



สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า กทท. ปีงบประมาณ 2566

ปีงบประมาณ 2566 กทท. ได้ออกแบบการดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กทท. ให้ครอบคลุมตามเส้นทางการใช้บริการของลูกค้า (Customer Journey) ดังนี้

1. ช่วงสร้างการรับรู้ (Awareness) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจต่อช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของ กทท.
2. ช่วงการประเมินและการตัดสินใจ (Evaluation/ Consideration) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์/บริการก่อนตัดสินใจใช้บริการของ กทท.
3. ช่วงการขอใช้บริการ (Acquisition) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินการก่อนการใช้บริการของ กทท.
4. ช่วงการใช้บริการ (Service) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจในระหว่างที่ท่านใช้บริการต่าง ๆ ของ กทท.
5. ช่วงการสร้างความรักดีสู่ความยั่งยืน (Loyalty Expansion) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจที่กลุ่มลูกค้าจะแนะนำบริการของ กทท. ต่อไปยังกลุ่มลูกค้าในอนาคต

และระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 กลุ่ม ครอบคลุมท่าเรือทั้ง 5 แห่ง ที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของ กทท. ซึ่งคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 กลุ่ม มีระดับคะแนนความพึงพอใจที่ต่อเนื่องกัน **เพิ่มมากขึ้น** จากปีที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คะแนนความพึงพอใจต่อ กทท. โดยภาพรวม ปี 2566
โดยการหาค่าเฉลี่ยจากคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า กทท.

3.90

	ท่าเรือกรุงเทพ	ท่าเรือแหลมฉบัง	ท่าเรือพาณิชย์ เชียงแสน	ท่าเรือเชียงของ	ท่าเรือระนอง
กลุ่มบริษัทสายเรือ/ ตัวแทนสายเรือ n = 59	4.00 n=24	3.89 n=18	4.00 n=24	-	3.83 n=6
กลุ่มเจ้าของสินค้า/ ตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้า n = 134	4.01 n=113	-	4.21 n=14	-	4.14 n=7
กลุ่มผู้ประกอบการ ท่าเทียบเรือ ที่ ทลอ. n = 16	-	3.63 n=16	-	-	-
กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ n = 89	3.94 n=72	4.12 n=17	-	-	-
ผลคะแนนความพึงพอใจ ปี 2566	3.95 ▲ +0.01	4.04 ▲ +0.09	3.63 ▲ +0.37	3.98 ▲ +0.14	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ รายท่า ปี 2566
	3.98 ▲ +0.03	3.88 ▲ +0.03	4.11 ▲ +0.18	-	3.99 ▲ +0.11

สรุปภาพรวมคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรายท่าเรือ