สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า กทท. ปีงบประมาณ 2564

ปีงบประมาณ 2564 กทท. ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กทท. โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้ง 4 กลุ่ม ครอบคลุมท่าเรือทั้ง 5 แห่งของ กทท. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	ทกท.	ทลฉ.	ทรน.	ทชส.	ทชข.	รวม
กลุ่มบริษัทสายเรือ	107	161	15	15	-	298
ผู้บริหาร/ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจใช้บริการ	*35*	*53*	*5*	*5*	*-*	*99*
เจ้าหน้าที่ Admin/Logistics	*35*	*53*	*5*	*5*	*-*	*99*
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน (Operation)	*37*	*55*	*5*	*5*	*-*	*99*
กลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก	150	173	30	30	-	383
กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ	-	12	-	-	-	12
กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์นอกเขตรั้วศุลกากร	80	27	-	-	-	107
จำนวนรวม	337	373	45	45	-	800

<u>หมายเหตุ</u>

- กลุ่มที่ 1 บริษัทสายเรือ (Ship Owners) ประกอบด้วย เรือคอนเทนเนอร์ เรือสินค้าทั่วไป เรือชายฝั่ง และเรือประเภทอื่น ๆ
- กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้า ประกอบด้วย บริษัทตัวแทนเรือ (Container by Ship Agent) ขนส่งตู้สินค้ามากับเรือตัวเอง บริษัทเจ้าของตู้สินค้า (Container Owner) เจ้าของสินค้า (Consignee) ผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)
- กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ (ที่ท่าเรือแหลมฉบัง)
- กลุ่มที่ 4 ผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์นอกเขตรั้วศุลกากรของ ทกท. และ ทลฉ. (ที่มิใช่ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ) ประกอบด้วย ผู้เช่าที่ดินที่ท่าเรือแหลมฉบัง และผู้เช่าอาคารสำนักงานนอกเขตรั้วศุลกากรท่าเรือกรุงเทพ (อาคาร B และอาคาร ฝก. (เดิม))
- การเก็บข้อมูลทุกกลุ่ม จะเก็บข้อมูลจากทั้งผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ Admin/Logistics และเจ้าหน้าที่ Operation

** จากการระบาดของ COVID-19 ทางกระทรวงมหาดไทยได้มีการออกหนังสือถึงผู้ว่าราชการจังหวัดชายแดนทุกจังหวัดให้พิจารณาระงับการใช้ช่องทาง ณ จุดผ่านแดนถาวร จุดผ่อนปรนการค้า และจุดผ่อนปรนพิเศษเป็นการชั่วคราวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563 เพื่อให้พิจารณาระงับการใช้ช่องทางหากมีสถานการณ์แพร่ระบาดรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ท่าเรือเชียงของได้ปิดให้บริการโดยสืบเนื่องมาจากการประกาศปิดการนำเข้า-ส่งออกสินค้าทุกชนิดโดยด่านศุลกากรเชียงของตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการสำรวจความพึงพอใจกับลูกค้าที่ท่าเรือเชียงของได้ ทั้งนี้ ที่ปรึกษาฯ ได้หารือกับ กทท. และดำเนินการกระจายกลุ่มลูกค้าท่าเรือเชียงของ ไปดำเนินการเพิ่มเติมในท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบังแทน

<u>สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าในภาพรวมได้ ดังนี้</u>

	กลุ่มบริษัทสายเรือ	กลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก	กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ (ทลฉ.)	กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์
ผลคะแนนความพึงพอใจฯ ปี 2563	3.61	3.85	3.48	3.91
ผลคะแนนความพึงพอใจฯ ปี 2564	3.94	3.95	3.26	3.84

คะแนนความพึงพอใจต่อ กทท. โดยภาพรวม ปี 2564
โดยการหาค่าเฉลี่ยจากคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า กทท.

3.76

สรุปคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า กทท. ในปี 2564 พบว่า กลุ่มบริษัทสายเรือได้คะแนนความพึงพอใจที่ 3.94 กลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก ได้คะแนนความพึงพอใจที่ 3.95 ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือที่ท่าเรือแหลมฉบัง ได้คะแนนความพึงพอใจที่ 3.26 และผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์นอกเขตรั้วศุลกากร ที่ท่าเรือกรุงเทพ และท่าเรือแหลมฉบัง ได้คะแนนความพึงพอใจที่ 3.81 และ 4.03 ตามลำดับ ทำให้ได้คะแนนความพึงพอใจต่อ กทท. โดยภาพรวมประจำปี 2564 ที่ 3.76

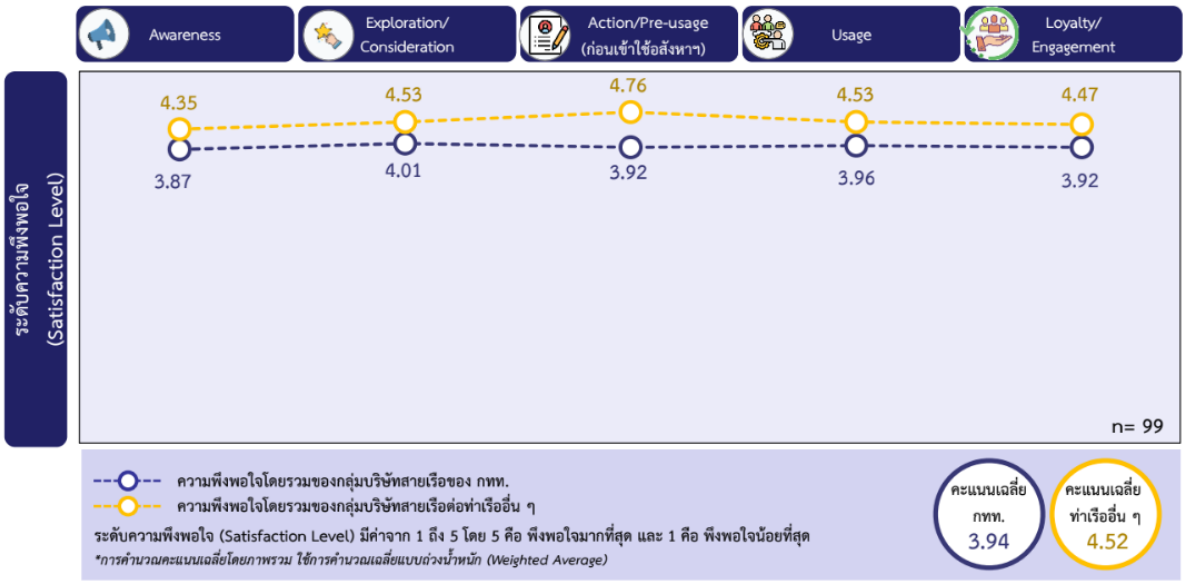
เมื่อนำคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในปี 2564 มาเปรียบเทียบกับคะแนนความพึงพอใจในปี 2562 และ ปี 2563 พบว่า กลุ่มบริษัทสายเรือและกลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออกได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือที่ท่าเรือแหลมฉบัง และกลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกเขตรั้วศุลกากร ที่ท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง ได้รับความพึงพอใจที่ลดลง

	ท่าเรือกรุงเทพ	ท่าเรือแหลมฉบัง	ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน	ท่าเรือเชียงของ	ท่าเรือระนอง
กลุ่มบริษัทสายเรือ	4.02	3.91	3.74	-	3.89
กลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก	3.92	3.97	4.04	-	3.82
กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ	-	3.26	-	-	-
กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ใน/นอกเขตรั้วศุลกากร	3.81	4.03	-	-	-
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายท่า ปี 2564	3.92	3.79	3.89	-	3.86
เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า (2563)					
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายท่า ปี 2563	3.62	3.81	4.02	3.71	3.63

ในมุมมองแยกตามรายท่าเรือ พบว่า คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในปี 2564 เปรียบเทียบกับคะแนนความพึงพอใจในปี 2563 ของท่าเรือกรุงเทพ และท่าเรือระนองมีความพึงพอใจที่สูงขึ้น ในขณะที่คะแนนความพึงพอใจของท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนลดลงกว่าปี 2563

➢ **<u>สรุปผลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า “กลุ่มบริษัทสายเรือ”</u>**

จากการสำรวจ ลูกค้ากลุ่มบริษัทสายเรือ มีคะแนนความพึงพอใจฯ และ Touch Points ที่ใช้จริงตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และมีผลสรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจ ดังนี้



ประเด็นสำคัญ (Key Takeaways) ของลูกค้ากลุ่มบริษัทสายเรือ

ภาพรวมการสำรวจความพึงพอใจฯ ของกลุ่มบริษัทสายเรือ

คะแนนเฉลี่ย กทท. 3.94

คะแนนเฉลี่ย คู่แข่ง 4.52

- ในภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของ กทท. น้อยกว่าคู่เทียบ
- เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ชัดเจน เมื่อลูกค้าสอบถาม
- การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการยังไม่เพียงพอ
- ต้องการให้นำช่องทางออนไลน์มาให้บริการ ทั้งด้านการให้ข้อมูล การติดต่อ และการทำเรื่องขอใช้บริการ
- ต้องการให้ปรับปรุงการให้บริการ โดยเฉพาะการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก/เครื่องมือทุ่นแรงให้เพียงพอ และการปรับปรุงเส้นทางการจราจรเข้า-ออกเป็นสำคัญ
- การจัดการข้อร้องเรียนควรปรับปรุงให้มีการตอบรับและแก้ไข/ปรับปรุงที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ **ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ**ให้มากยิ่งขึ้น • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้ในการสื่อสาร E-mail เว็บไซต์ของ กทท. Social Media ต่าง ๆ LINE Official ของ กทท.	• **ต้องการข้อมูลผลิตภัณฑ์/บริการ และค่าภาระ**ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น • ช่องทางหลักในการหาข้อมูล คือ **เจ้าหน้าที่ กทท.** • ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่าน**ช่องทางออนไลน์**	ต้องการให้ลดขั้นตอนการทำเรื่องและเอกสาร นำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำเรื่องฯ ให้ข้อมูลกระบวนการทำเรื่องฯ ที่ชัดเจน มีช่องทางการสอบถามข้อมูลแบบ One-Stop Service	• **ทำเลที่ตั้ง** เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด • ควรพิจารณาปรับปรุง**ด้านกระบวนการทำงาน และการให้บริการ** เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ต้องการให้นำช่องทาง LINE มาใช้ในการติดต่อสอบถามข้อมูล เพื่อความสะดวก รวดเร็ว	• ช่องทางที่ใช้ในการติชม ร้องเรียน และคำแนะนำหลัก คือ **เจ้าหน้าที่ของ กทท.** • ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ใช้บริการต่ออย่างยั่งยืน คือ **การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ตรงเวลา มีมาตรฐาน** • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้เพื่อการดูแล คือ **พนักงานประจำท่าเรือ**

สรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจเชิงคุณภาพกับลูกค้ากลุ่มบริษัทสายเรือ

- ปรับปรุงการจราจรใน ทลฉ. ให้ดีขึ้น และมีการนำ Truck Queuing มาใช้
- มีการนำระบบออนไลน์มาใช้ เช่น BKP iService ตรวจสอบสถานะตู้สินค้าเข้าออก การขนถ่ายของเสียจากเรือ เป็นต้น
- ช่องทางการติดต่อที่สะดวกขึ้น เช่น LINE กลุ่ม และ Email

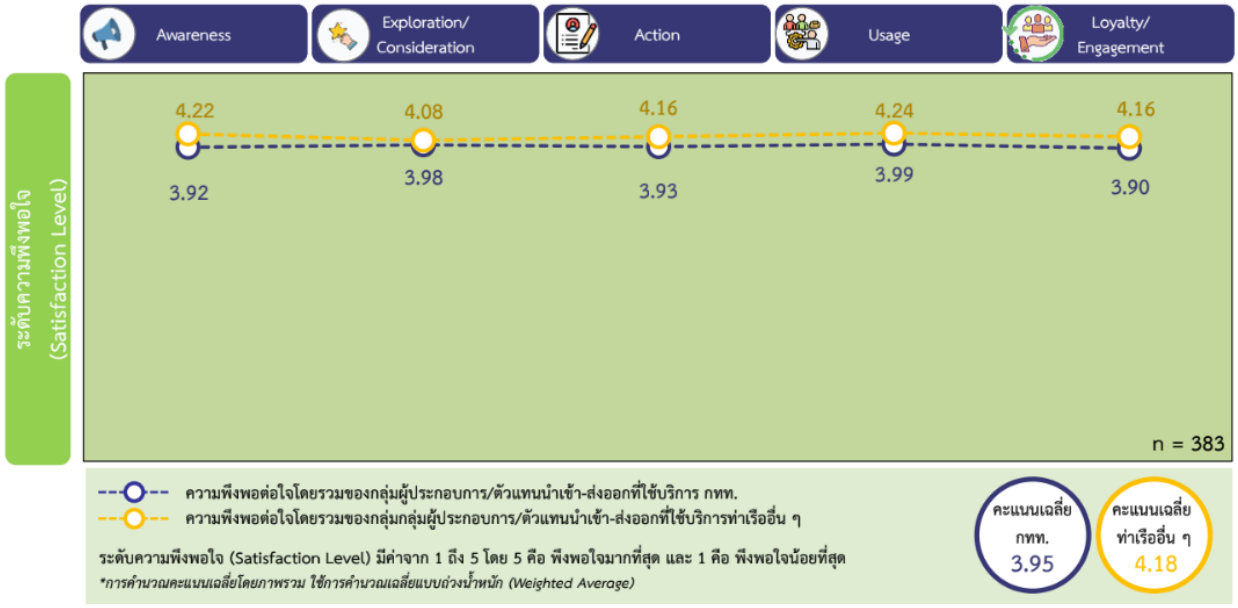
- ความหนาแน่นของท่าเรือ บางครั้งต้องรอคิวอย่างน้อย 2 วัน
- ควรปรับปรุงการดำเนินงาน โดยเฉพาะการนำ E-mail มาใช้ในการส่งเอกสารอย่างเป็นทางการ

- ลูกค้าต้องการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด แต่ กทท. ยังมีการสื่อสารข้อมูลน้อย ไม่ชัดเจน
- กทท. มีการสื่อสารผ่าน LINE กลุ่ม แต่ต้องการให้มีการนำ LINE Official, Facebook และเว็บไซต์มาใช้ในการให้ข้อมูลมากกว่า
- การทำเรื่องขอใช้บริการ พบปัญหาการวางเงินหลักประกันที่ใช้เวลานาน และการใช้เอกสารที่ยุ่งยาก
- ในช่วงการใช้บริการ พบปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ ที่เปลี่ยนกะ/พักไม่ตรงเวลา และมีการทำสินค้าเสียหาย และต้องการให้มี Promotion ให้แก่ลูกค้าด้วย

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ **ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ**ให้มากยิ่งขึ้น • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้ในการสื่อสาร LINE Official ของ กทท. เว็บไซต์ของ กทท.	• ช่องทางหลักในการหาข้อมูล คือ **เจ้าหน้าที่ กทท.** • ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะ**ช่องทางเว็บไซต์ของ กทท.** ให้มีข้อมูลที่ทันสมัยครบถ้วน • ช่องทางอื่น ๆ ที่ต้องการ คือ Facebook และ LINE Official	• ลูกค้าพบปัญหาในการวางเงินหลักประกันที่ใช้เวลานาน และต้องวางเงินเพิ่มเติมหากต้องการใช้บริการใหม่ การทำเรื่องขอใช้บริการต้องทำเอกสารยุ่งยาก ต้องการให้นำช่องทางออนไลน์มาช่วยในการทำเรื่องให้ครอบคลุมทุกบริการ	• ในภาพรวม ลูกค้าเห็นถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการสื่อสารที่ดีขึ้นกว่าเดิม • อย่างไรก็ตาม ยังต้องการให้ปรับปรุงในด้าน**พนักงาน และเครื่องมือทุ่นแรง**ให้เพียงพอ	• ต้องการให้ปรับปรุงพนักงานในเรื่อง**เวลาเข้างาน/เปลี่ยนกะ ที่ไม่ตรงเวลา** และการปรับปรุงไม่ให้เกิด**ความเสียหายต่อสินค้า**ระหว่างการขนส่ง • และอยากให้**มีการจัด Promotion และพิจารณาด้านราคา**โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้วย

➢ **<u>สรุปผลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า “กลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก”</u>**

จากการสำรวจ ลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก มีคะแนนความพึงพอใจฯ และ Touch Points ที่ใช้จริงตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และมีผลสรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจ ดังนี้



ประเด็นสำคัญ (Key Takeaways) ของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก

ภาพรวมการสำรวจความพึงพอใจฯ ของกลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก

คะแนนเฉลี่ย กทท. 3.95

คะแนนเฉลี่ย คู่แข่ง 4.18

- ความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่ท่าเรือของ กทท. ยังน้อยกว่าการใช้บริการที่ท่าเรืออื่น ๆ
- การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ยังไม่เพียงพอ ชัดเจน/ครบถ้วนมากพอ
- กระบวนการดำเนินการเพื่อเข้าใช้ท่าเรือ ยังไม่สะดวกสบายเท่าคู่แข่ง
- ต้องการให้ปรับปรุงด้านการให้บริการ เช่น การจัดการเครื่องมือทุ่นแรง และการปรับปรุงสภาพถนน และการจราจรภายในท่าเรือ
- ควรปรับปรุงการจัดการข้อร้องเรียนให้มีการตอบรับและแก้ไข/ปรับปรุงที่รวดเร็วยิ่งขึ้น
- ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของ กทท. และการนำ LINE Official มาใช้ในการดูแลลูกค้า

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ความพึงพอใจต่อข้อมูลทุกประเภทที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ยังน้อยกว่าคู่แข่ง • เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้ดี อย่างไรก็ดี **ข้อมูลจากเว็บไซต์และ Social Media ยังต้องปรับปรุง**	• ในภาพรวมลูกค้าทุกท่าเรือข้อมูลที่สำคัญที่สุด คือ **ข้อมูลผลิตภัณฑ์/บริการ** ยกเว้นท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนที่ให้ความสำคัญกับด้าน**ค่าภาระ**มากที่สุด • ต้อง**พัฒนาการให้ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ ให้** ชัดเจนยิ่งขึ้น • และต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วน **เพียงพอต่อการพิจารณาตัดสินใจ**	• **กระบวนการดำเนินการเพื่อเข้าใช้บริการที่ท่าเรือยังไม่สะดวกสบายเท่าคู่แข่ง** • รวมถึง กระบวนการที่ One Stop Service และที่ Main Gate ยังต้องพัฒนาให้รวดเร็ว และสะดวกสบายขึ้น	• **ทำเลที่ตั้ง** เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด • ควรพิจารณาปรับปรุง**ด้านการให้บริการ** และ**กระบวนการทำงาน** เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ • ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง คือ **สภาพถนน และการจราจรภายในท่าเรือ**	• ช่องทางที่ใช้ในการติชม ร้องเรียน คือ**เจ้าหน้าที่** • **ลูกค้ายังไม่พึงพอใจต่อการรับเรื่องและจัดการเรื่องในช่องทางต่าง ๆ** • ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ใช้บริการต่ออย่างยั่งยืน คือ **การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว** • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้เพื่อการดูแล คือ LINE Official ของ กทท.

สรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจเชิงคุณภาพกับลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก

- กทท. มีการปรับปรุงบริการจัดการสินค้าในโกดังที่ท่าเรือกรุงเทพ การจัดคิวเรือที่ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- มีการปรับปรุงด้านการสื่อสารที่ดีขึ้น โดยการใช้ LINE กลุ่ม

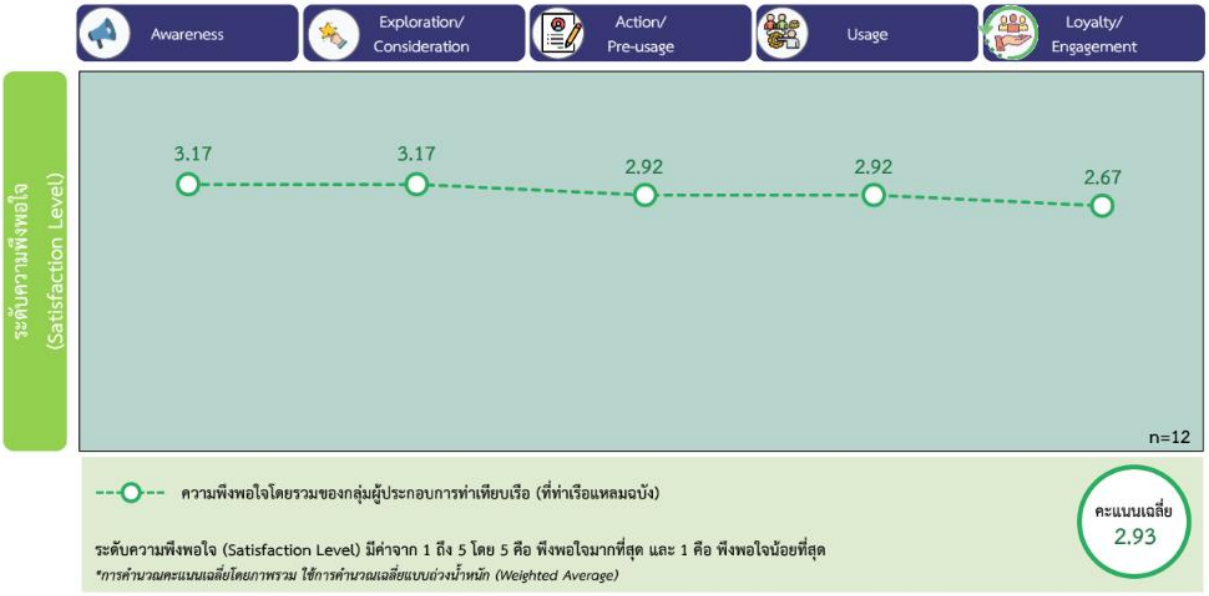
- พบปัญหาเจ้าหน้าที่เข้างานไม่ตรงเวลา
- การยกขนสินค้าที่ยังต้องปรับปรุง เนื่องจากพบสินค้าเสียหาย

- ลูกค้าต้องการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด แต่ กทท. ยังมีการสื่อสารข้อมูลน้อย เว็บไซต์ใช้งานยาก
- ช่องทางหลักในการติดต่อ คือ เจ้าหน้าที่ กทท. ซึ่งลูกค้าต้องการ LINE Official และเว็บไซต์ในการสอบถามข้อมูลมากกว่า
- การทำเรื่องขอใช้บริการ พบปัญหาเอกสารที่ยุ่งยาก การวางบิลใช้เวลานาน และกระบวนการขอใช้บริการล่วงเวลาที่ต้องแจ้งล่วงหน้านานหลายชม.
- ในช่วงการใช้บริการ พบปัญหาด้านพนักงานที่ให้บริการ ที่เปลี่ยนกะ/พักไม่ตรงเวลา และมีการทำสินค้าเสียหาย และต้องการให้มี Promotion ให้แก่ลูกค้าด้วย

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ต้องการให้ประชาสัมพันธ์**ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ**ให้มากยิ่งขึ้น • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้ในการสื่อสาร LINE Official ของ กทท. เว็บไซต์ของ กทท.	• ช่องทางหลักในการหาข้อมูล คือ **เจ้าหน้าที่ กทท.** • ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะ**ช่องทางเว็บไซต์ของ กทท.** ให้มีข้อมูลที่ทันสมัย ครบถ้วน • ช่องทางอื่น ๆ ที่ต้องการ คือ Facebook และ LINE Official	• ลูกค้าพบปัญหาในการวางเงินหลักประกันที่ใช้เวลานาน และต้องวางเงินเพิ่มเติมหากต้องการใช้บริการใหม่ การทำเรื่องขอใช้บริการต้องทำเอกสารยุ่งยาก **ต้องการให้นำช่องทางออนไลน์มาช่วยในการทำเรื่องให้ครอบคลุมทุกบริการ**	• ลูกค้าต้องการให้ปรับปรุงด้านความเชี่ยวชาญของพนักงาน โดยเฉพาะด้านการยกขนสินค้าเพื่อลดความเสียหายของสินค้า และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในท่าเรือ • ด้านการใช้บริการ ePayment ลูกค้ายังมีความกังวลในด้านความถูกต้องในการทำรายการ จึงยังไม่ใช้บริการ	• การจัดการข้อร้องเรียนค่อนข้างล่าช้าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง • ประเด็นที่เคยมีการร้องเรียน ได้แก่ การเกิดความเสียหายกับสินค้าจากการยกขน และการมีที่จอดรถให้กับ Shipping ที่ไม่เพียงพอ

➢ **<u>สรุปผลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า “กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ ที่ท่าเรือแหลมฉบัง”</u>**

จากการสำรวจ ลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ ที่ท่าเรือแหลมฉบัง มีคะแนนความพึงพอใจฯ และ Touch Points ที่ใช้จริงตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และมีผลสรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจ ดังนี้

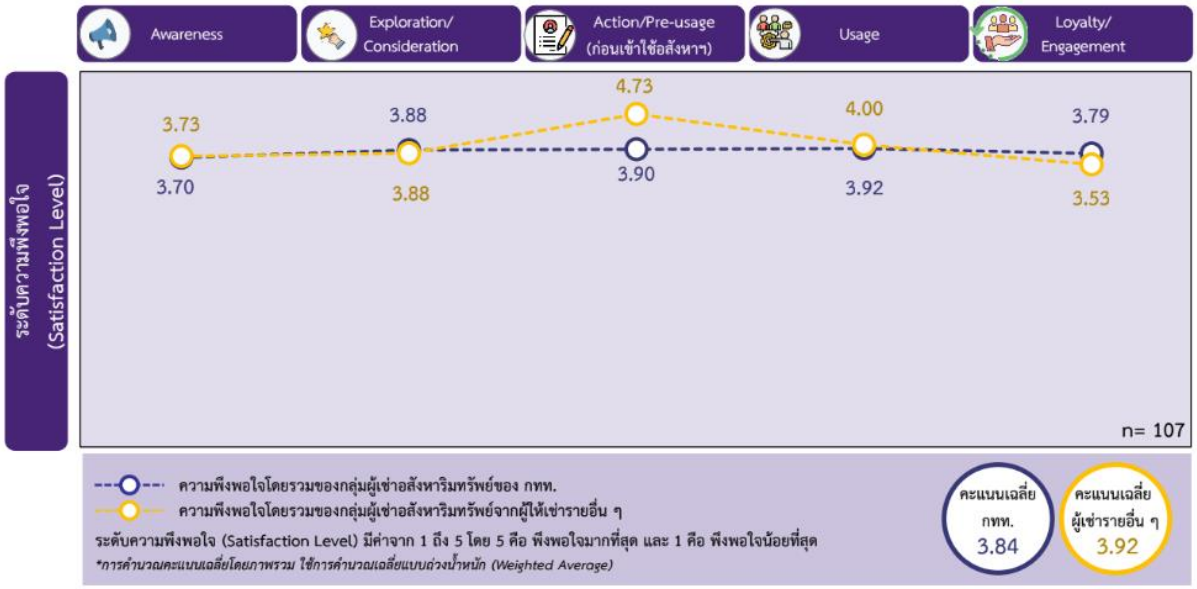


ประเด็นสำคัญ (Key Takeaways) ของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ ที่ท่าเรือแหลมฉบัง

สรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจเชิงคุณภาพกับลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือที่ท่าเรือแหลมฉบัง

➢ **<u>สรุปผลความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า “กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกเขตรั้วศุลกากร ที่ไม่ใช่สายเรือ (ทกท. และ ทลฉ.)”</u>**

จากการสำรวจ ลูกค้ากลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกเขตรั้วศุลกากร ที่ไม่ใช่สายเรือ (ทกท. และ ทลฉ.) มีคะแนนความพึงพอใจฯ และ Touch Points ที่ใช้จริงตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และมีผลสรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจ ดังนี้



ประเด็นสำคัญ (Key Takeaways) ของลูกค้ากลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกเขตรั้วศุลกากร ที่ไม่ใช่สายเรือ (ทกท. และ ทลฉ.)

ภาพรวมการสำรวจความพึงพอใจฯ ของกลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ฯ

- ความพึงพอใจต่อ กทท. ยังน้อยกว่าผู้ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์รายอื่น ๆ
- การให้ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เช่า ทั้งด้านอาคาร พื้นที่ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ
- ต้องการให้นำช่องทางออนไลน์มาให้บริการ ทั้งด้านการให้ข้อมูล การติดต่อ และการทำเรื่องขอเช่า/นัดพบเจ้าหน้าที่ กทท.
- ต้องการให้ปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (พื้นที่เช่า) และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีสภาพพร้อมต่อการใช้งาน มีความสะอาดเป็นสำคัญ
- การจัดการข้อร้องเรียนควรปรับปรุงให้มีการตอบรับและแก้ไข/ซ่อมแซมตามที่ร้องเรียนที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เช่ามากขึ้น (พื้นที่ว่าง การปิดซ่อมบำรุง บริการใหม่ที่เกี่ยวข้อง) • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้ในการสื่อสาร ช่องทางออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ E-mail	• ต้องการข้อมูลพื้นที่ให้เช่าและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชัดเจนยิ่งขึ้น • ช่องทางหลักในการหาข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่ กทท. • ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์และ E-mail	ต้องการให้ลดขั้นตอนและเอกสาร นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจองคิว/นัดล่วงหน้าและทำเรื่องเช่า ใช้ช่องทาง LINE Official ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่	• ทำเลที่ตั้ง เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด • ควรพิจารณาปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ต้องการให้นำช่องทาง Social Media และ LINE Official มาใช้ในการติดต่อสอบถามข้อมูล	• ช่องทางที่ใช้ในการให้คำติชม ร้องเรียน และคำแนะนำหลัก คือ เจ้าหน้าที่ของ กทท. • ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ใช้บริการต่ออย่างยั่งยืน คือ พื้นที่เช่าและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม • ช่องทางที่ต้องการให้ใช้เพื่อการดูแล คือ LINE Official

สรุปประเด็นสำคัญจากการสำรวจเชิงคุณภาพกับลูกค้ากลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ นอกเขตรั้วศุลกากร ทั้งที่ท่าเรือกรุงเทพ และท่าเรือแหลมฉบัง

กทท. มีการปรับปรุงทัศนียภาพ โดยเฉพาะการตัดแต่งต้นไม้มากขึ้น
- มีการให้ความช่วยเหลือด้านกฎหมายที่ดี
- มีการให้ความช่วยเหลือช่วง COVID-19 ด้วยการลดค่าเช่า

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไม่เพียงพอ
- เว็บไซต์หาข้อมูลไม่ได้ จึงต้องติดต่อแต่เจ้าหน้าที่ กทท.
- ขั้นตอนการทำเรื่องยุ่งยาก ใช้เวลานาน
- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ได้รับการซ่อมแซม

- ลูกค้าต้องการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด โดยเฉพาะเกี่ยวกับการปิดซ่อมบำรุง และแผนการปรับปรุงล่วงหน้าเพื่อการวางแผนดำเนินงาน
- ลูกค้าต้องการ LINE Official ในการติดต่อเพื่อความรวดเร็ว
- การทำเรื่องฯ มีขั้นตอนเยอะ และต้องใช้เวลาดำเนินการนาน
- ต้องการให้นำระบบ Truck Queueing มาใช้ 100% และปรับปรุงให้มี Function ที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น
- ต้องการให้ปรับปรุง ซ่อมแซมพื้นที่เช่า และสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมใช้งาน

Awareness	Consideration/ Exploration	Action	Usage	Loyalty/Engagement
• ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการซ่อมแซมพื้นที่เช่าและสิ่งอำนวยความสะดวก ช่องทางที่ต้องการใช้ในการประชาสัมพันธ์: LINE Official ของ กทท.	• ช่องทางหลักในการหาข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่ กทท. • ต้องการให้ปรับปรุงการให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะช่องทางเว็บไซต์ของ กทท. ให้มีข้อมูลที่ทันสมัย ครบถ้วน • ช่องทางอื่น ๆ ที่ต้องการ คือ LINE Official	• ลูกค้าพบปัญหาในการทำเรื่องขอใช้บริการ ที่มีขั้นตอนเยอะ ต้องใช้เวลาในการดำเนินการนาน ต้องการให้สามารถทำเรื่องขอใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ และปรับลดขั้นตอนให้รวดเร็วยิ่งขึ้น	• ลูกค้าต้องการให้มีการปรับปรุงพื้นที่เช่า สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคโดยรอบพื้นที่เช่าให้ดียิ่งขึ้น • ต้องการให้มีนำระบบมาช่วยในการชำระเงินออนไลน์	• การจัดการข้อร้องเรียน โดยเฉพาะเกี่ยวกับซ่อมแซมสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เช่าค่อนข้างล่าช้า

สรุปผลความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินงานและมีส่วนร่วมกับ กทท. ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กทท.

การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. ได้มีการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่ใช่ชุมชน และกลุ่มชุมชน เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มมีรูปแบบความสัมพันธ์กับ กทท. ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
พนักงาน/ลูกจ้าง (รวมกลุ่มสหภาพแรงงาน)	29
ผู้ถือหุ้นภาครัฐ (กระทรวงการคลัง)	1
หน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ/หน่วยงานภาครัฐ	32
คู่ค้า (ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ, ผู้ประกอบการรถบรรทุก)	10
ผู้ส่งมอบ	4
ชุมชน/สังคม	150
NGOs	2
คู่แข่ง	2
เจ้าหนี้ (แหล่งเงินกู้/สถาบันการเงิน)	-
พันธมิตรทางธุรกิจ	3
รวมทั้งสิ้น	**220**

สรุปผลความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินงานและมีส่วนร่วมกับ กทท. และประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย<u>กลุ่มที่ไม่ใช่ชุมชน</u>

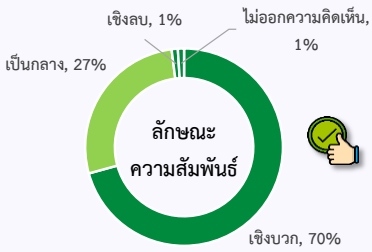
ความพึงพอใจโดยรวมต่อ กทท. : 4.19

ความพึงพอใจโดยรวม แยกรายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

พนักงาน/ลูกจ้าง/สหภาพแรงงาน	4.04
ผู้ถือหุ้นภาครัฐ (กระทรวงการคลัง)	4.00
หน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ/หน่วยงานภาครัฐ	4.53
ผู้ส่งมอบ	4.50
NGOs	4.00
คู่แข่ง	4.00
พันธมิตร	4.33
คู่ค้า (ผู้ประกอบรถขนส่ง)	3.90

n = 70

ความสัมพันธ์ในปัจจุบันระหว่างชุมชน กับ กทท.



n=70

สิ่งที่คุณพึงพอใจ

4% มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือดี

1% เป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านการขนส่งทางน้ำที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

n=70

ความต้องการ/ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ไม่ใช่ชุมชน

ผู้ถือหุ้นภาครัฐ

100% การมีข้อมูลทางการเงินที่พร้อมใช้งานตลอดเวลา

n=1

NGO

50% ส่งเสริมโครงการที่อยู่อาศัยให้แบบกลุ่มเพราะบริหารจัดการได้ดีกว่าแบบเดี่ยว

50% เพิ่มการให้ความช่วยเหลือต่อชุมชนและคนในชุมชนรอบข้าง

n=2

หน่วยงานภาครัฐ

42% ปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับเพื่อให้มีมาตรฐานความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

16% พัฒนาช่องทางการติดต่อที่มีประสิทธิภาพและสื่อสาร Contact Point ให้ทราบ

11% ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ

11% การบริหารที่มีความจริงใจ และตรงไปตรงมา/มีนโยบายชัดเจน

5% ร่วมกันพัฒนาการให้บริการ

n=18

พนักงาน/ลูกจ้าง

31% พัฒนาระบบเทคโนโลยีภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและรองรับการ WFH

10% เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน และลดข้อระเบียบบังคับ

7% ลดข้อจำกัดการเข้าถึงข้อมูลทั้งจากภายใน และภายนอก (การเข้าเว็บไซต์ต่าง ๆ)

7% ปรับปรุงสภาพแวดล้อมบริเวณท่าเรือและรอบการท่าฯ เช่น การจัดการฝุ่นละออง/ควบคุมผลกระทบทางด้านมลพิษ

7% การบริหารที่มีความจริงใจ และตรงไปตรงมา/มีนโยบายชัดเจน

n=22

คู่แข่ง

50% ร่วมกันพัฒนาการให้บริการ

n=1

ผู้ส่งมอบ

25% ระบบการวางบิลผ่านทางออนไลน์ และระบุวันที่ได้รับเงินชัดเจน

25% ลดระยะเวลารอเช็คจาก 45 วันเหลือ 30 วัน

n=2

คู่ค้า (ผู้ประกอบรถขนส่ง)

50% ขยายพื้นที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอ/ขยายพื้นที่บริการจอดรถขนส่งสินค้า

30% ปรับลดค่าเช่า / ค่าธรรมเนียมต่างๆ ลง

10% ปรับปรุงพัฒนาการจราจรในการท่าเรือให้เป็นระเบียบ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดียิ่งขึ้น/อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นที่ทำงานและอุปกรณ์จำเป็น

10% เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มากขึ้น มีเจ้าหน้าที่บริการทุกช่อง

n=11

พันธมิตรทางธุรกิจ

33% ร่วมกันพัฒนาการให้บริการ

33% พัฒนาการให้บริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

33% ขยายหรือเพิ่มช่องทางการ Scan ตู้คอนเทนเนอร์

n=4

สรุปผลความพึงพอใจโดยรวมต่อการดำเนินงานและมีส่วนร่วมกับ กทท. และประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย<u>กลุ่มชุมชน</u>

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ กทท. : 4.28

ความพึงพอใจโดยรวม รายท่าเรือ

ท่าเรือกรุงเทพ (ทกท.)	4.03
ท่าเรือแหลมฉบัง (ทลฉ.)	4.47
ท่าเรือเชียงแสน (ทชส.)	4.27
ท่าเรือเชียงของ (ทชข.)	4.30
ท่าเรือระนอง (ทรน.)	4.33

n = 150

สิ่งที่คุณพึงพอใจ

59% ดูแลเอาใจใส่ชุมชน รับฟังความคิดเห็น และให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนเสมอ

35% จัดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

33% เจ้าหน้าที่ใส่ใจในการให้บริการ มีการจัดการที่ดี

n = 150

สิ่งที่ไม่พึงพอใจ

15% การสื่อสารและประสานงานกับชุมชนยังต้องทำให้เพิ่มขึ้น

11% การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบจากการดำเนินงานของ กทท. ที่ยังไม่ดีพอ

7% ขาดมาตรการช่วยเหลือในช่วงการระบาดของ COVID-19

n = 150

ความต้องการต่อการดำเนินงานร่วมกับ กทท.

19%	ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานและแก้ไขข้อร้องเรียน
19%	ให้การสนับสนุนด้านการให้ความรู้ และการสร้างอาชีพ
13%	บริจาคเครื่องอุปโภคบริโภค และให้ความช่วยเหลือด้านสาธารณสุข
12%	จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

n = 150

ความคาดหวังต่อการดำเนินงานร่วมกับ กทท.

33%	จัดกิจกรรมหรือโครงการให้กับชุมชนที่หลากหลายและสม่ำเสมอ
26%	ปรับปรุงด้านการติดต่อสื่อสารและประสานงานกับชุมชน
16%	แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน

n = 150