และส่งผลต่อผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเลอย่างไร

## 7. บรรณานุกรม

- [1] กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุฒิ, กลยุทธ์บริหารธุรกิจการขนส่งทางเรือ, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- [2] จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, มาตรฐานทางการตลาดสำหรับกิจการขนส่งทางทะเลของไทยในอนาคต, รายงานการวิจัยสถาบันขนส่ง 64 (2540) : 23
- [3] ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ุ ไชยมั่นคง, กลยุทธ์การขนส่ง, นนทบุรี : วิชั่น ปริเพรส, 2552

- [4] ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลาย  
เชน. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2550
- [5] บริษัท โทริเซนไทย เอเจนต์ซีส์ จำกัด (มหาชน) ,รายงาน  
ประจำปี 2551
- [6] เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. การศึกษาภาพลักษณ์ของกิจการ  
ขนส่งทางทะเลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และ  
การบริหารจัดการ มหาวิทยาลัย, 2542
- [7] รุธิ์ พนมยงค์. การจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทย.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เวลาคี, 2547
- [8] วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. การวิเคราะห์คุณภาพการ  
ให้บริการของห้างสรรพสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเมิน  
คุณภาพ “SERVQUAL”. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า  
ไทย, 2541
- [9] หนึ่งนุช ปิยะอักษรศักดิ์. การปรับปรุงคุณภาพในการ  
บริการขนส่งสินค้าทางทะเล “กรณีศึกษาสายเรือคอนเทน  
เนอร์เส้นทางไทย-ญี่ปุ่น”. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ (สห  
สาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2550