

โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

ผู้ใช้บริการท่าเรือไออาร์พีซีและถังเก็บผลิตภัณฑ์
ประจำปี 2558

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ
ท่าเรือไออาร์พีซีและถังเก็บผลิตภัณฑ์

เสนอ

ฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน
บริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)



จัดทำโดย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำปี 2558



คำนำ

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือระยอง และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จัดทำขึ้นเพื่อเสนอฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ซึ่งบริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับงานบริการลูกค้า โดยเน้นเป็นภารกิจหลัก ในการพัฒนาคุณภาพความพึงพอใจลูกค้า เพื่อให้เกิดคุณค่าองค์กร ภาพลักษณ์ และสัมพันธภาพอย่างมีสมรรถนะสูง บรรลุภาระหน้าที่อันสำคัญ ทั้งด้านการตลาดและการบริหารจัดการคุณภาพอย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ขอขอบคุณทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อความสมบูรณ์ของรายงานวิจัยฉบับนี้ และขอขอบคุณฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนงานวิชาการ โดยให้ความไว้วางใจมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ให้ได้มีส่วนร่วมบริการวิชาการ ตามโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

คณะผู้วิจัย
ธันวาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	-1-
สารบัญ	-2-
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	1
ประโยชน์ที่จะได้รับ	2
ขอบเขตในการวิจัย	2
ระยะเวลาดำเนินงาน	3
นิยามศัพท์	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
บทที่ 2 บริษัทไออาร์พีซีจำกัด (มหาชน) กลุ่มท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์กับงานบริการลูกค้า	4
ความเป็นมาของบริษัท	4
งานบริการกลุ่มธุรกิจท่าเรือระยอง และถึงเก็บผลิตภัณฑ์	5
การตลาดกับกลุ่มธุรกิจท่าเรือ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	8
การบริการที่เป็นเลิศ	12
แนวคิดความพึงพอใจ	15
หลักการมาตรฐาน ISO9001 : 2000	18
การพัฒนาประสิทธิภาพท่าเรือไทย	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	27
ตอนที่ 2 ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์	32
ข้อมูลการเปรียบเทียบความพึงพอใจรวมของลูกค้าในการให้บริการของท่าเรือไออาร์พีซี ระหว่าง ปี 2555 – 2558	48

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจเปรียบเทียบการแข่งขัน	
และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	87
การศึกษาเชิงคุณภาพกลุ่มลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	91
ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	98
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	101
สรุปผลการวิจัย	101
ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	114
หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม	115
แบบสอบถามลูกค้าผู้ใช้บริการท่าเรือ ไออาร์พีซี และถังเก็บผลิตภัณฑ์	
ประจำปี 2558	116

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในทุกภาคส่วน ทำให้อำนาจด้านการตลาดอยู่กับลูกค้ามีสิทธิในตัดสินใจเลือกซื้อ สิ่งที่ตนเองเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งทางด้านจิตใจและผลประโยชน์ ดังนั้นเรื่องการตัดสินใจของลูกค้า คงไม่ต่างอะไรกับผู้ให้บริการรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญของคำว่า คุณภาพและคุณธรรม คำสองคำนี้จะต้องอยู่ในใจตลอด เพื่อส่งเสริมให้องค์กรเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนจึงเกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

เมื่อองค์กรธุรกิจปัจจุบันต้องพัฒนาทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการบริหารจัดการตอบสนองการให้บริการได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะด้านข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญของโลกยุคใหม่ที่ต้องสื่อสารอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ตรงเป้าหมาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีสู่การให้บริการที่เลิศ ความคาดหวังจากลูกค้าที่มีต่อองค์กรผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่ควรจะได้รับ การตอบสนอง ดังนั้นกิจกรรมในวงธุรกิจปัจจุบันจึงมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและสังคม

องค์กรต่างๆให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานโดยเฉพาะด้านระบบคุณภาพ ISO ทำให้การพัฒนาที่ต้องไปสนองตอบความต้องการของลูกค้า โดยให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา และนำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาสู่การพัฒนา และปรับปรุงองค์กรให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่สูงขึ้น ถือเป็นดัชนีชี้วัด เพื่อกระตุ้นให้เกิดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นขององค์กร และพัฒนาความหลากหลายในการปรับตัวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำงานหรือการรับบริการของลูกค้า ตลอดจนนวัตกรรมใหม่หรือวัฒนธรรมองค์กรที่ลูกค้าชื่นชม ซึ่งสิ่งที่กล่าวมาเป็นภาพรวมที่บริษัทต้องค้นหาอันนำไปสู่การพัฒนา พนักงาน ทรัพยากร เทคโนโลยี ตลาด และหุ้นส่วนทางธุรกิจจากทุกมุมโลก

การศึกษานี้เป็นดัชนีเปรียบเทียบการพัฒนาองค์กร จากปีที่ผ่านมาเพื่อชี้ให้เห็นถึงความจริงใจของบริษัทที่มีต่อลูกค้า จากการสร้างคุณภาพ และบริการ บริษัทโออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ยังให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ ISO พร้อมพัฒนาการให้บริการที่ดี โดยหวังว่าจะนำข้อมูลที่ได้ไปสู่การพัฒนาให้องค์กรเกิดความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของท่าเรือโออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์
2. เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทโออาร์พีซี และคู่แข่ง

3. เพื่อสำรวจความต้องการ (Customer needs) และความคาดหวัง (Customer expectation) ของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านต่างๆ ของธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ของ ไออาร์พีซี

4. เพื่อเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ของธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2558

3. ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. เป็นแนวทางให้บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักและเข้าใจถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ และเปรียบเทียบการแข่งขัน
2. นำไปเป็นแนวทางวางแผนพัฒนาการตลาดหรือขยายตลาดให้เกิดความเหมาะสมกับความต้องการของตลาดเป้าหมายธุรกิจท่าเรือของบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
3. สามารถใช้เป็นผลแห่งการรองรับการพัฒนากระบวนการคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2010
4. เป็นแนวทางให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

4. ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อสินค้าและบริการในการให้บริการของฝ่ายการตลาด และบริหารท่าเรือ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะทำให้การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าว่าต้องการอะไร โดยเน้นสู่ปัจจัยด้านการตลาดด้านการปฏิบัติงาน และด้านโครงสร้างอุปกรณ์และสถานที่
2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นลูกค้าที่ใช้บริการท่าเรือระยอง โดยรับฐานข้อมูลจาก บริษัทกำหนดให้ และข้อมูลลูกค้าต้องตอบด้วยความยินดีและเต็มใจ
3. ข้อมูลจะมาจากการเก็บในพื้นที่ท่าเรือและข้อมูลจากพนักงานและจากการประชุมที่ได้เข้าร่วม อันเป็นประโยชน์กับการวิเคราะห์ผล
4. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากร เป็นบริษัท ลูกค้าของธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ รวมทั้งหมด 60 ราย
5. ตัวแปรในการวิจัย
 - 5.1 ตัวแปรอิสระ - ข้อมูลทั่วไปได้แก่ ประเภทธุรกิจ ใช้บริการท่าเรือประเภทใดหรือถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาการใช้บริการ และการแนะนำให้ผู้อื่น
 - ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจ
 - ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
 - ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ
 - 5.2 ตัวแปรตาม - ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

กำหนดระยะเวลาดำเนินงานทั้งสิ้น 4 เดือน นับแต่วันที่ทำสัญญา ซึ่งระยะเวลาสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมเมื่อได้รับความเห็นชอบจากทางบริษัทฯ

6. นิยามศัพท์

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือ สำนักงานตั้งอยู่ที่ 555/2 ศูนย์เอนเนอร์ยี่คอมเพล็กซ์ อาคารบี ชั้น 7 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 และฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน ท่าเรือไออาร์พีซี ระยอง ผู้ให้บริการด้านการท่าเรือเอกชนทั้งเรือในและเรือต่างประเทศ และถึงเก็บผลิตภัณฑ์

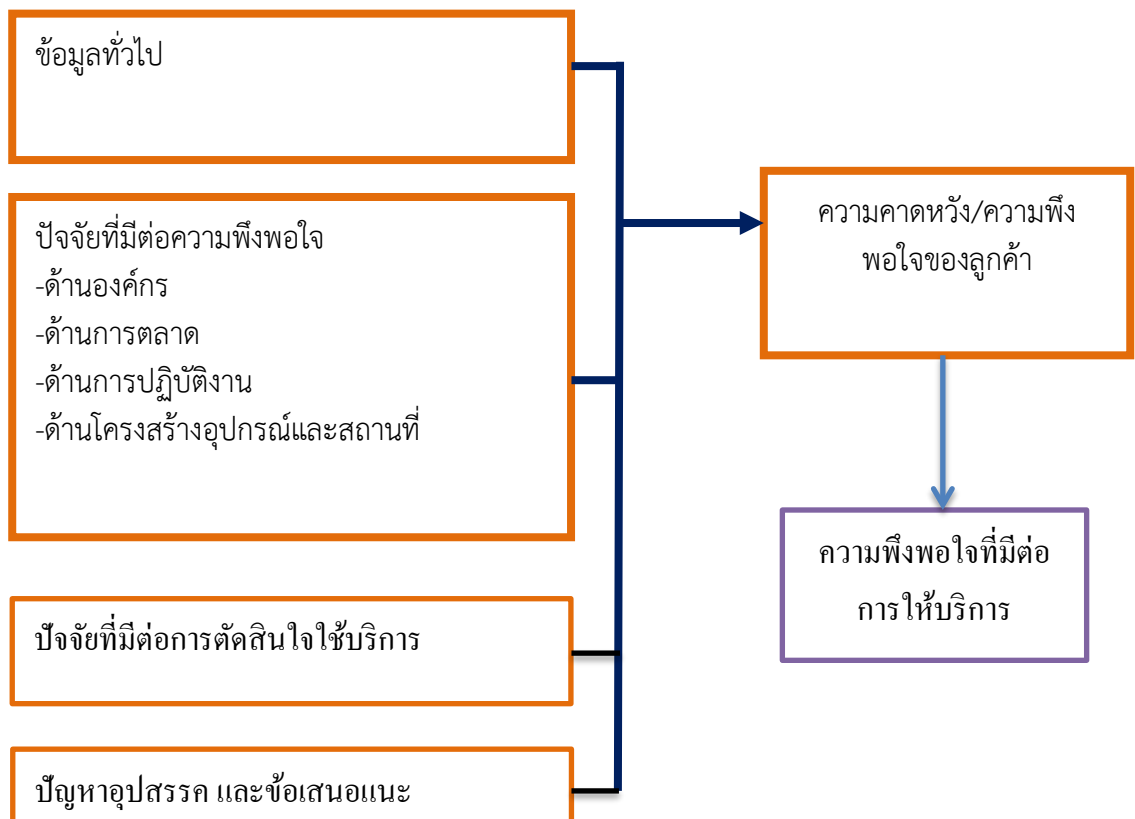
ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าภายนอก ที่ทำการตลาดหรือรับบริการโดยตรงและโดยอ้อม

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง การวัดผลทางความคิดของลูกค้าที่มีต่องานทางการตลาด บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าแต่ละรายที่ได้ใช้บริการกลุ่มธุรกิจท่าเรือระยอง และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ที่แสดงออกมาทางแบบสอบถาม

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าแต่ละรายที่หวังหรือคาดหวังว่าน่าจะได้จากการใช้บริการท่าเรือระยอง และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ที่แสดงออกมาทางแบบสอบถาม

7. กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

บริษัทโออาร์พีซีจำกัด (มหาชน)

กลุ่มท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์กับงานบริการลูกค้า

1. ความเป็นมาของบริษัท

บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) หรือ “IRPC” (“บริษัท”) เดิมชื่อ บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน) หรือ “ทีพีโอ” จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดยกลุ่มเลียวไพร์ตัน จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัท มหาชนเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2537 และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2538 บริษัทฯเริ่มผลิตเม็ดพลาสติกเพื่อจำหน่ายในปี 2525 และได้ขยายสายการผลิต ผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติกชนิดต่างๆเพิ่มขึ้น รวมทั้งขยายโรงงานและสร้างสาธารณูปโภค พื้นฐานสำหรับ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีครบวงจร ต่อมาบริษัทฯ ประสบภาวะวิกฤตทางการเงิน หลังจากการลอยตัวค่าเงินบาท เมื่อปี 2540 บริษัทฯเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการเมื่อปี 2543 และประสบความสำเร็จในการฟื้นฟูกิจการเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2549

บริษัทฯและบริษัทในเครือ เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ปิโตรเคมีครบวงจรแห่งแรกของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีโรงงานอยู่ที่จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นนิคมอุตสาหกรรมภายใต้การจัดการของบริษัทฯ พร้อมสาธารณูปโภคที่สนับสนุนการ ดำเนินอุตสาหกรรม ปิโตรเคมี ครบวงจร เช่น ท่าเรือน้ำลึก คลังน้ำมัน โรงไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์หลักคือผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมในนี้ที่จะขอล่าเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจท่าเรือ ปัจจุบันบริษัทฯได้มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการรวมถึงการส่งเสริมมาตรฐานสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้แก่สังคมและชุมชนในท้องถิ่นและสังคมของประเทศ

ภายใต้หลักการ : บริษัทมีนโยบายด้านการบริหารกิจการที่ดี

องค์กรได้ให้ความสำคัญต่อการกำกับกิจการที่ดี ตระหนักถึงความสำคัญของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอันเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ และเป็นพื้นฐานของการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯได้เผยแพร่คู่มือหลักการกำกับกิจการที่ดีผ่านระบบ Intranet ของบริษัทฯ พร้อมทั้งจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับตัวแทนพนักงานแต่ละหน่วยงาน (CG Agent) มีการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคนให้รับทราบนโยบายและถือเป็นแนวปฏิบัติตามคุณลักษณะหลักของกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี 6 ประการ ประกอบด้วย

1. ความรับผิดชอบต่อการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง สามารถชี้แจง และอธิบายการตัดสินใจนั้นได้ (Accountability)
2. ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ (Responsibility)
3. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และมีคำอธิบาย (Equitable Treatment)

4. ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Transparency)

5. การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)

6. การมีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (Ethics) มาใช้ในการดำเนินงาน มีโครงสร้างการบริหารที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างคณะกรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นอย่างเป็นธรรม

บริษัทมีการปรับภาพลักษณ์ทั้งองค์กรให้เป็นองค์กรภาพลักษณ์ใหม่ ในการมีส่วนร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม อันได้แก่ ลูกค้าและประชาชน คู่ค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้นพนักงาน และชุมชนรอบโรงงาน และคลังสินค้า โดยการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต กับด้านสิ่งแวดล้อม

2. งานบริการกลุ่มธุรกิจท่าเรือระยอง และถึงเก็บผลิตภัณฑ์



ท่าเรือ โออาร์พีซี ระยอง เป็นท่าเรือพาณิชย์และอุตสาหกรรม ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองระยองไปทางตะวันออก 3 ก.ม. และอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางตะวันออก 215 ก.ม. มีการแบ่งท่าเรือ ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว กับ ท่าเรือคอน

เทนเนอร์และสินค้าทั่วไป

ความยาวร่องน้ำ จากท่อนำร่องถึงจุดกลับลำเรือยาวประมาณ 12 ไมล์ทะเล ตามแนวเส้น 23° เหนือ ร่องน้ำมีความกว้าง 185 เมตร และมีความลึก 19 เมตร (วัดจากระดับน้ำทะเลต่ำสุด) ระดับน้ำขึ้นลงอยู่ระหว่าง 0.5 เมตร ถึง 2.5 เมตร เหนือระดับน้ำในแผนที่ กระแสน้ำเคลื่อนตัวจาก ทิศตะวันออกไป ทิศตะวันตก ตามกระแสน้ำขึ้นน้ำลง ความเร็วอยู่ระหว่าง 0.5 - 2.5 น็อต

ความสูงของคลื่นในช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ โดยปกติประมาณ 1 ถึง 2.5 เมตร อัตราความเร็วลมน้อยกว่า 10 น็อต แต่อาจมีความเร็ว ถึง 45 น็อต ในช่วงฝนฟ้าคะนอง และ ฝนตกหนักซึ่งเป็นบางครั้งบางคราวใน ช่วงมรสุมพัดผ่าน

เขตเวลาประเทศไทย +7.00 จากเวลามาตรฐาน กรีนนิช ท่อนำร่อง ปรากฏให้เห็นได้ด้วย เครื่องสะท้อนสัญญาณวิทยุ เครื่องสะท้อนเรดาร์ และไฟกระพริบสัญญาณขาวแดง ในอัตรา 3 ครั้ง ต่อ 30 วินาที เห็นในระยะ 6 ไมล์ทะเล

- พื้นที่ทั้ง สมอ " A " ตั้งอยู่ที่ตำแหน่งละติจูด 12° .30 ' เหนือ, ลองติจูด 101° 15 '.5 ตะวันออก
- พื้นที่ทั้ง สมอ " B " สำหรับเรือที่มีความลึกไม่เกิน 8 เมตร ตั้งอยู่ที่ตำแหน่งละติจูด 12° .36 '.5 เหนือ, ลองติจูด 101° 15 '.5 ตะวันออก
- ท่อนำร่องตั้งอยู่ที่ตำแหน่งละติจูด 12° 30 '.73 เหนือ ลองติจูด 101° 14 '.91 ตะวันออก
- ท่าเรือ ตั้งอยู่ที่ตำแหน่งละติจูด 12° 38 '.2 เหนือ, ลองติจูด 101° 18 '.2 ตะวันออก

เรือทุกลำที่เข้าเขตท่าเรือ ไออาร์พีซี ระยอง จะถูกวางแผนการเทียบท่าโดย แผนกวางแผนทางเรือของ ฝ่ายจัดการและการตลาดท่าเรือ

ท่าเรือ ไออาร์พีซี ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่เดียวกันกับโรงกลั่นน้ำมันของบริษัทฯ จังหวัดระยอง
ท่าเรือ ไออาร์พีซี มีการให้บริการเทียบเรือเพื่อขนถ่ายสินค้า พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการลูกค้าในการเทียบท่า เช่น เรือลากจูง บริการนำร่อง เรือบริการ เครื่องซั้ง ลานตู้สินค้า คอนเทนเนอร์ โกดังเก็บสินค้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการขนถ่ายสินค้า ท่าเรือหลักประกอบด้วย

ท่าเรือปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) หรือท่าเรือ LCT

เริ่มก่อสร้างขึ้นในปี พ.ศ 2521 เพื่อใช้เป็นที่เทียบเรือขนถ่ายสินค้าประเภทของเหลวและก๊าซ ความยาวประมาณ 1,623 เมตร ประกอบด้วยท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ 6 ท่า สามารถรับเรือได้ตั้งแต่ขนาด 1,000 – 250,000 ตัน

ท่าเรือ LCT ให้บริการเทียบเรือเพื่อขนถ่ายสินค้าด้วยอุปกรณ์ขนถ่ายที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและความปลอดภัย นอกจากทางท่าเรือ จะให้บริการสินค้าของบริษัทฯ เองแล้ว ยังเปิดให้บริการแก่บริษัทฯ ทัวไปจากภายนอกเข้ามาใช้บริการเทียบเรือและขนถ่ายสินค้าได้ด้วย ท่าเรือ LCT มีปริมาณสินค้าผ่านท่า 15 ล้านตันต่อปี และรองรับเรือมากกว่า 2,000 ลำต่อปี

หมายเลขท่า	ความยาวเรือ ไม่ต่ำกว่า (ม.)	ความยาวเรือ ไม่เกิน (ม.)	ระดับความลึก (ม.)	ขนาดระวาง บรรทุก (DWT)
1	50	158	7.8	20,000
2A	50	340	15.8	250,000
2B	50	340	17.4	250,000
3	50	280	12.9	80,000
4	50	250	9.3	50,000
5	50	120	5.5	4,000

ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) หรือท่าเรือ BCT
ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป มีลักษณะเป็นแขนยื่นลงไปในทะเล เทียบท่าได้ 2 ด้าน ตัวท่ามีความยาว 900 เมตร และความกว้าง 44 เมตร ประกอบด้วย ท่าเทียบเรือ 6 ท่า สามารถรับเรือลำเลียงได้ตั้งแต่ขนาด 800 ตัน จนถึงขนาด 150,000 ตัน ท่าเรือคอนเทนเนอร์และสินค้าทั่วไป

ให้บริการขนถ่ายสินค้าทั่วไป เช่น เหล็ก กะลาปาล์ม ถ่านหิน สินแร่ เป็นต้น โดยปัจจุบันมีปริมาณสินค้าผ่านท่า 1.4 ล้านตันต่อปี

หมายเลขท่า	ความยาวเรือ ไม่ต่ำกว่า (ม.)	ความยาวเรือ ไม่เกิน (ม.)	ระดับความลึก (ม.)	ขนาดระวาง บรรทุก (DWT)
1	50	158	7.8	20,000
2A	50	340	15.8	250,000
2B	50	340	17.4	250,000
3	50	280	12.9	80,000
4	50	250	9.3	50,000
5	50	120	5.5	4,000

นอกจากนี้ทางท่าเรือ IRPC ยังมีโครงการที่จะนำสายเรือต่างๆ มาเทียบท่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่นำเข้ามาและส่งออกสินค้าประเภทตู้คอนเทนเนอร์ในอนาคตอีกด้วย

ธุรกิจให้บริการถังเก็บสินค้า

การให้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์ IRPC ที่ให้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว สำหรับลูกค้าภายนอก โดยขนถ่ายผ่านท่าเรือปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว หรือท่าเรือ LCT เพื่อรองรับการนำเข้าและส่งออก ภาควัตถุอุตสาหกรรมในเขตภาคตะวันออก

ซึ่ง IRPC มีคลังน้ำมัน 5 แห่ง กระจายไปตามภูมิภาคได้แก่คลังน้ำมันระยอง คลังน้ำมันพระประแดง คลังน้ำมันอยุธยา คลังน้ำมันชุมพร และคลังน้ำมันแม่กลอง ทำให้มีการให้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเหลวสำหรับลูกค้าภายนอกด้วย เพื่อรองรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันของ IRPC

ท่าเลและสิ่งอำนวยความสะดวก

ท่าเรือ IRPC ระยองตั้งอยู่ห่างจาก ถ.สุขุมวิทเพียง 2 กิโลเมตร โดยถนนทางเข้าบริเวณท่าเรือกว้างขวางสะดวกสบาย สามารถเข้า-ออกได้ 2 เส้นทาง คือเส้นทางริมคลองชลประทาน และเส้นทาง พัน ร. 7 ซึ่งเชื่อมต่อถนนสุขุมวิทได้หลายเส้นทาง

ทางท่าเรือได้จัดเตรียมอุปกรณ์และเครื่องมือ เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่

- Tractor Head และ Container Chassis ไว้บริการลูกค้าระหว่างโรงงานและท่าเรือรวมถึงบริเวณท่าเรือ

- Reach Stacker Hopper ตัวใหญ่ 4 ตัว ตัวเล็ก 4 ตัว เพื่อขนถ่ายสินค้าที่เป็น เม็ดหรือก้อน เช่น ถ่านหิน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังได้จัดระบบไฟฟ้าและไฟแสงสว่างสำรองไว้ใช้ในระหว่างเรือ พร้อมทั้งมีน้ำจืดและน้ำมันเชื้อเพลิง เตรียมพร้อมไว้บริการแก่ลูกค้า สำหรับเรือที่ต้องการใช้บริการเรือลากจูงและนำร่อง ทางท่าเรือก็มีให้บริการ นอกจากนี้ยังมีเครื่องชั่งน้ำหนักขนาด 80 ตัน จำนวน 2 เครื่อง และโรงพักสินค้าขนาดใหญ่ 2 หลัง

บริการสำหรับสายเรือ/ตัวแทนเรือ

- เรือลากจูง
- เจ้าหน้าที่นำร่อง
- เรือบริการ
- รับเชื้อ
- น้ำจืด
- โรงพักสินค้า
- บริการชั่งน้ำหนัก
- เคน/รถยก

สิ่งอำนวยความสะดวก

- ศูนย์ควบคุมท่าเรือ
- ทุนไฟนำร่อง
- อุปกรณ์สูบน้ำถ่ายสินค้าก๊าซและของเหลว
- โกดังและลานวางกองสินค้า
- ระบบไฟฟ้าแสงสว่างบนท่าเทียบเรือ
- แผนที่ความลึกร่องน้ำ
- ระบบรักษาความปลอดภัย
- บริการจัดการและวางแผนเรือเข้าเทียบท่า
- อุปกรณ์ช่วยชีวิต

3. การตลาดกับกลุ่มธุรกิจท่าเรือ บริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ มีการการบริโภคสูงขึ้นโดยเฉพาะระบบคมนาคมและการสื่อสาร ที่ต้องการประสิทธิภาพมาก จนกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีทำให้โลกไร้พรมแดน สามารถติดต่อสร้างความสัมพันธ์กันได้ง่ายขึ้นเร็วขึ้นรวมถึงรับรู้ข้อมูลข่าวสารรวดเร็วขึ้น ส่งผลทำให้เกิดความสัมพันธ์ในการตอบสนองความต้องการที่เน้นความแตกต่าง และการให้บริการที่ดีเลิศในสังคมที่มีการแข่งขัน ดังนั้นความสัมพันธ์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ขายหรือผู้ผลิตที่มีหน้าที่ทางการตลาดในการสร้างสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อให้ได้รับคุณค่า

หรือมูลเพิ่มในการตอบสนองความต้องการที่ลูกค้าเลือกได้จากการแข่งขันเป็นเหตุผลที่ทำให้การตลาดมีความสำคัญมากขึ้น

การตลาดยุคใหม่จึงไม่ใช่เพียงสิ่งที่ผู้ผลิตอยากจะขายหรือผู้ซื้ออยากจะซื้อแต่ยังมีเหตุผลทางการตลาดที่มีความสำคัญมากกว่านั้นโดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการแลกเปลี่ยนของมนุษย์

ปัจจุบันการตลาดได้มีการพัฒนากระบวนการตอบสนองความต้องการของตลาด อันเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ ธุรกิจจะเกิดความเจริญรุ่งเรืองได้ต้องอาศัยการทำการตลาดเป็นหลักอย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการนำเสนอคุณค่า การให้ความสำคัญในการกำหนดกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความเหมาะสมกันระหว่างองค์การธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะการตลาดท่าเรือของบริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) นักการตลาดต้องมีการศึกษาความเข้าใจในตลาดโดยเฉพาะตลาดธุรกิจท่าเรือซึ่งเป็นตลาดองค์การ ถือเป็นตลาดบริการที่ต้องให้ความสำคัญกับการบริหารงานให้บริการลูกค้าเกิดความประทับใจ

การตลาดบริการ การตลาดบริการมีความสำคัญ ในปัจจุบันมากดังนั้น การบริหารงานบริการจึงมีความจำเป็นสำหรับองค์การที่ต้องมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมากเช่นธุรกิจบริการ การบริหารการบริการถือเป็นกระบวนการเพื่อสร้างและรักษาความพึงพอใจ ความคาดหวังของผู้รับบริการ ขณะเดียวกันก็มีการส่งเสริมความพึงพอใจและความจงรักภักดีผูกพันกับองค์กรของพนักงานไว้ด้วย การบริหารการบริการจะให้ความสำคัญกับผู้ที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดกำไร หรือผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่องค์การ ขณะเดียวกันก็ต้องตระหนักว่า การบริการที่ดีจะไม่เกิดมีขึ้นหากพนักงานขององค์กร เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายดำเนินการ และฝ่ายให้บริการ ไม่มีขวัญกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงาน เพราะกระบวนการของการบริหารบริการต้องให้หลักประกันถึงแนวทางที่จะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการก่อให้เกิดการบริการ นั่นคือการประสานงานความต้องการของผู้รับบริการ และของพนักงาน เข้ากับนโยบายเป้าหมายขององค์กรในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ กระบวนการบริหารบริการที่มุ่งแต่คำนึงถึงการได้กำไรสูงสุดเป็นสำคัญนั้นไม่สามารถทำให้องค์การอยู่รอดได้ในภาวะการแข่งขันอย่างสูงของการให้บริการ ทำให้ การบริการประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้

(1) มีการระบอบุคลากรประกอบของขั้นตอนการบริการต่างๆ เวลาที่เตรียม เวลาที่ให้บริการและข้อจำกัด

(2) มีการตรวจสอบวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า สิ่งที่ลูกค้าประทับใจกับการให้บริการ

(3) ออกแบบชุดของการบริการ มาตรฐานการสร้างประทับใจ ความคุ้มค่า

(4) ประชาสัมพันธ์การขาย ทีมงานขายการบริการ

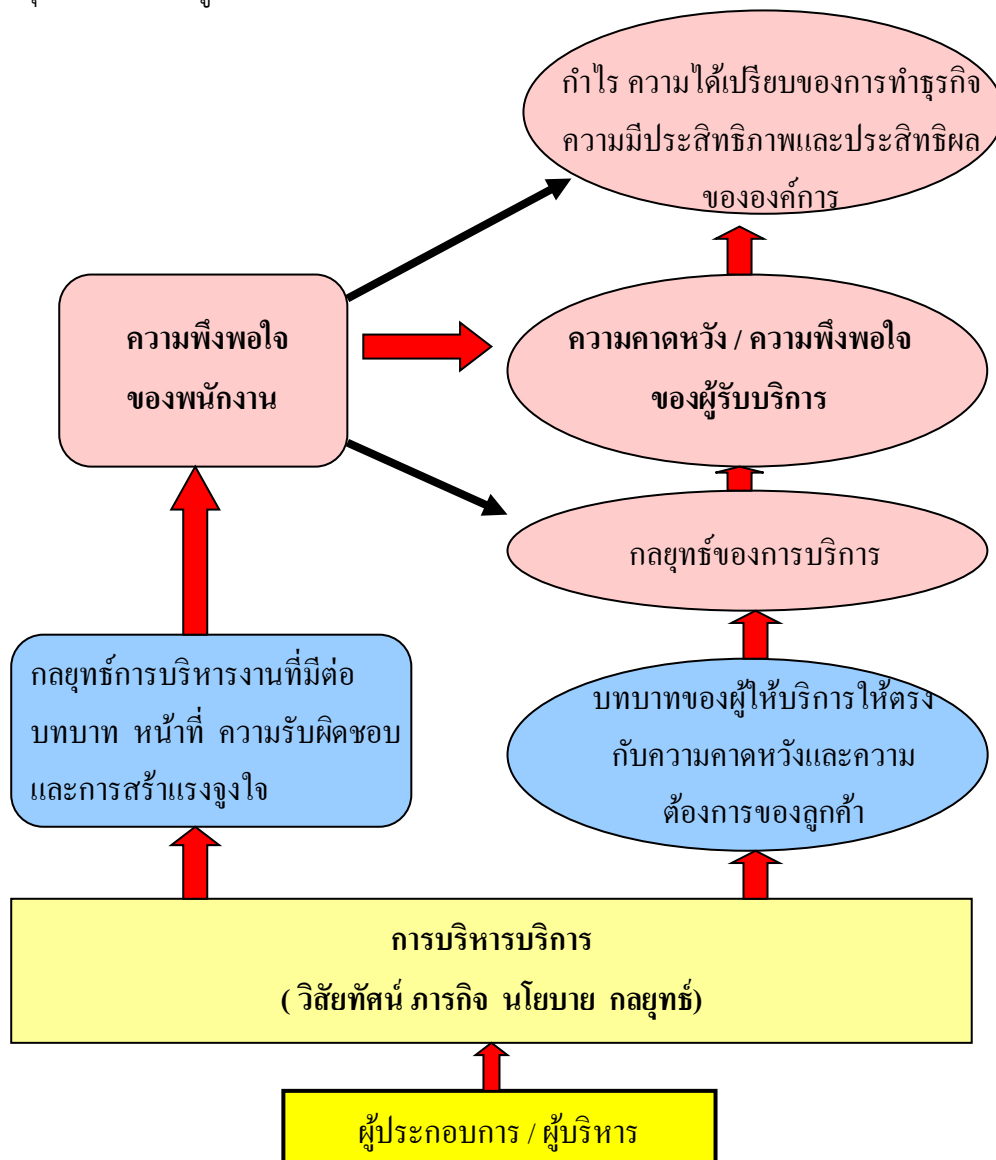
(5) ทดสอบตลาด ทดลองปฏิบัติแผนการตลาด

(6) ควบคุมการปฏิบัติงาน วัดประเมินผลการให้บริการ ผลการปฏิบัติเมื่อเทียบกับมาตรฐานการบริการที่กำหนดไว้แต่แรก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 51-52)

จากที่กล่าวมาการบริหารการบริการมีความสำคัญสามารถสรุปได้ 2 ประเด็นคือ

1) ในส่วนขององค์กร ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการ เป็นผู้ว่าจ้างที่ต้องจัดการ ส่งเสริมให้แก่พนักงานปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการบริการ เช่นค่าตอบแทน สิ่งจูงใจ โอกาสก้าวหน้า การสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงานในองค์กร

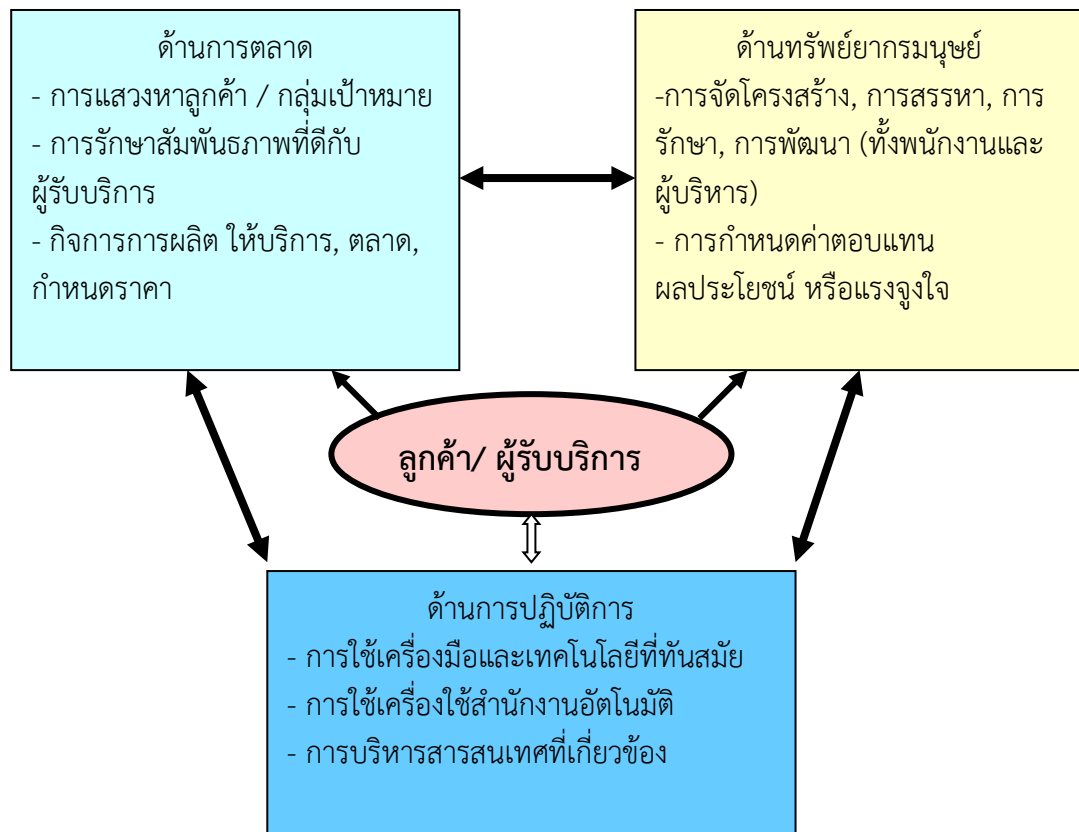
2) ในส่วนนอกองค์กร กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ เป็นผู้จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการ ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการที่มีค่านิยมที่สำคัญ คือ ความสะดวก รวดเร็ว คุณภาพดี ราคาถูก เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 บทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ
ที่มา: ดัดแปลงจาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545, หน้า 53)

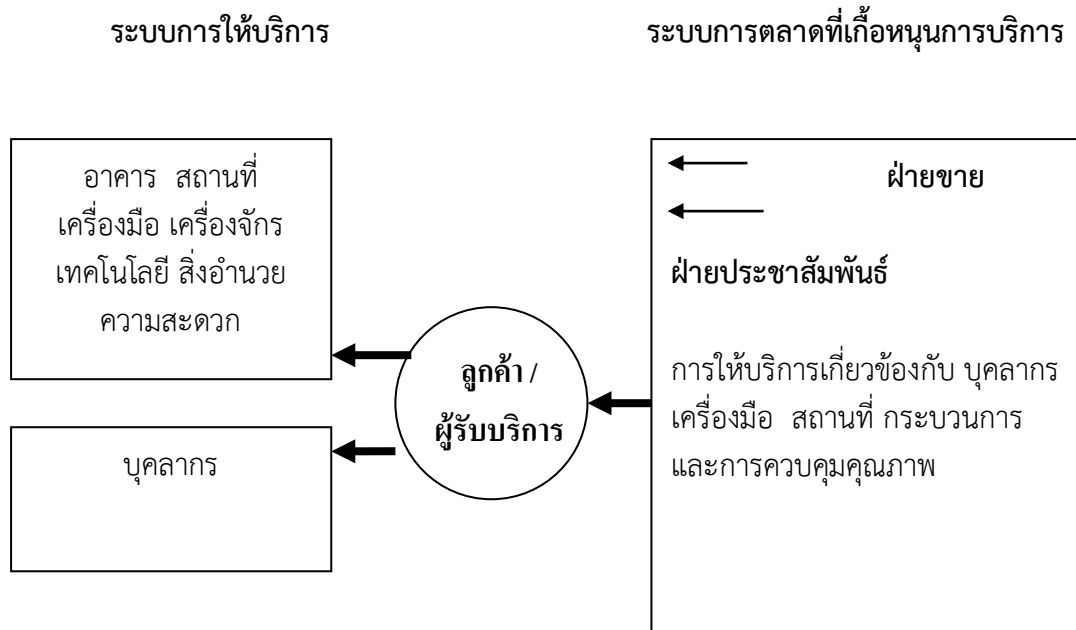
จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการบริหารการบริการคือความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งอาจพิจารณาได้ถึงลูกค้าภายในคือ พนักงานหรือบุคลากร และลูกค้าภายนอกคือผู้รับบริการ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการบริหารการบริการอย่างเหมาะสมโดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กรกิจ นโยบาย และกลยุทธขององค์กรให้ชัดเจนซึ่งสิ่งที่กำหนดนั้นต้องสามารถปฏิบัติได้และสร้างความพึง

พอใจให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยต้องพิจารณาองค์ประกอบ 3 ด้านหลังของระบบการบริหารการบริการที่ประกอบด้วย 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์, 2. ด้านการตลาด และ 3. ด้านการปฏิบัติงานหรือกระบวนการ พิจารณาได้ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบ ที่สำคัญ 3 ด้านของการบริหารการบริการ
ที่มา : ดัดแปลงจาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545, หน้า 71)

จากภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าทั้งสามด้านต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ด้านการปฏิบัตินั้นลูกค้าจะต้องมีกระบวนการแรกเปลี่ยนให้เกิดความร่วมมือซึ่งกันและกัน ถึงจะได้รับการบริการที่ดีซึ่งจะมีผลกระทบต่อกันและกัน ส่วนด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการตลาดลูกค้าจะไม่มีส่วนเข้าไปเกี่ยวข้องถึงองค์ประกอบทำให้เกิดผลกระทบโดยตรง แต่ทางอ้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และการตลาดถ้าไม่ดีก็จะส่งผลไปสู่การปฏิบัติอันจะสะท้อนมาสู่ลูกค้าเช่นกัน การทำการตลาดที่เน้นบริการในปัจจุบันจึงต้องให้ความสำคัญกับการตลาดที่ครอบคลุมการให้บริการและหน้าที่ทางการตลาด โดยจะเกื้อหนุนการบริการได้อย่างดีพิจารณาจากภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ระบบการตลาดของการบริหารการบริการ

ที่มา : ดัดแปลงจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 72

จากภาพที่ 2.3 จะเห็นถึงระบบการตลาดของการบริหารการบริการที่ต้องมีระบบการตลาดที่เกื้อหนุนการบริการ และระบบการให้บริการ ซึ่งทั้ง 2 ระบบก็จะเน้นให้เห็นถึงกระบวนการ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบตามหน้าที่ทางการตลาด ดังนั้นการตอบสนองความต้องการหรือบริการลูกค้า ถือเป็นหน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญซึ่งจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบในการตอบสนองความต้องการ รวมถึงหน้าที่ทางการตลาดที่ต้องรับผิดชอบและต้องสำนึกในความรับผิดชอบ เพื่อหวังทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเป็นลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์กับบริษัทรวมถึงผู้ที่ยังไม่ใช่นักค้าทำให้เป็นลูกค้าใหม่มากขึ้นอย่างยั่งยืน ปัจจุบันทางบริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ต้องพิจารณาการพัฒนาการตลาดให้ทำหน้าที่ครอบคลุมที่กล่าวมาทั้งหมดเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับลูกค้า

4. การบริการที่เป็นเลิศ

โลกธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง มุมมองของบริษัทที่มีชื่อเสียงจึงพยายามผลักดันงานบริการให้เป็นเลิศจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) เพื่อความแข็งแกร่งที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยเฉพาะธุรกิจที่สร้างความแตกต่างในตัวสินค้าได้ยาก ทำให้เกิดตราสินค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี และมีมูลค่าสูงขึ้นทั้งในสายตราลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ที่จะเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในอนาคต และสังคม (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกกุล, 2549 หน้า15)

แนวคิดที่มีต่อลูกค้า

ในอดีตองค์กรที่มีการแข่งขันสูงจะให้ความสำคัญต่อลูกค้าที่นึกถึงแต่ลูกค้าภายนอก องค์กรว่าคือพระเจ้า แตกต่างกับสินค้าที่มีการผูกขาดหรือผู้ขายน้อยรายที่ผู้ผลิตมักไม่ให้ความสำคัญต่อลูกค้ามากนักเช่นธุรกิจปุ๋ย หรือธุรกิจน้ำมันที่มีการให้โควตาผู้ขายหรือลูกค้าแต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน

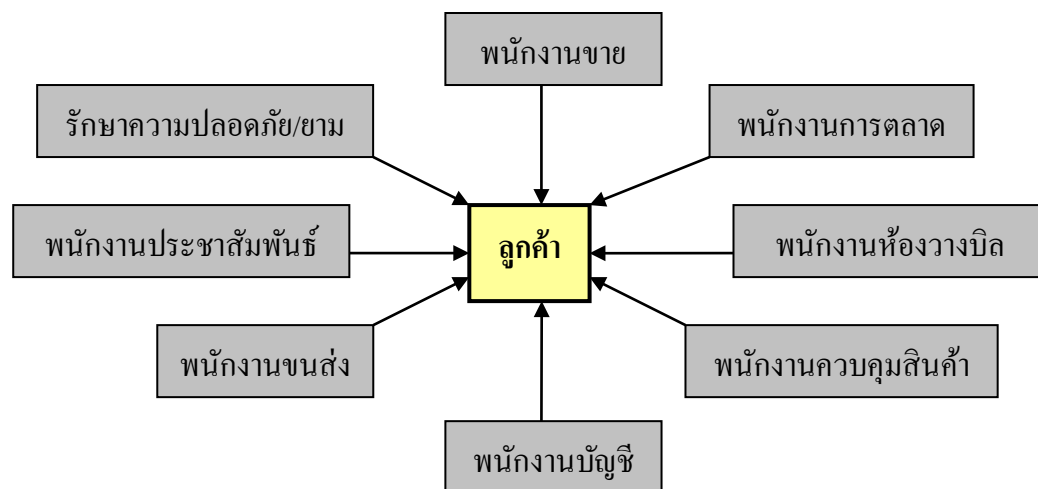
มีการแข่งขันกันมากขึ้นผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่จึงหันมาให้ความสำคัญกับลูกค้ามากขึ้น ผู้บริหารองค์กรต้องรู้และเข้าใจคำว่าลูกค้าคือใคร ซึ่งก็มีใช้ลูกค้าภายนอกที่ซื้อสินค้าอย่างเดียวแต่ก็ต้องรู้จักลูกค้าภายใน จึงต้องให้ความสำคัญแก่ลูกค้าภายนอกและลูกค้าภายใน

ปัจจุบันพูดถึงคำว่าลูกค้าตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award : TQA) หมายถึงผู้ที่直接或间接เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร ซึ่งรวมทั้งผู้ซื้อสินค้าและบริการโดยตรง และผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อจำหน่ายหรือส่งต่อ

ลูกค้า คือ บุคคล (หรือนิติบุคคล) ที่ซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ซื้อที่ซื้อ (หรือใช้บริการ) กับสถานที่หรือองค์กรใดเป็นการประจำหรือโดยสม่ำเสมอ จากความหมายลูกค้าดังนี้

- (1) ลูกค้าภายนอกที่หมายถึงบุคคลหรือองค์กรที่จ่ายเงินเพื่อแลกกับสินค้าและบริการ
- (2) ลูกค้าภายในที่หมายถึงบุคคลภายในองค์กรที่ปฏิบัติหน้าที่ต่างๆเพื่อแลกกับเงิน

ลูกค้าภายนอกและลูกค้าภายในจะมีการสัมผัสและมีความสัมพันธ์ต่อกันและกันในกระบวนการให้บริการลูกค้าซึ่งต้องมองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง(Customer Centric) และต้องมีพนักงานหน้าบ้าน (Front Line) และพนักงานหลังบ้าน (Back Office) โดยให้ลูกค้าถือเป็นศูนย์กลางในการทำงานขององค์กร เพื่อให้ทุกหน่วยงานส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า มีความใกล้ชิดกับลูกค้า สามารถติดตามความพึงพอใจพบปะพูดคุยกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรต้องปรับเปลี่ยนสร้างความเข้าใจในงานบริการที่ดีเลิศให้แก่พนักงานทุกคนคิดถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นที่ตั้งโดยผลักดันให้เป็นค่านิยมบริการลูกค้าด้วยใจ หรือวัฒนธรรมองค์กร



ภาพที่ 2.4 การมองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

การตลาดต้องมุ่งเน้นลูกค้า

การตลาดที่ต้องมุ่งเน้นลูกค้าโดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการต้องมีการตรวจประเมินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการกำหนดปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้า สร้างความพึงพอใจ ความภักดี และการรักษาลูกค้าไว้ รวมถึงปัจจัยที่นำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจและความยั่งยืนขององค์กรในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1) ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด ที่ต้องเข้าใจลูกค้า และตลาดเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาจากลูกค้าของคู่แข่ง ลูกค้าในอนาคต ลูกค้าในอดีตและปัจจุบัน โดยการพัฒนารับฟังข้อร้องเรียนให้ทันกับความต้องการและทิศทางของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง

2) ความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า จะทำให้เกิด ลูกค้าใหม่ การตอบสนองความต้องการลูกค้า การซื้อซ้ำ ลูกค้าพูดถึงในทางที่ดี ทำให้เกิดภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับของสังคม ส่วนในเรื่องที่เป็นปัญหาต้องมีการจัดการกับข้อร้องเรียน การแก้ไขปัญหาต่างๆโดยทันที เพื่อลดความไม่พึงพอใจ การสูญเสียทางธุรกิจ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อร้องเรียนในการปรับปรุงทั้งองค์กรโดยร่วมกับลูกค้า

3) การประเมินความพึงพอใจลูกค้า โดยวิธีการประเมินความพึงพอใจไม่พึงพอใจและความภาคภูมิใจของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

- จะทำให้ได้ข้อมูลที่ช่วยการตอบสนองเกินความคาดหวัง
- ทำการค้ากับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
- ได้รับการกล่าวถึงในทางที่ดี
- สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพ การบริการ และการทำธุรกรรม

การสร้างงานบริการอย่างมีคุณภาพ

การสร้างงานบริการอย่างมีคุณภาพจำเป็นต้องมีปัจจัย 3 ด้าน คือ

1. ด้านกลยุทธ์การบริการจะเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ธุรกิจที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ เพราะจะเป็นแผนหรือแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นเรื่องนโยบายที่จะกำหนดคุณภาพ เงื่อนไข อื่น ๆ ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. ด้านพนักงานทุกระดับ ต้องมีการให้บริการด้วยหัวใจ เต็มใจ และใส่ใจ (จิตสำนึกในการให้บริการที่ดี) ในความรับผิดชอบที่ประกอบด้วย

- มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ
- โดยเข้าใจธรรมชาติที่แตกต่างของลูกค้า
- เรียนรู้และรับรู้ความรู้สึก และอารมณ์ตนเองในการปรับใช้
- หลีกเลี่ยงคำว่า “ไม่” กับลูกค้า
- ไม่มีคำว่าปัญหาหรืออุปสรรค
- สร้างเป้าหมายที่เป็นพลังอันยิ่งใหญ่ โดยมีศรัทธาต่อองค์กร
- ให้กำลังใจ เพื่อสร้างพลังให้ตนเอง โดยเห็นคุณค่าของการบริการที่ดี
- สร้างบารมีจากการแผ่เมตตา (ให้การช่วยเหลือผู้อื่น)

3. ด้านระบบงาน หรือระบบการทำงานควรเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน จัดองค์การตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่ที่ต้องให้บริการอย่างดีที่สุด และเป็นองค์การที่ลูกค้าเข้าใจและเข้าถึงง่ายที่สุด และกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าต้องพิจารณาดังนี้

1) ความถูกต้อง ซึ่งต้องเป็นความถูกต้องในงานบริการมิใช่ความถูกต้องตามหลักเหตุผลของบริษัทเท่านั้น แต่ต้องถูกเรื่องที่ถูกคำต้องการหรือมีปัญหา ซึ่งจะทำให้งานบริการมีความถูกต้องมากที่สุด รวมถึงความรวดเร็ว ของระบบงานบริการมีความสะดวก รวดเร็ว ฉับไว ในการตอบสนองอย่างเหมาะสม

2) เวลา ที่เกี่ยวกับการให้บริการ

- เวลาให้บริการ ของลูกค้า คือเวลาที่บริษัทใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งนิยมเรียกว่า SLA (Service Level Agreement) เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่ลูกค้าจะบอกว่าบริการดีหรือไม่ดี
- เวลารอคอย คือเวลาที่ลูกค้ารอรับบริการ ซึ่งส่วนใหญ่ในการให้บริการลูกค้าไม่ชอบรอคอยใดๆ แต่ด้วยข้อจำกัดขององค์กร บริษัทไม่สามารถลงทุนที่สูงเพื่อลดการรอคอยของลูกค้าได้ วิธีที่องค์กรนิยมปฏิบัติคือ การทำให้ลูกค้ารู้สึกดี รู้สึกผ่อนคลายขณะรอคอย

3) ความสม่ำเสมอ เป็นการบริการที่มีมาตรฐานตลอดเวลา และเหมือนกันทุกครั้ง ลูกค้าสามารถนึกภาพการให้บริการได้สม่ำเสมอคงเส้นคงวา มีรูปแบบ มีระบบ มีมาตรฐาน

คุณภาพการบริการ (Service Quality)

ในการบริหารงานบริการที่มีคุณภาพปัจจุบันจะใช้โมเดล SERVQUAL ของ Parasuraman ที่มีการระบุงานบริการที่สำคัญไว้ 5 ด้าน ที่เรียกว่า RATER ในการวัดผลที่ประกอบด้วย

1. Reliability ด้านความรู้สึกว่าสามารถวางใจได้ในการให้บริการ เพราะการให้บริการนั้นมีความถูกต้องแม่นยำ ไม่มีปัญหาผิดพลาดและมีความตรงเวลาตลอดในการให้บริการ
2. Assurance ด้านความรู้สึกลึกซึ้งที่มั่นใจในการใช้บริการ เพราะพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ และมีอัธยาศัยในการแนะนำที่ทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสำนักงานผู้ให้บริการ
3. Tangibles ด้านความพร้อมของเครื่องมือที่ลูกค้ามองเห็น รวมถึงสถานที่ในการให้บริการ และสิ่งที่สามารถเห็นได้จากพนักงานเช่นเครื่องแบบพนักงาน
4. Empathy ด้านความรู้สึกว่าสถานบริการมีความเอาใจใส่ลูกค้า เช่นเอาใจใส่ลูกค้าบุคคลเป็นอย่างดี เอาใจใส่แก่ความต้องการเฉพาะเจาะจงที่เป็นความต้องการของลูกค้า
5. Responsiveness ด้านความรู้สึกว่าได้รับการตอบสนอง อันไม่เคยปฏิเสธลูกค้าก่อนที่จะพยายามตอบสนอง ซึ่งจะเป็นการตอบสนองทันทีที่เห็นอันไม่เคยปฏิเสธลูกค้า

5. แนวคิดความพึงพอใจ

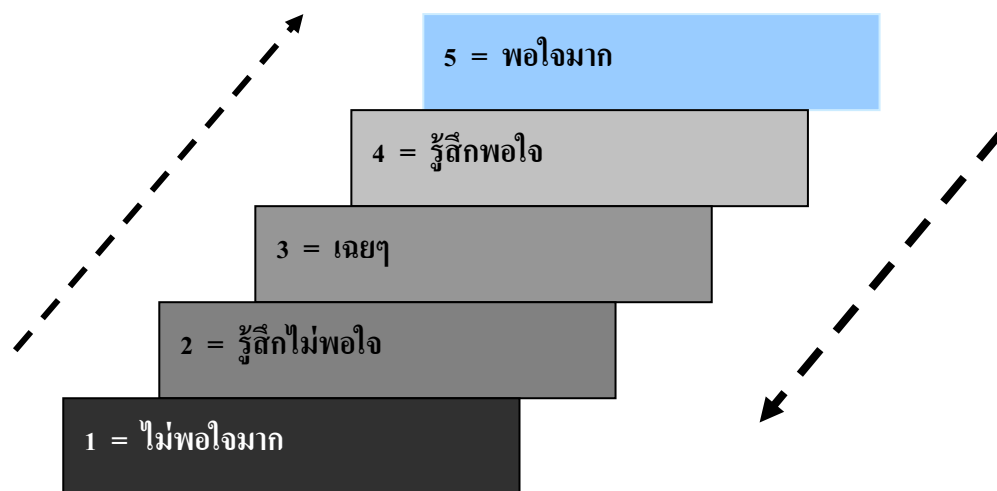
การรับรู้ถึงคุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งบางครั้งคำว่า “คุณภาพ” และ “ความพึงพอใจ” มักใช้แทนกันได้ แต่นักวิจัยบางรายเชื่อว่า คุณภาพของบริการ ที่ลูกค้ารับรู้ได้ เป็นแต่เพียงองค์ประกอบส่วนหนึ่งของความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนของราคา คุณภาพ และปัจจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวและสถานการณ์ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องที่ถ้าทำให้ลูกค้าได้ในสิ่งที่ต้องการเท่ากับความคาดหวัง ก็ถือว่าได้รับความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับสิ่งที่ต้องการก็เท่ากับไม่ได้รับความพึงพอใจ

1. ความพึงพอใจกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้น (กฤษณาสี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อรุณรัตน์, 2547, หน้า 98)

ความพึงพอใจ หมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบในทัศนคติเกิดขึ้น ตามปฏิกิริยาในการซื้อสินค้า หรือมีการก่อปฏิกิริยาตอบสนองสินค้าเพื่อผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, 2546 หน้า 83)

ความพึงพอใจของลูกค้า (เลิฟลือก, คริสโตเฟอร์ เอช, 2546 หน้า 244- 247) เน้นว่าลูกค้ามักจะมีประสบการณ์กับความพอใจและความไม่พอใจในหลายๆ ระดับ หลังจากที่ได้อ่านสินค้าหรือใช้บริการในแต่ละอย่างแล้ว ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าสินค้าหรือบริการจะเท่ากับระดับความคาดหวัง หรือสูงกว่า เนื่องจากความพอใจเป็นภาวะทางอารมณ์ ซึ่งการแสดงออกหลังการซื้ออาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความไม่พอใจ ความลังเล ความนิ่งเฉย ความพอใจหรือความยินดี ในการปรับปรุงระดับความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทจะต้องค้นหาว่า ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยแค่ไหน วิธีการหนึ่งที่ยอมรับใช้วัดความพึงพอใจก็คือ การสอบถามลูกค้าก่อน เพื่อที่จะระบุปัจจัยใดที่มีความสำคัญในการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำการประเมินการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการและคู่แข่ง โดยใช้ปัจจัยเหล่านี้ กับสเกลส์ 5 คะแนน เพื่อวัดความพึงพอใจของลูกค้าประกอบดังภาพ 2.5



ภาพที่ 2.5 ระดับความพึงพอใจ

จากผลรวมถ้าลูกค้าให้ระดับคะแนนความพอใจที่ 0 – 3 อาจมีแนวโน้มที่จะลดน้อยลงไปเรื่อยๆ ส่วนลูกค้าที่ให้คะแนนว่ารู้สึกพอใจที่ 4 อาจถูกบริการของคู่แข่งแย่งไป มีเพียงแต่ลูกค้าที่ให้คะแนนพอใจที่ 5 ซึ่งจะเป็นลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์สูงสุด ในช่วงสูงสุดและต่ำสุดของสเกลมีลูกค้า 2 กลุ่มที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ให้บริการเราเรียกว่า “Terrorists” และ “Apostle” ซึ่ง Terrorists มีระดับความไม่พอใจมาก เป็นฝันร้ายของบริษัททุกบริษัทได้เป็นเพียงแค่ทำให้ลูกค้าลดความซื่อสัตย์ลงไป แต่ยังทำให้ทุกคนแบ่งปันความโกรธ และความผิดหวังด้วย โดยมากลูกค้าเหล่านี้มักมีประสบการณ์ที่เลวร้ายที่บริษัทไม่เคยทำการแก้ไขผลก็คือ ลูกค้าจะทำการแพร่คำพูดในทางลบให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในทางตรงกันข้ามกลุ่ม Apostle มีระดับความพอใจมาก เป็นลูกค้ากลุ่มที่ผู้ให้บริการทุกรายใฝ่ฝันอยากเป็นเจ้าของ เนื่องจากลูกค้ามีความพอใจการบริการมากจนอยากจะบอกเล่าแก่ผู้อื่น การสร้าง Apostle และลด Terrorists ควรกำหนดเป็นเป้าหมายหลักใน

การสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพราะลูกค้ากลุ่ม Apostle มีความซื่อสัตย์อย่างสูงมาก และความพอใจในการบริการที่เห็นได้ชัดของกลุ่มนี้ จะช่วยดึงดูดลูกค้าอื่นให้มาใช้สินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น

2. การใช้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

เมื่อบริษัทได้ข้อมูลของลูกค้าแล้วจะต้องนำมาสู่การตัดสินใจใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด เพื่อยกระดับความพึงพอใจ ถ้าการให้คะแนนความพึงพอใจตกอยู่ในช่วงคะแนน 2 – 3 ก็อาจมี ปัญหาการส่งมอบสินค้าหรือบริการหลักของบริษัทซึ่งอาจเป็นเรื่องคุณประโยชน์เบื้องต้นที่ลูกค้า คาดหวังให้ธุรกิจทุกแห่งจัดหาให้ในทางแก้ปัญหา ต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ของบริษัทว่าสอดคล้องกับ มาตรฐานของอุตสาหกรรมตามที่กำหนดไว้ แต่ถ้าลูกค้ารู้สึกเฉยๆ หรือมีความพอใจ ช่วงคะแนน 3 – 4 ซึ่งอาจมีความสุขกับสินค้าหรือบริการหลัก แต่ลูกค้าอาจต้องการบริการเสริมที่เหมาะสม ที่จะ ทำให้ผลิตภัณฑ์เบื้องต้นใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือใช้ได้ง่ายยิ่งขึ้น แต่ถ้ารู้สึกเฉยๆ หรือมีความพอใจในอัตราส่วนสูงขึ้น จำเป็นต้องเพิ่มขอบเขตในการส่งเสริมการบริการ และจัดทำ กระบวนการเพื่อฟื้นฟูบริการให้กลับสู่สภาพที่ดีจนลูกค้าไม่เปลี่ยนความรู้สึกไปเข้ากลุ่มที่ไม่พอใจเมื่อ เกิดปัญหาขึ้น แต่ถ้าลูกค้ามีความพอใจสูงสุดเชื่อว่า บริษัทมีความเข้าใจในตัวลูกค้ามาโดยตลอด และบริษัทไม่แสดงออกถึงความชอบส่วนตัว ความต้องการ ความคาดหวัง และปัญหา ผู้ ให้บริการที่มีคะแนนความพอใจของลูกค้าเท่ากับ 5 มักเป็นผู้ที่ฟังลูกค้าอย่างรอบคอบ จนเป็นผลให้ผู้ ที่ให้บริการไม่สามารถรวมองค์ประกอบของนวัตกรรมเข้าไปในสิ่งเสนอขายหลัก ซึ่งบริษัทจะต้องฟัง ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและหาวิธีใหม่ๆ เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

3. คุณประโยชน์ของการบริหารความพึงพอใจของลูกค้า

นักการตลาดมีเพียงแต่จัดหาสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้าพอใจแต่ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลเป็นคุณประโยชน์แก่บริษัท เพราะความพึงพอใจของลูกค้าระดับสูง จะนำไปสู่การมีความซื่อสัตย์ของลูกค้าในระยะยาว บริษัทจะมีกำไรมากขึ้น ถ้ารักษาลูกค้าที่ดีไว้ได้ มากกว่าการที่จะจูงใจหรือพัฒนาลูกค้าใหม่เพื่อแทนที่ลูกค้าที่จากไป ลูกค้าที่มีความพึงพอใจสูงสุดจะ แพร่คำพูดในทางบวกจนกลายเป็นการโฆษณาให้กับบริษัท ซึ่งจะลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ซึ่งเป็น เรื่องที่สำคัญมาก ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูง เป็นนโยบายประกันมิให้บางสิ่งบางอย่างเกิด ความผิดพลาดได้ ลูกค้าระยะยาวมักให้อภัยเพราะประสบการณ์อันเลวร้ายที่เกิดขึ้น จะถูกชดเชย โดยประสบการณ์ที่ดีในครั้งก่อน และลูกค้าที่พอใจจะไม่หันไปหาสิ่งเสนอขายของคู่แข่งชั้นได้โดยง่าย ทำให้ส่วนครองตลาดและกำไรเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (อ้างใน กุณทลี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศ โสภา และสาวิกา อุรนนท์, 2547, หน้า 99) ผลจากการศึกษาดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้าใน สหรัฐอเมริกา ซึ่งตีพิมพ์ในรายงานประจำปีของ American Customer Satisfaction Index (ACSI) ปี 1996 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าคือ (1) การเรียนรู้และความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า (Need,Want) อย่างแท้จริง โดยเริ่มต้นลูกค้าของเราคือใคร ลูกค้า ต้องการอะไร ตลอดจนเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า (2) การทำการตลาดภายใน และ(3) การ ควบคุมคุณภาพทั่วทั้งองค์กร

วิธีการสร้างความพึงพอใจ การตลาดสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการนำเสนอหรือส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าโดยปกติแล้วลูกค้าจะประเมินคุณค่าจากอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดที่จ่ายไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่า

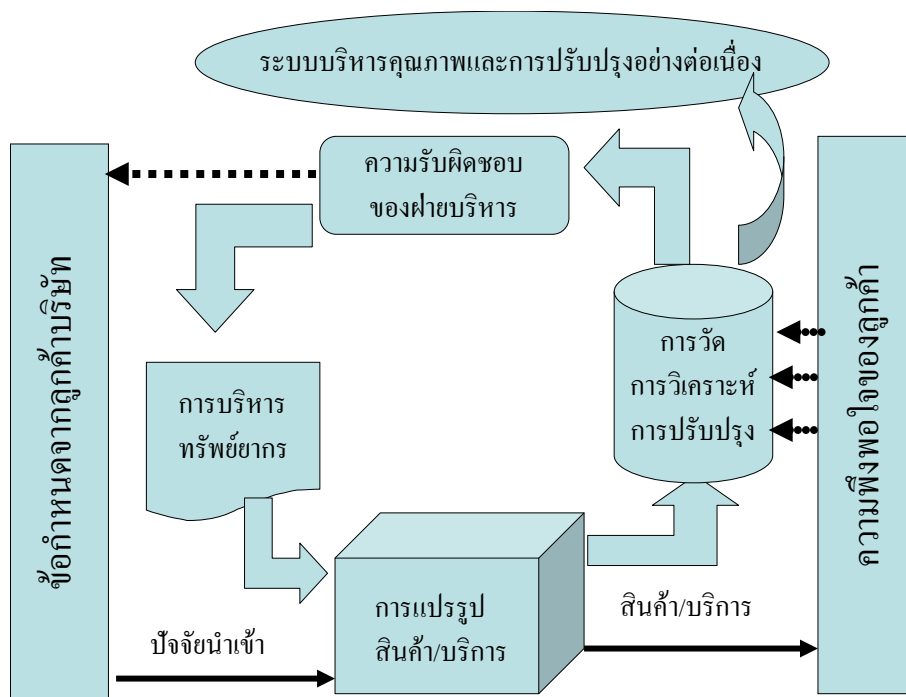
ต้นทุนที่จ่ายไป

ดังนั้นองค์การทางการตลาดสามารถที่จะเพิ่มคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในสองแนวทางคือ

- 1) การเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นทั้งคุณประโยชน์ในด้านใช้สอยของสินค้า คุณประโยชน์ในด้านอารมณ์ และคุณประโยชน์ในด้านผลตอบแทน
- 2) การลดต้นทุนให้ลูกค้า ซึ่งเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน ทั้งนี้การลดต้นทุนต้องไม่บั่นทอนคุณภาพหรือคุณประโยชน์ ของสินค้าและบริการ

6. หลักการมาตรฐาน ISO9001:2000

มาตรฐาน ISO9001:2000 ระบุข้อกำหนดที่จำเป็นในระบบบริหารคุณภาพ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ มากกว่าการมุ่งเน้นทดสอบ ตรวจสอบในผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้วยการมุ่งส่งเสริมให้มีการนำเอาแนวทางการจัดการโดยมองแบบกระบวนการ ในการบริหารงานด้านคุณภาพขององค์กร โดยรวมๆ ว่ากิจกรรมใดๆ ก็ตามที่มีการรับ สิ่งป้อนเข้า (inputs) แล้วมีการเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นผลิตผลของกิจกรรม และส่งออกไปเป็นสิ่งป้อนออก (outputs) ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวนี้ เรียกว่าเป็น กระบวนการ (process) โดยธรรมชาติแล้ว แต่ละองค์การธุรกิจย่อมประกอบขึ้นจากหลายๆ หน่วยงานที่มีกิจกรรมแตกต่างกันโดยดำเนินงานเชื่อมประสานสอดคล้องกันภายใต้กรอบวัตถุประสงค์เดียวกัน ด้วยกฎเกณฑ์ หรือกติกาในการทำงานอันเดียวกัน ดังนั้น องค์การที่มุ่งสู่การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพย่อมต้องระบุชี้แต่ละกิจกรรมหรือกระบวนการย่อย ๆ ทั้งหลายในองค์การอย่างชัดเจนและบริหารบรรดากระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพ เพราะสิ่งป้อนออก (ผลิตผล) จากกระบวนการหนึ่งอาจจะเป็นสิ่งป้อนเข้าให้แก่อีกกระบวนการหนึ่ง (ที่อยู่ถัดไปได้) การระบุชี้กระบวนการและการบริหารกระบวนการทั้งหมดในองค์การอย่างเป็นระบบ รวมถึง การจัดการด้านปฏิสัมพันธ์อันเหมาะสมระหว่าง กระบวนการทั้งหลายภายในองค์การเช่นนี้ อาจเรียกได้ว่าเป็น “การจัดการด้านคุณภาพโดยการมองแบบกระบวนการบริหารงานคุณภาพ” หรือ Process approach to quality management. ตามมาตรฐาน ISO – 9001 : 2000



ภาพที่ 2.6 รูปแบบกระบวนการบริหารงานคุณภาพ

ความพึงพอใจของลูกค้าในข้อกำหนดมาตรฐาน ISO 9001 : 2000

ข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 9001 (วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด, 2546, หน้า 19- 24) กล่าวถึงการติดตามและการตรวจวัดความพึงพอใจอันประกอบด้วย

การบริหารทรัพยากร “องค์การต้องตัดสินใจและให้ทรัพยากรอันจำเป็นที่จะดำเนินการและปรับปรุงระบบบริหารคุณภาพกับการปรับปรุงต่อเนื่องซึ่งความมีประสิทธิภาพของระบบเองในการที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยการสนองตอบความต้องการของลูกค้า”

ขอบเขตทั่วไปมาตรฐาน ISO 9001 ได้ระบุข้อกำหนดสำหรับระบบบริหารคุณภาพที่ซึ่งองค์การจำเป็นต้องแสดงความสามารถอย่างต่อเนื่องในการอำนวยความสะดวกให้สินค้าที่สนองความต้องการของลูกค้า ถูกต้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยใช้ระบบอย่างทรงประสิทธิภาพ รวมทั้งกระบวนการต่างๆสำหรับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ระบบเกิดความสอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า ตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

ขอบเขตมุ่งที่ลูกค้า เพื่อต้องการให้ ฝ่ายบริหารระดับสูงต้องมั่นใจว่าความต้องการของลูกค้าได้รับการตัดสินใจและตอบสนองด้วยจุดมุ่งหมายแห่งการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยกำหนดเป็นพันธะกรณีของฝ่ายบริหารที่ต้องสื่อสารให้องค์การรู้ถึงความสำคัญของการตอบสนองความต้องการหรือข้อกำหนดของลูกค้า และกำหนดให้ตัวแทนฝ่ายบริหารส่งเสริมให้ทั่วทั้งองค์การตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า

การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยกำหนดเป็นพันธะให้้องค์การต้องตัดสินใจข้อกำหนด อันเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีใช้ข้อกำหนดอันเกี่ยวกับสินค้าเท่านั้น หากยังข้อกำหนดเกี่ยวกับการส่งมอบ และกิจกรรมหลังการส่งมอบด้วย ซึ่งรวมถึงข้อกำหนดที่ลูกค้าไม่ได้ระบุแต่จำเป็น

สำหรับความตั้งใจใช้หรือจำเป็นใช้ ข้อกำหนดที่กฎหมายและระเบียบข้อบังคับมีไว้ รวมทั้งข้อกำหนดอื่นใดที่องค์กรเพิ่มเติมเข้าไว้้องค์การต้องกระทำด้วย โดยให้มีการกำหนดการวางแผนงานและการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า ในเรื่องข่าวสารของสินค้า การสอบถามข้อตกลง หรือ การดำเนินการเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ รวมทั้งการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อตกลงคำสั่งซื้อ การตอบกลับและคำร้องเรียนของลูกค้า

ในข้อกำหนดที่พูดถึงความพึงพอใจของลูกค้า กำหนดให้ใช้การวัดซึ่งการได้มาและใช้ข่าวสารเกี่ยวกับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้า เป็นมาตรวัดประการหนึ่งในการตรวจวัดซึ่งการปฏิบัติการของระบบบริหารคุณภาพ ให้องค์การต้องเฝ้าติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าว่าองค์กรได้สนองตอบตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่

จากที่กล่าวมาถือเป็นมาตรฐานจึงต้องให้องค์การแสดงให้เห็นถึง

- 1) ระบบในการตอบสนองความต้องการหรือข้อกำหนดของลูกค้า
- 2) ความจำเป็นของการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ความไม่พึงพอใจของลูกค้า เช่น คำร้องเรียน คำร้องทุกข์ หรือการติเตียนสินค้าหรือบริการต่างๆ
- 4) วิเคราะห์และนำไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน หน้าที่งาน เพื่อสนองตอบให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

องค์กรต่าง ๆ ที่สร้างมาตรฐาน ISO 9001 จึงต้องมีการตรวจวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาองค์กรให้เกิดความเข้มแข็งเป็นที่ยอมรับของลูกค้าซึ่ง บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

7. การพัฒนาประสิทธิภาพท่าเรือไทย

ท่าเรือในประเทศไทยคงต้องมีแผนงานและนโยบายที่มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคเอเชีย และต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อยกระดับมาตรฐานเทียบชั้นระดับสากล ก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ทันสมัยมีความน่าเชื่อถือ โดยนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน เตรียมพร้อมสู่การเป็นท่าเรืออิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ

ศ.ดร.กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุฒิ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ให้มุมมอง "การค้าทุกวันนี้เปลี่ยนไปจากเดิม สินค้าหลายประเภทเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง จากการขนส่งแบบเทกองมาใช้ในการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ ทำให้การขนส่งเปลี่ยนรูปแบบจากท่าเรือถึงท่าเรือ (Port to Port) เป็น จากประตูถึงประตู (House to House) ส่งผลให้ระบบขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ดังนั้นท่าเรือจึงต้องปรับบทบาทเป็น Logistics platform คือเปลี่ยนบทบาทจากการขนถ่าย ขนย้าย และยกขนสินค้า มาเป็นการกระจายสินค้า และกระจายข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์การขนส่งสินค้าทางทะเลได้" นอกเหนือจากมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าแล้วถ้าจะก้าวสู่การเป็นฮับโลจิสติกส์ขนส่งทางทะเลนั้น ท่าเรือต้องวางแผนเชื่อมโยงเครือข่ายการขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ให้สอดคล้องกัน โดยวางแผนให้เวลาในการเปลี่ยนถ่ายระหว่างโหมดมีความสอดคล้อง เมื่อสินค้าไปถึงจุดเปลี่ยนโหมดให้สามารถขนส่งสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ตรงตามเวลาขนส่งของระบบขนส่งนั้นๆ โลจิสติกส์ขนส่ง

ทางทะเลเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งท่าเรือนับว่ามีปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวก ช่วยให้สินค้าเดินทางไปถึงมือผู้รับทันเวลา Just in Time และช่วยให้สินค้าแข่งขันได้ราคาที่ถูกลงที่สุด ดังนั้นการแข่งขันยุคใหม่ท่าเรือจึงควรปรับบทบาท จากเดิมที่เป็นเพียงสถานที่รับส่งสินค้ามาเป็นศูนย์กระจายสินค้าหรือ Logistics platform ซึ่งสิ่งที่ผู้ประกอบการท่าเรือจำเป็นต้องมี เพื่อที่จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้าหรือ Logistics Platform คือ 1. ต้องเข้าใจในเรื่องของราคาและบริการ 2. มีความรู้ในระบบทั้งหมดที่ทำเรือเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัว ทั้งลูกค้า ผู้ส่งสินค้า ผู้รับสินค้า และตัวแทนที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย 3 มีทักษะในการวิเคราะห์และการใช้ข้อมูล มีความสามารถในการบริหารเครือข่าย และสามารถวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้าต้องการอะไรและควรจะพัฒนาอะไร และ 4 ท่าเรือต้องมีความเข้าใจว่าสินค้ามีกระบวนการผลิตอย่างไร เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง และที่สำคัญที่สุดคือท่าเรือต้องเป็นพันธมิตรกับลูกค้า และเป็นพันธมิตรกับคู่แข่งกัน เพื่อที่จะให้เกิดประโยชน์ร่วมกันกับทุกฝ่าย

คุณสุนิดา สกุรัตนะ ผู้อำนวยการท่าเรือแห่งประเทศไทย (ทกท.) ท่าเรือเร่งพัฒนามุ่งสู่ประตูการค้า-เชิงฐานลูกค้า ได้สนับสนุนนโยบายรัฐบาลด้านโลจิสติกส์ ในการบูรณาการโครงข่ายการกระจายสินค้าให้มีการเชื่อมต่อกับแหล่งผลิต ศูนย์กระจายสินค้า และท่าเรือ โดยเตรียมความพร้อมให้ท่าเรือแหลมฉบัง (ทลฉ.) ดำเนินกิจกรรมขนถ่ายตู้สินค้าขึ้น-ลงรถไฟ (Single Rail Transfer Operator) จัดโครงสร้างบริหารจัดการในรูปแบบหน่วยธุรกิจ เพื่อส่งเสริมรูปแบบการขนส่งสินค้าจากถนนมาสู่ระบบรางมากขึ้น (Modal Shift) รวมทั้งพัฒนาท่าเทียบเรือชายฝั่งทั้งที่ทำเรือกรุงเทพฯ (ทกท.) และ ทลฉ. เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งจากถนนมาสู่ทางน้ำ เชื่อว่าจะเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย ลดต้นทุนการขนส่งสินค้า และลดปัญหาด้านการจราจรที่แออัดคับคั่งลงได้

คุณสุวัฒน์ อิศวทองกุล รองประธานสมาคมเจ้าของและตัวแทนเรือกรุงเทพฯ และเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท CMA CGM (Thailand) จำกัด มุมมองของผู้ใช้บริการตัวแทนสายเรือชั้นนำของโลก ให้ความเห็นที่ว่าท่าเรือควรพัฒนาเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือขนถ่ายสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ รวมทั้งจัดหาอุปกรณ์ให้เพียงพอกับความต้องการ ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญที่สุดของการให้ท่าเรือมี คือ 1. ความพร้อมของท่าเรือให้มีคิวหน้าท่าพร้อมให้เรือจอดอย่างเพียงพอ ซึ่งขณะนี้สายเรือต้องเผื่อเวลาตีเลยที่ท่าเรือคลองเตย เพราะปัจจุบันหน้าท่ามีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้บริการของสายเรือ 2. ต้องการให้เพิ่มประสิทธิภาพของอุปกรณ์เครื่องมือขนถ่ายสินค้า และ 3. พื้นที่พักตู้สินค้ายังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งท่าเรือควรมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการทำงานของเครนได้มาตรฐานสากล สามารถยกขนตู้สินค้าได้ 30 ตู้ต่อชั่วโมงต่อเครน ที่ถือว่าได้มาตรฐานโลก เนื่องจากมีเอกชนเป็นผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม มองว่าในอนาคตโอกาสที่เรือแม่จะเข้ามาให้บริการที่ท่าเรือแหลมฉบังอาจจะน้อยลง เพราะเรือจะมีขนาดใหญ่ขึ้น หากมาที่ไทยอาจจะไม่คุ้ม เนื่องจากปริมาณสินค้าน้อย

พลเรือโทพะนง ศิริรังษี กรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการท่าเรือ บริษัท ศรีราชา ฮาร์เบอร์ จำกัด(มหาชน) และในฐานะประธานชมรมผู้ประกอบการท่าเรือเอกชน กล่าวถึงท่าเรือ ศรีราชา ฮาร์เบอร์ มีจุดแข็งเรื่องประสิทธิภาพการบริการ เนื่องจากเราให้ความสำคัญเรื่องบริการให้มีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และราคาถูก โดยได้จัดหาอุปกรณ์เครื่องมือ สำหรับใช้ในการขนถ่ายตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้อัตราการเข้าเรือของลูกค้าน้อยลง เนื่องจากสามารถขนถ่าย

สินค้าได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้สายเรือและผู้ประกอบการมีต้นทุนค่าขนส่งที่ถูกลง" กล่าวย้ำ ทั้งนี้ ท่าเรือรวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัว วางบทบาทตัวเองใหม่ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ หากต้องการยืนหยัดและขึ้นแท่นเป็นผู้นำด้านการขนส่งทางทะเลต่อไป โดยไม่ตกขอบสังเวียนการแข่งขันในเวทีการค้าโลก

http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/lrcappl/lrc/lrc_News_detail.php?id=2008030004

บทความ โดย รศ.ดร.รุธิร์ พนมยงค์ อาจารย์ประจำภาควิชา บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ โลกีสติกส์ และการขนส่ง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดย ผู้เขียนมุ่งที่จะวิเคราะห์ถึงบทบาทที่สำคัญของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอันดับต้น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย

การบริหารจัดการท่าเรือแหลมฉบังนับว่าเป็นความท้าทายหนึ่งของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ในอันที่จะดำรงตนเป็นผู้ควบคุมกฎระเบียบต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ เอกชน ปฏิบัติตามกฎหมายที่ได้มีการตกลงกันไว้แล้ว ในด้านของความพยายามในการเข้ามาแทรกแซงกลไกทางด้านราคาของการท่าเรือฯ ผ่านทางด้านการควบคุมการให้ส่วนลดของผู้ประกอบการท่าเทียบเรือแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการการท่าเรือฯ ที่ดูจะผิดแผกไปจากบทบาทหน้าที่ที่แท้จริงของการท่าเรือฯ นั้น ได้ทำให้เกิดปัญหาตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาในด้านความหนาแน่นที่ท่าเรือแหลมฉบัง อันเนื่องมาจากการมุ่งดำเนินการจำกัดปริมาณตู้สินค้าของแต่ละท่าเทียบเรือเป็นเกณฑ์ โดยอ้างประเด็นการควบคุมผู้ประกอบการท่าเทียบเรือให้ปฏิบัติตามข้อตกลงที่มีไว้ร่วมกัน ซึ่งผลกระทบดังกล่าว มิเพียงแต่จะกระทบต่อประสิทธิภาพโดยรวมของการดำเนินงานของท่าเรือแหลมฉบัง หากแต่ยังกระทบไปยังประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่าเทียบเรือเอกชนแต่ละรายด้วยแน่นอนว่า ปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นมานี้ดูเผิน ๆ จะเกิดขึ้นกับท่าเทียบเรือใดท่าเทียบเรือหนึ่งที่มีปริมาณความต้องการใช้งานท่าเทียบเรือมากกว่า แท้จริง ๆ แล้วปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นกับท่าเรือแหลมฉบังและท่าเทียบเรือทุก ๆ ท่า อันเนื่องมาจากปัญหาคอขวดของเส้นทางการจราจรในแต่ละเวลานั่นเอง ดังนั้น การท่าเรือฯ จึงได้มีความพยายามในการที่จะออกมาตรการการแก้ไข เพื่อลดปัญหาความแออัดดังกล่าว เช่น การจำกัดปริมาณตู้สินค้าของแต่ละท่าเทียบเรือให้เหมาะสม หรือการกำหนดเกณฑ์ชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานหลัก

คงปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า การเลือกใช้บริการท่าเทียบเรือใดท่าเทียบเรือหนึ่งนั้น ปัจจัยด้านราคา (ส่วนลดที่สายเดินเรือได้รับ) ย่อมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกใช้บริการของท่าเทียบเรือใดท่าเทียบเรือหนึ่ง แต่ปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียวคงไม่ใช่สิ่งที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ แน่แน่นอนว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพของการให้บริการย่อมมีส่วนสำคัญรองลงมา และหากสายเดินเรือเลือกใช้บริการท่าเทียบเรือโดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านราคาเพียงอย่างเดียว โดยละเลยปัจจัยทางด้านคุณภาพของการให้บริการ สายเดินเรือนั้น ๆ ก็ย่อมจะต้องเผชิญกับปัญหาในด้านอื่น ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความล่าช้าในเรื่องของการส่งสินค้า ความผิดพลาดในด้านการจัดส่งสินค้า เป็นต้น จากคุณภาพของบริการที่ต่ำของท่าเทียบเรือนั้น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากนำมาเปรียบเทียบกับปัจจัยทางด้านราคาแล้วนั้น อาจจะส่งผลกระทบในเชิงลบมากกว่าผลกระทบในเชิงบวก (ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ปีที่ 33 ฉบับที่ 4162)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือ และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ในกลุ่มธุรกิจท่าเรือ มีลูกค้าจำนวน 60 ราย ในการเก็บข้อมูล เพื่อให้เกิดความสะดวกและให้ได้ข้อมูลมากที่สุดทางผู้วิจัยได้ทำการจัดเก็บข้อมูลจากลูกค้าทุกรายที่มีฐานข้อมูล ติดต่อได้และให้ผู้ตอบให้ข้อมูลด้วยความเต็มใจ โดยส่งข้อมูลผ่านเมลให้ลูกค้าตอบทางแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และแฟกซ์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ ประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ที่มีการใช้บริการท่าเรือของบริษัทไออาร์พีซี ดังนี้

กลุ่มลูกค้าท่าเรือ บมจ.ไออาร์พีซี	จำนวน
Tank	12
Ship agent	22
Owner BCT	13
ลูกค้าภายใน	13
รวม	60

มีการตอบแบบสอบถามกลับครบจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละร้อยของลูกค้าจากฐานข้อมูลบริษัท ซึ่งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ค่าได้ทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือ ไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ทบทวนเอกสารเพื่อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องโดย ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความ ผลงานการวิจัย และแบบสอบถามอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งกำหนดข้อมูลที่ต้องการเพื่อดำเนินการจัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างโครงสร้างแบบสอบถามตามชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับโดยให้สัมพันธ์กับลูกค้าตามรูปแบบ ตัวแปรที่ศึกษาในแต่ละตัวมาประมวลสร้างเป็นคำถามโดยเริ่มจากตัวแปรที่ต้องการศึกษาวิจัย สำหรับรูปแบบในแบบสอบถามที่จัดทำได้คำนึงถึงข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เพื่อให้คำถามมีความชัดเจนและรัดกุมโดยจำนวนคำถามมีไม่มากจนเกินไป เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตอบคำถาม
3. ตรวจสอบแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม ตรวจสอบกับคณะอาจารย์เพื่อทดสอบแบบสอบถามดังกล่าวว่าสามารถสื่อความหมายได้ตามที่ต้องการ มีความเหมาะสม ง่ายต่อการทำความเข้าใจ พร้อมทั้งนำแบบสอบถามให้ ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด และส่งให้บริษัทโออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ตรวจสอบเพื่อแก้ไข ให้แบบสอบถามมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้
4. นำแบบสอบถามที่ส่งกลับจากทางบริษัทมาให้คณะอาจารย์แสดงความคิดเห็นกับข้อคำถามทั้งหมดอีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุง โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการปรับตัดข้อที่ผู้ตอบไม่เข้าใจและปรับให้เหมาะสมแล้วส่งให้ บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ตรวจสอบ
6. นำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงตามที่บริษัท โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) เสนอจนสมบูรณ์

ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งได้ 4 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เป็นผู้ประกอบการประเภทใด ใช้บริการส่วนใดของโออาร์พีซี จำนวนเที่ยวเรือที่ท่านใช้บริการผ่านท่าเรือโออาร์พีซีระยองโดยเฉลี่ย ใช้บริการของท่าเรือโออาร์พีซีระยองเป็นระยะเวลา และเคยแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่นมาใช้บริการบ้างหรือไม่ ทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert โดยให้ผู้ตอบขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเลือกเพียง 1 คำตอบ จำนวน 23 ข้อ ซึ่งจะให้ค่าน้ำหนัก ดังนี้

มากที่สุด	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 7
มาก	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 6
ค่อนข้าง	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 5
เล็กน้อย	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 4
เฉยๆ	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 3
ไม่พอใจ	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 2
แย่มาก	แทนระดับการตัดสินใจจะแนะนำเท่ากับ 1

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 3 ข้อ คือ

1. ท่านให้ความสำคัญเรื่องใดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่าเรือ /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ เลือกลำดับความสำคัญ 3 อันดับ โดยระบุหมายเลขยัง..... เลข 1 เป็นความสำคัญมากที่สุด, เลข 2 เป็นความสำคัญรองลงมา และ ระบุเลข 3 เป็นความสำคัญท้ายสุด

2. ท่าเรือ/ผู้ให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ใดที่ท่านเคยใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

3. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อท่าเรือ IRPC กับท่าเรืออื่น ๆ และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ที่ท่านใช้บริการ (จากข้อ 2) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert โดยให้ผู้ตอบขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเลือกเพียง 1 คำตอบ ที่ถูกคำว่าเรื่องนั้น สำคัญอยู่ในระดับความพึงพอใจ(มาก, ปานกลาง, น้อย) ปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจ 7 ด้าน ประกอบด้วย อัตราค่าบริการ, คุณภาพการให้บริการที่ท่าเรือ/สถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความตรงต่อเวลา ความพร้อมในการให้บริการ, ความปลอดภัยในการใช้บริการ, การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย, การให้บริการของเจ้าหน้าที่การตลาดและลูกค้าสัมพันธ์, ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งมีการให้คะแนน ดังนี้

มีความพึงพอใจมาก	แทนระดับการตัดสินใจคะแนนเท่ากับ 3
มีความพึงพอใจปานกลาง	แทนระดับการตัดสินใจคะแนนเท่ากับ 2
มี	แทนระดับการตัดสินใจคะแนนเท่ากับ 1

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบเปิด (Open-ended form question)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวม ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มประชากร ดำเนินการดังนี้

กลุ่มลูกค้า การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า ในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2558 โดยคณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากลูกค้า โดยมีวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ดำเนินการส่งข้อมูลแจ้งให้ลูกค้าทาง อีเมล (E-mail) รวมถึงการลงสัมภาษณ์ ณ. บริษัทของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าบางรายไม่ได้ตอบแบบสอบถามในครั้งแรก จึงได้มีการสอบถามเพิ่มเติมอีกทำให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมา ซึ่งได้มีการตอบกลับมา จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 จากประชากรทั้งหมด (ฐานข้อมูลลูกค้าจากทางบริษัท) ผู้วิจัย ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาซึ่งมีความสมบูรณ์ยอมรับได้ร้อยละ 100 สำหรับการวิเคราะห์

2) การประมวลผลข้อมูล นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า หลังจาก นั้นนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลการค้นหาข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จาก

1. หนังสือ ตำรา บทความ งานเขียนทางวิชาการ และข้อเขียนประเภทวิจารณ์ รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่ลงใน วารสารต่างๆ
2. งานวิจัย วิทยานิพนธ์
3. ทางสื่ออินเทอร์เน็ต และเอกสารเฉพาะ

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรเดียว (Univariate) ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลทั่วไป ส่วน ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบายให้บริการด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการแปลความหมาย

การแปลความหมายการประเมินค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เพื่อให้การแปลความหมายมีความชัดเจน ผู้ศึกษาแบ่งระดับการแปลความเป็น 7 ระดับ คือ ระดับสูงมากที่สุด ระดับมาก ระดับค่อนข้างพอใจ ระดับเล็กน้อย และระดับเฉยๆ ไม่พอใจ แย่มาก สำหรับค่าเฉลี่ยพิจารณาจากคะแนนโดยคำนวณจากการประมาณค่า มีคะแนนอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 6.16 – 7.00 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 5.30 – 6.15 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.44 – 5.29 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจค่อนข้างพอใจ

คะแนนเฉลี่ย 3.58 – 4.43 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจเล็กน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.72 – 3.57 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจเฉยๆ

คะแนนเฉลี่ย 1.86 – 2.71 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจไม่พอใจ

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.85 หมายถึง มีระดับ ความพึงพอใจแย่มาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือ ประจำปี พ.ศ. 2558 ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ความต้องการและความคาดหวัง ของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านองค์การด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีต่อการแข่งขัน เปรียบเทียบผลการดำเนินงานในอดีตกับปัจจุบัน พร้อมแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผล ข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามีความเป็นปัจจุบัน ซึ่งลูกค้าให้ข้อมูลด้วยความเต็มใจ มีทั้งหมด 60 ราย สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเปรียบเทียบการแข่งขัน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

นำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

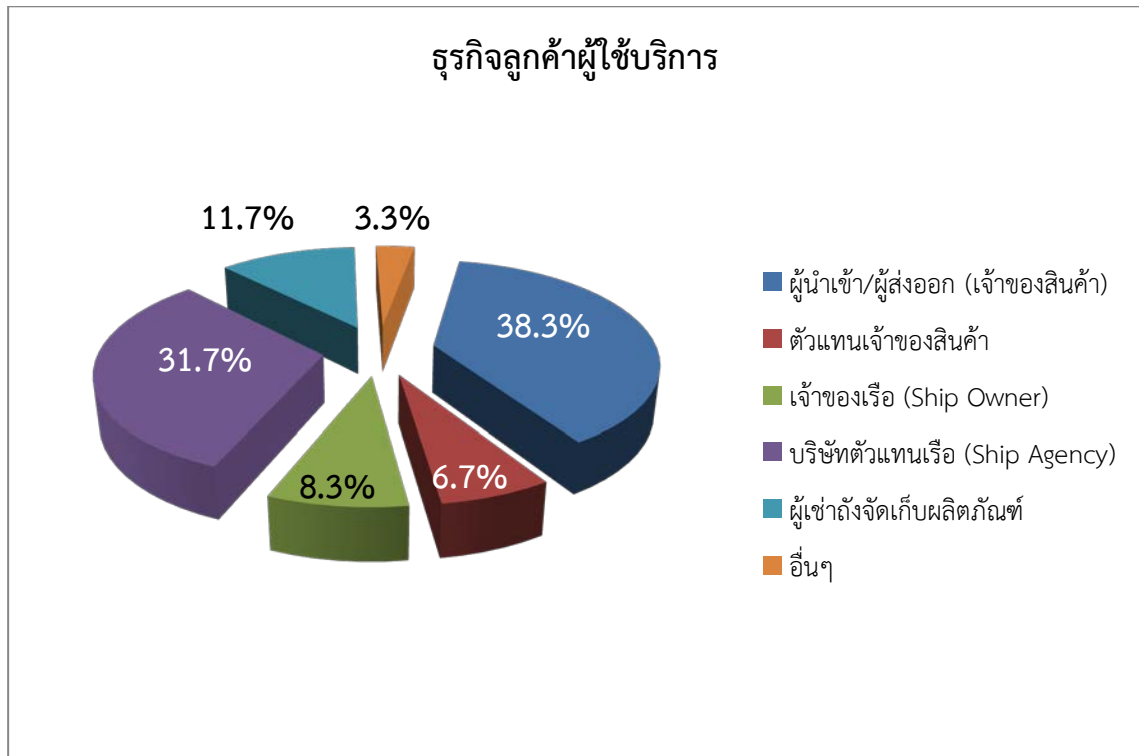
1. ธุรกิจลูกค้า

การสำรวจข้อมูลลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือ ทั้งหมดที่เป็นลูกค้า ใช้บริการท่าเรือไออาร์พีซีระยอง ให้ข้อมูลโดยตอบแบบสอบถามจำนวน 60 ชุด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 38.3 และ บริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา ผู้เช่าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมา เจ้าของเรือ (Ship Owner) คิดเป็นร้อยละ 8.3 และ ตัวแทนเจ้าของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของธุรกิจลูกค้าผู้ใช้บริการ

ธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)	23	38.3
บริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)	19	31.7
ผู้เช่าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์	7	11.7
เจ้าของเรือ (Ship Owner)	5	8.3
ตัวแทนเจ้าของสินค้า	4	6.7
อื่นๆ	2	3.3
รวม	60	100

ภาพที่ 1 แผนภูมิวงกลมแสดงธุรกิจลูกค้าผู้ใช้บริการ



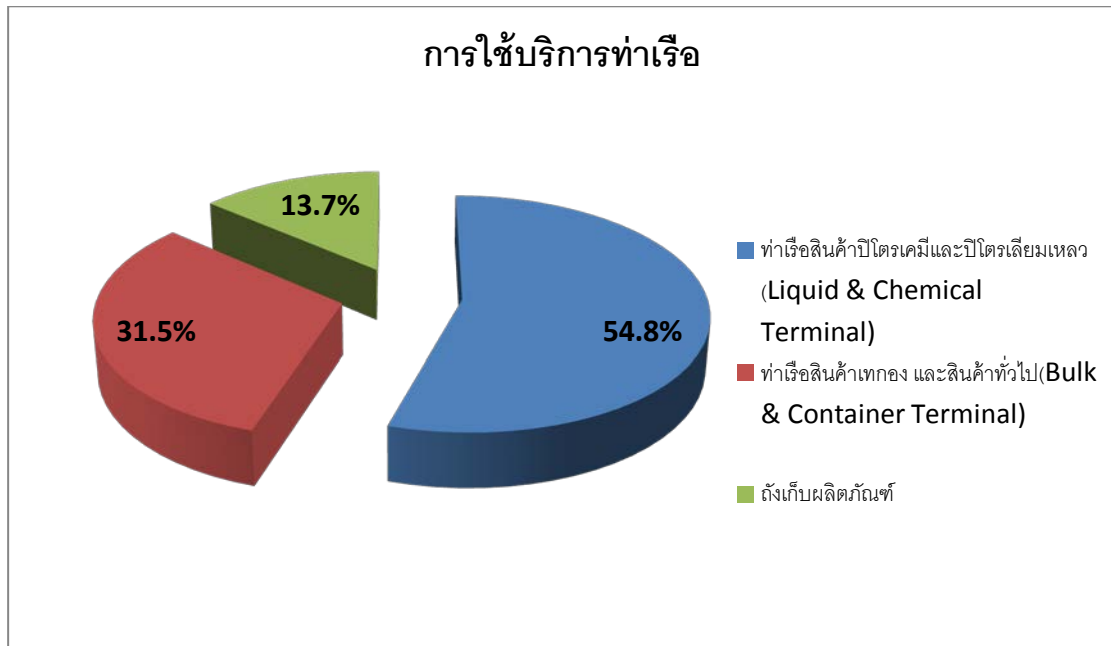
2. การใช้บริการท่าเรือ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของการใช้บริการท่าเรือ

การใช้บริการท่าเรือ	จำนวน	ร้อยละ
ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)	40	54.8
ท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)	23	31.5
ถึงเก็บผลิตภัณฑ์	10	13.7
รวม	73	100

ภาพที่ 2 แผนภูมิวงกลมแสดงการใช้บริการท่าเรือ



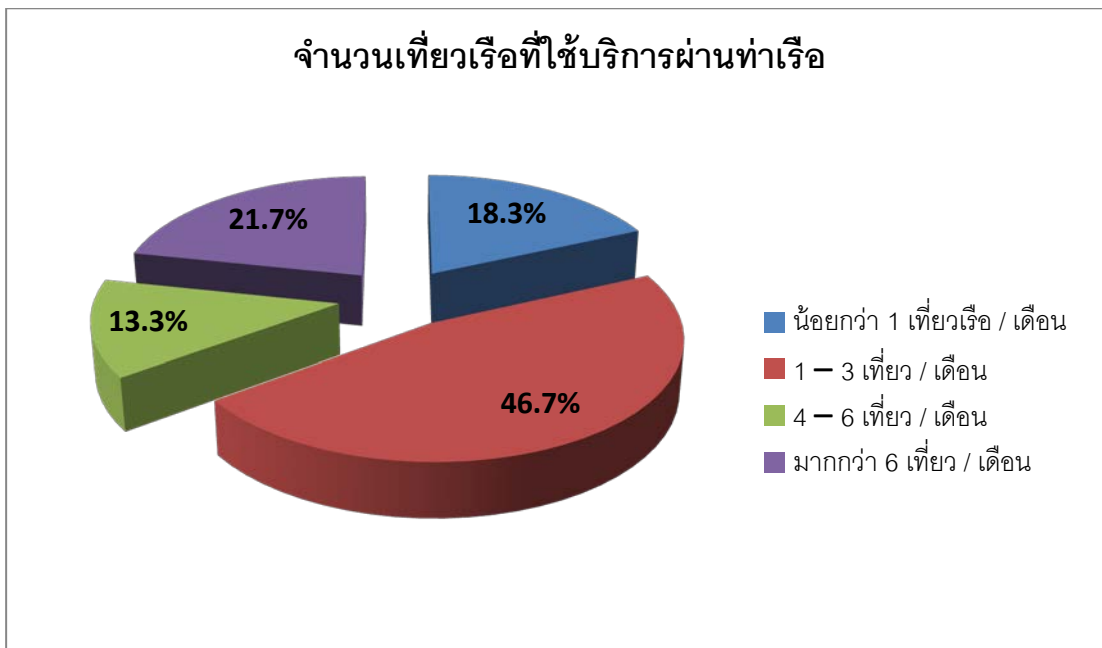
3. จำนวนเที่ยวเรือที่ใช้บริการผ่านท่าเรือ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการผ่านท่าเรือ ในปริมาณเที่ยวเรือที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 1-3 เที่ยวเรือต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา การใช้บริการมากกว่า 6 เที่ยวต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมา น้อยกว่า 1 เที่ยวเรือต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และมีการใช้บริการ 4-6 เที่ยวต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ร้อยละจำนวนเที่ยวเรือที่ใช้บริการผ่านท่าเรือ

จำนวนเที่ยวเรือที่ใช้บริการผ่านท่าเรือ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 เที่ยว / เดือน	28	46.7
มากกว่า 6 เที่ยว / เดือน	13	21.7
น้อยกว่า 1 เที่ยวเรือ / เดือน	11	18.3
4 – 6 เที่ยว / เดือน	8	13.3
รวม	60	100

ภาพที่ 3 แผนภูมิวงกลมแสดงปริมาณเที่ยวเรือที่ใช้บริการ



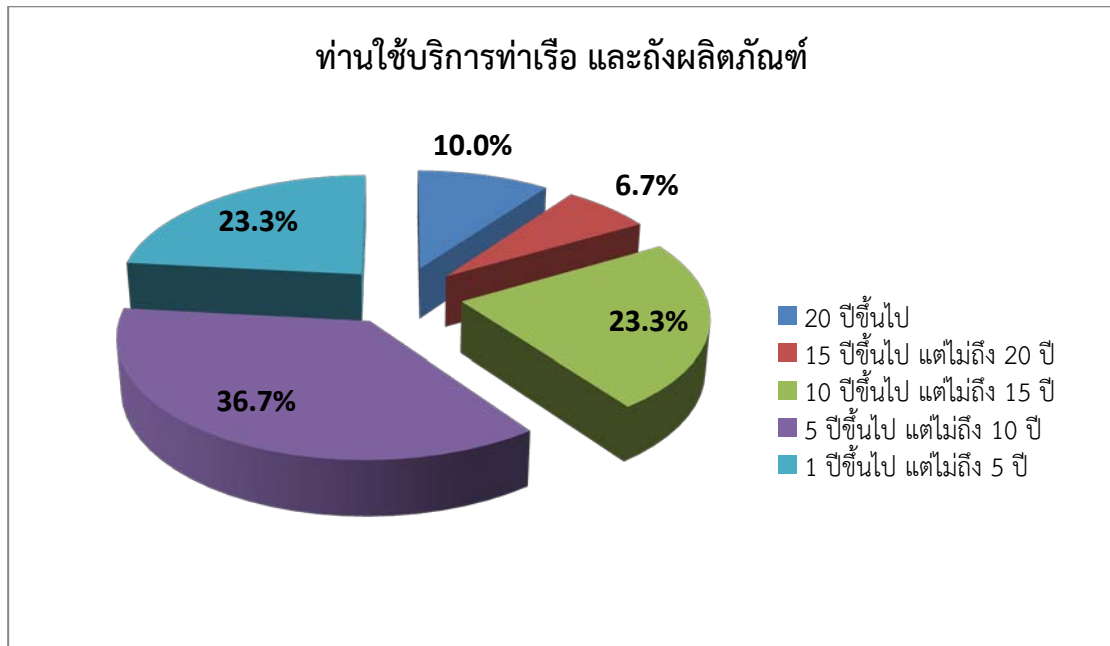
4. ระยะเวลาการใช้บริการที่มีต่อท่าเรือ โออาร์พีซี ระยอง

ลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการท่าเรือโออาร์พีซี ระยอง โดยมีระยะเวลาการใช้บริการมากที่สุดคือ 5 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ 10 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 15 ปี กับ 1 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.0 รองลงมาคือ 15 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ร้อยละระยะเวลาการใช้บริการท่าเรือ และถังผลิตภัณฑ์

ท่านใช้บริการท่าเรือ และถังผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
5 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 10 ปี	22	36.7
10 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 15 ปี	14	23.3
1 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 5 ปี	14	23.3
20 ปีขึ้นไป	6	10
15 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 20 ปี	4	6.7
รวม	60	100

ภาพที่ 4 แผนภูมิวงกลมแสดงระยะเวลาในการใช้บริการ



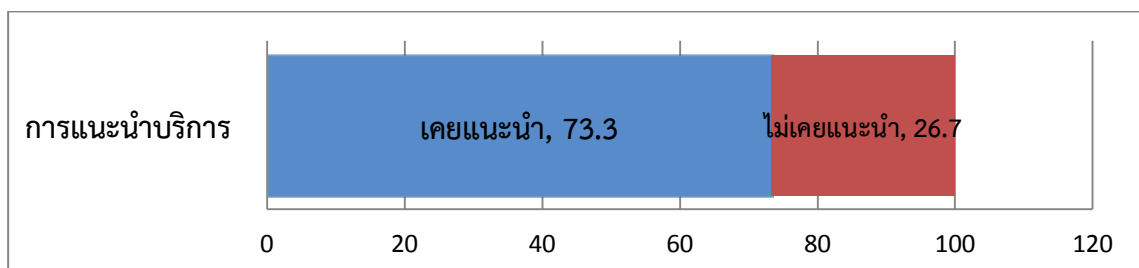
5. การแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่น

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการท่าเรือไออาร์พีซี ระยอง จะเคยแนะนำการบริการให้กับผู้อื่น ได้มาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.3 มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่เคยแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ร้อยละการแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่นมาใช้บริการ

แนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่น	จำนวน	ร้อยละ
เคยแนะนำ	44	73.3
ไม่เคยแนะนำ	16	26.7
รวม	60	100

ภาพที่ 5 แผนภูมิแท่งการแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่นมาใช้บริการ



ตอนที่ 2 ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือ ไออาร์พีซี และถังเก็บผลิตภัณฑ์

การประเมินความคาดหวัง และความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือ ไออาร์พีซีและถังเก็บผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.6 การประเมินความคาดหวัง และความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี
และถังเก็บผลิตภัณฑ์

ประเด็น	จำนวน (ข้อ)	น้ำหนัก โดยเฉลี่ย
1. ด้านองค์กร	3	0.13
2. ด้านการตลาด	7	0.31
3. ด้านการปฏิบัติงาน	10	0.43
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3	0.13
รวม	23	1.00

2.1 ความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

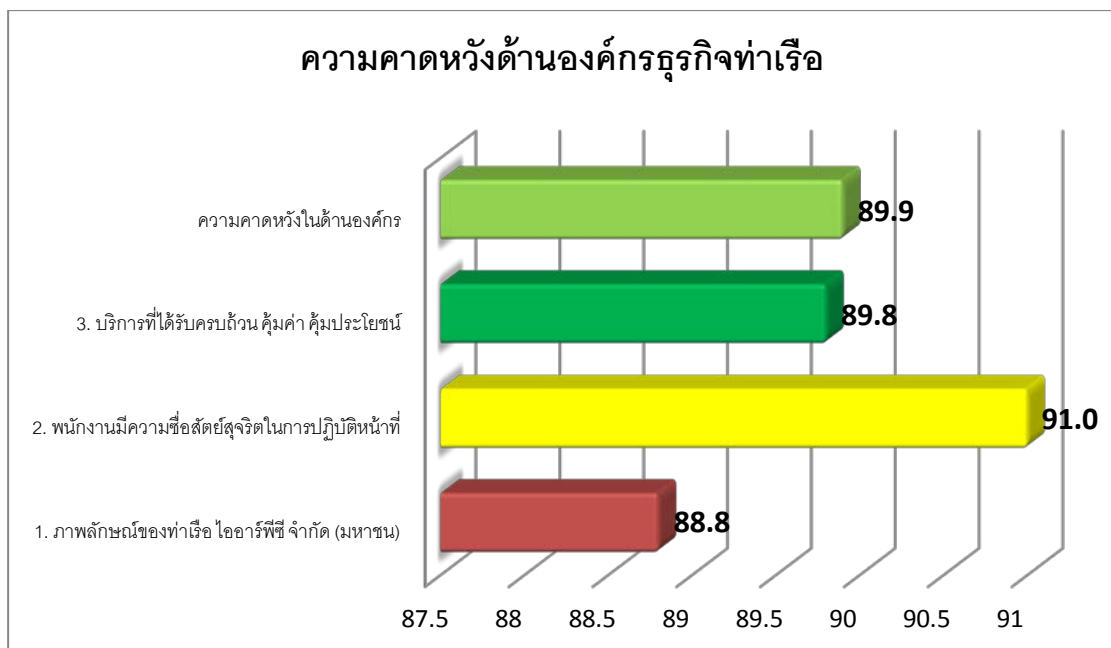
ความคาดหวังด้านองค์กร

การสำรวจพบว่า ระดับความคาดหวังด้านองค์กร โดยรวมมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.29$) คิดเป็นร้อยละ 89.9 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ มีระดับความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.37$) คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมาคือ บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์ มีระดับความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.28$) คิดเป็นร้อยละ 89.8 และ ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) มีระดับความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.22$) คิดเป็นร้อยละ 88.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับความคาดหวังในด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.22	0.56	88.8	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.37	0.58	91.0	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.28	0.58	89.8	มากที่สุด
ความคาดหวังรวมด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือ	6.29	0.70	89.9	มากที่สุด

ภาพที่ 6 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความคาดหวังในด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



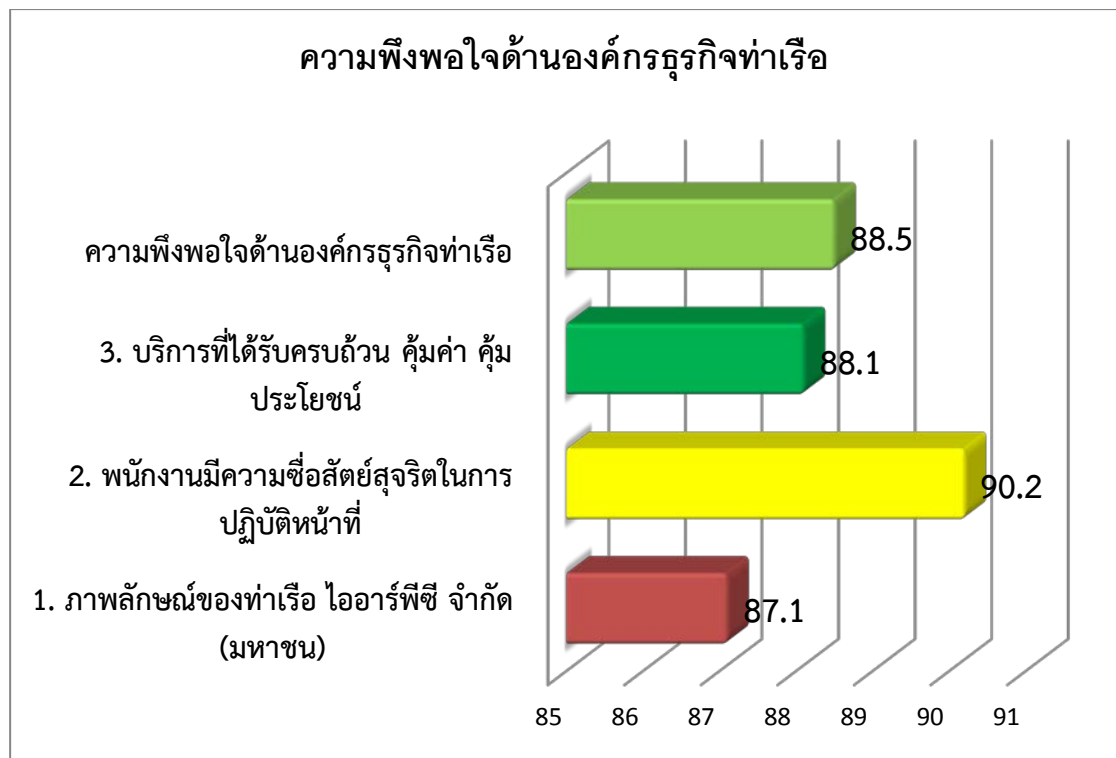
ความพึงพอใจด้านองค์กร

การสำรวจพบว่า ระดับความพึงพอใจด้านองค์กร โดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.20) คิดเป็นร้อยละ 88.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.32) คิดเป็นร้อยละ 90.2 รองลงมาคือ บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.17) คิดเป็นร้อยละ 88.1 และภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.10) คิดเป็นร้อยละ 87.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความพึงพอใจในด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.10	0.71	87.1	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.32	0.68	90.2	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.17	0.72	88.1	มากที่สุด
ความพึงพอใจรวมด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือ	6.20	0.57	88.5	มากที่สุด

ภาพที่ 7 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความพึงพอใจด้านองค์กรธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



2.2 ความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการด้านการตลาดของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

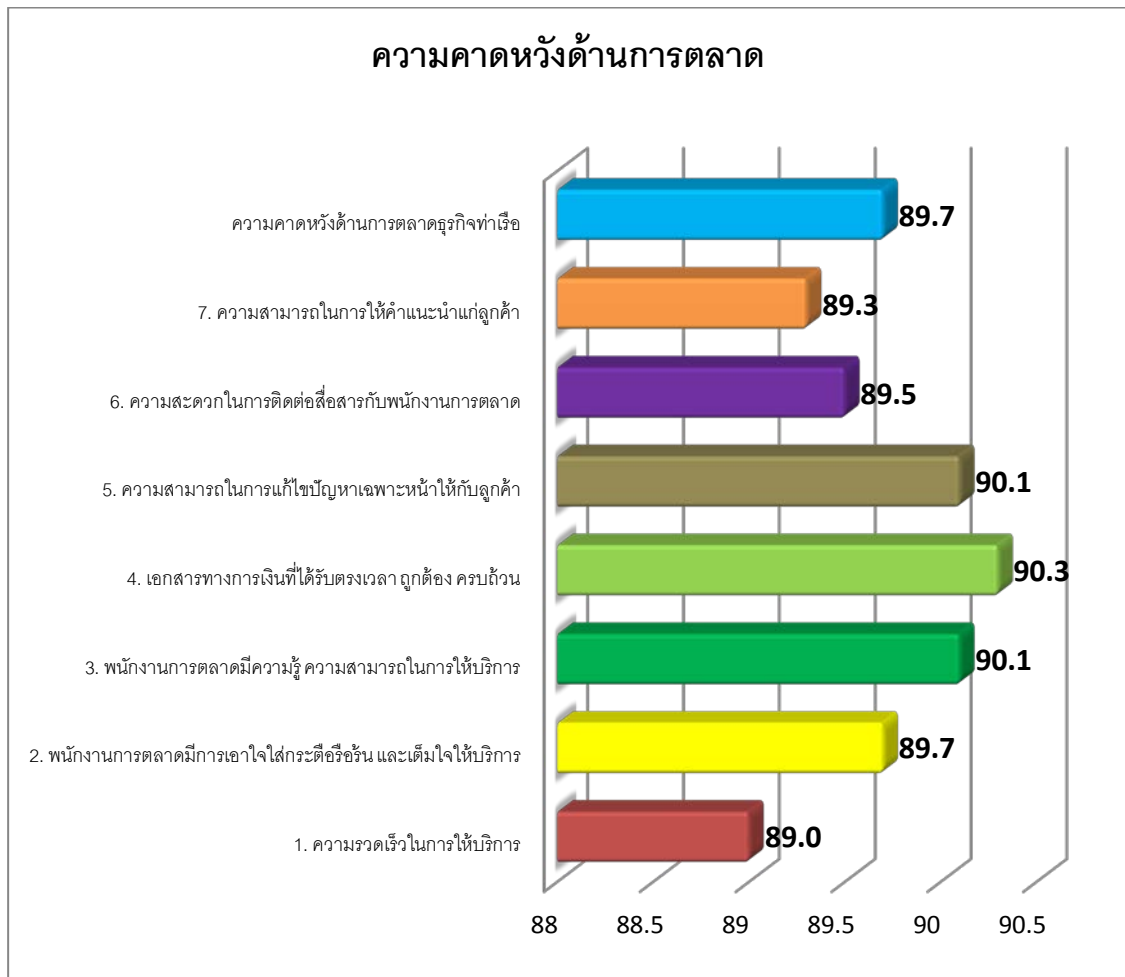
ความคาดหวังด้านการตลาด

การสำรวจพบว่า ระดับความคาดหวังด้านการตลาดโดยรวมมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.28) คิดเป็นร้อยละ 89.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.32) คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาคือ พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ กับ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าให้กับลูกค้า มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.31) คิดเป็นร้อยละ 90.1 รองลงมาคือ พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.28) คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.26) คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมาคือ ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.25) คิดเป็นร้อยละ 89.3 และ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.23) คิดเป็นร้อยละ 89.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ระดับความคาดหวังในด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.23	0.65	89.0	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.28	0.70	89.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.31	0.68	90.1	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.32	0.61	90.3	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.31	0.68	90.1	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.26	0.74	89.5	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด
ความคาดหวังรวมด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือ	6.28	0.68	89.7	มากที่สุด

ภาพที่ 8 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความคาดหวังในด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



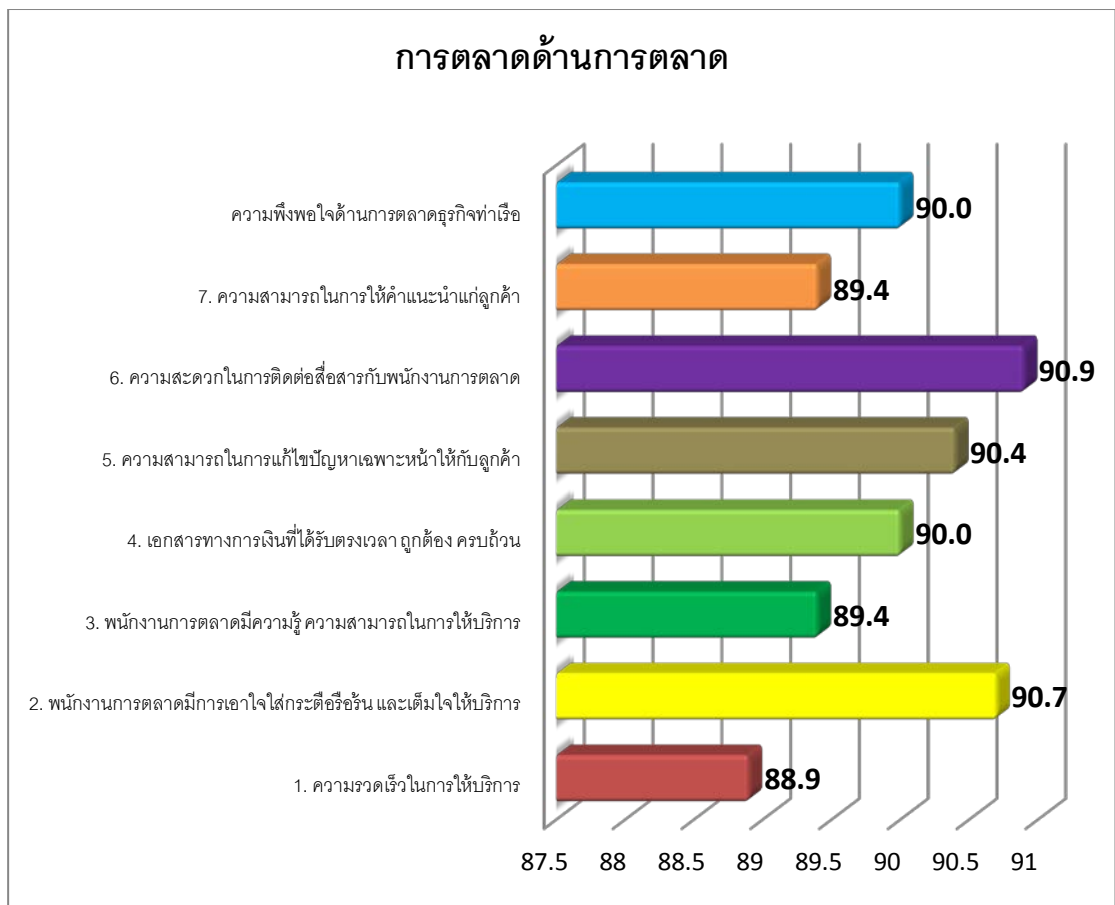
ความพึงพอใจด้านการตลาด

การสำรวจพบว่า ระดับความพึงพอใจด้านการตลาดโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.30$) คิดเป็นร้อยละ 90.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.36$) คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.35$) คิดเป็นร้อยละ 90.7 รองลงมาคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า มีความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.33$) คิดเป็นร้อยละ 90.4 รองลงมาคือ เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.30$) คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.22$) คิดเป็นร้อยละ 88.9 และรองลงมาคือ พนักงานการตลาดมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ กับความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า มีความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.26$) คิดเป็นร้อยละ 89.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับความพึงพอใจในด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.22	0.69	88.9	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.35	0.61	90.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.26	0.70	89.4	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.30	0.63	90.0	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.33	0.60	90.4	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.36	0.75	90.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.26	0.66	89.4	มากที่สุด
ความพึงพอใจรวมด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือ	6.30	0.66	90.0	มากที่สุด

ภาพที่ 9 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับด้านการตลาดในด้านการตลาดธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



2.3 ความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการด้านการปฏิบัติงานของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

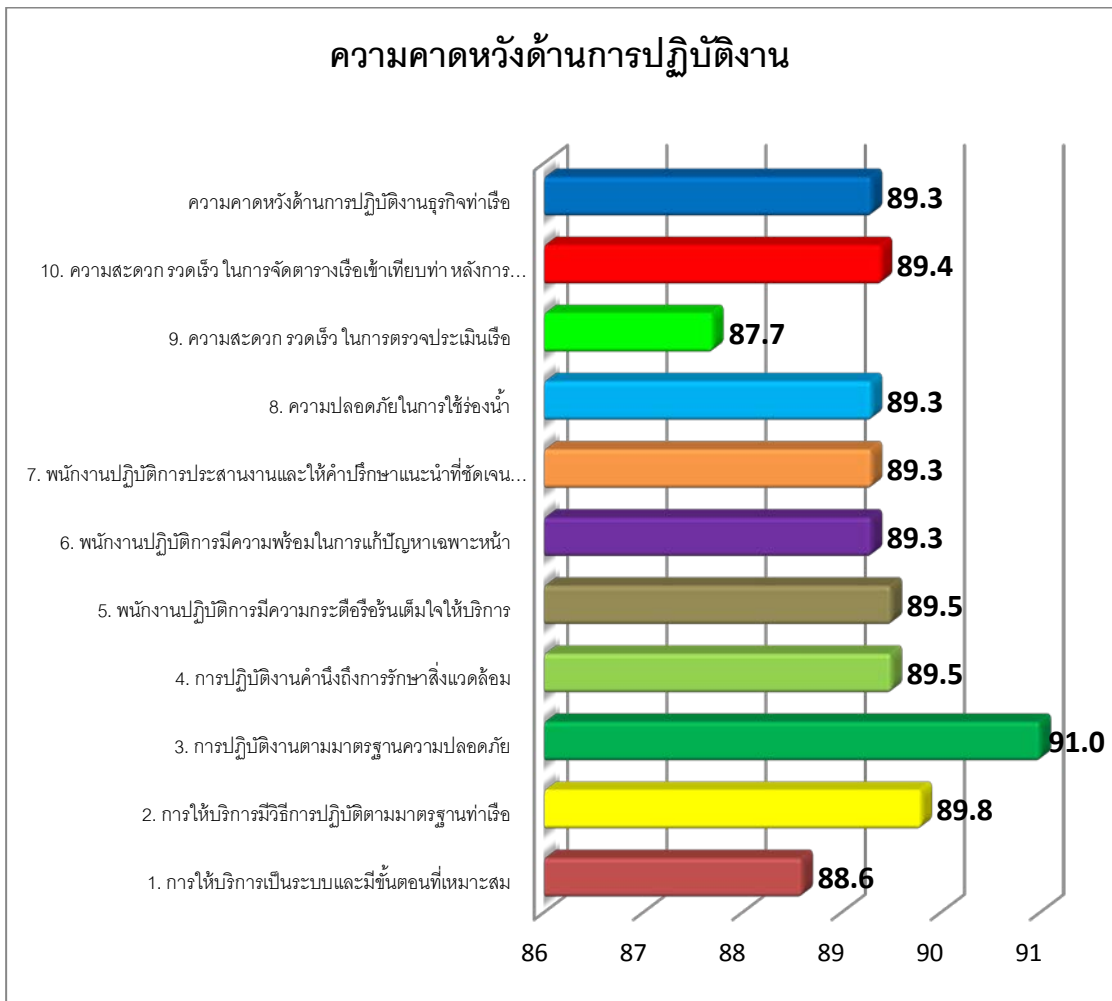
ความคาดหวังด้านการปฏิบัติงาน

การสำรวจพบว่า ระดับความคาดหวังด้านการปฏิบัติงานโดยรวมมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.25) คิดเป็นร้อยละ 89.3 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.37) คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมาคือ การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.28) คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม กับ พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.27) คิดเป็นร้อยละ 89.5 และรองลงมาคือ ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ มีความคาดหวังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.26) คิดเป็นร้อยละ 89.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับความคาดหวังในด้านการปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.20	0.63	88.6	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.28	0.61	89.8	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.37	0.61	91.0	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม	6.27	0.66	89.5	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.27	0.58	89.5	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.65	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.25	0.60	89.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.25	0.58	89.3	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	0.78	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.26	0.61	89.4	มากที่สุด
ความคาดหวังรวมด้านการปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือ	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด

ภาพที่ 10 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความคาดหวังในด้านการปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



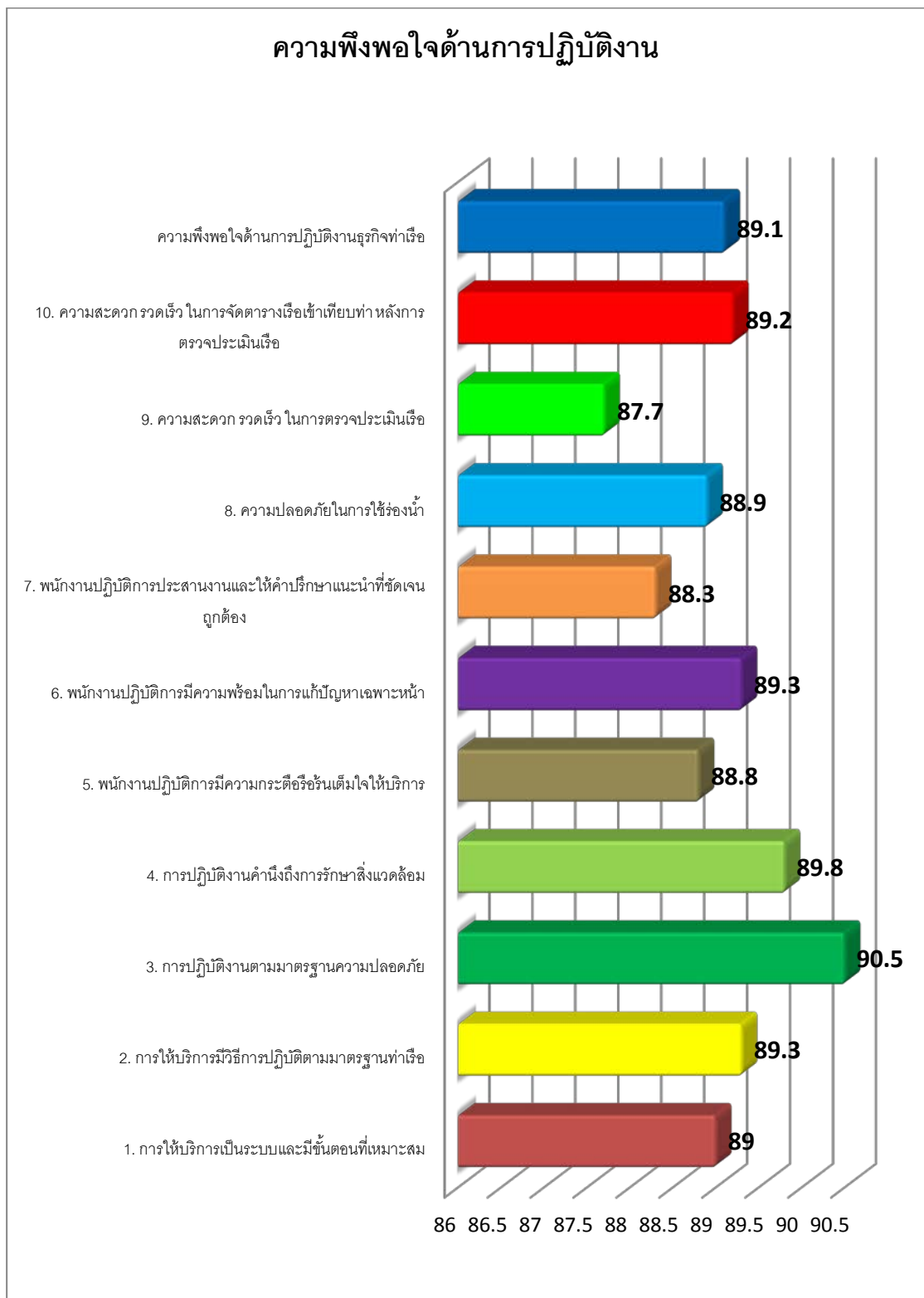
ความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงาน

การสำรวจพบว่า ระดับความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.23) คิดเป็นร้อยละ 89.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.33) คิดเป็นร้อยละ 90.5 รองลงมาคือ การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.28) คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า กับการให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.25) คิดเป็นร้อยละ 89.3 รองลงมาคือ ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.24) คิดเป็นร้อยละ 89.2 รองลงมาคือ การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม มีความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.23) คิดเป็นร้อยละ 89.0 และรองลงมาคือ ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ มีความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.22) คิดเป็นร้อยละ 88.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความพึงพอใจในด้านการปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.23	0.65	89.0	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.25	0.65	89.3	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.33	0.66	90.5	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม	6.28	0.64	89.8	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.22	0.72	88.8	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.18	0.77	88.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.22	0.62	88.9	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	0.66	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่าหลังการตรวจประเมินเรือ	6.24	0.73	89.2	มากที่สุด
ความพึงพอใจรวมด้านการปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือ	6.23	0.63	89.1	มากที่สุด

ภาพที่ 11 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความพึงพอใจด้านปฏิบัติงานธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



2.4 ความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

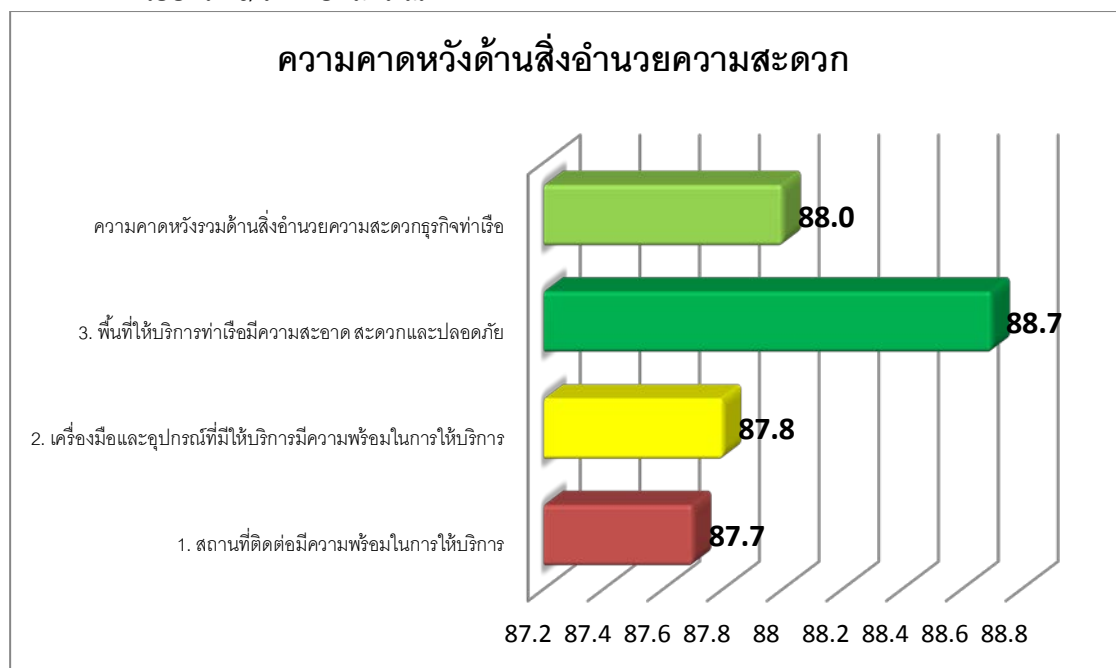
ความคาดหวังด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การสำรวจพบว่า ระดับความคาดหวังด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.16$) คิดเป็นร้อยละ 88.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.21$) คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาคือ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ มีความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.14$) คิดเป็นร้อยละ 87.8 และรองลงมาคือ สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ มีความคาดหวังมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.14$) คิดเป็นร้อยละ 87.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความคาดหวังในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.14	0.54	87.7	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.14	0.55	87.8	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.21	0.59	88.7	มากที่สุด
ความคาดหวังรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือ	6.16	0.60	88.0	มากที่สุด

ภาพที่ 12 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความคาดหวังในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



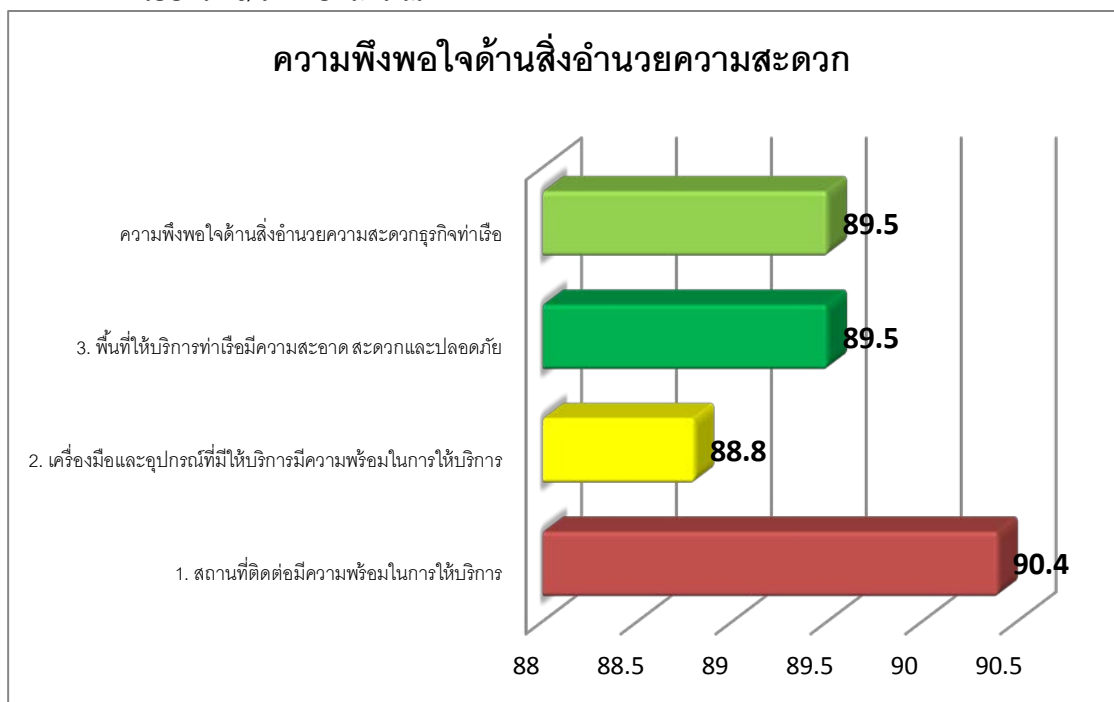
ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การสำรวจพบว่า ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.27$) คิดเป็นร้อยละ 89.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.33$) คิดเป็นร้อยละ 90.4 รองลงมาคือ พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.26$) คิดเป็นร้อยละ 89.5 และรองลงมาคือ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.21$) คิดเป็นร้อยละ 88.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระดับความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.33	0.60	90.4	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.21	0.59	88.8	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.26	0.61	89.5	มากที่สุด
ความพึงพอใจรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือ	6.27	0.56	89.5	มากที่สุด

ภาพที่ 13 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละระดับความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์



ภาพรวมธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.15 ระดับความคาดหวังรวมของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.22	0.56	88.8	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.37	0.58	91.0	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.28	0.58	89.8	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.23	0.65	89.0	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.28	0.70	89.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.31	0.68	90.1	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.32	0.61	90.3	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.31	0.68	90.1	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.26	0.74	89.5	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.20	0.63	88.6	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.28	0.61	89.8	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.37	0.61	91.0	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม	6.27	0.66	89.5	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.27	0.58	89.5	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.65	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.25	0.60	89.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.25	0.58	89.3	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	0.78	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.26	0.61	89.4	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.14	0.54	87.7	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.14	0.55	87.8	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.21	0.59	88.7	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังธุรกิจท่าเรือ	6.25	0.67	89.2	มากที่สุด

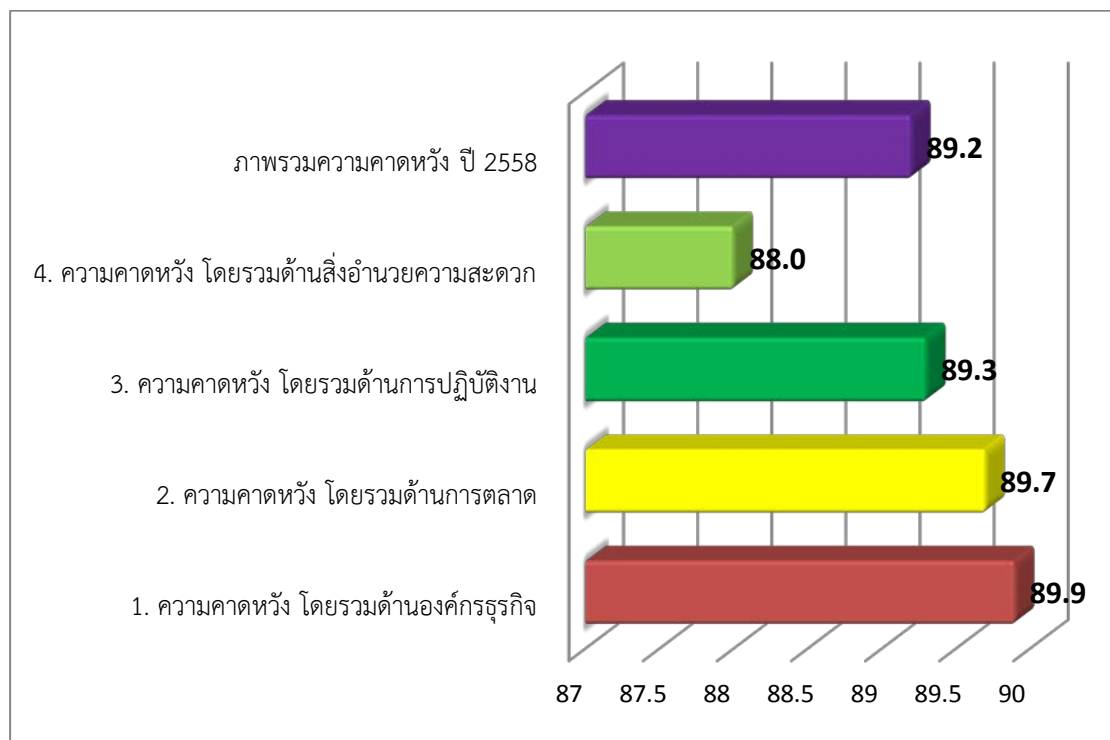
สรุปภาพรวมความคาดหวัง

การให้บริการของธุรกิจท่าเรือและการให้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.25$) คิดเป็นร้อยละ 89.2 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.29$) คิดเป็นร้อยละ 89.9 ตามตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวัง

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.29	0.70	89.9	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.28	0.68	89.7	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.16	0.60	88.0	มากที่สุด
ภาพรวมความคาดหวัง ปี 2558	6.25	0.67	89.2	มากที่สุด

ภาพที่ 14 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวัง



ตารางที่ 4.17 ระดับความพึงพอใจรวมของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.10	0.71	87.1	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.32	0.68	90.2	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.17	0.72	88.1	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.22	0.69	88.9	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.35	0.61	90.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.26	0.70	89.4	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.30	0.63	90.0	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.33	0.60	90.4	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.36	0.75	90.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.26	0.66	89.4	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.25	0.63	89.0	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.25	0.65	89.3	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.33	0.66	90.5	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.28	0.64	89.8	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.22	0.72	88.8	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.68	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.18	0.77	88.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.22	0.62	88.9	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	0.66	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.24	0.73	89.2	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.33	0.60	90.4	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.21	0.59	88.8	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.26	0.61	89.5	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังความพึงพอใจ	6.25	0.63	89.2	มากที่สุด

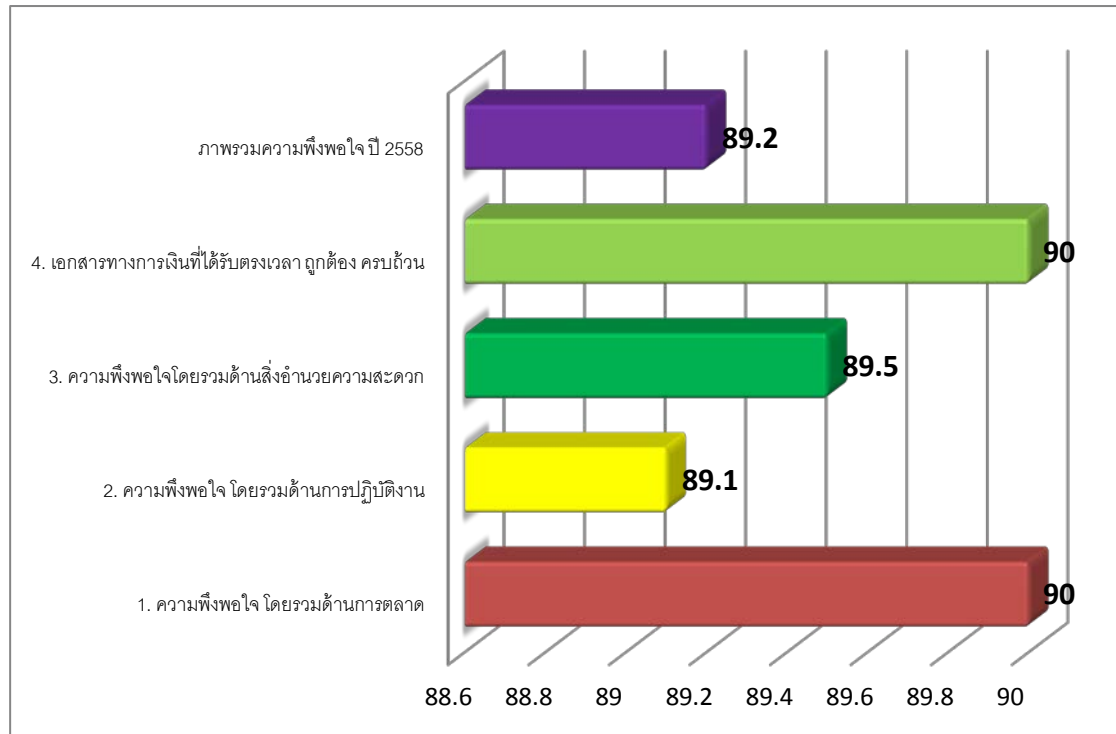
สรุปภาพรวมความพึงพอใจ

การให้บริการของธุรกิจท่าเรือและการให้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.25$) คิดเป็นร้อยละ 89.2 ตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.30	0.66	90.0	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.24	0.63	89.1	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.27	0.56	89.5	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.30	0.63	90.0	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจ ปี 2558	6.25	0.63	89.2	มากที่สุด

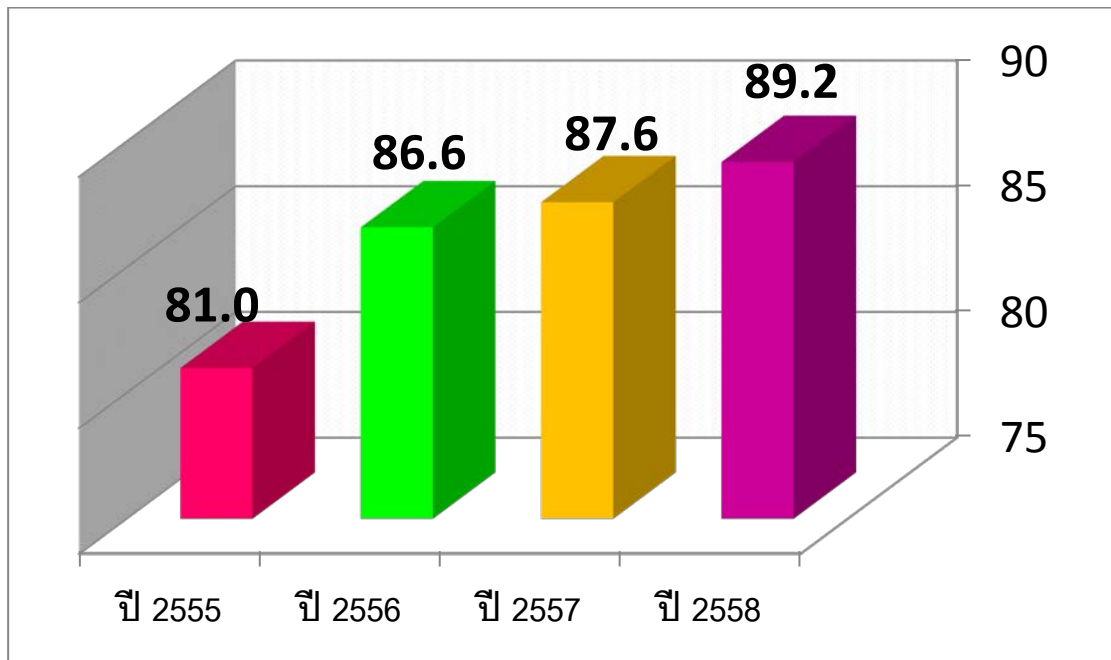
ภาพที่ 15 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจ



ข้อมูลการเปรียบเทียบความพึงพอใจรวมของลูกค้าในการให้บริการ ของท่าเรือไออาร์พีซี ระหว่าง ปี 2555 – 2558

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อเทียบจากปี 2557 มีระดับที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.6 แต่เมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2

ภาพที่ 16 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจ



ความคาดหวัง และ ความพึงพอใจ แยกตามประเภทผู้ประกอบการ

1. ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) N=23

ตารางที่ 4.19 ระดับความคาดหวังในด้านองค์กรธุรกิจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)

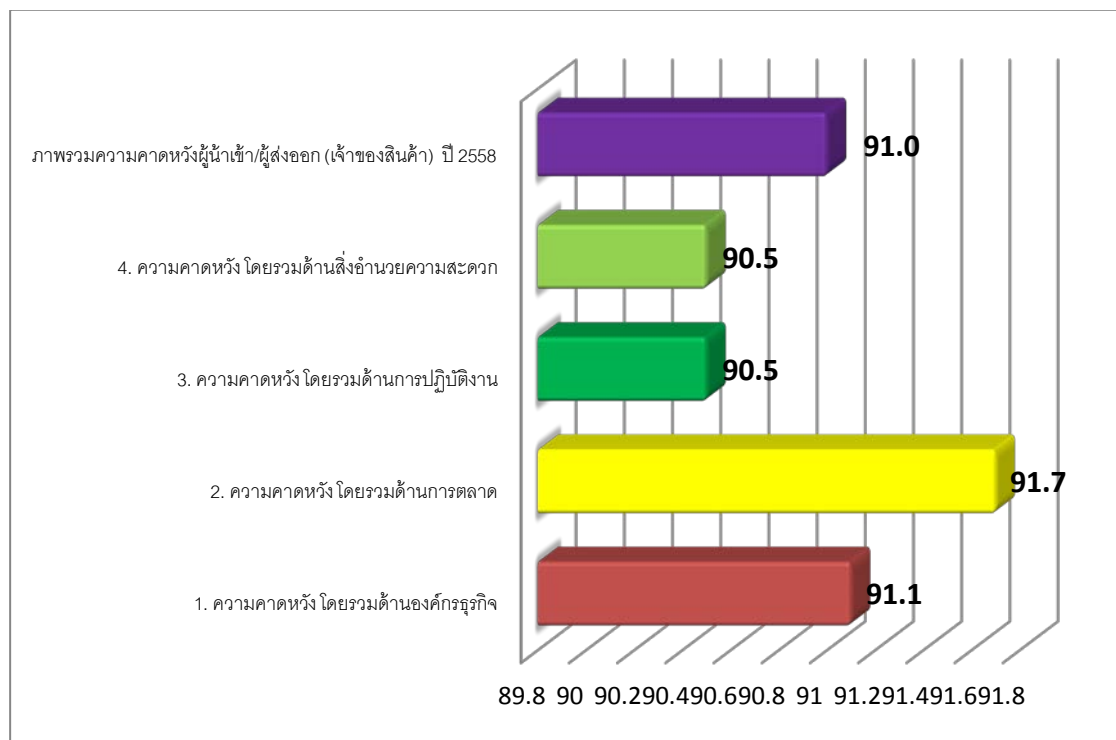
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.30	0.47	90.0	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.48	0.51	92.5	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.35	0.49	90.7	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.43	0.59	91.9	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.52	0.59	93.2	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.43	0.59	91.9	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.41	0.50	91.6	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.41	0.59	91.6	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.45	0.60	92.2	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.39	0.66	91.3	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.35	0.65	90.7	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.30	0.56	90.1	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.39	0.58	91.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.35	0.49	90.7	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	1.08	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.36	0.58	90.9	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.36	0.58	90.9	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)	6.37	0.49	91.0	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.37$) คิดเป็นร้อยละ 91.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตลาด มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.42$) คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.38$) คิดเป็นร้อยละ 91.1 ตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.38	0.49	91.1	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.42	0.50	91.7	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.33	0.56	90.5	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.33	0.56	90.5	มากที่สุด
ภาพรวมความคาดหวังผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) ปี 2558	6.37	0.49	91.0	มากที่สุด

ภาพที่ 17 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)



ตารางที่ 4.21 ระดับความพึงพอใจรวมของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)

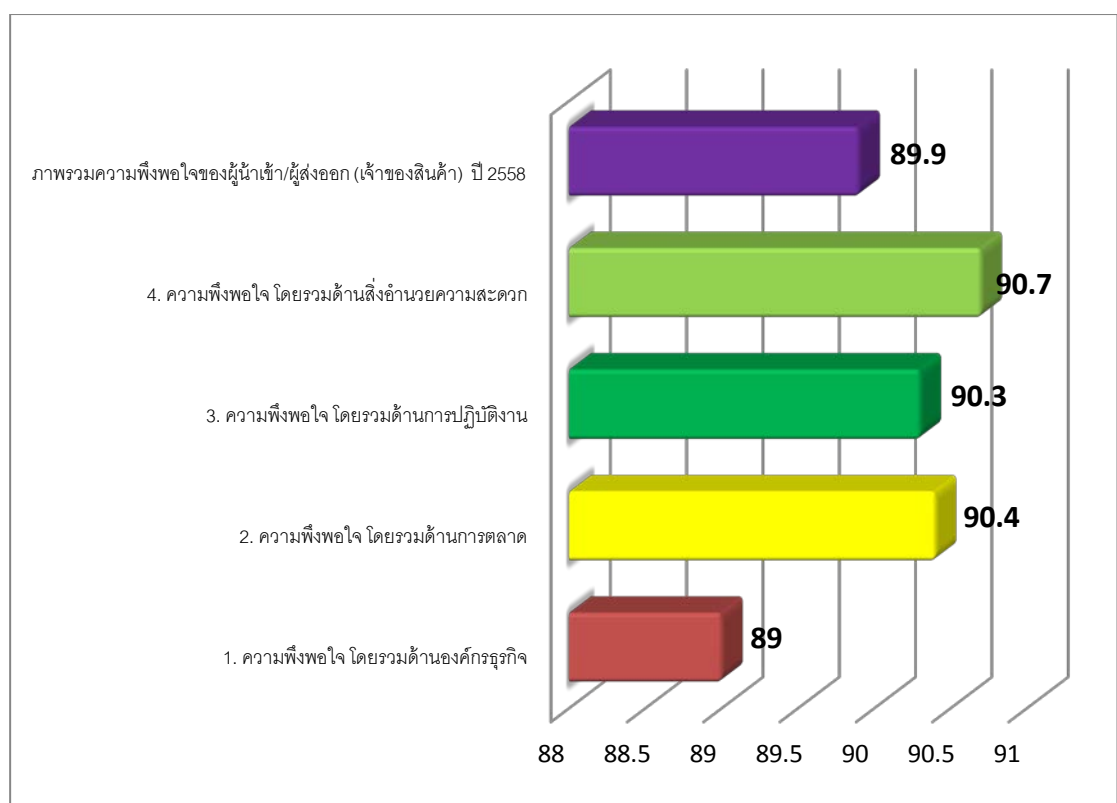
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.13	0.46	87.6	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.39	0.58	91.3	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.17	0.58	88.2	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.26	0.69	89.4	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.48	0.51	92.5	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.26	0.54	89.4	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.29	0.64	89.8	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.50	0.67	92.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.23	0.53	89.0	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.30	0.47	90.1	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.39	0.72	91.3	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.30	0.70	90.1	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.30	0.56	90.1	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.35	0.71	90.7	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.27	0.70	89.6	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.41	0.59	91.6	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.41	0.59	91.6	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)	6.30	0.46	89.9	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.30$) คิดเป็นร้อยละ 89.9 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.35$) คิดเป็นร้อยละ 90.7 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.33$) คิดเป็นร้อยละ 90.4 ตามตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.23	0.47	89.0	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.33	0.44	90.4	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.32	0.56	90.3	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.35	0.54	90.7	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) ปี 2558	6.30	0.46	89.9	มากที่สุด

ภาพที่ 18 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)



2. ตัวแทนเจ้าของสินค้า n=4

ตารางที่ 4.23 ระดับความคาดหวังรวมของตัวแทนเจ้าของสินค้า

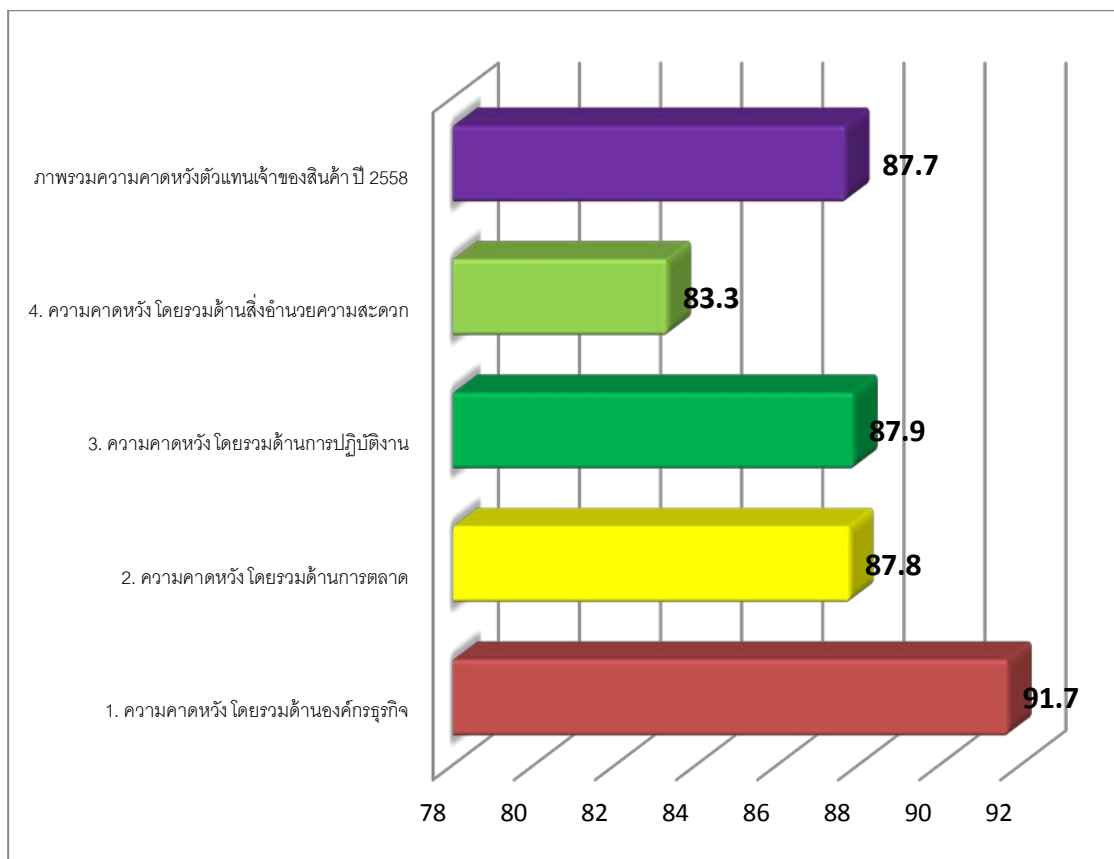
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.50	1.00	92.9	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.50	1.00	92.9	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.00	0.82	85.7	มาก
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.00	0.82	85.7	มาก
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.00	0.82	85.7	มาก
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.00	0.82	85.7	มาก
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.00	0.82	85.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	5.75	0.50	82.1	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	5.75	0.50	82.1	มาก
ผลรวมความคาดหวังตัวแทนเจ้าของสินค้า	6.14	0.77	87.7	มาก

สรุปการให้บริการของตัวแทนเจ้าของสินค้า ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.14$) คิดเป็นร้อยละ 87.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.42$) คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา ด้านการปฏิบัติงาน มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.15$) คิดเป็นร้อยละ 97.9 ตามตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของตัวแทนเจ้าของสินค้า

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.42	0.79	91.7	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.14	0.83	87.8	มาก
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.15	0.81	87.9	มาก
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	5.83	0.58	83.3	มาก
ภาพรวมความคาดหวังตัวแทนเจ้าของสินค้า ปี 2558	6.14	0.77	87.7	มาก

ภาพที่ 19 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังตัวแทนเจ้าของสินค้า



ตารางที่ 4.25 ระดับความพึงพอใจรวมของตัวแทนเจ้าของสินค้า

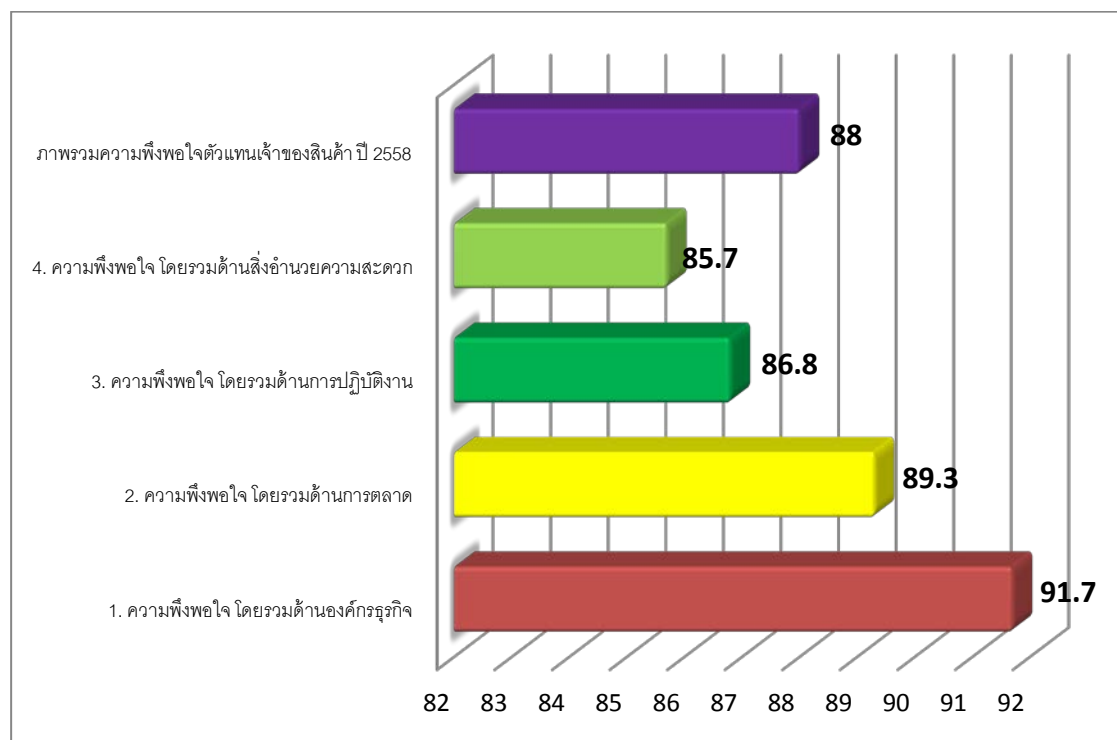
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.50	1.00	92.9	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.50	1.00	92.9	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.00	0.82	85.7	มาก
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.00	0.82	85.7	มาก
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.00	0.82	85.7	มาก
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	5.75	0.50	82.1	มาก
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.00	0.82	85.7	มาก
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	5.75	0.50	82.1	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.25	0.96	89.3	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	5.75	0.50	82.1	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.00	0.82	85.7	มาก
ผลรวมความพึงพอใจธุรกิจท่าเรือ	6.16	0.78	88.0	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของตัวแทนเจ้าของสินค้า ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.16$) คิดเป็นร้อยละ 88.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านองค์กรธุรกิจ มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.42$) คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.25$) คิดเป็นร้อยละ 89.3 ตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของตัวแทนเจ้าของสินค้า

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.42	0.79	91.7	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.25	0.91	89.3	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.08	0.71	86.8	มาก
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.00	0.72	85.7	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจตัวแทนเจ้าของสินค้า ปี 2558	6.16	0.78	88.0	มากที่สุด

ภาพที่ 20 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า)



3.เจ้าของเรือ (Ship Owner) n=5

ตารางที่ 4.27 ระดับความคาดหวังรวมของเจ้าของเรือ (Ship Owner)

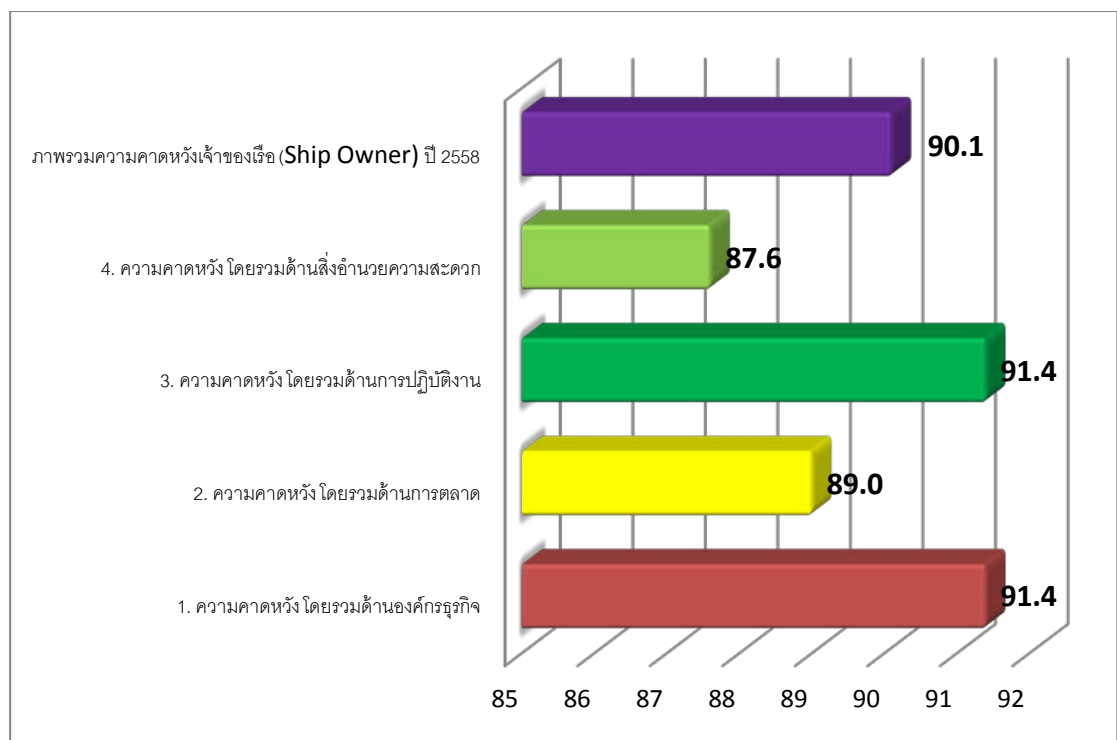
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.00	0.00	85.7	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังเจ้าของเรือ (Ship Owner)	6.31	0.33	90.1	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของเจ้าของเรือ (Ship Owner) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.31$) คิดเป็นร้อยละ 90.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านองค์กรธุรกิจ กับ ด้านการปฏิบัติงาน มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.40$) คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมา ด้านการตลาด มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.23$) คิดเป็นร้อยละ 89.0 ตามตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของเจ้าของเรือ (Ship Owner)

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.23	0.50	89.0	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.13	0.00	87.6	มาก
ภาพรวมความคาดหวังเจ้าของเรือ (Ship Owner) ปี 2558	6.31	0.33	90.1	มากที่สุด

ภาพที่ 21 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังเจ้าของเรือ (Ship Owner)



ตารางที่ 4.29 ระดับความพึงพอใจรวมของเจ้าของเรือ (Ship Owner)

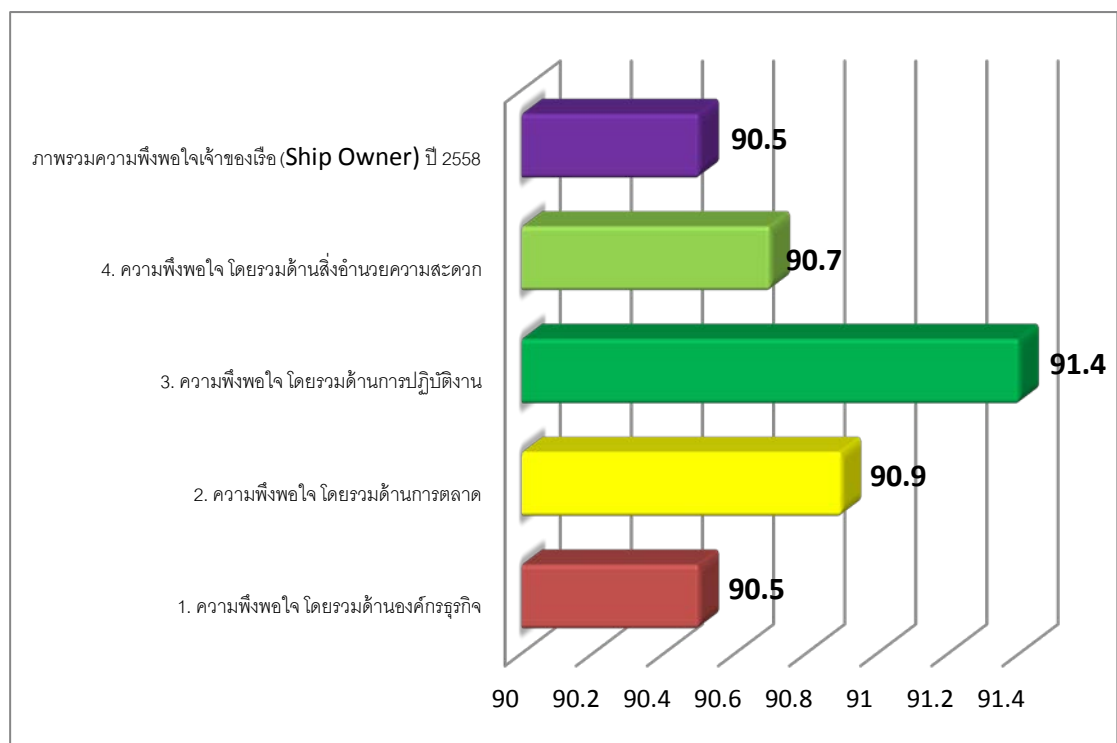
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.50	0.58	92.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.20	0.45	88.6	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.25	0.50	89.3	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจเจ้าของเรือ (Ship Owner)	6.37	0.58	91.0	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของเจ้าของเรือ (Ship Owner) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.33$) คิดเป็นร้อยละ 90.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงาน มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.40$) คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.36$) คิดเป็นร้อยละ 90.9 ตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของเจ้าของเรือ (Ship Owner)

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.33	0.47	90.5	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.36	0.47	90.9	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.40	0.55	91.4	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.35	0.50	90.7	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจเจ้าของเรือ (Ship Owner) ปี 2558	6.33	0.58	90.5	มากที่สุด

ภาพที่ 22 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของเจ้าของเรือ (Ship Owner)



4.บริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) n=19

ตารางที่ 4.31 ระดับความคาดหวังรวมของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)

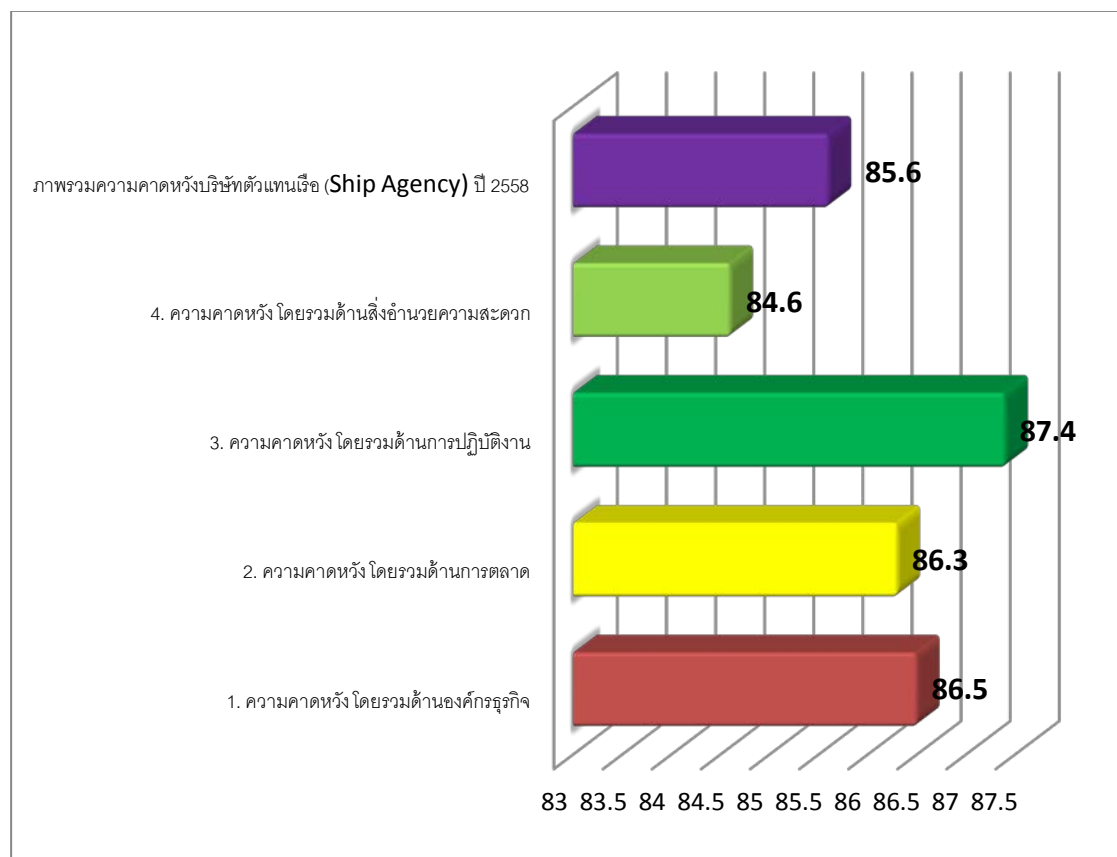
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	5.95	0.52	85.0	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.11	0.57	87.2	มาก
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.11	0.66	87.2	มาก
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.00	0.67	85.7	มาก
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	5.89	0.76	84.1	มาก
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.11	0.83	87.3	มาก
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.16	0.69	88.0	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.11	0.81	87.2	มาก
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	5.94	0.94	84.9	มาก
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.05	0.85	86.5	มาก
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	5.95	0.71	85.0	มาก
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.05	0.62	86.5	มาก
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.26	0.65	89.5	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.16	0.69	88.0	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.11	0.57	87.2	มาก
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.11	0.74	87.2	มาก
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.16	0.60	88.0	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.16	0.60	88.0	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.05	0.52	86.5	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.16	0.60	88.0	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	5.89	0.47	84.1	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	5.94	0.54	84.9	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	5.94	0.54	84.9	มาก
ผลรวมความคาดหวังบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)	6.06	0.53	86.6	มาก

สรุปการให้บริการของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่ามาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 5.99$) คิดเป็นร้อยละ 85.6 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงาน มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.12$) คิดเป็นร้อยละ 87.4 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.06$) คิดเป็นร้อยละ 86.5 ตามตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.06	0.52	86.5	มาก
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.04	0.73	86.3	มาก
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.12	0.54	87.4	มาก
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	5.92	0.51	84.6	มาก
ภาพรวมความคาดหวังบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) ปี 2558	5.99	0.53	85.6	มาก

ภาพที่ 23 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)



ตารางที่ 4.33 ระดับความพึงพอใจรวมของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)

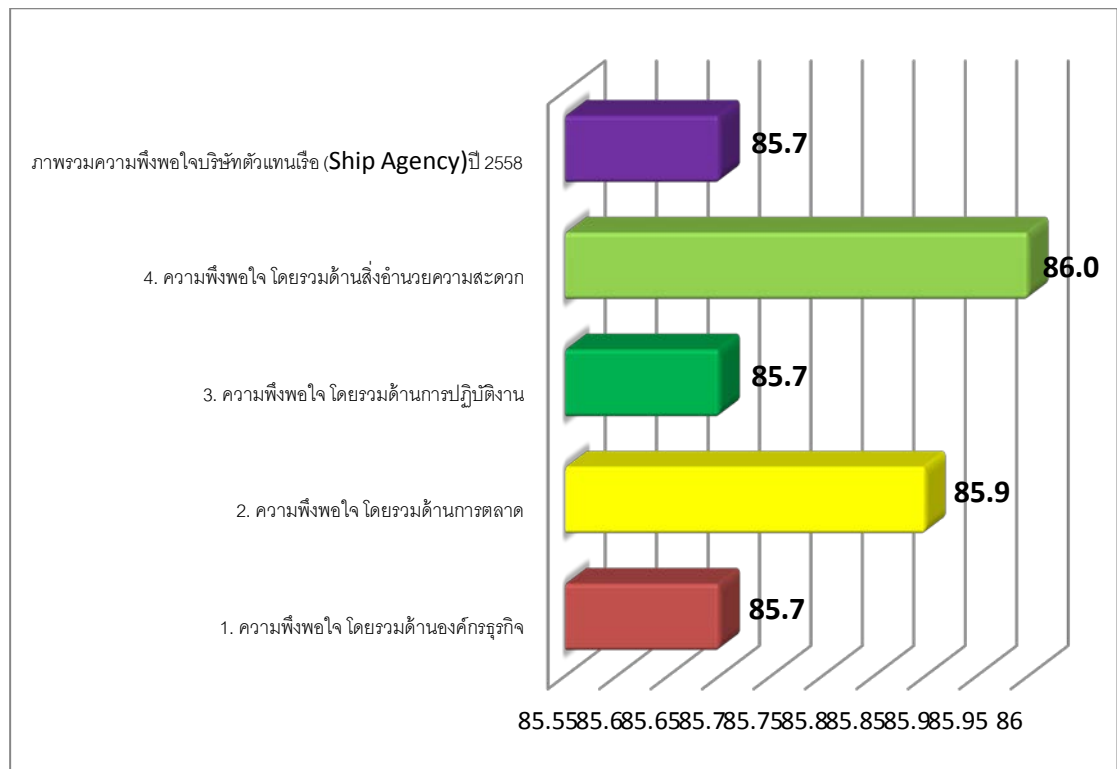
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	5.89	0.88	84.2	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.11	0.74	87.2	มาก
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.00	0.88	85.7	มาก
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.00	0.67	85.7	มาก
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.00	0.69	85.7	มาก
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	5.94	0.87	84.9	มาก
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.11	0.66	87.2	มาก
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.05	0.62	86.5	มาก
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	5.94	0.87	84.9	มาก
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.00	0.82	85.7	มาก
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	5.95	0.78	85.0	มาก
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	5.95	0.71	85.0	มาก
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.05	0.62	86.5	มาก
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม	6.11	0.66	87.2	มาก
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	5.95	0.71	85.0	มาก
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.00	0.82	85.7	มาก
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	5.89	0.88	84.2	มาก
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.11	0.66	87.2	มาก
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.00	0.67	85.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.00	0.94	85.7	มาก
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.06	0.54	86.5	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.00	0.59	85.7	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.00	0.59	85.7	มาก
ผลรวมความพึงพอใจบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)	6.00	0.62	85.7	มาก

สรุปการให้บริการของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.00$) คิดเป็นร้อยละ 85.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.02$) คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.01$) คิดเป็นร้อยละ 85.9 ตามตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.00	0.80	85.7	มาก
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.01	0.68	85.9	มาก
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.00	0.69	85.7	มาก
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.02	0.55	86.0	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)ปี 2558	6.00	0.62	85.7	มาก

ภาพที่ 24 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency)



5.ผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ n=7

ตารางที่ 4.35 ระดับความคาดหวังรวมของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์

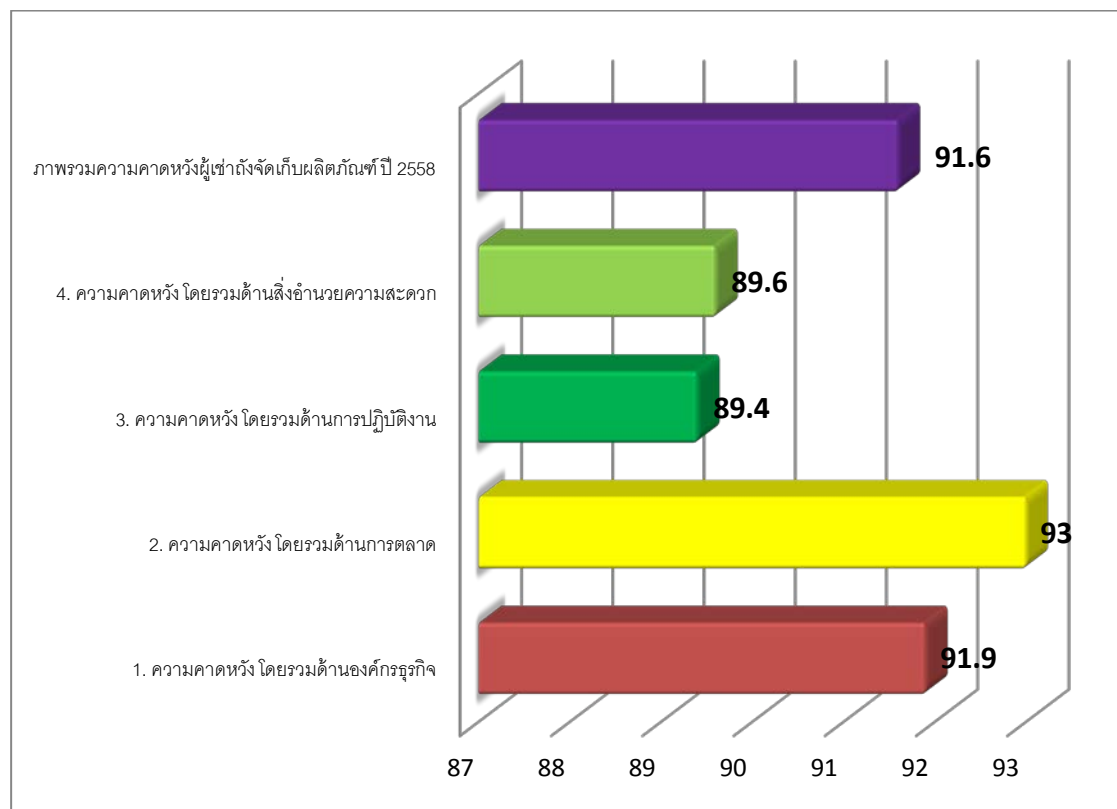
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.29	0.76	89.9	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.43	0.53	91.8	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.29	0.76	89.8	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.43	0.53	91.8	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.29	0.49	89.8	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.29	0.49	89.8	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.14	0.69	87.8	มาก
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.43	0.53	91.8	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.14	0.69	87.8	มาก
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.14	0.69	87.8	มาก
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.17	0.41	88.1	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.00	0.63	85.7	มาก
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.14	0.38	87.8	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.17	0.41	88.1	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.50	0.55	92.9	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์	6.36	0.37	91.6	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.36$) คิดเป็นร้อยละ 91.6 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตลาด มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.51$) คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.43$) คิดเป็นร้อยละ 91.9 ตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.43	0.57	91.9	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.51	0.51	93.0	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.26	0.48	89.4	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.27	0.39	89.6	มากที่สุด
ภาพรวมความคาดหวังผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558	6.36	0.37	91.6	มากที่สุด

ภาพที่ 25 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์



ตารางที่ 4.37 ระดับความพึงพอใจรวมของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์

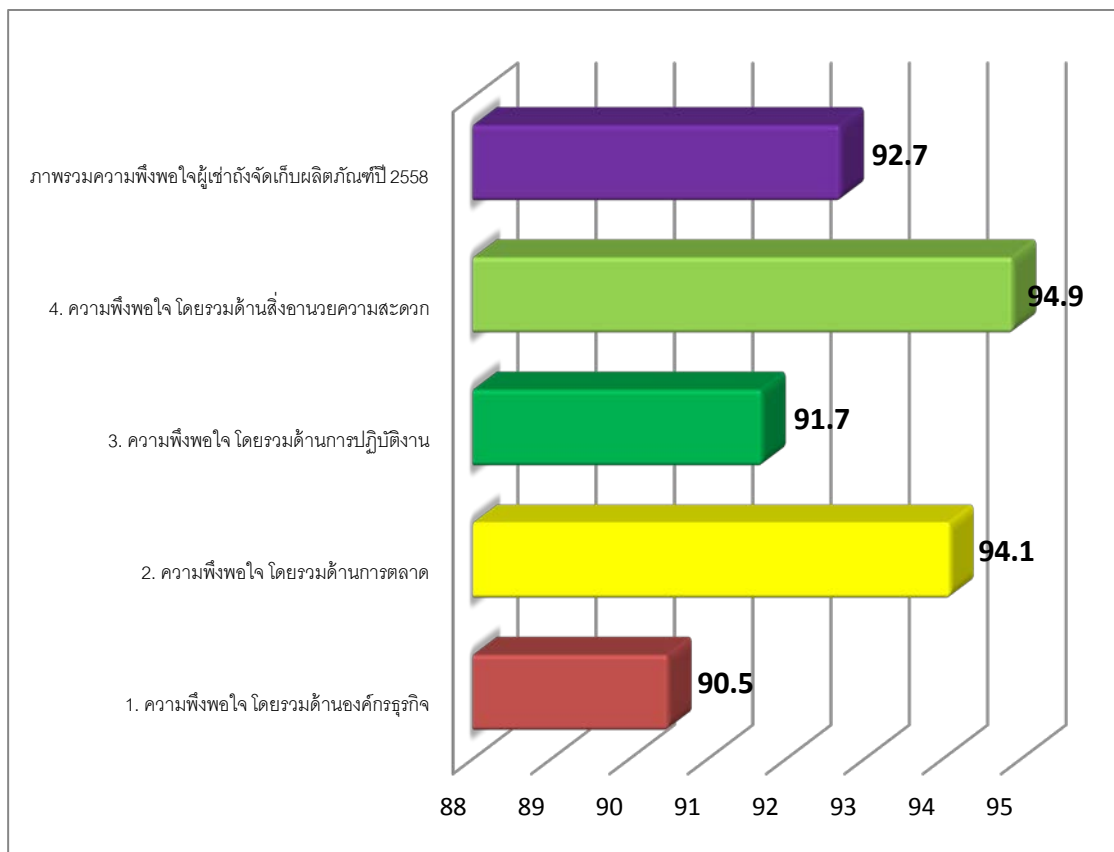
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.14	1.07	87.8	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.71	0.49	95.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.71	0.49	95.9	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.43	0.79	91.8	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.29	0.49	89.8	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.00	0.63	85.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.17	0.41	88.1	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.57	0.53	93.9	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.67	0.52	95.2	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.67	0.52	95.2	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์	6.49	0.56	92.7	มากที่สุด

สรุปการให้บริการของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.49$) คิดเป็นร้อยละ 92.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.64$) คิดเป็นร้อยละ 94.9 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.59$) คิดเป็นร้อยละ 94.1 ตามตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.33	0.86	90.5	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.59	0.52	94.1	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.42	0.52	91.7	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.64	0.52	94.9	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ปี 2558	6.49	0.56	92.7	มากที่สุด

ภาพที่ 26 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์



**ความคาดหวัง และความพึงพอใจแยกตามการใช้บริการ
ของท่าเรือไออาร์พีซี ระยอง ปี 2558**

1. ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว จำนวน 40 ราย (n=40)

ตารางที่ 4.39 ระดับความคาดหวังรวมของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

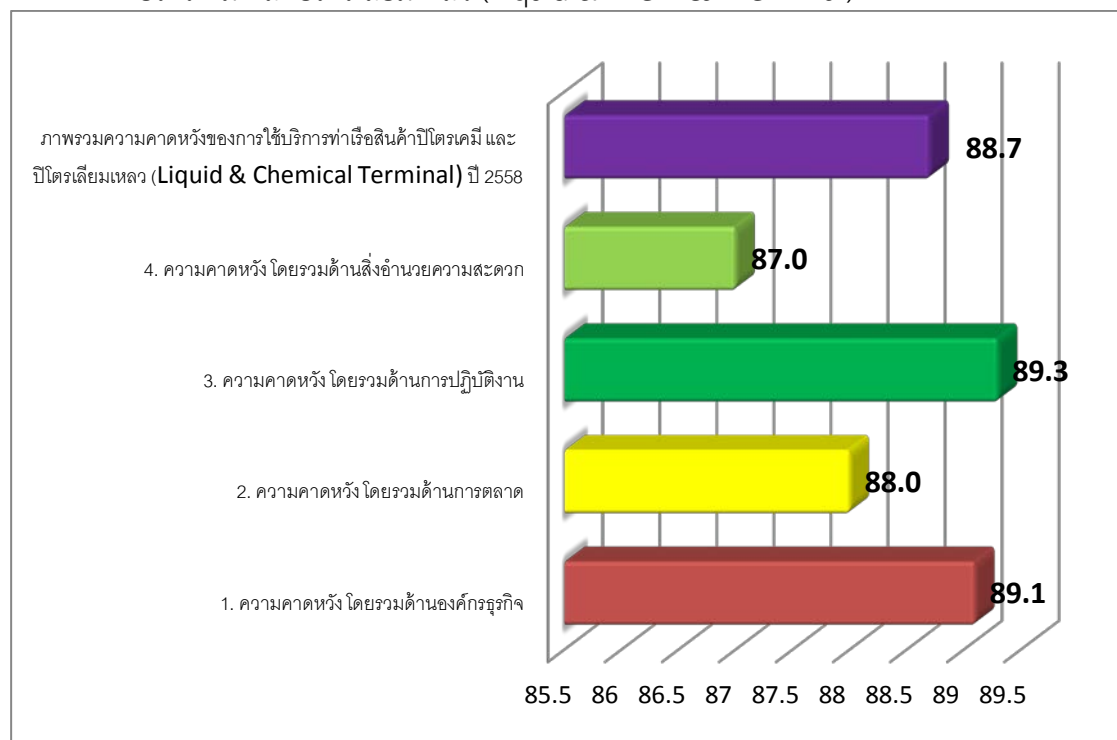
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.15	0.53	87.9	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.33	0.62	90.4	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.23	0.62	88.9	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.15	0.66	87.9	มาก
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.08	0.71	86.8	มาก
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.21	0.74	88.7	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.22	0.64	88.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.21	0.73	88.6	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.11	0.81	87.3	มาก
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.15	0.74	87.9	มาก
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.18	0.71	88.2	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.25	0.67	89.3	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.38	0.63	91.1	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.30	0.69	90.0	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติกรมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.28	0.64	89.6	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติกรมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.23	0.70	88.9	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.25	0.63	89.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.23	0.58	89.0	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.18	0.60	88.3	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.26	0.64	89.4	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.08	0.59	86.8	มาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.08	0.60	86.9	มาก
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.11	0.61	87.3	มาก
ผลรวมความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)	6.20	0.55	88.6	มากที่สุด

สรุปการให้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.20) คิดเป็นร้อยละ 88.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงาน มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.25) คิดเป็นร้อยละ 89.3 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 6.24) คิดเป็นร้อยละ 89.1 ตามตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.24	0.54	89.1	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.16	0.66	88.0	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.25	0.60	89.3	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.09	0.58	87.0	มาก
ภาพรวมความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) ปี 2558	6.20	0.55	88.7	มากที่สุด

ภาพที่ 27 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)



ตารางที่ 4.41 ระดับความพึงพอใจรวมของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

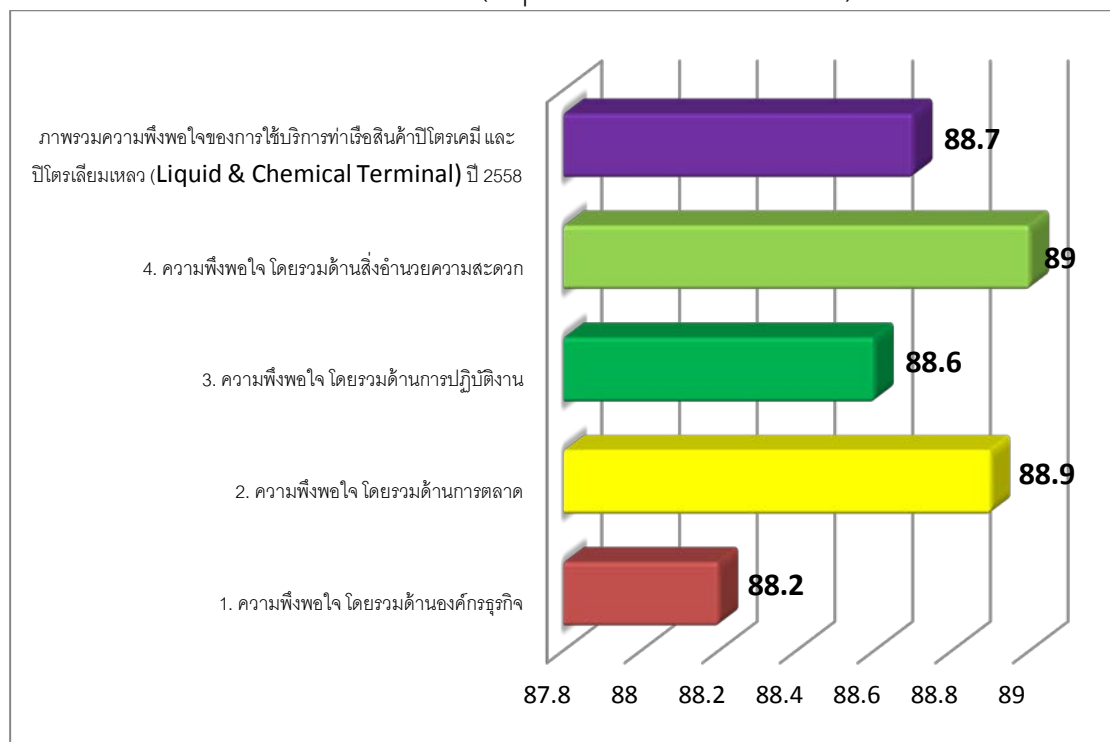
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.05	0.68	86.4	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.33	0.69	90.4	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.15	0.77	87.9	มาก
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.23	0.66	88.9	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.21	0.66	88.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.18	0.80	88.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.22	0.68	88.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.28	0.69	89.7	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.24	0.83	89.2	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.18	0.76	88.3	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.20	0.72	88.6	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.20	0.72	88.6	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.28	0.72	89.6	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.30	0.69	90.0	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.18	0.78	88.2	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.23	0.77	88.9	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.08	0.83	86.8	มาก
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.21	0.66	88.6	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.13	0.73	87.5	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.21	0.83	88.6	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.29	0.65	89.8	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.17	0.65	88.1	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.22	0.67	88.8	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)	6.21	0.63	88.7	มากที่สุด

สรุปการให้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.21$) คิดเป็นร้อยละ 88.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.23$) คิดเป็นร้อยละ 89.0 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.22$) คิดเป็นร้อยละ 88.9 ตามตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.18	0.66	88.2	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.22	0.65	88.9	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.20	0.69	88.6	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.23	0.64	89.0	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) ปี 2558	6.21	0.63	88.7	มากที่สุด

ภาพที่ 27 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)



2. ท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป จำนวน 23 ราย (n=23)

ตารางที่ 4.43 ระดับความคาดหวังในด้านองค์กรธุรกิจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

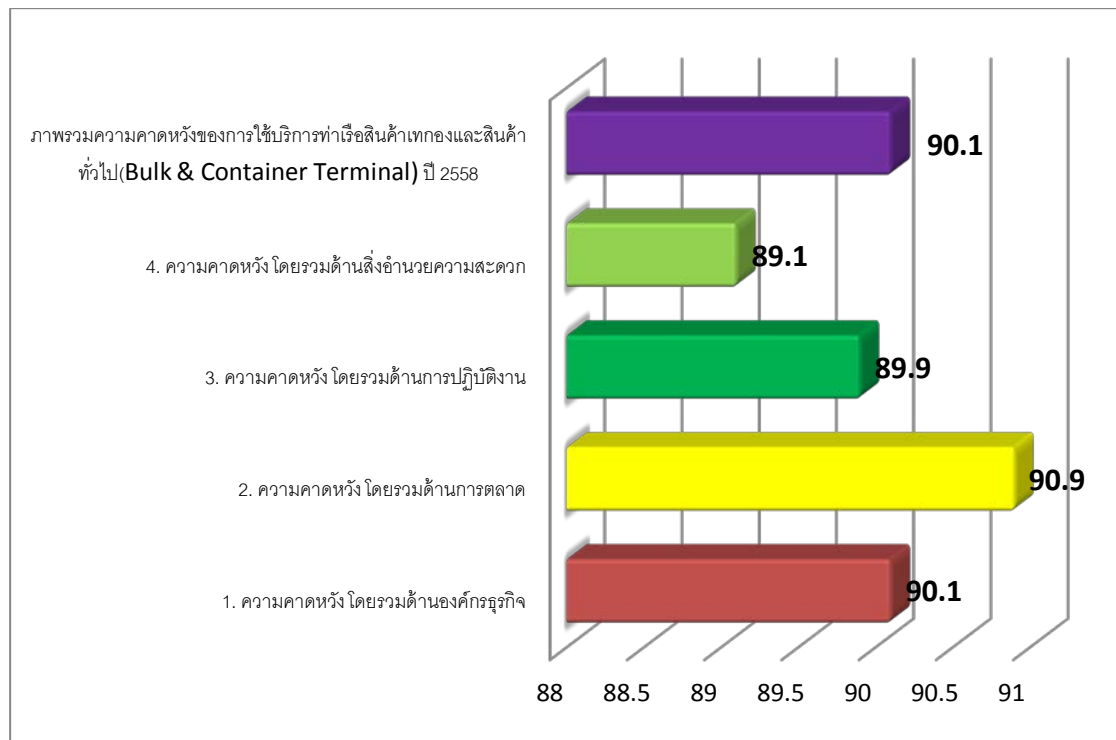
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.22	0.60	88.8	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.35	0.65	90.7	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.45	0.80	92.2	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.32	0.78	90.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.45	0.60	92.2	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.35	0.78	90.7	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.36	0.79	90.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.26	0.75	89.4	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.39	0.66	91.3	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม	6.30	0.63	90.1	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.26	0.54	89.4	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.30	0.56	90.1	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.14	1.08	87.7	มาก
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.36	0.58	90.9	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.23	0.61	89.0	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.23	0.61	89.0	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.27	0.63	89.6	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)	6.31	0.60	90.1	มากที่สุด

สรุปการให้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.31$) คิดเป็นร้อยละ 90.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตลาด มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.36$) คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.31$) คิดเป็นร้อยละ 90.1 ตามตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.31	0.52	90.1	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.36	0.70	90.9	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.29	0.57	89.9	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.24	0.61	89.1	มากที่สุด
ภาพรวมความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกองและสินค้าทั่วไป(Bulk & Container Terminal) ปี 2558	6.31	0.60	90.1	มากที่สุด

ภาพที่ 28 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)



ตารางที่ 4.45 ระดับความพึงพอใจรวมของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป
(Bulk & Container Terminal)

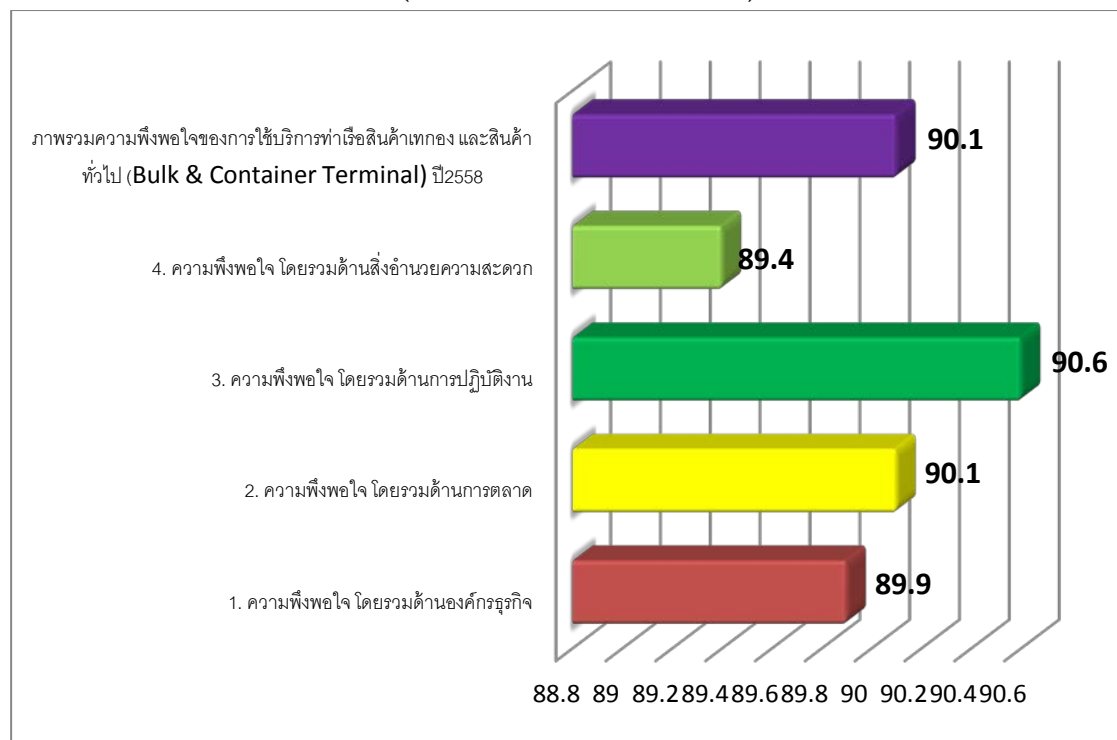
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.22	0.60	88.8	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.39	0.58	91.3	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.26	0.54	89.4	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.26	0.75	89.4	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.45	0.67	92.2	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.23	0.75	89.0	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.33	0.66	90.5	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.30	0.63	90.1	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.36	0.85	90.9	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.22	0.74	88.8	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.30	0.56	90.1	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.43	0.59	91.9	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.35	0.57	90.7	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.30	0.56	90.1	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.43	0.59	91.9	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.26	0.62	89.4	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.32	0.57	90.3	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.41	0.59	91.6	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.32	0.65	90.3	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.18	0.59	88.3	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.27	0.63	89.6	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)	6.31	0.51	90.1	มากที่สุด

สรุปการให้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.31$) คิดเป็นร้อยละ 90.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติงาน มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.34$) คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมา ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.31$) คิดเป็นร้อยละ 90.1 ตามตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.29	0.52	89.9	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.31	0.62	90.1	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.34	0.53	90.6	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.26	0.59	89.4	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) ปี2558	6.31	0.51	90.1	มากที่สุด

ภาพที่ 30 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของการใช้บริการท่าเรือสินค้าเทกอง และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)



3. ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ราย (n=10)

ตารางที่ 4.47 ระดับความคาดหวังในด้านองค์กรธุรกิจของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์

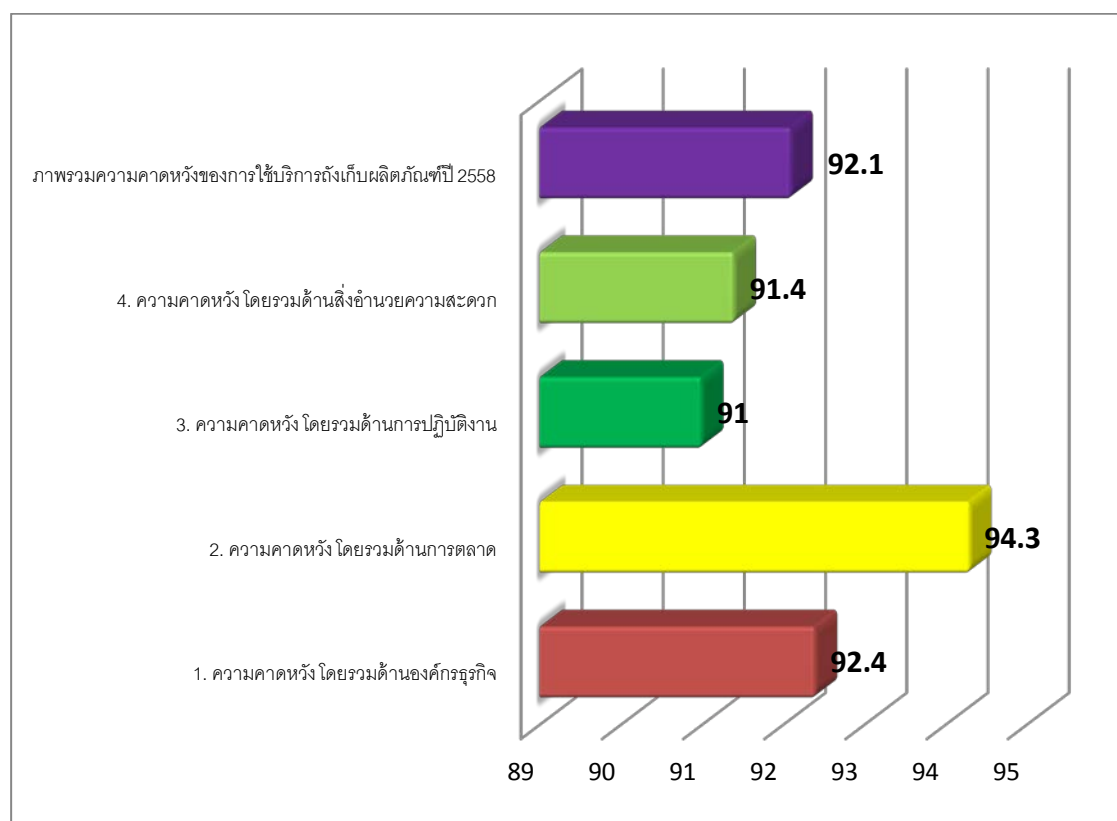
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.30	0.67	90.0	มากที่สุด
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.50	0.53	92.9	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.50	0.71	92.9	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.50	0.53	92.9	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.40	0.52	91.4	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.40	0.52	91.4	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	6.30	0.67	90.0	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.50	0.53	92.9	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.50	0.71	92.9	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.30	0.67	90.0	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.10	0.57	87.1	มาก
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.33	0.50	90.5	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.22	0.67	88.9	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.30	0.48	90.0	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.33	0.50	90.5	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.56	0.53	93.7	มากที่สุด
ผลรวมความคาดหวังของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์	6.45	0.44	92.1	มากที่สุด

สรุปการให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.45$) คิดเป็นร้อยละ 92.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตลาด มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.60$) คิดเป็นร้อยละ 94.3 รองลงมา ด้านองค์กรธุรกิจ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.47$) คิดเป็นร้อยละ 92.4 ตามตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคาดหวังของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ความคาดหวัง ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความคาดหวัง โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.47	0.53	92.4	มากที่สุด
2. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการตลาด	6.60	0.48	94.3	มากที่สุด
3. ความคาดหวัง โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.37	0.51	91.0	มากที่สุด
4. ความคาดหวัง โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.40	0.46	91.4	มากที่สุด
ภาพรวมความคาดหวังของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558	6.45	0.44	92.1	มากที่สุด

ภาพที่ 31 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความคาดหวังของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์



ตารางที่ 4.49 ระดับความพึงพอใจรวมของการใช้บริการท่าเรือสินค้าถังเก็บผลิตภัณฑ์

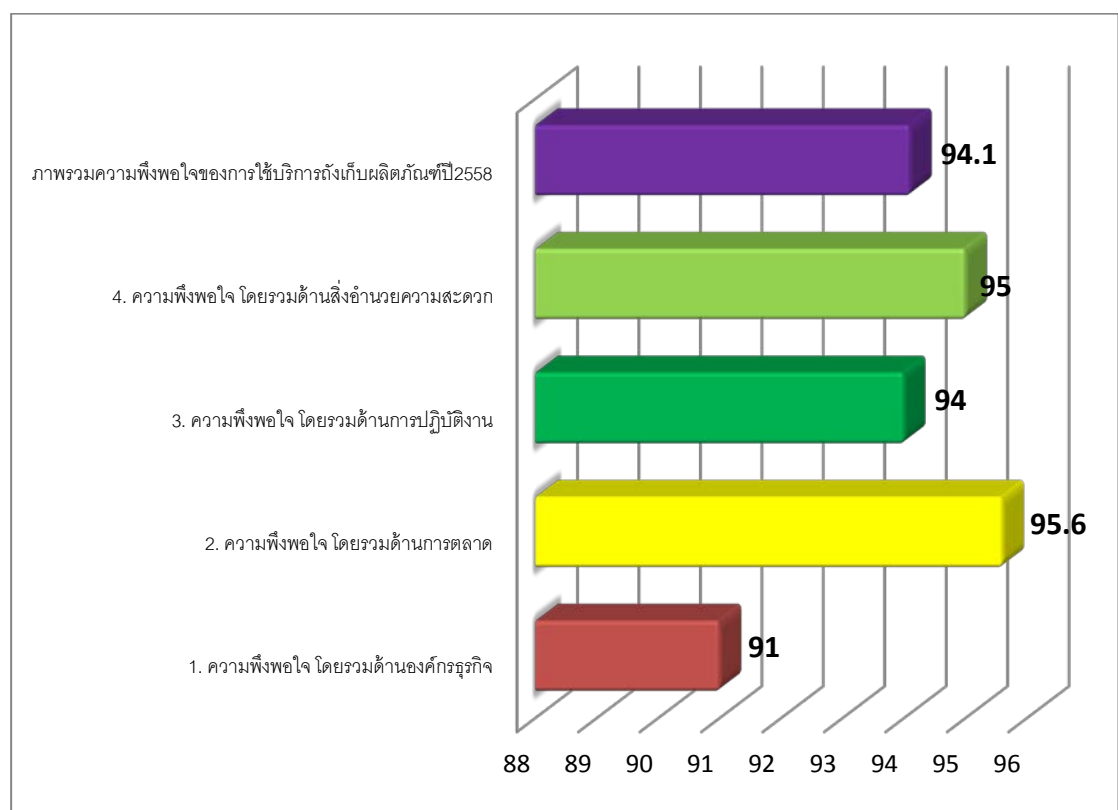
รายการด้านองค์กรธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ โออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	6.10	0.88	87.1	มาก
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	6.50	0.71	92.9	มากที่สุด
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	6.50	0.71	92.9	มากที่สุด
รายการด้านการตลาด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	6.70	0.67	95.7	มากที่สุด
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
รายการด้านการปฏิบัติงาน				
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	6.60	0.70	94.3	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	6.70	0.48	95.7	มากที่สุด
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	6.60	0.70	94.3	มากที่สุด
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	6.30	0.48	90.0	มากที่สุด
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	6.33	0.71	90.5	มากที่สุด
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	6.44	0.53	92.1	มากที่สุด
รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	6.60	0.52	94.3	มากที่สุด
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	6.67	0.50	95.2	มากที่สุด
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	6.67	0.50	95.2	มากที่สุด
ผลรวมความพึงพอใจของการใช้บริการถังเก็บผลิตภัณฑ์	6.59	0.50	94.1	มากที่สุด

สรุปการให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.59$) คิดเป็นร้อยละ 94.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตลาด มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.69$) คิดเป็นร้อยละ 95.6 รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 6.65$) คิดเป็นร้อยละ 95.0 ตามตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	$\bar{X}$	S.D.	ร้อยละ	แปลผล
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	6.37	0.73	91.0	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	6.69	0.45	95.6	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	6.58	0.50	94.0	มากที่สุด
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6.65	0.50	95.0	มากที่สุด
ภาพรวมความพึงพอใจของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี2558	6.59	0.50	94.1	มากที่สุด

ภาพที่ 32 แผนภูมิแท่งแสดงร้อยละภาพรวมระดับความพึงพอใจของการใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์



เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจธุรกิจท่าเรือและถังเก็บผลิตภัณฑ์

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) กับท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) และถังเก็บผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงได้ดังนี้

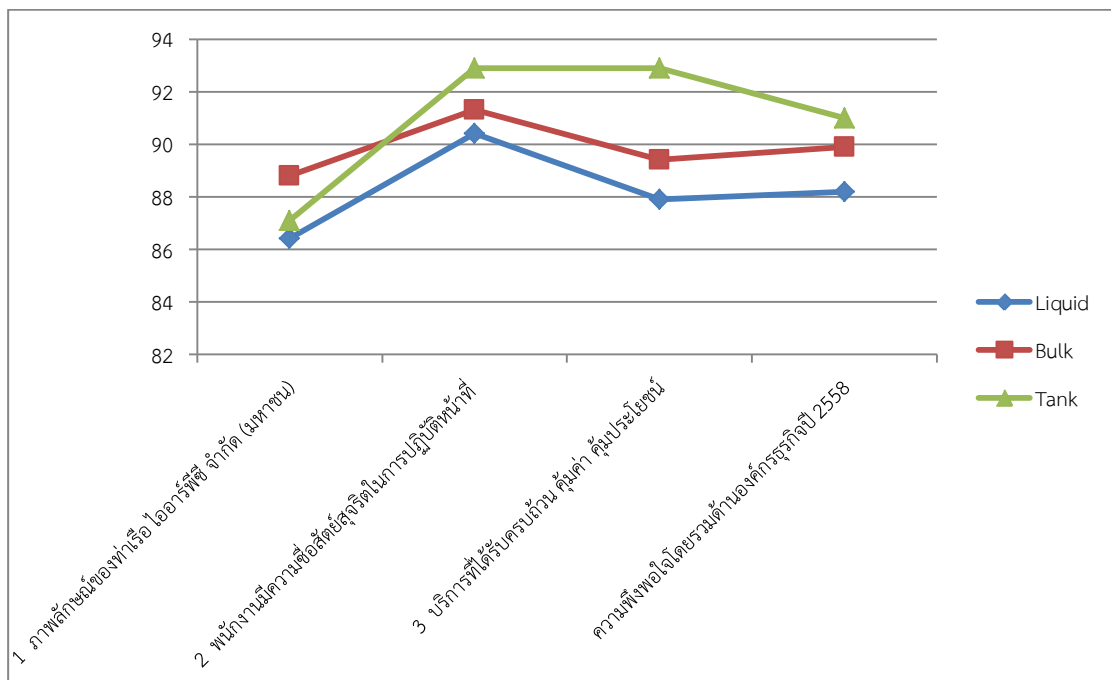
ด้านองค์กรธุรกิจ

ผลการสำรวจการเปรียบเทียบ ด้านองค์กรธุรกิจ พบว่า ธุรกิจถังเก็บผลิตภัณฑ์มีค่าร้อยละ สูงสุดในเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ระดับค่าร้อยละ 94.3 รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่อง พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ระดับค่าร้อยละ 91.3 และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ระดับค่าร้อยละ 90.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจด้านองค์กรธุรกิจ

รายการด้านองค์กรธุรกิจ	Liquid	Bulk	Tank
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	86.4	88.8	90.0
2. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่	90.4	91.3	94.3
3. บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	87.9	89.4	92.9
ความพึงพอใจโดยรวมด้านองค์กรธุรกิจปี 2558	88.2	89.9	91.0

ภาพที่ 32 แผนภูมิเส้นแสดงการเปรียบเทียบค่าร้อยละระดับความพึงพอใจด้านองค์กรธุรกิจ



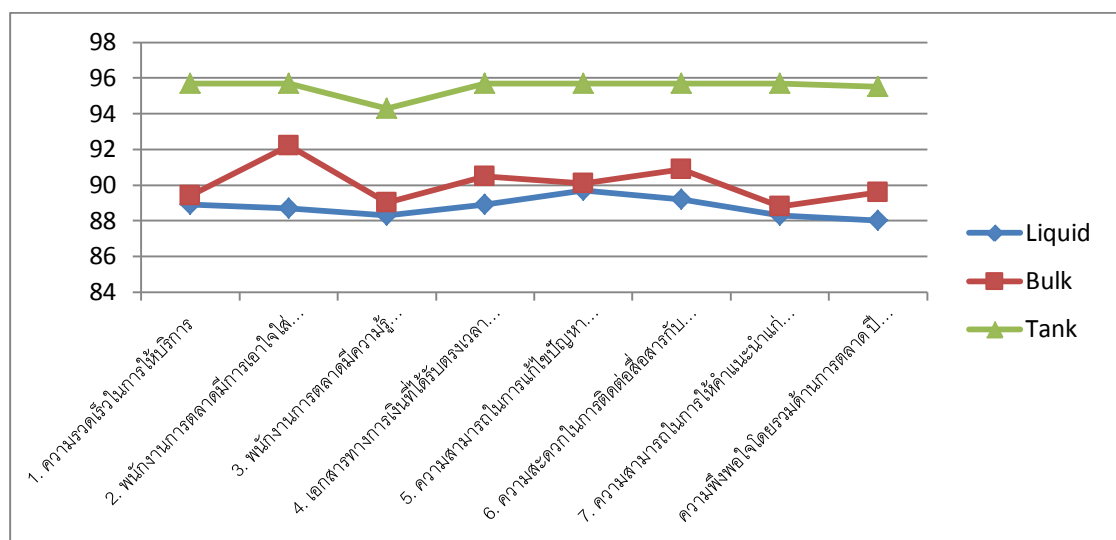
ด้านการตลาด

ผลการสำรวจการเปรียบเทียบ ด้านการตลาด พบว่า ธุรกิจถึงเก็บผลิตภัณฑ์มีค่าร้อยละสูงสุดโดยส่วนใหญ่ ส่วนต่ำสุดในเรื่องพนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ระดับค่าร้อยละ 94.3 รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ ระดับค่าร้อยละ 92.2 และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า ระดับค่าร้อยละ 89.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจด้านการตลาด

รายการด้านการตลาด	Liquid	Bulk	Tank
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	88.9	89.4	95.7
2. พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	88.7	92.2	95.7
3. พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	88.3	89.0	94.3
4. เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	88.9	90.5	95.7
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	89.7	90.1	95.7
6. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	89.2	90.9	95.7
7. ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	88.3	88.8	95.7
ความพึงพอใจโดยรวมด้านการตลาด ปี 2558	88.0	89.6	95.5

ภาพที่ 33 แผนภูมิเส้นแสดงการเปรียบเทียบค่าร้อยละระดับความพึงพอใจด้านการตลาด



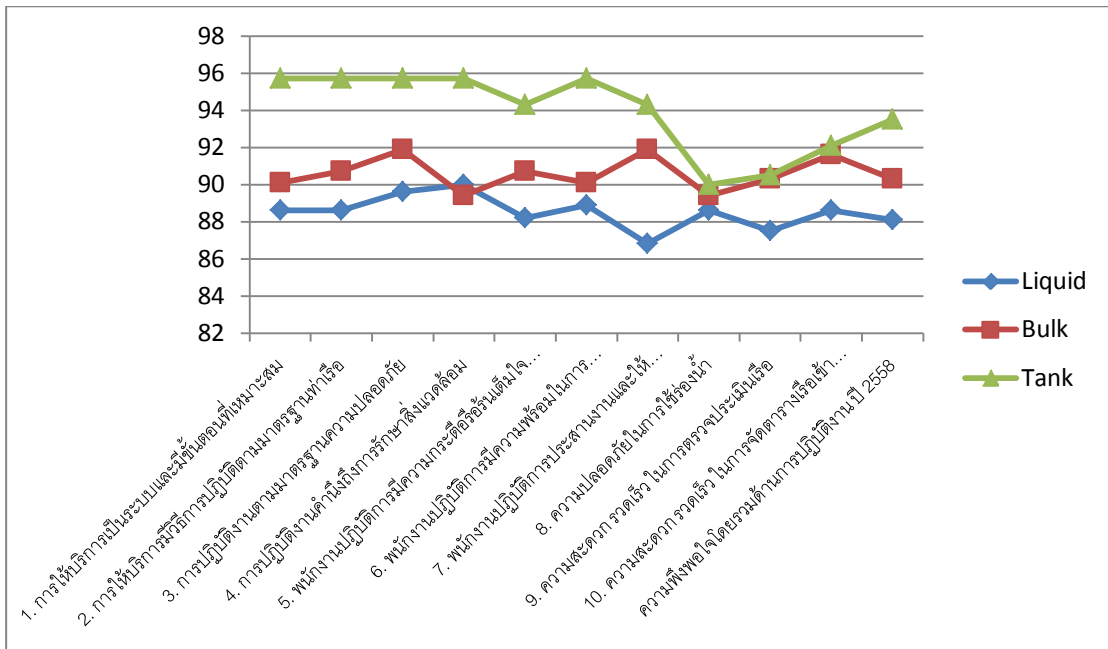
ด้านการปฏิบัติงาน

การสำรวจพบว่าผลการสำรวจการเปรียบเทียบ ด้านการปฏิบัติงาน พบว่า ธุรกิจถึงเก็บผลิตภัณฑ์ มีค่าร้อยละสูงสุด ในเรื่อง การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม, การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ, การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย, การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและ พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ระดับค่าร้อยละ 95.7 รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่อง การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย และพนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง ที่มีระดับค่าร้อยละเท่ากันคือ 91.9 และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่อง การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ระดับค่าร้อยละ 90.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 ระดับความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงาน

รายการด้านการปฏิบัติงาน	Liquid	Bulk	Tank
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	88.6	90.1	95.7
2. การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	88.6	90.7	95.7
3. การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	89.6	91.9	95.7
4. การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม	90.0	89.4	95.7
5. พนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	88.2	90.7	94.3
6. พนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	88.9	90.1	95.7
7. พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	86.8	91.9	94.3
8. ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ	88.6	89.4	90.0
9. ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	87.5	90.3	90.5
10. ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	88.6	91.6	92.1
ความพึงพอใจโดยรวมด้านการปฏิบัติงาน ปี 2558	88.1	90.3	93.5

ภาพที่ 34 แผนภูมิเส้นแสดงการเปรียบเทียบค่าร้อยละระดับความพึงพอใจด้านปฏิบัติงาน



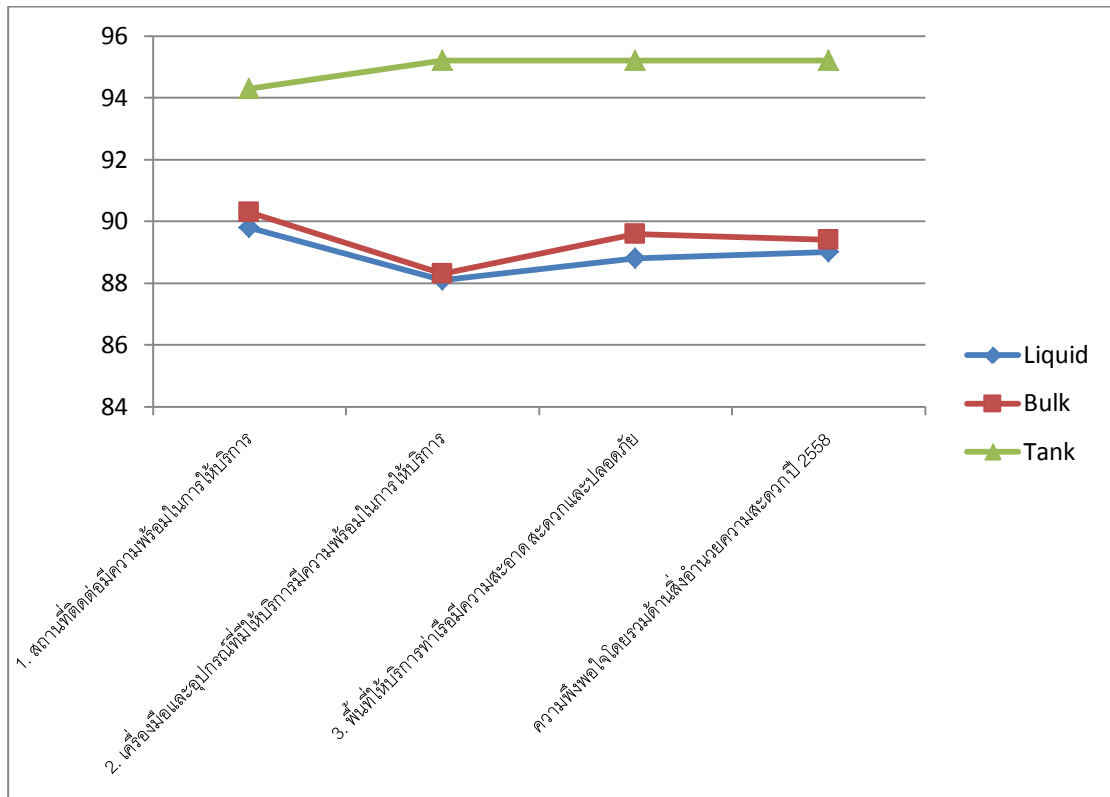
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสำรวจการเปรียบเทียบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ธุรกิจถึงเก็บผลิตภัณฑ์มีค่าร้อยละ สูงสุดในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ และพื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย ระดับค่าร้อยละ 95.2 รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ ระดับค่าร้อยละ 90.3 และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในเรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ ระดับค่าร้อยละ 89.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รายการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	Liquid	Bulk	Tank
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ	89.8	90.3	94.3
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ	88.1	88.3	95.2
3. พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	88.8	89.6	95.2
ความพึงพอใจโดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปี 2558	89.0	89.4	95.2

ภาพที่ 35 แผนภูมิเส้นแสดงการเปรียบเทียบค่าร้อยละระดับความพึงพอใจ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

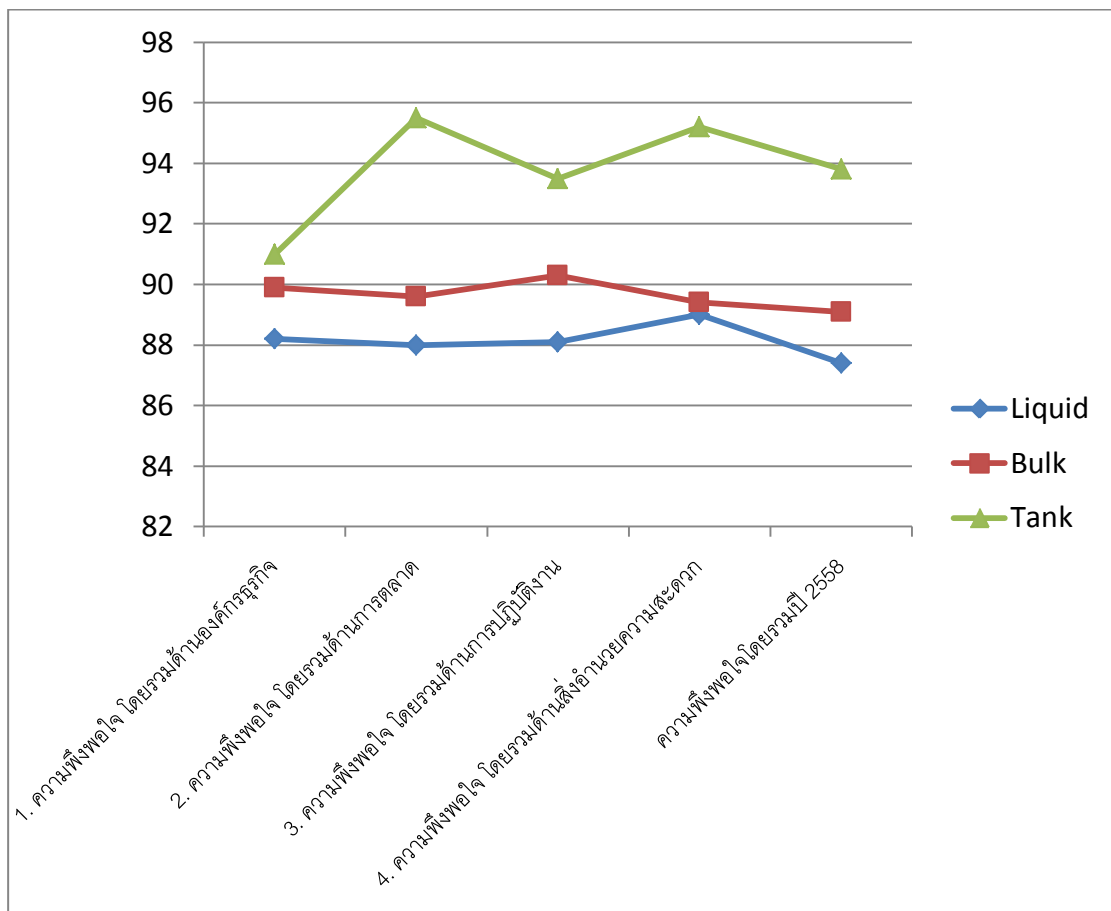


สรุปผลการสำรวจการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมในด้านต่างๆ พบว่า ธุรกิจถึงเก็บผลิตภัณฑ์มีค่าร้อยละ สูงสุดในด้านการตลาด ระดับค่าร้อยละ 95.5 รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในด้านการปฏิบัติงาน ระดับค่าร้อยละ 90.3 และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีค่าร้อยละรองลงมา ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ระดับค่าร้อยละ 89.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจรวม

ความพึงพอใจ ด้านต่างๆ	Liquid	Bulk	Tank
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านองค์กรธุรกิจ	88.2	89.9	91.0
2. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการตลาด	88.0	89.6	95.5
3. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านการปฏิบัติงาน	88.1	90.3	93.5
4. ความพึงพอใจ โดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	89.0	89.4	95.2
ความพึงพอใจโดยรวมปี 2558	87.4	89.1	93.8

ภาพที่ 36 แผนภูมิเส้นแสดงการเปรียบเทียบค่าร้อยละระดับความพึงพอใจรวม



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจเปรียบเทียบการแข่งขัน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สรุปความสำคัญเรื่องใดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่าเรือ /ถังเก็บผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.55 ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่าเรือ /ถังเก็บผลิตภัณฑ์

เรื่องที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ร้อยละ	ลำดับความสำคัญ
ความรวดเร็วในการให้บริการ	85.1	1
การตอบสนองได้ทันทีที่ร้องขอ	82.3	2
ระยะทางระหว่างโรงงานของท่านถึงท่าเรือ/สถานที่ จัดเก็บผลิตภัณฑ์	80.1	3
โครงสร้างพื้นฐานของท่าเรือ	77.8	4
การบริการของพนักงานขายและเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์	77.8	4
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท	77.3	5
สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเรือ /สถานที่จัดเก็บ ผลิตภัณฑ์	76.7	6
ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการท่าเรือ/ถังเก็บ ผลิตภัณฑ์	76.7	6
อัตราค่าบริการ	70.0	7
ระบบ IT ในการติดต่อสื่อสาร	70.0	7

สรุปเปรียบเทียบอันดับและความพึงพอใจตามปัจจัยในการให้บริการ ของท่าเรือและถังเก็บผลิตภัณฑ์

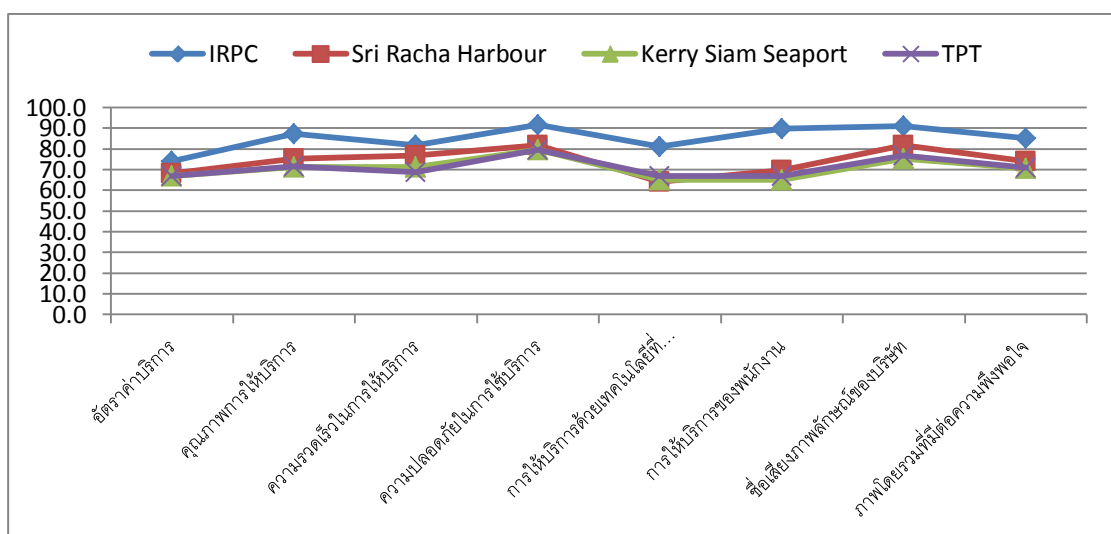
สรุปปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจท่าเรือเทกองและสินค้าทั่วไป(Bulk & Container Terminal)

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกรับบริการท่าเรือผู้ให้บริการให้
ความสำคัญ ท่าเรือโออาร์พีซี สูงสุดทุกปัจจัย ตามตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการของท่าเรือ IRPC กับท่าเรือคอนเทนเนอร์และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) กับคู่แข่ง

ปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจท่าเรือเทกองและสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)	ความพึงพอใจที่มีต่อผู้ให้บริการ (ร้อยละ)			
	IRPC	Sri Racha Harbour	Kerry Siam Seaport	TPT
อัตราค่าบริการ	74.0	68.3	67.0	67.0
คุณภาพการให้บริการ	87.4	75.4	71.4	71.7
ความรวดเร็วในการให้บริการ	81.7	76.7	71.4	68.7
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	91.8	81.7	79.7	79.7
การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	81.1	64.3	65.0	67.0
การให้บริการของพนักงาน	89.8	69.7	65.0	67.0
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท	91.1	81.7	75.4	76.7
ภาพโดยรวมที่มีต่อความพึงพอใจ	85.1	74.0	70.7	71.0

ภาพที่ 37 แผนภูมิเส้นแสดงเปรียบเทียบระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการของท่าเรือไออาร์พีซี กับท่าเรือคอนเทนเนอร์และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) กับคู่แข่ง



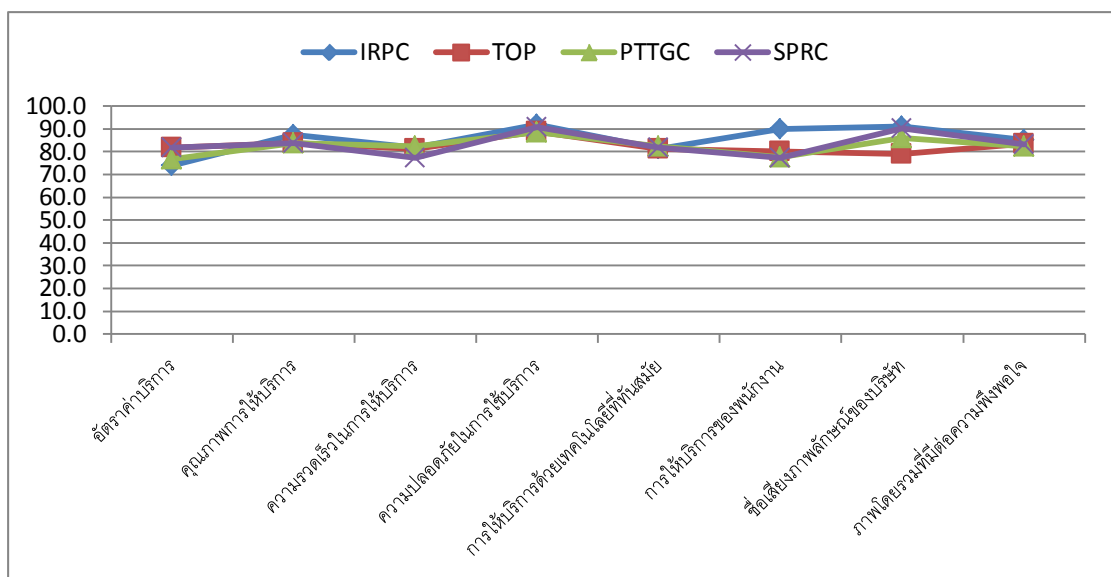
สรุปปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการท่าเรือผู้ให้บริการให้ ความสำคัญโดยรวมคือ ท่าเรือ ไออาร์พีซี โดยส่วนใหญ่ มีเพียงบางปัจจัยที่แตกต่าง เรื่องอัตรา ค่าบริการ ผู้ใช้บริการเลือก TOP และ SPRC มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 81.7 เรื่องความรวดเร็วใน การให้บริการ กับ การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผู้ใช้บริการเลือก PTTGC มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 82.4 ตามตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีต่อระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการของท่าเรือ IRPC กับท่าเรือปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)กับคู่แข่ง

ปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจ ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)	ความพึงพอใจที่มีต่อผู้ให้บริการ (ร้อยละ)			
	IRPC	TOP	PTTGC	SPRC
อัตราค่าบริการ	74.0	81.7	76.7	81.7
คุณภาพการให้บริการ	87.4	83.7	83.7	83.7
ความรวดเร็วในการให้บริการ	81.7	81.1	82.4	77.4
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	91.8	88.8	88.4	90.8
การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	81.1	81.1	82.4	81.7
การให้บริการของพนักงาน	89.8	80.1	77.7	77.4
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท	91.1	79.1	86.1	90.1
ภาพโดยรวมที่มีต่อความพึงพอใจ	85.1	83.4	82.4	83.1

ภาพที่ 38 แผนภูมิเส้นแสดงเปรียบเทียบระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการของท่าเรือ IRPC กับท่าเรือปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) กับคู่แข่ง



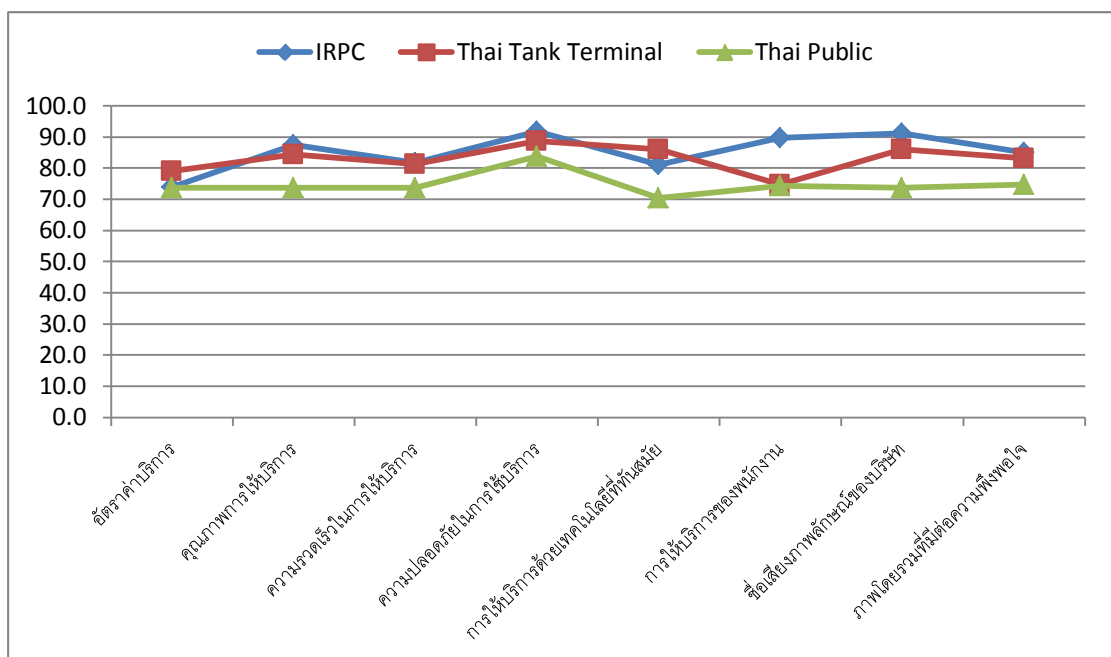
สรุปปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจการให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการท่าเรือผู้ให้บริการให้ ความสำคัญโดยรวมคือ ท่าเรือ ไออาร์พีซี โดยส่วนใหญ่ มีเพียงบางปัจจัยที่แตกต่าง เรื่องอัตรา ค่าบริการ ผู้ใช้บริการเลือก Thai Tank Terminal มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 79.1 และเรื่องการ ให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 86.1 ตามตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีต่อระดับความพึงพอใจ ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ (Tank)	ความพึงพอใจที่มีต่อผู้ให้บริการ (ร้อยละ)		
	IRPC	Thai Tank Terminal	Thai Public
อัตราค่าบริการ	74.0	79.1	73.7
คุณภาพการให้บริการ	87.4	84.4	73.7
ความรวดเร็วในการให้บริการ	81.7	81.4	73.7
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	91.8	88.8	83.8
การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	81.1	86.1	70.4
การให้บริการของพนักงาน	89.8	74.7	74.4
ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท	91.1	86.1	73.7
ภาพโดยรวมที่มีต่อความพึงพอใจ	85.1	83.1	74.7

ภาพที่ 39 แผนภูมิเส้นแสดงเปรียบเทียบระดับร้อยละความพึงพอใจการให้บริการของถึงเก็บผลิตภัณฑ์



การศึกษาเชิงคุณภาพกลุ่มลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

การดำเนินการสัมภาษณ์กับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการ จำนวน 6 ราย ประกอบไปด้วย รายนาม บริษัท กลุ่มลูกค้าและวันที่เข้าเก็บข้อมูล ดังตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 กลุ่มลูกค้าในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลูกค้า	กลุ่มลูกค้า	วันเก็บข้อมูล
บริษัท จี สตีล จำกัด (มหาชน)	BCT	7/10/2558
บริษัท ระยองเฟอร์ทีไลเซอร์เทรดดิ้งจำกัด	BCT	8/10/2558
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	Tank	12/10/2558
บริษัท สยามเคมี จำกัด (มหาชน)	Tank	14/10/2558
บริษัท ไทยออยล์มารีน จำกัด	Ship Agency	7/10/2558
บริษัท สแตนดาร์ดมารีไทม์เซอร์วิส จำกัด	Ship Agency	7/10/2558

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าท่าเรือไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ดังนี้

บริษัท จี สติล จำกัด (มหาชน)

จุดแข็ง 1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือIRPC

2. ผู้บริหาร และพนักงานคนท่าเรือดีมาก มีความสัมพันธ์ที่ดี

3. เจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา ปฏิบัติให้ทันที

4. ด้านการตลาด ให้การตอบสนองบริการที่ดี รวดเร็ว

5. เรื่องการส่งเสริมการตลาด และ CSR

6. ด้านสภาพแวดล้อม มีความเรียบร้อยดี

7. เรื่องทางไอทีของ IRPC ส่งเสริมการทำงานลูกค้า

จุดอ่อน 1. ระบบรักษาความปลอดภัย

2. ปัญหาเรื่องตาชั่งอยู่ไกล และปกติตาชั่งปัจจุบันเวลามีเรือเข้ามากก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3. ระบบรักษาความปลอดภัย ยังควบคุมได้ไม่ดี

4. การจัดการจราจรยังมีเบนนีจุดเบี่ยง หยุดสวนกัน

5. เรื่องอื่นก็มีบ้าง เช่น ห้องน้ำ

โอกาส 1. การขนส่ง ใช้บริการรถไม่ติดเวลา

อุปสรรค1. กำลังมีคู่แข่งเป็นทางเลือก

2. บางครั้งใช้พร้อมกันจะแน่น

3. อนาคตจะมีเรือเล็กเข้ามามากกว่าเรือใหญ่

บริษัท จี สติล จำกัด (มหาชน)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือIRPC	1. ระบบรักษาความปลอดภัย
2. ผู้บริหาร และพนักงานคนท่าเรือดีมาก มีความสัมพันธ์ที่ดี	2. ปัญหาเรื่องตาชั่งอยู่ไกล และปกติตาชั่งปัจจุบันเวลามีเรือเข้ามากก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
3. เจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา ปฏิบัติให้ทันที	3. ระบบรักษาความปลอดภัย ยังควบคุมได้ไม่ดี
4. ด้านการตลาด ให้การตอบสนองบริการที่ดี รวดเร็ว	4. การจัดการจราจรยังมีเบนนีจุดเบี่ยง หยุดสวนกัน
5. เรื่องการส่งเสริมการตลาด และ CSR	5. เรื่องอื่นก็มีบ้าง เช่น ห้องน้ำ
6. ด้านสภาพแวดล้อม มีความเรียบร้อยดี	-
7. เรื่องทางไอทีของ IRPC ส่งเสริมการทำงานลูกค้า	-
โอกาส	อุปสรรค
1. การขนส่ง ใช้บริการรถไม่ติดเวลา	1. กำลังมีคู่แข่งเป็นทางเลือก
-	2. บางครั้งใช้พร้อมกันจะแน่น
-	3. อนาคตจะมีเรือเล็กเข้ามามากกว่าเรือใหญ่

บริษัท ระยอง เฟอร์ทิลไลเซอร์ เทรตติ้งจำกัด UBE GROUT (THAILAND)

- จุดแข็ง
1. เรื่องการให้บริการที่ดี ของเจ้าหน้าที่ท่าเรือและเจ้าหน้าที่การตลาด
 2. มีการแก้ปัญหาที่ดี
 3. มีการพัฒนาเชิงความสัมพันธ์ที่มีมุมมองเป็นหุ้นส่วนกันมากขึ้น
 4. ท่าเรือ IRPC กับบริษัท UBE GROUT อยู่ใกล้กัน ทำให้ประหยัด
 5. เรื่องอุปกรณ์ต่างๆ ของท่าเรือก็มีความสะดวกพร้อม
 6. เรื่องกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด
 7. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่การตลาด การท่าเรือมีความสัมพันธ์เป็นมิตรที่ดี
 8. พนักงานมีประสบการณ์ความสามารถดี
 9. เรื่องความปลอดภัยดูแลให้ดี
 10. การตลาดให้ความช่วยเหลือที่ดี
 11. ระบบไอที ของเขาดีเราใช้บริการ

- จุดอ่อน
1. ราคาที่เขาเสนอเรื่องจะสร้างถังใหม่ให้บริการ ราคาค่อนข้างสูง
 2. ไม่มีแนวกันคลื่นน้ำเหมือนมาบตาพุด

- โอกาส
1. มีความพยายามผลักดันเพิ่มปริมาณการใช้บริการ
 2. ถ้าเป็นไปได้ก็อยากจะย้ายทุกอย่างกับมาที่ IRPC
 3. ในอนาคตมีแผนว่าจะสร้าง UBE โรงสองร่วมกัน

อุปสรรค1. ในช่วงมรสุมไม่สามารถใช้ท่าเรือIRPC ได้ต้องย้ายท่าเรือ

บริษัท ระยอง เฟอร์ทิลไลเซอร์ เทรตติ้งจำกัด UBE GROUT (THAILAND)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. เรื่องการให้บริการที่ดี ของเจ้าหน้าที่ท่าเรือและเจ้าหน้าที่การตลาด	1. ราคาที่เขาเสนอเรื่องจะสร้างถังใหม่ให้บริการ ราคาค่อนข้างสูง
2. มีการแก้ปัญหาที่ดี	2. ไม่มีแนวกันคลื่นน้ำเหมือนมาบตาพุด
3. มีการพัฒนาเชิงความสัมพันธ์ที่มีมุมมองเป็นหุ้นส่วนกันมากขึ้น	-
4. ท่าเรือ IRPC กับบริษัท UBE GROUT อยู่ใกล้กัน ทำให้ประหยัด	-
5. เรื่องอุปกรณ์ต่างๆ ของท่าเรือก็มีความสะดวกพร้อม	-
6. เรื่องกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด	-
7. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่การตลาด การท่าเรือมีความสัมพันธ์เป็นมิตรที่ดี	-
8. พนักงานมีประสบการณ์ความสามารถดี	-
9. เรื่องความปลอดภัยดูแลให้ดี	-
10. การตลาดให้ความช่วยเหลือที่ดี	-
11. ระบบไอที ของเขาดีเราใช้บริการ	-
โอกาส	อุปสรรค
1. มีความพยายามผลักดันเพิ่มปริมาณการใช้บริการ	1. ในช่วงมรสุมไม่สามารถใช้ท่าเรือIRPC ได้ต้องย้ายท่าเรือ
2. ถ้าเป็นไปได้ก็อยากจะย้ายทุกอย่างกับมาที่ IRPC	-
3. ในอนาคตมีแผนว่าจะสร้าง UBE โรงสองร่วมกัน	-

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

- จุดแข็ง
1. ภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือดี
 2. มีการให้บริการที่รวดเร็ว
 3. พนักงานมีการให้บริการดี พนักงานเจ้าหน้าที่ หัวหน้ามีความรู้ดี เข้าใจการทำงานดี ได้มาตรฐานสุภาพเรียบร้อยดี
 4. เปิดให้บริการ 24 ชม. เป็นเจ้าเดียวให้รับสินค้าได้
 5. เรื่องความปลอดภัย
 6. อุปกรณ์ต่างๆ ก็ดีมีมาตรฐาน
 7. มีการส่งเสริมการตลาด

- จุดอ่อน
1. ท่าเรือพระประแดง เวลามาโหลดก็อาจติดงานซ่อม หรือต้องการกลุ่มตัวอย่างก็มีปัญหานิดหน่อย
 2. ท่าเรือเล็กรับเรือใหญ่ไม่ได้
 3. ระบบไอที (ไอแทงค์) ยังมีปัญหา

- โอกาส
1. มีความร่วมมือกับลูกค้าอื่นๆ ที่น่าจะมาเช่าเพิ่ม

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือดี	1. ท่าเรือพระประแดง เวลามาโหลดก็อาจติดงานซ่อม หรือต้องการกลุ่มตัวอย่างก็มีปัญหานิดหน่อย
2. มีการให้บริการที่รวดเร็ว	2. ท่าเรือเล็กรับเรือใหญ่ไม่ได้
3. พนักงานมีการให้บริการดี พนักงานเจ้าหน้าที่ หัวหน้ามีความรู้ดี เข้าใจการทำงานดี ได้มาตรฐานสุภาพเรียบร้อยดี	3. ระบบไอที (ไอแทงค์) ยังมีปัญหา
4. เปิดให้บริการ 24 ชม. เป็นเจ้าเดียวให้รับสินค้าได้	-
5. เรื่องความปลอดภัย	-
6. อุปกรณ์ต่างๆ ก็ดีมีมาตรฐาน	-
7. มีการส่งเสริมการตลาด	-
โอกาส	อุปสรรค
1. มีความร่วมมือกับลูกค้าอื่นๆ ที่น่าจะมาเช่าเพิ่ม	-

บริษัท สยามเคมี จำกัด (มหาชน)

- จุดแข็ง 1. IRPC ภาพลักษณ์ ภาพรวมดี ผู้บริหารเขาเก่ง
2. มีกระบวนการให้บริการที่ดี IRPC
3. ระบบไอที เขาใช้ได้ดี
4. พนักงานการตลาดของแท้งค์ดี มีปัญหาขอความช่วยเหลือเขาก็มีความเต็มใจในการทำให้ ไม่ปฏิเสธและไม่ซ้ำ เร่งให้จนพอใจในการให้บริการ
5. การส่งเสริมการตลาดจัดกิจกรรมดี มีความสัมพันธ์กันดีทำให้รู้จักกัน

- จุดอ่อน 1. ลายโหลดสินค้าไปในท่าเรือมีลายเดียวทำให้ต้องรับน้ำมันลำต่อลำ เสียเวลานาน
2. การปล่อยเรือใช้เวลานาน

- โอกาส 1. โอกาสในอนาคตจะมีมากขึ้นถ้ารัฐให้มีการปรับสำรอน้ำมันใหม่มากขึ้น

- อุปสรรค1. ช่วงมรสุมคลื่นลมแรงก็จะเป็นปัญหา ไม่สามารถโหลดน้ำมันได้

บริษัท สยามเคมี จำกัด (มหาชน)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. IRPC ภาพลักษณ์ ภาพรวมดี ผู้บริหารเขาเก่ง	1. ลายโหลดสินค้าไปในท่าเรือมีลายเดียวทำให้ต้องรับน้ำมันลำต่อลำ เสียเวลานาน
2. มีกระบวนการให้บริการที่ดี IRPC	2. การปล่อยเรือใช้เวลานาน
3. ระบบไอที เขาใช้ได้ดี	-
4. พนักงานการตลาดของแท้งค์ดี มีปัญหาขอความช่วยเหลือเขาก็มีความเต็มใจในการทำให้ ไม่ปฏิเสธและไม่ซ้ำ เร่งให้จนพอใจในการให้บริการ	-
5. การส่งเสริมการตลาดจัดกิจกรรมดี มีความสัมพันธ์กันดีทำให้รู้จักกัน	-
โอกาส	อุปสรรค
1. โอกาสในอนาคตจะมีมากขึ้นถ้ารัฐให้มีการปรับสำรอน้ำมันใหม่มากขึ้น	1. ช่วงมรสุมคลื่นลมแรงก็จะเป็นปัญหา ไม่สามารถโหลดน้ำมันได้

บริษัท ไทยออยล์มาร์ติน จำกัด

- จุดแข็ง
1. บริษัท IRPC มีความน่าเชื่อถือ
 2. ให้บริการดี
 3. มีเรือทักเป็นของตนเอง
 4. เป็นท่าเอกชนที่มีนำร่องเป็นของตนเอง
 5. เรื่องความปลอดภัย
 6. อุปกรณ์ มาตรฐานของท่าเรือชั้นนำ
 7. ระบบไอที
 8. พนักงานมีความชำนาญ การให้บริการรวดเร็ว
 9. มีการพัฒนาการบริการ จากการสำรวจการให้บริการ
 10. ด้านการตลาด IRPC จะนำหน้าบริษัทอื่นมาก
 11. เรื่องการส่งเสริมการตลาด มีมวลชนสัมพันธ์ร่วมกัน

- จุดอ่อน
1. ค่าบริการสูงกว่าท่าอื่นๆ (ยกเว้นเทียบกับท่าภายนอกนิคมก็จะไม่ต่างกันเท่าไร)
 2. การปล่อยเรือจะนานกว่าท่าอื่น (เอกสารซ้ำ)

- โอกาส
1. ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

- อุปสรรค
1. ท่าเปิดเมื่อคลื่นลมแรงจะไม่สามารถเอาเรือเข้าท่าได้

บริษัท ไทยออยล์มาร์ติน จำกัด	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. บริษัท IRPC มีความน่าเชื่อถือ	1. ค่าบริการสูงกว่าท่าอื่นๆ (ยกเว้นเทียบกับท่าภายนอกนิคมก็จะไม่ต่างกันเท่าไร)
2. ให้บริการดี	2. การปล่อยเรือจะนานกว่าท่าอื่น (เอกสารซ้ำ)
3. มีเรือทักเป็นของตนเอง	-
4. เป็นท่าเอกชนที่มีนำร่องเป็นของตนเอง	-
5. เรื่องความปลอดภัย	-
6. อุปกรณ์ มาตรฐานของท่าเรือชั้นนำ	-
7. ระบบไอที	-
8. พนักงานมีความชำนาญ การให้บริการรวดเร็ว	-
9. มีการพัฒนาการบริการ จากการสำรวจการให้บริการ	-
10. ด้านการตลาด IRPC จะนำหน้าบริษัทอื่นมาก	-
11. เรื่องการส่งเสริมการตลาด มีมวลชนสัมพันธ์ร่วมกัน	-
โอกาส	อุปสรรค
1. ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน	1. ท่าเปิดเมื่อคลื่นลมแรงจะไม่สามารถเอาเรือเข้าท่าได้

บริษัท สแตนดาร์ด มาริไทม์ เซอร์วิส จำกัด

- จุดแข็ง**
1. การตลาดบริการดี ประสานงาน รวดเร็ว ในการเอาเรือเข้าเรือออก
 2. การประเมินราคาต่างๆและเอกสาร รวดเร็ว
 3. ระบบการให้บริการที่ดี
 4. เรื่องสถานที่สภาพแวดล้อมมีความพร้อมบริการ
 5. เรื่องพนักงานมีความชำนาญ ประเมินสถานการณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องรวดเร็ว
 6. พนักงานการตลาดมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว

- จุดอ่อน**
1. พนักงานบางคนบางครั้งเวลาเปลี่ยนกะเกิดปัญหา
 2. เรื่องการส่งเสริมการตลาดยังไม่ได้รับ

- โอกาส**
1. คู่แข่งไม่ให้ความสำคัญลูกค้ารายเล็ก ไม่มีสถานที่ให้
 2. น่าจะมีการใช้บริการเพิ่มขึ้น เพราะลูกค้าสะดวก

- อุปสรรค**
1. มีข้อจำกัดในเรื่องระยะทาง ซึ่งต้องเลือกท่าที่ใกล้
 2. เรื่องลมฟ้าอากาศ

บริษัท สแตนดาร์ด มาริไทม์ เซอร์วิส จำกัด	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. การตลาดบริการดี ประสานงาน รวดเร็ว ในการเอาเรือเข้าเรือออก	1. พนักงานบางคนบางครั้งเวลาเปลี่ยนกะเกิดปัญหา
2. การประเมินราคาต่างๆและเอกสาร รวดเร็ว	2. เรื่องการส่งเสริมการตลาดยังไม่ได้รับ
3. ระบบการให้บริการที่ดี	-
4. เรื่องสถานที่สภาพแวดล้อมมีความพร้อมบริการ	-
5. เรื่องพนักงานมีความชำนาญ ประเมินสถานการณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องรวดเร็ว	-
6. พนักงานการตลาดมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว	-
โอกาส	อุปสรรค
1. คู่แข่งไม่ให้ความสำคัญลูกค้ารายเล็ก ไม่มีสถานที่ให้	1. มีข้อจำกัดในเรื่องระยะทาง ซึ่งต้องเลือกท่าที่ใกล้
2. น่าจะมีการใช้บริการเพิ่มขึ้น เพราะลูกค้าสะดวก	2. เรื่องลมฟ้าอากาศ

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหา

1. ขาดการสื่อสารข้อมูลข่าวสารระหว่างหน้าท่า โปรแกรมเมอร์เรือ และแลรบก.ไม่ประสานงานกัน ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก ติดขัดตลอด
2. โปรแกรมเรือเลื่อนประจำ และเลื่อนครวละมากๆ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ
3. ทางเจ้าของเรือบางครั้งขอต่อราคาของ Tug boat ซึ่งราคาค่อนข้างสูง
4. การตรวจสอบกำหนดการเทียบท่าเรือ บางครั้งได้รับการแจ้งกระชดขีด ทำให้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นล่าช้าไปด้วย
5. เรือช่วยตึงตัน (Tug) สำหรับช่วยเรือขนาดใหญ่ (VLCC) เข้า/ออกท่าเทียบเรือมีไม่เพียงพอจะต้องไปว่าจ้างจากผู้ให้บริการอื่นมาช่วย ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น และเวลาเรือลากจูงของทางท่าเสีย ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเติมในการเรียกเรือลากจูงจากข้างนอกเข้ามา ทางท่าน่าจะรับผิดชอบสำหรับค่าใช้จ่าย ไม่ใช่ผลกระทบให้กับทางเจ้าของเรือ
6. ใช้เวลาในการจัดทำเอกสารค่อนข้างมากกว่าท่าเทียบเรืออื่นๆ
7. การจัดตารางเรือเข้า / ออก ยังไม่มีความแน่นอน schedule เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถึงแม้มีการ confirmed แล้ว การเปลี่ยนแปลง schedule ไม่มีการแจ้ง/ประสานงานล่วงหน้า
8. บางครั้ง Operation หน่วยงานไม่แจ้ง เวลาเกิดปัญหา จะแจ้งอีกทีก็สายไปแล้วไม่สามารถแก้ไขได้
9. ทางท่าเรือยังมีข้อจำกัดของท่าเรือเล็กที่ค่อนข้างหนาแน่น
10. ท่าเรือเคมี เจ้าหน้าที่และลูกเรือท่านท่า ทำเอกสารยื่นผ่านทางเมลก่อนเรือเข้าท่าเรียบร้อย แต่เวลาถึงหน้าประตูท่าไม่สามารถเข้าท่าได้ เรื่องนี้เป็นมาตลอดหลายปี ไม่มีอะไรดีขึ้น
11. การอำนวยความสะดวกสาธารณูปโภคห้องน้ำห้องอาหาร สถานที่รับประทานอาหารไม่มี
12. ทรายชั่งน้ำหนัก อยู่ไกลจากท่าเทียบเรือมากเกินไป อาจมีผลการสูญหายของสินค้าระหว่างทางระบบทรายชั่งควรใกล้กับท่าเรือ และความแออัดของการใช้ทรายชั่งเครื่องชั่งน้ำหนักมีไม่เพียงพอ Traffic jam เสียเวลามาก
13. โทรติดต่อ Office หน้าท่าเรือรอนาน เนื่องจากต้องรอให้เสียงเครื่อง fax เจียบก่อน
14. facility และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการขนถ่ายไม่มี
15. มีการผูกขาดในบริการบางอย่างมากทำให้ได้รับบริการไม่ดีเท่าที่ควร
16. ช่องทางรับแก๊สแอลพีจีทางรถมินิ้อย ใช้เวลารับแก๊สทางรถสูงเนื่องจากบางวันมีรถลูกค้ามารอจำนวนมาก และปริมาณแอลพีจีมีน้อย
17. การบริการด้านเอกสารมีข้อจำกัดเรื่องการถ่ายเอกสารหน้าท่าเรือ
18. ท่าจ่ายน้ำมันดีเซลทางเรือไม่สามารถจ่ายได้มากกว่า 1 ลำในเวลาเดียวกัน
19. การทดสอบ bay จ่ายมีน้อยเกินไป

อุปสรรค เรื่องปัญหาคลื่นลมในช่วงมรสุม ทำให้เรือไม่สามารถเทียบท่าได้

ปัจจัยทางธรรมชาติที่มีผลกระทบในการนำเรือเทียบท่า เช่น

1. ท่าเทียบเรือเป็นแบบเปิดเวลาสภาพอากาศแปรปรวนไม่สามารถนำเรือเข้า/ออก ได้ตามกำหนดเวลา

2. เจอปัญหาตอนคลื่นลมแรง ๆ ทำให้เป็นอุปสรรคในการเทียบเรือ

ยิ่งท่าเรือ พระประแดง สมุทรปราการ หน้ามรสุม คลื่นลมแรงเรือ 2000 ตัน รับสินค้าได้ยาก
ข้อดี

1. การบริหารท่าเรือดีมาก

2. เรือระเบียบ ความสะอาด ควรนำไปเป็นแบบอย่างกะท่าเรืออื่น

ข้อเสนอแนะด้านการตลาด

ข้อดี

1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีเยี่ยม

2. ให้บริการดี ชัดเจนดี

ข้อเสนอแนะ

1. ควรปรับราคาค่าบริการท่าเรือให้แข่งขันได้

2. เอกสารวางบิล ระบุข้อมูลให้มากกว่านี้ ไม่ใช่ใช้การอ้างอิงหมายเลขเอกสารเก่า

3. ควรปรับลดค่าบริการเรือเทียบท่าลง เพราะสุดท้ายแล้วเจ้าของเรือก็นำค่าใช้จ่ายส่วนนี้มา

คำนวณในค่าขนส่งด้วย

4. ควรปรับอัตราค่าบริการลง

ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติงาน

ข้อดี

1. ดี, ไม่มีข้อตำหนิ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจ่าย LS HSD ได้พร้อมกันหลายๆ ลำ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจ่ายสูง สามารถจ่ายได้ทุกท่า แต่ได้ทีละลำ

2. การใช้ Wharf 3 ให้เรือขนาด 2 ML เข้าใช้บริการได้มากขึ้น

3. ควรเพิ่มจำนวนเรือทักของ IRPC ให้เพิ่มมากขึ้น

4. ควรมีการจัดการตารางเข้าออกที่แน่นอน และเปิดเผยให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

5. น่าจะมีระบบการตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้กับตัวแทนเรือทราบ ในกรณีที่เรือของตัวแทนนั้นๆ มีกำหนดการเข้าเทียบท่าใช้บริการ

6. หากมีการเปลี่ยนแปลงควรมีการแจ้ง/ประสานงาน ล่วงหน้าและให้ชัดเจนชัดเจน

7. ทำ bay จ่ายเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ถ้าเป็นไปได้ควรมีแนวกันคลื่น (Break water) กันคลื่นจะสามารถขนถ่ายสินค้าได้ทั้งปี และมีความปลอดภัยดีมาก
2. เพิ่มตราซึ่งบริเวณท่าเทียบเรือ
- 3 ควรมีเบอร์ติดต่อที่สะดวกไม่ต้องพ่วงกับเครื่อง Fax
4. เพิ่มบริการด้านครนหน้าท่าเรือหรือโอบายครนอื่นๆ
5. เสนอให้พิจารณากำแพงกันคลื่น
6. ควรแก้ไขบันไดขึ้น ลง ตรง ท่า W1 (ที่ทำใหม่) มีขุมเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุได้ เนื่องจาก มุม เหลี่ยมของคานเหล็กป้อม ไม่มีสัญลักษณ์หรืออุปกรณ์เตือน

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ประจำปี พ.ศ. 2558 ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ความต้องการและความคาดหวัง ของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีต่อการแข่งขัน เปรียบเทียบผลการดำเนินงานในอดีตกับปัจจุบัน พร้อมแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผล ข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามีความเป็นปัจจุบันด้วยความเต็มใจ มีทั้งหมด 60 ราย และศึกษาเชิงลึกกับลูกค้าภายนอก 6 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณค่าสถิติดังนี้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) พร้อมเปรียบเทียบข้อมูลจากปีที่ผ่านมา

สรุปผลการวิจัย

การสำรวจข้อมูลลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)กลุ่มธุรกิจท่าเรือ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก รองลงมาเป็นบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) มีปริมาณเที่ยวเรือที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 1-3 เที่ยวเรือต่อเดือน รองลงมาเป็นมากกว่า 6 เที่ยว / เดือน จากผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) และบริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) และ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาใช้บริการมากที่สุดคือ 5 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 10 ปี รองลงมาเป็น 1 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 5 ปี และ 10 ปีขึ้นไป แต่ไม่ถึง 15 ปี การแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่น ส่วนใหญ่จะเคยแนะนำการบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านองค์กรธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจด้านองค์กรธุรกิจโดยรวม มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณาเป็นลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกัน เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่

ลำดับที่ 2 มีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกัน เรื่องบริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์

ลำดับสุดท้าย มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) แต่มีค่าความพึงพอใจมาก

ด้านการตลาด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการตลาดโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณาเป็นลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องเอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด

ลำดับที่ 2 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องพนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการกับเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า

ลำดับที่ 3 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ

ลำดับสุดท้าย มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านการปฏิบัติงาน

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานโดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณาเป็นลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกัน เรื่องการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย

ลำดับที่ 2 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องการให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องการปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม

ลำดับที่ 3 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องการปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม กับเรื่องพนักงานปฏิบัติการมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องการให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือกับเรื่องพนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ลำดับสุดท้าย มีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกัน เรื่องความสะดวกรวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจด้านโครงสร้างอุปกรณ์และสถานที่โดยรวมมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณาเป็นลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีค่าความคาดหวังมากที่สุด เรื่องพื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวก และปลอดภัย และมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ

ลำดับที่ 2 มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องพื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวก และปลอดภัย

ลำดับสุดท้าย มีค่าความคาดหวังมาก เรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ กับเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด เรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ

ผลรวมการให้บริการของธุรกิจท่าเรือและการให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี2558 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์แยกท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal) กับท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) และถึงเก็บผลิตภัณฑ์สามารถแสดงระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนี้

1. ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมี และปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว จำนวน 40 ราย (n=40) ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

ด้านองค์กรธุรกิจ ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุดเหมือนกันและพิจารณารายประเด็น เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ สูงสุดเหมือนกัน

ด้านการตลาด ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านการปฏิบัติงาน ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจเรื่องการปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมมีค่าความคาดหวังมากแต่มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความคาดหวังมาก และความพึงพอใจเรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด

2. ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป จำนวน 23 ราย (n=23) ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกันและ พิจารณารายประเด็น เรื่อง

ด้านองค์กรธุรกิจ ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุดเหมือนกันและพิจารณารายประเด็น เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ สูงสุดเหมือนกันแต่เรื่อง

ความคาดหวังลูกค้ายังหวังในเรื่องบริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์ ที่มีค่าที่สูงเท่ากับเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ด้วย

ด้านการตลาด ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการกับเรื่องเอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจ เรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านการปฏิบัติงาน ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจ เรื่องการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย กับ พนักงานปฏิบัติการประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมมีค่าความคาดหวังมากที่สุดแต่มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจ เรื่องสถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการให้บริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด

3. ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ราย (n=10) ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด เหมือนกันและ พิจารณารายประเด็น เรื่อง

ด้านองค์กรธุรกิจ ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุดเหมือนกันและ พิจารณารายประเด็น เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ สูงสุดเหมือนกันแต่เรื่องความพึงพอใจของลูกค้ายังพึงพอใจในเรื่องบริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์ ที่มีค่าที่สูงเท่ากับเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ด้วย

ด้านการตลาด ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด กับเรื่องความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจ เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ กับ เรื่องพนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการกับเรื่องเอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน กับเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า กับเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด กับเรื่องความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านการปฏิบัติงาน ภาพรวมมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ มีความคาดหวังมากที่สุด และความพึงพอใจ เรื่องการให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม กับ การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ กับเรื่องการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย กับเรื่องการปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม กับเรื่องพนักงานปฏิบัติการมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมมีค่าความคาดหวังมากแต่มีค่าความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายประเด็น ความคาดหวังเรื่อง พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความคาดหวังมาก และค่าความพึงพอใจ เรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการ กับเรื่องพื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย มีความพึงพอใจมากที่สุด

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ด้านองค์กรธุรกิจ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ธุรกิจถึงเก็บผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมา ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal) และท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกรับบริการท่าเรือ เรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือการตอบสนองได้ทันทีที่ร้องขอ และระยะทางระหว่างโรงงานของท่านถึงท่าเรือ/สถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์

สรุปเปรียบเทียบการให้บริการของท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ท่าเรือคอนเทนเนอร์และสินค้าทั่วไป(Bulk & Container Terminal) ท่าเรือ IRPC มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดทุกเรื่อง

ท่าเรือปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว(Liquid & Chemical Terminal)ท่าเรือIRPC มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องคุณภาพการให้บริการ, ความปลอดภัยในการใช้บริการ, การให้บริการของพนักงาน และชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท IRPC ส่วนเรื่องอัตราค่าบริการมีความพึงพอใจสูงสุดคือ TOP และSPRC เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ และการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความพึงพอใจสูงสุดคือ PTTGC

การให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ของ IRPC มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องคุณภาพการให้บริการ, ความรวดเร็วในการให้บริการ, ความปลอดภัยในการใช้บริการ, การให้บริการของพนักงาน และชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท ส่วนเรื่องอัตราค่าบริการ และการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดคือ Thai tank terminal

สรุป ภาพรวมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
ของท่าเรือไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ปี 2558

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือIRPC มีความน่าเชื่อถือ 2. ผู้บริหาร และพนักงาน มีความสัมพันธ์ที่ดี 3. เจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา ปฏิบัติให้ทันที 4. การตลาดให้การตอบสนองบริการ รวดเร็ว 5. เรื่องการส่งเสริมการตลาด และ CSR มีมวลชนสัมพันธ์ร่วมกัน 6. เรื่องสถานที่สภาพแวดล้อมมีความพร้อมเรียบร้อย มีความปลอดภัย ให้บริการ 24 ชม. 7. ไอทีของ IRPC ส่งเสริมการทำงานลูกค้า 8. เจ้าหน้าที่ท่าเรือและเจ้าหน้าที่การตลาด ให้บริการที่ดี มีประสบการณ์ ความรู้ เข้าใจ ให้ความช่วยเหลือที่ดี ได้มาตรฐานสภาพเรียบร้อย การประเมินราคาต่างๆและเอกสาร รวดเร็ว และพนักงาน การตลาดมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว พนักงานมีความชำนาญ ประเมินสถานการณ์ ได้ถูกต้องรวดเร็ว 9. มีการพัฒนาเชิงความสัมพันธ์ที่มีมุมมองเป็นหุ้นส่วนกันมากขึ้น 10. อุปกรณ์ มีความสะดวกพร้อมมีมาตรฐาน เช่นมีเรือทัก มีนํ้าร่องเป็นของตนเอง 11. มีการพัฒนาการบริการ จากการสำรวจการให้บริการ จะนำหน้าบริษัทอื่น	1. ระบบรักษาความปลอดภัยยังควบคุมได้ไม่ดี 2. ปัญหาเรื่องตาชั่งอยู่ไกล และปกติตาชั่งปัจจุบันเวลามีเรือเข้ามากก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ 3. การจัดการจราจรยังมีเบนมียจุดเบี่ยง หยุดสวนกัน 4. ไม่มีแนวกันคลื่นน้ำเหมือนมาบตาพุด 5. ท่าเรือพระประแดงเล็กรับเรือใหญ่ไม่ได้ 6. ระบบไอที (ไอแทงค์) ยังมีปัญหา 7. ลายโหลดสินค้าไปในท่าเรือมีลายเดียวทำให้ต้องรับน้ำมันล่าต่อล่า เสียเวลานาน 8. การปล่อยเรือใช้เวลานานกว่าท่าอื่น 9. ค่าบริการสูงกว่าท่าอื่นๆ (ยกเว้นเทียบกับท่าภายนอกนิคมก็จะไม่ต่างกันเท่าไร) และนำเสนอเรื่องจะสร้างถังใหม่ให้บริการ ราคาค่อนข้างสูง 10. ระบบบางครั้งเวลาเปลี่ยนกะเกิดปัญหา
โอกาส	อุปสรรค
1. การขนส่ง รถไม่ติดเวลา สะดวก 2. ในอนาคตมีแผนว่าจะสร้าง UBE โรงสองร่วมกันและมีความพยายามผลักดันเพิ่มปริมาณการใช้บริการมากขึ้น 3. ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน มีความร่วมมือกับลูกค้าอื่นๆ 4. อนาคตถ้ารัฐให้มีการปรับปรุงน้ำมันมากขึ้น 5. คู่แข่งไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเล็ก	1. กำลังมีคู่แข่งเป็นทางเลือก 2. บางครั้งใช้พร้อมกันจะแน่น 3. อนาคตจะมีเรือเล็กเข้ามามากกว่าเรือใหญ่ 4.ลมฟ้าอากาศ ในช่วงมรสุมคลื่นลมแรงก็จะเกิดเป็นปัญหา ไม่สามารถใช้ท่าเรือIRPC ได้ต้องย้ายท่าเรือ ท่าเปิดเมื่อคลื่นลมแรงจะไม่สามารถเอาเรือเข้าท่าได้ 5. มีข้อจำกัดในเรื่องระยะทาง ที่ไกล

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจปี 2555 - 2558

สรุปผลเปรียบเทียบพบว่า ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจตั้งแต่ ปี 2555 ถึง 2558 มีระดับความพึงพอใจมากเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับคือ ปี 2555 – 2556 เพิ่มขึ้น 5.6 ปี 2556 – ปี 2557 เพิ่มขึ้น 1 และปีที่ผ่านมาปัจจุบันคือผลความพึงพอใจ 2557 ค่าความพึงพอใจร้อยละ 87.6 ผลปี 2558 ค่าความพึงพอใจร้อยละ 89.2 ค่าความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1.6

ข้อเสนอแนะ

ขอบคุณ irpc ที่ให้บริการลูกค้าได้อย่างดี บุคลากรของ irpc โดยส่วนใหญ่ค่อนข้างเป็นมิตร และให้บริการด้วยความเต็มใจ ทำให้การงานค่อนข้างสะดวก รวดเร็ว

ข้อดี	ข้อควรปรับปรุง
ด้านการตลาด	
1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีเยี่ยม	1. ควรปรับราคาค่าบริการท่าเรือให้แข่งขันได้
2. ให้บริการดี ชัดเจนดี	2. เอกสารวางบิล ระบุข้อมูลให้มากกว่านี้ ไม่ใช่ใช้การอ้างอิงหมายเลขเอกสารเก่า
3. ดีแล้วครับพยายามรักษาค่าบริการคงเดิม	3. ควรปรับลดค่าบริการเรือเทียบท่าลง เพราะสุดท้ายแล้วเจ้าของเรือก็นำค่าใช้จ่ายส่วนนี้มาคำนวณในค่าขนส่งด้วย
ด้านการปฏิบัติงาน	
1. ดี , ไม่มีข้อตำหนิ	1. ควรจ่าย LS HSD ได้พร้อมกันหลายๆ ลำ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจ่ายสูง สามารถจ่ายได้ทุกท่า แต่ได้ทีละลำ
	2. การใช้ Wharf 3 ให้เรือขนาด 2 ML เข้าใช้บริการได้มากขึ้น
	3. ควรเพิ่มจำนวนเรือทักของ IRPC ให้เพิ่มมากขึ้น
	4. ควรมีการจัดการตารางเข้าออกที่แน่นอน และเปิดเผยให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ
	5. น่าจะมีระบบการตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้กับตัวแทนเรือทราบ ในกรณีที่เรือของตัวแทนนั้นๆ มีกำหนดการเข้าเทียบท่าใช้บริการ
	6. หากมีการเปลี่ยนแปลงควรมีการแจ้ง/ประสานงาน ล่วงหน้าและให้ชัดเจนชัดเจน
	7. ทำ bay จ่ายเพิ่มมากขึ้น

ข้อดี	ข้อควรปรับปรุง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	
1. ด้อยอยู่แล้ว ดีมากปลอดภัย	1. ถ้าเป็นไปได้ควรมีแนวกันคลื่น (Break water) จะสามารถขนถ่ายสินค้าได้ทั้งปี และมีความปลอดภัยดีมาก
	2. เพิ่มตราซั้งบริเวณท่าเทียบเรือ
	3 ควรมีเบอร์ติดต่อที่สะดวกไม่ต้องพ่วงกับเครื่อง Fax
	4. เพิ่มบริการด้านครุภัณฑ์ท่าเรือหรือโมบายเครนอื่นๆ
	5. เสนอให้พิจารณากำแพงกันคลื่น
	6. ควรแก้ไขบันไดขึ้น ลง ตรง ท่า W1 (ที่ท่าใหม่) มีชุมชนเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุได้ เนื่องจาก มุมเหลี่ยมของคานเหล็กบีม ไม่มีสัญลักษณ์หรืออุปกรณ์เตือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอจากการวิจัย

จากข้อมูลความพึงพอใจในแต่ละด้านที่มีค่าคะแนนความพึงพอใจต่ำควรนำเรื่องนั้นมาพิจารณาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัท โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมและให้ลูกค้ามีส่วนร่วมด้วยก็จะดีมาก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นในแต่ละด้าน ประกอบด้วย

ด้านความพึงพอใจโดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ถือว่ามีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด ที่ทำการศึกษาโดยเฉพาะเรื่องที่ต้องทำการพัฒนาปรับปรุงเร่งด่วนคือห้องน้ำที่สะอาดและมีจำนวนเพียงพอ การเพิ่มเครื่องจักร อุปกรณ์ที่มีความพร้อม การสื่อสารที่จะต้องพร้อมอยู่เสมอ และเพียงพอต่อการให้บริการซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ และเรื่องเครื่องชั่งลูกค้าแนะนำมานานแล้ว

ด้านความพึงพอใจโดยรวมด้านการปฏิบัติงานถือว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจสูงมากแต่เรื่องที่ควรพัฒนาคือความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือต้องมีมาตรฐานที่ชัดเจนและต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบด้วย และแจ้งประจำทุกครั้งให้ลูกค้ารับทราบว่าการทำงานนั้นตรงตามมาตรฐานที่กำหนดจนกว่าลูกค้าจะเข้าใจ ส่วนเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงเช่นความสะดวกในการเข้าออกท่าเรือ และเทคโนโลยีที่ยังล้าสมัยอยู่

ด้านความพึงพอใจโดยรวมด้านการตลาดถือว่ามีความพึงพอใจสูงมากแต่เรื่องที่ควรพัฒนาคือการสร้างความเข้าใจให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าจากการใช้บริการที่สบายใจ โดยต้องมีกิจกรรมเสริมความเป็นพันธมิตรเพิ่ม โดยมีการทำกิจกรรมทางการตลาดที่ดึงดูดลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วม

สรุปแนวทางแก้ไขและพัฒนา

บริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) มีการพัฒนาธุรกิจที่มีคุณค่าต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมมานานทำให้เกิดการยอมรับ มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งธุรกิจกลุ่มท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ก็ได้มีการพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากขึ้น ดังนั้นจากข้อมูลจุดแข็งของธุรกิจกลุ่มท่าเรือระยองและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงพนักงานคงต้องช่วยกันรักษาและดูแลให้เกิดความเข้มแข็งมากขึ้น ส่วนจุดอ่อนและผลกระทบคงต้องร่วมกันหาแนวทางในการพัฒนาแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีแนวทางการแก้ไขเพื่อให้บริษัทใช้เป็นแนวทางการระดมความคิดพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสามารถปฏิบัติได้จริงดังนี้

สรุป จุดแข็ง		สรุปจุดอ่อน
1. ภาพลักษณ์ของท่าเรือRPC มีความน่าเชื่อถือ		1. การปล่อยเรือใช้เวลานาน
2. ผู้บริหาร และพนักงานคนท่าเรือมีความรู้ มีความชำนาญงาน มีความเป็นมิตร		2. ระบบรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินของลูกค้า
3. การบริการปฏิบัติงานด้วยคุณภาพในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าทันที	➡	3. ค่าบริการสูงกว่าทำอื่นๆ
4. ด้านการตลาด มีการพัฒนาพนักงานแก้ปัญหา ตอบสนองบริการที่รวดเร็ว		4. ลายโหลดเป็นท่อย้ายสินค้าไปในท่าเรือมีสายเดียว
5. เรื่องการส่งเสริมการตลาด และ CSR มีมวลชนสัมพันธ์ร่วมกัน		5. ปัญหาเรื่องตางค์อยู่ไกล และไม่เพียงพอต่อความต้องการ
6. เป็นท่าเอกชนที่มีน่าน้ำร่อง และมีเรือตกเป็นของตนเอง	➡	สรุปผลกระทบ
7. เรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการ		1. เวลาใช้งานพร้อมกันจะแน่น
8. เรื่องสถานที่สภาพแวดล้อมมีความพร้อมบริการ		2. กำลังมีคู่แข่งเป็นทางเลือกให้ลูกค้า
		3. อนาคตจะมีเรือเล็กเข้ามามากกว่าเรือใหญ่
		4. เรื่องลมฟ้าอากาศ

แนวทางแก้ไขพัฒนา

สรุปจุดอ่อน	แนวทางการแก้ไข
1. การปล่อยเรือใช้เวลานาน	1. ร่วมกันค้นปัญหาที่แท้จริงและร่วมกันแก้ไขสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน 2. ต้องเน้นการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจปัญหาที่แท้จริง
2. ระบบรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินของลูกค้า	2. ทางที่ 1 พนักงานไออาร์พีซี ต้องมีหน้าที่ควบคุมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ พนักงานต้องอบรม รปภ. ให้เข้าใจถึงหน้าที่ หรือต้องร่วมกับหัวหน้า รปภ. อบรมให้การปฏิบัติเป็นไปตามมาตรฐาน (สร้างมาตรฐานให้ชัดเจน) ทางที่ 2 อาจต้องมีการติดกล้องวงจรปิดเพิ่มขึ้น
3. ค่าบริการสูงกว่าทำอื่นๆ (ยกเว้นเทียบกับท่าภายนอกนิคมก็ จะไม่ต่างกันเท่าไร)	3. ควรชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจถึงคุณภาพและอาจต้องมีการรับประกันคุณภาพ ความพึงพอใจให้ลูกค้า
4. ลายโหลตสินค้าไปในท่าเรือมีลายเดียวทำให้ต้องรับน้ำมันล่า ต่อล่า เสียเวลานาน	4. เรื่องนี้ท่าเรือจะต้องลงทุนเพราะมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่จำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง
5. ปัญหาเรื่องตาชั่งอยู่ไกล และปกติตาชั่งปัจจุบันเวลามีเรือเข้า มากก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	5. เรื่องนี้ท่าเรือต้องมีแผนลงทุนรองรับการขยายตัวในอนาคต เนื่องจากของเดิมใช้งานมานาน และอาจมีความจำเป็นต้องใช้มากขึ้น
6. ไม่มีแนวกันคลื่น (Break water) เหมือนมาบตาพุด	6. เรื่องนี้ระดับชาติ ที่ผู้บริหารต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ถ้าไม่สามารถทำได้ต้องมีแผนบริหารความเสี่ยง

แนวทางแก้ไขพัฒนา

สรุปผลกระทบ	แนวทางพัฒนาป้องกัน
1. เวลาใช้งานพร้อมกันจะแน่น	1. ต้องพัฒนาพนักงานให้มีการบริการด้วยหัวใจ ไปดูแลช่วยเหลือ วางแผนบริหารจัดการและให้กำลังใจลูกค้าด้วยดี
2. กำลังมีคู่แข่งเป็นทางเลือกให้ลูกค้า	2. ต้องพัฒนาจุดอ่อน และเสริมจุดแข็งให้ลูกค้ายอมรับมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องมิตรภาพ
3. อนาคตจะมีเรือเล็กเข้ามามากกว่าเรือใหญ่	3. ต้องศึกษาพัฒนา หาวิธีการใหม่ๆ ที่จะมาใช้ในการรับเรือเล็ก
4. เรือลมฟ้าอากาศ ในช่วงมรสุมไม่สามารถใช้ท่าเรือRPC ได้	4. เรื่องนี้เป็นเรื่องระดับชาติ ที่ผู้บริหารต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ถ้าไม่สามารถทำได้ก็ต้องป้องกันโดยมีแผนบริหารความเสี่ยง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อลูกค้า ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจและมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาให้ละเอียดและกว้างขวางมากขึ้นตามแนวทางต่อไปนี้

1. การศึกษาความรู้ความเข้าใจของลูกค้าจากแบบสอบถามจะมีการปรับปรุงตัดประเด็นที่ไม่สำคัญออก
2. การศึกษาควรทำเชิงปฏิบัติการให้ได้กระบวนการหรือวิธีการแก้ปัญหาที่สำคัญขององค์กร
3. การลงพื้นที่ ณ จุดบริการ โดยการพบลูกค้าโดยตรง มีการพูดคุยสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก และได้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์

บรรณานุกรม

- กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดิ. (2540). กลยุทธ์บริหารธุรกิจการขนส่งทางเรือ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณ์ ธีรธรรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ และสาวิกา อูรนนันท์, (2547). การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2540). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งพร ทองใบ. (2546). กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นัทร ชำชอง. (2537). หลักวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- คอฟแมน, เจ. เจอร์รี่. (2546). การสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการ. (แปลจาก Value Management โดย นิตยาพร เสมอใจ). กรุงเทพฯ: ชรรคมลการพิมพ์.
- เจมส์ พิคฟอร์ด. (2546). การบริหารจัดการระดับมาสเตอร์คลาส. (แปลจาก Mastering Management 2.0. โดย บุญเลิศ วงศ์พรม และเรืองฤทธิ์ เลือลา). กรุงเทพฯ: เออาร์.บิซิเนสเพรส.
- ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นฤมล สุ่มสวัสดิ์. (2549). การบริหารอุตสาหกรรมบริการ. กรุงเทพมหานคร. วันทิพย์.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ. (2546). การวางแผนการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2548). การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ชรรคมลการพิมพ์.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล. (2549). เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). จิตวิทยาการบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แสงจันทร์การพิมพ์.
- รุธีร์ พนมยงค์. การท่าเรือแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอันดับต้น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย. ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ปีที่ 33 ฉบับที่ 4162 .
- เลิฟล็อก, คริสโตเฟอร์ เอช. (2546). การตลาดบริการ. (แปลจาก Principles of Service Marketing and Management โดย อุดลย์ จาตุรงค์กุล คลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์ เดือน จาตุรงค์กุล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด. (2546). **คู่มือผู้ตรวจติดตามรับการตรวจติดตาม.**

กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม.

สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2543). **การตลาดอุตสาหกรรม.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวิมล แม้นจริง. (2545). **การส่งเสริมการตลาด.** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรีน.

อภินันท์ จันตะนี. (2549). **การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยธุรกิจ.** พระนครศรีอยุธยา:

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. (2547). **บริหารการตลาด.** (พิมพ์ครั้งที่12).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แฮร์รี่ เบ็ควิธ. (2546). **การขายไร้สัมผัส.** (พิมพ์ครั้งที่2). (แปลจาก Selling the Invisible โดย วรทัย).

กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส จำกัด.

การพัฒนาประสิทธิภาพท่าเรือไทย. [Online].Available:

http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/lrcappl/lrc/lrc_News_detail.php [2553, เมษายน 19]

ธุรกิจการทำเรือ. ท่าเรือไออาร์พีซีระยอง. [Online].Available:

http://www.irpc.co.th/business.php?menu_id=31&lang=thai. [2553, เมษายน 19]

Etzel. J, Walker. J, & Stanton. J, (2001). **Marketing**, New York :Mc Graw-Hill.

Hair. F , Bush. P , Ortinau. J, (2006). **Marketing Research : Within a Changing Information Environment**, New York :Mc Graw-Hill.

Strauss, J., Ansary, A., E., & Frost, R., (2006). **E-Marketing**, Fourth Edition, New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. and Armstrong, G, (2000). **Marketing : an introduction**, New Jersey : Prentice- Hall.

Kotler, P. and Armstrong, G, (2004). **Principles of Marketing** , Singapore : Pearson Education.

Lamb, Hair and McDaniel. (2002). **Marketing** , New Jersey : Prentice-Hall.

Lehmann, D. R. & Winer, R. S. (2002). **Product Management** (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Mowen. C. J, Minor. M, (1998) **Consumer Behavior**. New Jersey : Prentice-Hall.

ภาคผนวก

เรียน ลูกค้าบริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน บริษัทไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จัดทำโครงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการท่าเรือไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ

ในการนี้ จึงใคร่ขอความร่วมมือมายังท่านลูกค้า ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้ทางทีมงานวิจัย จะดำเนินการวิเคราะห์เพื่อเสนอผลเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติงาน และอื่นๆที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ท่านลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ข้อมูลที่ได้จะปกปิดเป็นความลับ โดยจะนำมาวิเคราะห์เชิงวิชาการเท่านั้น และทีมผู้วิจัยขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ทีมวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

หมายเหตุ - การดำเนินงานได้รับอนุญาตจาก คุณชัยวัตร เรืองจิรภาส ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจท่าเรือและคลังน้ำมัน บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

- บริษัทจะมอบของที่ระลึกให้แก่ท่านในภายหลัง เมื่อท่านได้ส่งกลับแบบสอบถามที่มี ข้อมูลสมบูรณ์ เรียบร้อยแล้ว



หากพบปัญหาในการทำ หรือ ส่งแบบสอบถาม โปรดติดต่อ

คุณ ปราโมทย์ ยอดแก้ว

Tel. 081- 4589379 หรือ Fax : 02-8820754

Email : Pramote_yotkaew@yahoo.com



โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
แบบสอบถามลูกค้าผู้ใช้บริการท่าเรือไออาร์พีซีและถึงเก็บผลิตภัณฑ์
ประจำปี 2558

Welcome : irpc1

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) กลุ่มธุรกิจท่าเรือและถึงเก็บผลิตภัณฑ์ จัดทำโครงการสำรวจ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในรอบปีที่ผ่านมา โดยมอบให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์ในการนำผลมาใช้เป็นแนวทางพัฒนา การให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่ม ความพึงพอใจ ของลูกค้าให้สูงขึ้นอย่างยั่งยืน

จึงขอความร่วมมือมายังท่านเพื่อตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยเลือกใส่เครื่องหมาย ข้อมูลที่ได้จะปกปิดเป็นความลับ เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงวิชาการเท่านั้น ทีมวิจัยขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ โอกาสนี้

๙ ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

1. ท่านเป็นผู้ประกอบการประเภทใด

- ☐ ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก (เจ้าของสินค้า) ☐ ตัวแทนเจ้าของสินค้า ☐ เจ้าของเรือ (Ship Owner)
☐ บริษัทตัวแทนเรือ (Ship Agency) ☐ ผู้เข้าถึงจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ☐ อื่นๆ ระบุ

2. ท่านใช้บริการส่วนใดของไออาร์พีซี(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)
☐ ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)
☐ ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ (ถ้าตอบข้อนี้ข้อเดียวให้ข้ามไปตอบข้อ 4)

3. จำนวนเที่ยวเรือและปริมาณบรรทุกขนถ่ายสินค้า/ตู้สินค้าที่ท่านใช้บริการผ่านท่าเรือ ไออาร์พีซี ระยะเวลาโดยเฉลี่ย

- ☐ น้อยกว่า 1 เที่ยวเรือ/เดือน ☐ 1-3 เที่ยวเรือ/เดือน
☐ 4-6 เที่ยวเรือ/เดือน ☐ มากกว่า 6 เที่ยวเรือ/เดือน

4. ท่านใช้บริการของท่าเรือ ไออาร์พีซี ระยะเวลา / ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ เป็นระยะเวลากี่ปี

กรุณาเลือกจำนวนปีที่ใช้บริการ ปี

5. ท่านเคยแนะนำบริการท่าเรือให้กับผู้อื่นมาใช้บริการบ้างหรือไม่

- ☐ เคย ☐ ไม่เคย

๙ ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี และถึงเก็บผลิตภัณฑ์

คำชี้แจงตอนที่ 2 โปรดทำเครื่องหมาย ตรงระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจ ของท่านในการรับบริการ ปี 2558 ที่ผ่านมา โดยการให้คะแนน ซึ่งระดับคะแนน 1 เท่ากับน้อยที่สุด และ 7 เท่ากับมากที่สุด หรือ 'ไม่ได้ใช้บริการ' กรุณาตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ในเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในปีที่ผ่านมา

ความคาดหวังในการรับบริการ หมายถึง ระดับความคาดหวัง ก่อน ใช้บริการ

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการ หมายถึง ระดับความพึงพอใจ หลัง ได้ใช้บริการ

1. คุณมีความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านองค์กรของธุรกิจท่าเรือไออาร์พีซี /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ระดับใด

ปัจจัยด้านบริการ	ความคาดหวัง							ความพึงพอใจ						
	น้อย -----> มาก							น้อย -----> มาก						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1 ภาพลักษณ์ของท่าเรือ ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2 พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงานที่	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3 บริการที่ได้รับครบถ้วน คุ่มค่า คุ่มประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2. คุณมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการให้บริการด้านการตลาดของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี /ถึงเก็บผลิตภัณฑ์ ระดับใด

ปัจจัยด้านบริการ	ความคาดหวัง							ความพึงพอใจ						
	น้อย -----> มาก							น้อย -----> มาก						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1 ความรวดเร็วในการให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2 พนักงานการตลาดมีการเอาใจใส่กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3 พนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4 เอกสารทางการเงินที่ได้รับตรงเวลา ถูกต้อง ครบถ้วน	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานการตลาด	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7 ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3. คุณมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านการปฏิบัติงานของธุรกิจท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านบริการ	ความคาดหวัง							ความพึงพอใจ						
	น้อย -----> มาก							น้อย -----> มาก						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1 การให้บริการเป็นระบบและมีขั้นตอนที่เหมาะสม	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2 การให้บริการมีวิธีการปฏิบัติตามมาตรฐานท่าเรือ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3 การปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4 การปฏิบัติงานคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5 พนักงานปฏิบัติงานมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6 พนักงานปฏิบัติงานมีความพร้อมในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7 พนักงานปฏิบัติงานประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำที่ชัดเจนถูกต้อง	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8 ความปลอดภัยในการใช้ร่อนน้ำ (เข้าและออกจากท่า)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9 ความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจประเมินเรือ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10 ความสะดวก รวดเร็ว ในการจัดตารางเรือเข้าเทียบท่า หลังการตรวจประเมินเรือ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. คุณมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกท่าเรือโออาร์พีซี/ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านบริการ	ความคาดหวัง							ความพึงพอใจ						
	น้อย -----> มาก							น้อย -----> มาก						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1 สถานที่ติดต่อมีความพร้อมในการ ให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีให้บริการ มีความพร้อมในการให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3 พื้นที่ให้บริการท่าเรือมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

๓ ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

1. ท่านให้ความสำคัญเรื่องใดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่าเรือ / ถึงเก็บผลิตภัณฑ์

กรุณานำหน้าหนักในการตัดสินใจในแต่ละข้อ ตามน้ำหนักความสำคัญในการตัดสินใจ 3 อันดับแรก โดยระบุหมายเลขลง ด้านหน้าข้อความ เลข 1 มีความสำคัญมากที่สุด เลข 2 มีความสำคัญมาก เลข 3 ที่ความสำคัญปานกลาง

0	1.ระยะทางระหว่างโรงงานของท่านถึงท่าเรือ/สถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์
0	2.โครงสร้างพื้นฐานของท่าเรือ
0	3.สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเรือ /สถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์
0	4.ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการท่าเรือ / ถึงเก็บผลิตภัณฑ์
0	5.การบริการของพนักงานขายและเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์
0	6.ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท
0	7.อัตราค่าบริการ
0	8.ระบบ IT ในการติดต่อสื่อสาร
0	9.การตอบสนองได้ทันทีที่ร้องขอ
0	10.ความรวดเร็วในการให้บริการ
0	11.อื่นๆ โปรดระบุ

2. ท่าเรือ/ผู้ให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ที่ท่านเคยใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ท่าเรือเทกองและสินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)

ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและปิโตรเลียมเหลว (Liquid & Chemical Terminal)

☐ Sri Racha Harbour	☐ Thai Oil Terminal (TOP)
☐ Kerry Siam Seaport	☐ PTTGC
☐ Thai Property Terminal (TPT - Map Ta Phut)	☐ SPRC

ผู้ให้บริการถึงเก็บผลิตภัณฑ์ (Tank Service)

☐ Thai Tank Terminal (TTT)
☐ Thai Public Port (Si-Chang Thong Terminal)

3. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อท่าเรือ IRPC เทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ที่ท่านใช้บริการ (จากข้อ 2) โดยการเปรียบเทียบ โดยให้ระบุคะแนน

3 = มีความพึงพอใจมาก

2 = มีความพึงพอใจปานกลาง

1 = มีความพึงพอใจน้อย

กรุณาเริ่มให้คะแนนจาก IRPC Port แล้วตามด้วยการให้คะแนนผู้ให้บริการท่าเรือที่ท่านเคยใช้บริการ

ปัจจัยที่มีต่อระดับ ความพึงพอใจ	ผู้ให้บริการท่าเรือ / ระดับความพึงพอใจ								
	IRPC	ท่าเรือคอนเทนเนอร์ และ สินค้าทั่วไป (Bulk & Container Terminal)			ท่าเรือสินค้าปิโตรเคมีและ ปิโตรเลียมเหลว Liquid & Chemical Terminal)			Tank	
		Sri Racha Harbour	Kerry Siam Seaport	TPT	TOP	PTTGC	SPRC	Thai Tank Terminal	Thai Public
1 อัตราค่าบริการ	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
2 คุณภาพการให้บริการที่ท่าเรือ/สถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
3 ความรวดเร็วในการให้บริการ, ความตรงต่อเวลา, ความพร้อมในการให้บริการ	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1
4 ความปลอดภัยในการให้บริการ	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1	3 2 1

5 การให้บริการด้วยเทคโนโลยี ที่ทันสมัย	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3
	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2
	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1
6 การให้บริการของเจ้าหน้าที่การตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3
	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2
	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1
7 ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3	☐ 3
	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2	☐ 2
	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1	☐ 1

๔ ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาหรืออุปสรรคการให้บริการไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

1	
2	
3	

2. ข้อเสนอแนะ

1	
2	
3	

ส่งแบบสอบถาม

ล้างข้อมูล



มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ขอขอบคุณ ท่านได้กรุณาใช้เวลา
ตอบแบบสอบถาม





มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำปี 2558

