

การทำเรือแห่งประเทศไทย

PORT AUTHORITY OF THAILAND

รัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม

A STATE ENTERPRISE UNDER SUPERVISION OF MINISTER OF TRANSPORT

กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า

Customer Service Charter and Customer Service Standard

การทำเรือแห่งประเทศไทย หรือ กทท. (Port Authority of Thailand : PAT) เป็นรัฐวิสาหกิจ สาธารณูปการภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม ก่อตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติการทำเรือฯ พุทธศักราช ๒๕๔๔ เพื่อเป็นหน่วยงานหลักด้านการขนส่งทางน้ำมีหน้าที่หลักในการรับเรือและสินค้า ขุดลอก บำรุงรักษาร่องน้ำทางเดินเรือและแอ่งจอดเรือ ควบคุมการขนถ่ายและบรรทุกสินค้า ยกขน เคลื่อนย้าย เก็บรักษา และส่งมอบสินค้าให้แก่เจ้าของสินค้า มีบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า และการเสริมสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันของประเทศในเวทีการค้าโลก

กทท. มีความมุ่งมั่นในการยกระดับการให้บริการให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการศึกษา และ วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานด้านบริการ ได้แก่ ความต้องการและความคาดหวัง ของลูกค้า ข้อกำหนดของกระบวนการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน ครอบคลุมทุกจุดสัมผัส การให้บริการระหว่าง กทท. กับลูกค้า ตลอดจนวงจรชีวิตลูกค้า ตั้งแต่ก่อนเริ่มใช้บริการ ระหว่างการใช้บริการ และหลังการใช้บริการจนกระทั่งเกิดความภักดี เพื่อจัดทำ “กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า” ที่สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า ตามเส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) เพื่อแสดงให้เห็นถึงนโยบายที่มุ่งมั่นของหน่วยงานในการ ให้บริการ พร้อมทั้งมีแนวทางการนำไปปฏิบัติโดยมีการเผยแพร่กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการให้ลูกค้า และบุคลากรภายใน กทท. ทราบอย่างทั่วถึงเพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการและ เพื่อให้บุคลากรของ กทท. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร ถ่ายทอด ตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานการให้บริการไปยังหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และมีแนวทางในการ กำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนด

วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่มาตรฐานท่าเรือชั้นนำระดับโลก พร้อมการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่เป็นเลิศ เพื่อการ เติบโตอย่างยั่งยืนในปี ๒๕๗๓”

พันธกิจ

๑. พัฒนาบริการและโครงสร้างพื้นฐานท่าเรือให้มีมาตรฐานระดับโลก (World Class Port) เพื่อสนับสนุนและเป็นกลไกขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
๒. พัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่ง (Intermodal Transport) ที่เชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งสินค้าและระบบโลจิสติกส์ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเป็นศูนย์กลาง โลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจโลก
๓. พัฒนาการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ในเชิงธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้รับ ผลตอบแทน ในอัตราที่เหมาะสมและสนับสนุนการเติบโตขององค์กร
๔. พัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูง เพื่อสนับสนุนการบริการและการดำเนินงานที่เป็นเลิศ

๕. สร้างความเชื่อมั่น และการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนโดยรอบต่อการดำเนินงานท่าเรือและบทบาทความสำคัญในการพัฒนาประเทศ เพื่อสร้างการเติบโตและความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

๑. ค่านิยมสำคัญ

“กฎบัตรการบริการลูกค้า (Customer Service Charter)” หมายถึง นโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสื่อสารถึงความมุ่งมั่นของหน่วยงานในการให้บริการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตและมาตรฐานของความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ในการสื่อสารให้พนักงานและลูกค้าทราบ

“มาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)” หมายความว่า นโยบายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้บุคลากรของ กทท. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) ทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย พิมพ์เขียวบริการ (Service Blueprint) พฤติกรรมการให้บริการ (Service Guideline) ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน (Service Protocol) การรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Service Recovery Plan) จุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) โดยต้องกำหนดให้ครอบคลุมทั้ง Physical Touch Points และ Digital Touch Points เพื่อแสดงถึงแนวทางการวัดและติดตามผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานบริการ

“ลูกค้า” (Customer) หมายถึง ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากสินค้าหรือบริการของ กทท. โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับ กทท. โดยครอบคลุมถึงลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า และลูกค้าในอนาคต โดยลูกค้าของ กทท. แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ประกอบด้วย

๑. กลุ่มบริษัทสายเรือ/ตัวแทนสายเรือ
๒. กลุ่มเจ้าของสินค้า/ตัวแทนนำเข้า – ส่งออกสินค้า
๓. กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือแหลมฉบัง
๔. กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์

๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อแสดงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของ กทท. ที่จะส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจและความประทับใจ และยกระดับการให้บริการลูกค้า ผ่านการให้บริการที่มีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงกระบวนการในทุกจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) ของเส้นทางการใช้บริการของลูกค้า

๒. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ บุคลากรของ กทท. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานขององค์กร

๓. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ ระบบบริหารจัดการ ระบบสารสนเทศ และช่องทางปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้า รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น จนนำไปสู่ความผูกพันที่ดีอย่างยั่งยืนระหว่างลูกค้ากับ กทท.

๓. กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Charter and Customer Service Standard)

ในการกำหนดกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการลูกค้าของ กทท. คำนึงถึงกระบวนการของเส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey) และจุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points) ของลูกค้า เพื่อให้ กทท. สามารถให้บริการตลอดจนการกำหนดแนวทางการประเมินผลได้ครบถ้วนทุกขั้นตอนสำคัญในการติดต่อรับบริการระหว่างลูกค้าและ กทท. ดังนี้

เส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touch Points	Physical Touch Points	
๑. Awareness (การสร้างการรับรู้)	• เว็บไซต์ กทท. • เว็บไซต์ข่าว • Search Engine • Social Media • E-mail ของ กทท.	• เจ้าหน้าที่ กทท. • กิจกรรมออกบูธ/Road Show • สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์ • เอกสาร จดหมายข่าว • ตัวแทนบริษัทเรือ • การจัดการประชุม	• ระดับการรับรู้ของช่องทางการให้บริการโดยหน่วยงานภายนอก • ระดับความพึงพอใจในการให้ข้อมูลข่าวสาร
๒. Evaluation/ Consideration (การประเมินและการตัดสินใจ)	• การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการผ่านเว็บไซต์ กทท. • การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการผ่าน Social Media • Search Engine • E-mail ของ กทท.	• การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ กทท. • กิจกรรมออกบูธ/Road Show • เอกสาร จดหมายข่าว • คำแนะนำของตัวแทนบริษัทเรือ	• การสำรวจความพึงพอใจต่อการรับรู้และตัดสินใจใช้บริการผ่านแบบสำรวจออนไลน์ • การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เคยใช้บริการหรือผู้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ
๓. Acquisition (การขอใช้บริการ)	➢ กลุ่มลูกค้าสายเรือ <u>ท่าเรือกรุงเทพ,</u> <u>ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน,</u> <u>ท่าเรือระนอง</u> • การเขียนคำร้องโดยเว็บไซต์ กทท.	➢ กลุ่มลูกค้าสายเรือ <u>ท่าเรือกรุงเทพ,</u> <u>ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน,</u> <u>ท่าเรือระนอง</u> • ติดต่อเจ้าหน้าที่แผนกท่าเพื่อกรอกเอกสาร • ติดต่อเจ้าหน้าที่การเงินเพื่อขอวางเงินประกัน	• การสำรวจความพึงพอใจต่อการขอใช้บริการ

เส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touch Points	Physical Touch Points	
	<u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> - Berth Application การขอบริการต่าง ๆ - Application Line ➤ กลุ่มเจ้าของสินค้า/ตัวแทนนำเข้า - ส่งออก - ชำระเงินค่าภาระผ่านระบบ E-Payment ➤ บริการท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) - ยื่นแบบนำตู้สินค้าขาออกผ่านระบบ NSW - ชำระค่าภาระผ่านระบบ E-Payment	<u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> - ติดต่อเจ้าหน้าที่การเงินเพื่อขอวางเงินประกัน ➤ กลุ่มเจ้าของสินค้า/ตัวแทนนำเข้า - ส่งออก - เจ้าหน้าที่รับชำระค่าภาระที่ One Stop Service - เจ้าหน้าที่รับชำระค่าภาระที่ Main Gate ➤ กลุ่มผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ (TLC) - เจ้าหน้าที่ประจำแต่ละหน่วยงาน ➤ กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ <u>ท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือระนอง</u> - ติดต่อขอเช่าอสังหาริมทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่ <u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> - เจ้าหน้าที่ประสานงานกับลูกค้าในประเด็นต่าง ๆ ➤ บริการท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) - ติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอใช้บริการ - ติดต่อเจ้าหน้าที่ Main Gate เพื่อชำระค่าผ่านท่า	

เส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touch Points	Physical Touch Points	
	➢ บริการขนส่งผู้สินค้าผ่านทางรถไฟ (SRTO) • ยื่นแบบนำผู้สินค้าขาออกผ่านระบบ NSW • ชำระค่าภาระผ่านระบบ E-Payment	• ติดต่อเจ้าหน้าที่การเงินเพื่อชำระค่าภาระที่ One Stop Service ➢ บริการขนส่งผู้สินค้าผ่านทางรถไฟ (SRTO) • เจ้าหน้าที่ SRTO เพื่อขอใช้บริการ • เจ้าหน้าที่ Main Gate เพื่อชำระค่าผ่านท่า • เจ้าหน้าที่การเงินเพื่อชำระค่าภาระที่ One Stop Service	
๔. Service (การบริการ)	➢ กลุ่มลูกค้าสายเรือ <u>ท่าเรือกรุงเทพ,</u> <u>ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน,</u> <u>ท่าเรือระนอง</u> <u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> • ลงระบบบริหารงานเรือและใบแจ้งหนี้ (VIS) ➢ กลุ่มเจ้าของสินค้า/ ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก	➢ กลุ่มลูกค้าสายเรือ <u>ท่าเรือกรุงเทพ,</u> <u>ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน,</u> <u>ท่าเรือระนอง</u> • เจ้าหน้าที่ประจำท่าตรวจสอบเอกสาร/ให้บริการ <u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> • เจ้าหน้าที่ประจำท่าจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการ • เจ้าหน้าที่เรือ • เจ้าหน้าที่กองการเงิน ➢ กลุ่มเจ้าของสินค้า/ ตัวแทนนำเข้า-ส่งออก • เจ้าหน้าที่ประจำแผนกควบคุมสินค้า • เจ้าหน้าที่กองท่าบริการ • เจ้าหน้าที่การเงิน ➢ กลุ่มผู้ประกอบการทำเทียบเรือ (TLC)	• ระยะเวลาในการแก้ไขเรื่องร้องเรียน • ระดับความพึงพอใจในการแก้ไขข้อร้องเรียนโดยหน่วยงานภายนอก

เส้นทางการเดินทางลูกค้า (Customer Journey)	จุดสัมผัสการให้บริการ (Touch Points)		แนวทางการประเมินผล
	Digital Touch Points	Physical Touch Points	
	➤ กลุ่มผู้เช่า อสังหาริมทรัพย์ <u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> • แจ้งซ่อมบำรุงผ่านเว็บไซต์	• เจ้าหน้าที่ประจำท่า • เจ้าหน้าที่ประจำแต่ละหน่วยงาน • เจ้าหน้าที่การเงิน ➤ กลุ่มผู้เช่า อสังหาริมทรัพย์ <u>ท่าเรือกรุงเทพและ</u> <u>ท่าเรือระนอง</u> • ติดต่อขอเช่า อสังหาริมทรัพย์ผ่าน เจ้าหน้าที่ <u>ท่าเรือแหลมฉบัง</u> • เจ้าหน้าที่หน่วยงานด้าน การให้เช่า • พนักงานประจำอาคาร • เจ้าหน้าที่การเงิน ➤ บริการท่าเทียบเรือ ชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) • เจ้าหน้าที่แผนกควบคุม บรรจุสินค้า • เจ้าหน้าที่กองท่าบริการ • เจ้าหน้าที่การเงิน ➤ บริการขนส่งตู้สินค้า ผ่านทางรถไฟ (SRTD) • เจ้าหน้าที่แผนกควบคุม บรรจุสินค้า • เจ้าหน้าที่กองท่าบริการ • เจ้าหน้าที่การเงิน	
๕. Loyalty Expansion (การสร้าง ความภักดี สู่ความ ยั่งยืน)	• เว็บไซต์ของ กทท. • Application Line • E-mail ของ กทท.	• เจ้าหน้าที่ของ กทท. • โทรศัพท์/โทรสาร • แจ้งเรื่องร้องเรียนผ่านตู้ รับเรื่องราวร้องทุกข์	• ระดับความพึงพอใจในการแก้ไขเรื่อง ร้องเรียนโดยหน่วยงานภายนอก • ระดับความผูกพันและความภักดี องค์กรโดยหน่วยงานภายนอก

๔. การรับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)

กทท. ตระหนักถึงความสำคัญของเสียงลูกค้า ทั้งข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของ กทท. ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเสนอแนะ / ร้องเรียนตามช่องทางที่ กทท. จัดเตรียมไว้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ดังนี้

ช่องทางการให้บริการ	สถานที่และเวลาให้บริการ
๑. ติดต่อด้วยตนเอง	การทำเรือแห่งประเทศไทย กองข้อมูลข่าวสาร อาคารบี ชั้น ๒ เลขที่ ๔๔๔ ถนนท่าเรือ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ ๑๐๑๑๐ วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดทางราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.
๒. จดหมายร้องเรียน/ไปรษณีย์	
๓. โทรศัพท์ หมายเลข ๐-๒๒๖๙-๕๕๖๕	วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดทางราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.
๔. เว็บไซต์ www.port.co.th Banner เมนู : ร้องทุกข์/รับฟัง/สอบถาม/ เสนอแนะ	วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดทางราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.
๕. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) : info@port.co.th	ตลอด ๒๔ ชั่วโมง
๖. Social Media : Facebook การทำเรือแห่งประเทศไทย	วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดทางราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.
๗. Line Official Account PAT Connex	วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดทางราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.
๘. สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี - สายด่วนรัฐบาล 1111 - www.1111.go.th	ตลอด ๒๔ ชั่วโมง
๙. สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน สายด่วน 1676	ตลอด ๒๔ ชั่วโมง
๑๐. กระทรวงคมนาคม E-Service www.mot.go.th	ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๕. การเก็บรักษาข้อมูล

กทท. จะเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าทุกท่าน และจะดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ (หมวด ๓ ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล) และมาตรา ๖ แห่งพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๔๙ รวมทั้งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒

๖. การทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ

กทท. จะมีการทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ ปีละ ๑ ครั้ง โดยรายงานผลการทบทวนกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ เสนอต่อคณะกรรมการฝ่ายบริหาร กทท. และคณะกรรมการ กทท. พิจารณาให้ความเห็นชอบ

ทั้งนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายชยธรรม์ พรหมศร)

ประธานกรรมการ กทท.