

บทนำ

การทำเรือแห่งประเทศไทย (กทท.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการบริหารกิจการท่าเรือระหว่างประเทศและท่าเรือภายในประเทศ โดยบริหารกิจการท่าเรือหลักของประเทศ 2 แห่ง คือ ท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง รวมทั้งได้รับนโยบายให้บริหารจัดการท่าเรือภูมิภาค ได้แก่ ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน ท่าเรือเชียงของ และท่าเรือระนอง เพื่อสนองนโยบายด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และศักยภาพการแข่งขันของประเทศ

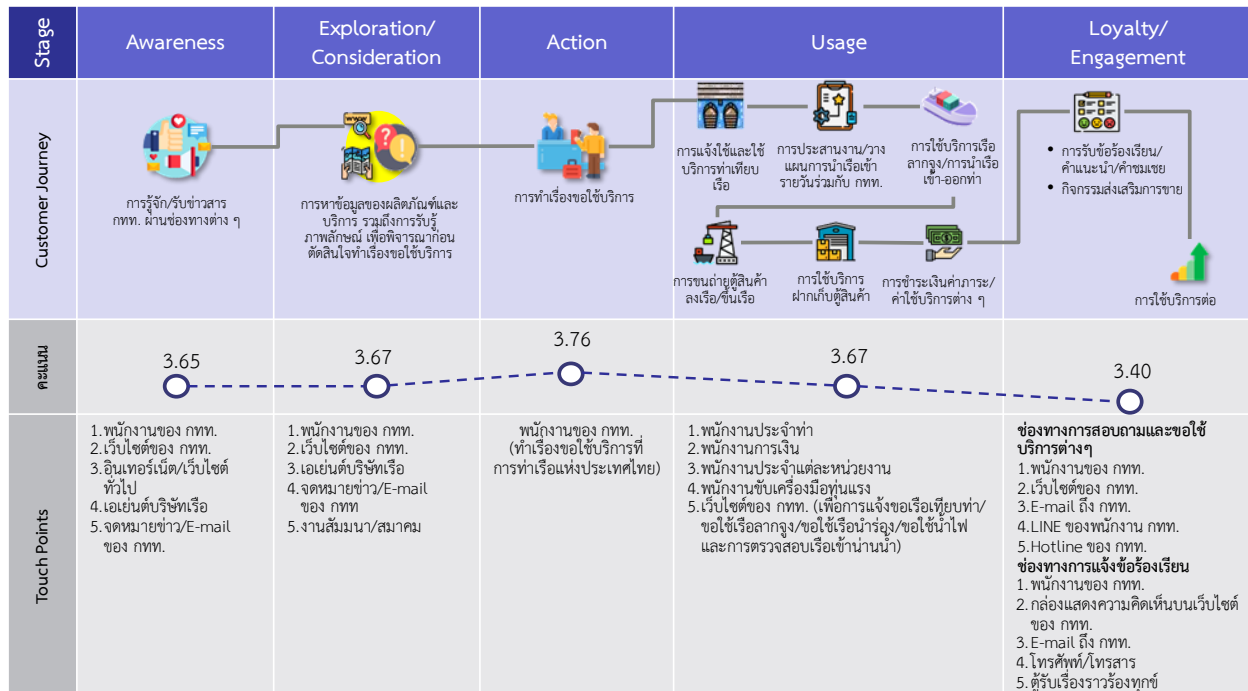
การทำเรือแห่งประเทศไทยได้จัดทำ “โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การท่าเรือแห่งประเทศไทย ปีงบประมาณ 2563” เพื่อดำเนินการสำรวจให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาในการให้บริการด้านต่าง ๆ โดยจะนำผลการสำรวจความพึงพอใจที่ได้มาเป็นข้อมูลในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการนำความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์และวิธีการประเมินตามระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจในหมวดต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้าทุกกลุ่ม สร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด ตลอดจนมีระบบการบริหารจัดการลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลองค์กร กลยุทธ์ และการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ลดความเสี่ยง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของโครงการ:

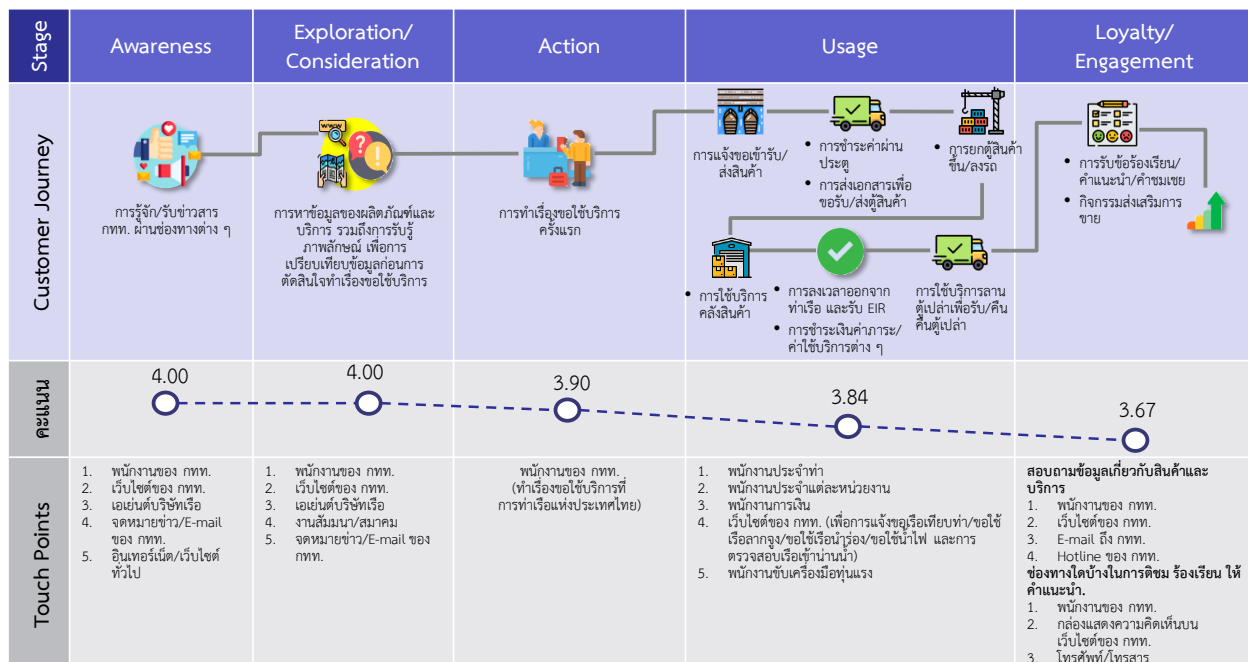
- เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. โดยครอบคลุมท่าเรือ ทั้ง 5 แห่ง ประกอบด้วย ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน ท่าเรือเชียงของ และท่าเรือระนอง
- เพื่อให้ได้ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การท่าเรือแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปจัดทำแผนงานและแนวทางการปรับปรุงกระบวนการทำงานและการให้บริการของ กทท. ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
- เพื่อนำผลสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การท่าเรือแห่งประเทศไทยไปใช้เป็นสารสนเทศข้อมูลลูกค้าหรือปัจจัยนำเข้าที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินผลที่มุ่งเน้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า รวมถึงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด

การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าของ กทท. ปีงบประมาณ 2563 ได้ดำเนินการออกแบบสอบถาม เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ผล ตามเส้นทางการใช้บริการของลูกค้า (Customer Journey) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) Awareness 2) Exploration/Consideration 3) Action 4) Usage และ 5) Loyalty/Engagement โดยรายละเอียดของเส้นทางการใช้บริการของลูกค้าในแต่ละขั้นตอน เป้าหมาย และจุดสัมผัส (Touch Points) จะครอบคลุมผลการสำรวจที่สำคัญ ได้แก่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสถานที่พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างบูรณาการ ครบถ้วนสำหรับลูกค้าของ กทท. ทั้ง 4 กลุ่ม ดังแสดงในรูปภาพด้านล่างนี้

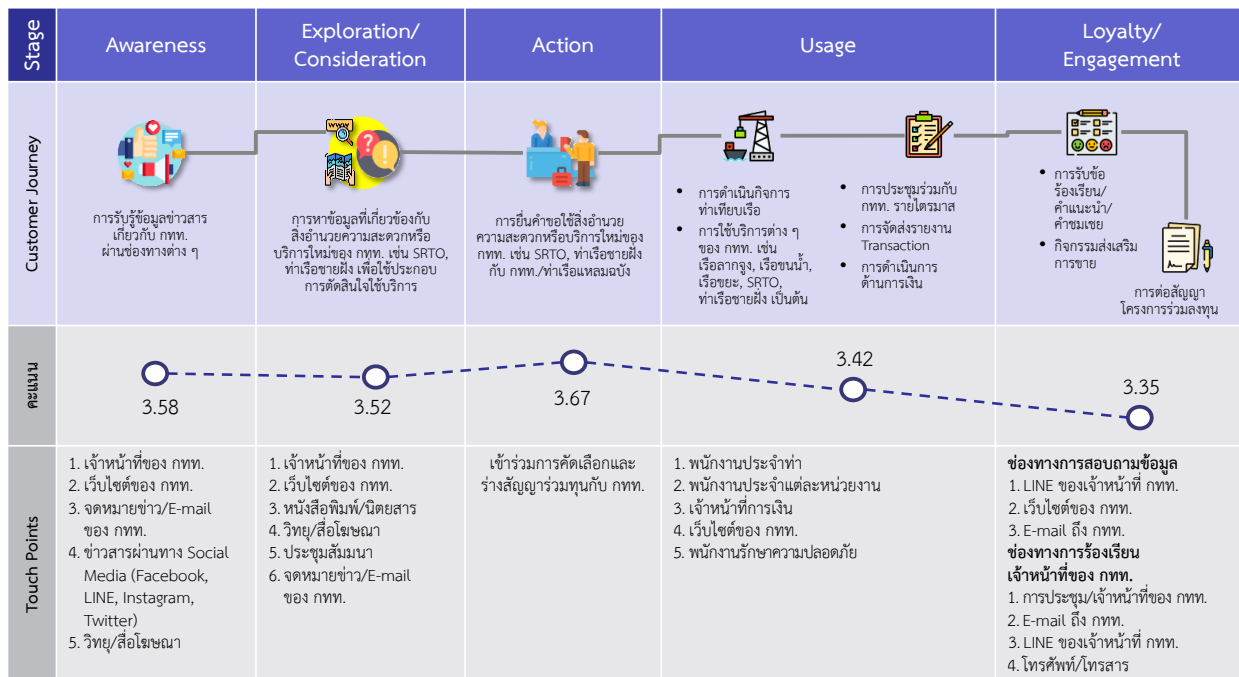
ภาพรวมเส้นทางการใช้บริการ (Customer Journey) ของลูกค้ากลุ่มบริษัทสายเรือของการท่าเรือแห่งประเทศไทย



ภาพรวมเส้นทางการใช้บริการ (Customer Journey) ของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการ/ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก การท่าเรือแห่งประเทศไทย



ภาพรวมเส้นทางการใช้บริการ (Customer Journey) ของลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ (ที่ท่าเรือแหลมฉบัง)
ของการท่าเรือแห่งประเทศไทย



ภาพรวมเส้นทางการใช้บริการ (Customer Journey) ของลูกค้ากลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์นอกเขตรั้วศุลกากรของ
ททท. และ ทลด. (ที่มีผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ)

