รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร (EXECUTIVE REPORT)

[ผู้ใช้บริการ (ภาพรวมทุกนิคมฯ/ท่าเรือฯ)]

โครงการสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ กนอ. ประจำปี 2569

โดย

บริษัท ไทเกอร์ แอดไวซิ่ง กรุ๊ป จำกัด
(Tiger Advising Group Co., Ltd.)

บทสรุปผู้บริหาร

1. ผลสำรวจผู้ใช้บริการปัจจุบัน ประจำปี 2569

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) สำรวจผู้ใช้บริการปัจจุบันในนิคมอุตสาหกรรมและท่าเรืออุตสาหกรรม **52 แห่ง** เพื่อประเมินความพึงพอใจ ความคาดหวัง และความคิดเห็นต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ผลสำรวจส่วนนี้เป็นฐานสำหรับพิจารณาทั้งคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการ และเรื่องที่ควรติดตามในแต่ละพื้นที่

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย **795 สถานประกอบการ** โดยมีผู้ให้ข้อมูล **1,590 คน** แบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลระดับบริหาร 795 คน และระดับปฏิบัติการ 795 คน การระบุฐานข้อมูลสองระดับนี้มีความสำคัญ: ตารางข้อมูลผู้ตอบใช้ฐาน **1,590 คน** ส่วนตารางคะแนนรายนิคมระบุจำนวนตัวอย่างเป็น **สถานประกอบการ 795 แห่ง** จึงไม่ควรนำจำนวนทั้งสองไปใช้แทนกัน

1.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง **944 คน หรือร้อยละ 59.37** และเพศชาย **646 คน หรือร้อยละ 40.63** เมื่อพิจารณาระยะเวลาการดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มลูกค้ามั่นคง ซึ่งดำเนินงานมากกว่า 10 ปี จำนวน **1,037 คน หรือร้อยละ 65.22** รองลงมาคือกลุ่มลูกค้าเติบโต 3–10 ปี **449 คน หรือร้อยละ 28.24** และกลุ่มลูกค้าเริ่มต้นไม่ถึง 3 ปี **104 คน หรือร้อยละ 6.54**

องค์ประกอบดังกล่าวทำให้ผลภาพรวมสะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ดำเนินงานในพื้นที่มาเป็นเวลานานในสัดส่วนสูง การอ่านผลของกลุ่มลูกค้าเริ่มต้นจึงควรแยกจากภาพรวมด้วย เพราะประสบการณ์ใช้บริการและความต้องการของกลุ่มนี้อาจต่างจากผู้ใช้บริการที่ดำเนินงานมานาน

ตารางบทสรุปที่ 1 ขอบเขตและฐานข้อมูลของการสำรวจ

รายการ	จำนวน	ความหมายในการอ่านผล
นิคมอุตสาหกรรมและท่าเรืออุตสาหกรรมที่สำรวจ	52 แห่ง	ขอบเขตพื้นที่ของผลผู้ใช้บริการปัจจุบัน
สถานประกอบการในตารางคะแนนรายนิคม	795 แห่ง	ฐานจำนวนตัวอย่างในตารางรายพื้นที่
ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด	1,590 คน	ฐานข้อมูลลักษณะผู้ตอบ
ผู้ให้ข้อมูลระดับบริหาร	795 คน	ร้อยละ 50 ของผู้ให้ข้อมูล
ผู้ให้ข้อมูลระดับปฏิบัติการ	795 คน	ร้อยละ 50 ของผู้ให้ข้อมูล
ลูกค้าเริ่มต้น: ดำเนินงานน้อยกว่า 3 ปี	104 คน	ร้อยละ 6.54 ของผู้ให้ข้อมูล
ลูกค้าเติบโต: ดำเนินงาน 3–10 ปี	449 คน	ร้อยละ 28.24 ของผู้ให้ข้อมูล
ลูกค้ามั่นคง: ดำเนินงานมากกว่า 10 ปี	1,037 คน	ร้อยละ 65.22 ของผู้ให้ข้อมูล

1.2 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในภาพรวม

ผู้ใช้บริการให้คะแนนความพึงพอใจภาพรวม **4.78 จาก 5 คะแนน** อยู่ในระดับ **“พึงพอใจมากที่สุด”** ตามเกณฑ์ในรายงาน เมื่อแยกตามรูปแบบการดำเนินงาน พื้นที่ **15 แห่งที่ กนอ. ดำเนินการเอง** มีสถานประกอบการในตารางรายพื้นที่ **241 แห่ง** และได้คะแนนเฉลี่ย **4.83** ส่วนพื้นที่ **37 แห่งที่ กนอ. ไม่ได้ดำเนินการเอง** มีสถานประกอบการ **554 แห่ง** และได้คะแนนเฉลี่ย **4.77** ทั้งสองกลุ่มอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด แต่กลุ่มที่ กนอ. ดำเนินการเองมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า **0.06 คะแนน**

ตารางบทสรุปที่ 2 ความพึงพอใจภาพรวมจำแนกตามกลุ่มพื้นที่

กลุ่มพื้นที่	จำนวนพื้นที่	จำนวนตัวอย่างในตารางรายนิคม (สถานประกอบการ)	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
กนอ. ดำเนินการเอง	15	241	4.83	พึงพอใจมากที่สุด
กนอ. ไม่ได้ดำเนินการเอง	37	554	4.77	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	**52**	**795**	**4.78**	**พึงพอใจมากที่สุด**

ความแตกต่างของคะแนนสองกลุ่มเป็นผลเชิงพรรณนาจากการสำรวจ ยังไม่ควรตีความว่าเกิดจากรูปแบบการบริหารเพียงปัจจัยเดียว เพราะพื้นที่และลักษณะสถานประกอบการในแต่ละกลุ่มอาจแตกต่างกัน การนำผลไปใช้ควรตรวจรายด้านและรายนิคมประกอบ เพื่อระบุวิธีดำเนินงานที่ควรรักษาหรือปรับปรุงได้ชัดขึ้น

1.3 ความแตกต่างตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าและสายปฏิบัติการ

คะแนนความพึงพอใจมีแนวโน้มสูงขึ้นตามระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการดำเนินงานในนิคมอุตสาหกรรม โดยกลุ่มลูกค้าเริ่มต้นได้ **4.67 คะแนน** กลุ่มลูกค้าเติบโตได้ **4.77 คะแนน** และกลุ่มลูกค้ามั่นคงได้ **4.80 คะแนน** แม้ทั้งสามกลุ่มอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด แต่กลุ่มลูกค้าเริ่มต้นมีคะแนนต่ำที่สุด จึงควรพิจารณาประสบการณ์ช่วงเริ่มดำเนินงาน เช่น การรับข้อมูล ขั้นตอนติดต่อ และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในผลรายด้านของรายงาน

เมื่อจำแนกตามสายปฏิบัติการ สายปฏิบัติการ 1 ได้ **4.84 คะแนน** สายปฏิบัติการ 2 ได้ **4.78 คะแนน** และสายปฏิบัติการ 3 ได้ **4.66 คะแนน** ความต่างระหว่างสายปฏิบัติการ 1 กับ 3 เท่ากับ **0.18 คะแนน** จึงเป็นประเด็นที่ควรติดตามผลรายนิคมและรายด้านภายในแต่ละสายปฏิบัติการ

ตารางบทสรุปที่ 3 ความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการและสายปฏิบัติการ

เกณฑ์จำแนก	กลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ระยะเวลาดำเนินงาน	ลูกค้าเริ่มต้น: น้อยกว่า 3 ปี	4.67	พึงพอใจมากที่สุด
ระยะเวลาดำเนินงาน	ลูกค้าเติบโต: 3–10 ปี	4.77	พึงพอใจมากที่สุด
ระยะเวลาดำเนินงาน	ลูกค้ามั่นคง: มากกว่า 10 ปี	4.80	พึงพอใจมากที่สุด
สัญชาติผู้ประกอบการตามการจัดกลุ่มในรายงาน	ตะวันออก (East)	4.79	พึงพอใจมากที่สุด
สัญชาติผู้ประกอบการตามการจัดกลุ่มในรายงาน	ตะวันตก (West)	4.71	พึงพอใจมากที่สุด
สายปฏิบัติการ	สายปฏิบัติการ 1	4.84	พึงพอใจมากที่สุด
สายปฏิบัติการ	สายปฏิบัติการ 2	4.78	พึงพอใจมากที่สุด
สายปฏิบัติการ	สายปฏิบัติการ 3	4.66	พึงพอใจมากที่สุด

ผลจำแนกกลุ่มทำให้เห็นว่า **คะแนนภาพรวม 4.78 เพียงค่าเดียวไม่ครอบคลุมประสบการณ์ของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม** โดยเฉพาะลูกค้าเริ่มต้นและพื้นที่ในสายปฏิบัติการ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มเปรียบเทียบในตารางเดียวกัน การตรวจความพึงพอใจรายด้านในครั้งถัดไปจะช่วยบอกได้ว่าควรให้ความสำคัญกับเรื่องใดก่อน

ผลสำรวจผู้ใช้บริการปัจจุบันปี 2569 ครอบคลุม **52 พื้นที่ 795 สถานประกอบการ และผู้ให้ข้อมูล 1,590 คน** ความพึงพอใจภาพรวมอยู่ที่ **4.78 คะแนน** ในระดับพึงพอใจมากที่สุด พื้นที่ที่ กนอ. ดำเนินการเองได้ **4.83 คะแนน** และพื้นที่อีก 37 แห่งได้ **4.77 คะแนน** ผลรายกลุ่มชี้ให้ติดตามประสบการณ์ของ **ลูกค้าเริ่มต้น** และผลใน **สายปฏิบัติการ 3** เพิ่มเติม โดยครั้งที่ 2 จะพิจารณาความคาดหวัง ความพึงพอใจ และช่องว่างของบริการทั้ง 7 ด้าน เพื่อระบุประเด็นปรับปรุงที่มีหลักฐานรองรับ

1.4 ภาพรวมความคาดหวังและความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน

ตารางบทสรุปที่ 4 ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และช่องว่างรายด้าน

ด้านการให้บริการ	ความคาดหวัง E	S.D.	ความพึงพอใจ P	S.D.	ผลต่าง P−E
ผลิตภัณฑ์และบริการ	4.84	0.32	4.80	0.35	−0.04
ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	4.82	0.36	4.69	0.44	−0.13
การให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรม	4.86	0.30	4.81	0.34	−0.05
ช่องทางติดต่อสื่อสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข่าวสาร	4.81	0.34	4.77	0.38	−0.04
คุณภาพของพนักงาน	4.85	0.31	4.84	0.32	−0.01
ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	4.83	0.33	4.75	0.40	−0.08
สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.80	0.35	4.80	0.36	0.00
ภาพรวม 7 ด้าน	**4.83**	**0.28**	**4.78**	**0.31**	**−0.05**

ผลนี้แสดงว่า **คุณภาพของพนักงาน** เป็นด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด **4.84 คะแนน** และใกล้เคียงความคาดหวังมากที่สุด โดยมีผลต่าง **−0.01 คะแนน** ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกได้คะแนนความพึงพอใจเท่ากับความคาดหวังที่ **4.80 คะแนน** สองด้านนี้เป็นผลที่ควรรักษาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ด้านราคาและค่าธรรมเนียมมีความพึงพอใจ **4.69 คะแนน** ต่ำที่สุดใน 7 ด้าน และมีช่องว่าง **−0.13 คะแนน** มากที่สุด แม้คะแนนยังอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด แต่ผลต่างบอกว่าการดำเนินงานด้านนี้ยังตอบระดับความคาดหวังได้ต่ำกว่าด้านอื่น ถัดมาคือขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีความพึงพอใจ **4.75 คะแนน** และช่องว่าง **−0.08 คะแนน** จึงเป็นสองด้านที่ควรตรวจรายละเอียดรายข้อและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการก่อนกำหนดมาตรการปรับปรุง

1.5 ราคาและค่าธรรมเนียม

การประเมินด้านราคาในรายงานครอบคลุม **ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียมการให้บริการ** เมื่อดูผลจำแนกตามประเภทนิคม คะแนนของนิคมที่ กนอ. ดำเนินการเองอยู่ที่ **4.76** และนิคมร่วมดำเนินงาน **4.68** ส่วนลูกค้าเริ่มต้นให้คะแนนด้านนี้ **4.66** ต่ำกว่าลูกค้าเติบโต **4.73** และลูกค้ามั่นคง **4.76**

ในตารางรายข้อที่เปรียบเทียบกับนิคมหรือพื้นที่อุตสาหกรรมอื่น กลุ่มลูกค้าเริ่มต้นให้คะแนนเรื่อง **ค่าน้ำ 4.64** และ **ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ 4.65** ซึ่งต่ำกว่าคะแนนรายข้ออื่นในกลุ่มเดียวกัน ผลนี้สนับสนุนให้ตรวจว่าผู้ใช้บริการเข้าใจโครงสร้างค่าใช้จ่าย รายการที่เรียกเก็บ และประโยชน์ที่ได้รับจากแต่ละรายการชัดเจนเพียงใด โดยยังไม่อาจสรุปจากคะแนนเพียงอย่างเดียวว่าอัตราค่าบริการสูงหรือต่ำกว่าตลาดจริง

1.6 ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ

ด้านขั้นตอนและกระบวนการให้บริการมีคะแนนความพึงพอใจ **4.75** เทียบกับความคาดหวัง **4.83** ช่องว่าง **−0.08 คะแนน** เนื้อหาที่ผู้ใช้บริการประเมินครอบคลุมความเข้าใจง่ายของประกาศและกฎระเบียบ การให้บริการของศูนย์บริการเบ็ดเสร็จหรือ TSC ระบบ I-EA-T e-PP ความชัดเจนของขั้นตอนและระยะเวลา ตลอดจนความสะดวกและรวดเร็วในการรับบริการ ผลในระดับภาพรวมชี้ว่าควรตรวจเส้นทางบริการตั้งแต่ผู้ใช้บริการเริ่มติดต่อจนได้รับผล โดยเฉพาะเรื่องที่ต้องติดต่อหลายฝ่ายหรือมีขั้นตอนอนุมัติอนุญาต การปรับปรุงควรเริ่มจากการระบุขั้นตอน เอกสาร ผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการคาดหมายได้ แล้วตรวจข้อคิดเห็นรายพื้นที่ประกอบ ทั้งนี้คะแนนช่องว่างยังไม่บอกว่าขั้นตอนใดเป็นสาเหตุหลัก จึงต้องใช้ผลรายข้อและข้อมูลการปฏิบัติงานยืนยันก่อนตัดสินใจเปลี่ยนกระบวนการ

1.7 ผลิตภัณฑ์ บริการ และสาธารณูปโภค

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความคาดหวัง **4.84** ความพึงพอใจ **4.80** และผลต่าง **−0.04 คะแนน** ประเด็นที่อยู่ในด้านนี้ครอบคลุมการจัดสรรพื้นที่ สาธารณูปโภคที่นิคมให้บริการ สาธารณูปโภคหรือสิ่งอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานภายนอก การอนุมัติอนุญาต และการกำกับดูแลสิ่งแวดล้อมกับความปลอดภัย จากตารางจำแนกกลุ่ม นิคมที่ กนอ. ดำเนินการเองได้คะแนนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ **4.83** และนิคมร่วมดำเนินงาน **4.77** ขณะที่ลูกค้าเริ่มต้นได้ **4.74** ลูกค้าเติบโต **4.80** และลูกค้ามั่นคง **4.84** แนวโน้มนี้สอดคล้องกับผลภาพรวมในครั้งที่ 1 ซึ่งกลุ่มลูกค้าเริ่มต้นให้คะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่ดำเนินงานมานาน การให้ข้อมูลก่อนเริ่มใช้พื้นที่ การประสานสาธารณูปโภค และการอธิบายกระบวนการต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่ควรตรวจเป็นพิเศษสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ในรายละเอียดของสาธารณูปโภคภายนอก รายงานประเมินทั้งระบบไฟฟ้า อินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร การจัดการกากอุตสาหกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ผลรายกลุ่มแสดงว่าเรื่อง **ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร** ได้คะแนน **4.80** ในนิคมที่ กนอ. ดำเนินการเอง และ **4.73** ในนิคมร่วมดำเนินงาน ซึ่งต่ำกว่ารายข้อเรื่องความเพียงพอของระบบไฟฟ้าในกลุ่มเดียวกัน (**4.86** และ **4.79** ตามลำดับ) จึงเหมาะที่จะติดตามร่วมกับผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง

1.8 จุดให้บริการ ช่องทางติดต่อ และบุคลากร

การให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมมีความคาดหวังสูงที่สุดใน 7 ด้านที่ **4.86 คะแนน** และความพึงพอใจ **4.81 คะแนน** ตารางรายละเอียดจุดให้บริการระบุเรื่องความสะอาดและความเรียบร้อยของสำนักงาน ความพร้อมของบริการเบ็ดเสร็จ และความพึงพอใจต่อสำนักงานโดยรวม เมื่อแยกกลุ่ม ความพร้อมในการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จได้ **4.80** ในนิคมที่ กนอ. ดำเนินการเอง และ **4.74** ในนิคมร่วมดำเนินงาน ต่ำกว่าคะแนนด้านความสะอาดของสำนักงานในกลุ่มเดียวกัน (**4.84** และ **4.78**) ผลนี้ควรใช้ตรวจว่าบริการเบ็ดเสร็จตอบคำถามและประสานงานจนผู้ใช้บริการดำเนินเรื่องต่อได้จริงเพียงใด

ด้านช่องทางติดต่อสื่อสารมีความพึงพอใจ **4.77 คะแนน** และช่องว่าง **−0.04 คะแนน** รายงานประเมินทั้งความสะดวกในการติดต่อ คุณภาพข้อมูล การรับคำถามหรือข้อเสนอแนะ และการแจ้งความคืบหน้ากลับไปยังผู้ประกอบการ การพัฒนาด้านนี้จึงควรมองทั้ง **การติดต่อเข้า** และ **การตอบกลับหลังรับเรื่อง** ไม่พิจารณาเพียงจำนวนช่องทางที่เปิดให้ใช้

ด้านคุณภาพพนักงานเป็นจุดแข็งจากผลภาพรวม ความพึงพอใจ **4.84 คะแนน** เทียบกับความคาดหวัง **4.85 คะแนน** การรักษาผลด้านนี้ควรทำควบคู่กับการปรับระบบงาน เพราะแม้พนักงานได้รับคะแนนสูง ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการยังอาจติดขัดที่ขั้นตอน การส่งต่อเรื่อง หรือระยะเวลารอผลได้

1.9 สรุปเรื่องที่ควรดำเนินการ

ตารางบทสรุปที่ 5 ประเด็นรักษาคุณภาพและประเด็นตรวจเพื่อปรับปรุง

ลำดับพิจารณา	ประเด็น	หลักฐานสำคัญ	สิ่งที่ควรตรวจต่อ
ตรวจเพื่อปรับปรุงก่อน	ราคา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	ความพึงพอใจ 4.69; ผลต่าง P–E −0.13	ความชัดเจนของรายการค่าใช้จ่ายและมุมมองผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม
ตรวจเพื่อปรับปรุงก่อน	ขั้นตอนและกระบวนการบริการ	ความพึงพอใจ 4.75; ผลต่าง −0.08	ขั้นตอน เอกสาร ระยะเวลา การส่งต่อ และบริการผ่าน TSC/e-PP
ติดตามเฉพาะเรื่อง	ช่องทางติดต่อและการแจ้งผลกลับ	ความพึงพอใจ 4.77; ผลต่าง −0.04	ความสะดวกในการถามเรื่องและการได้รับคำตอบหรือความคืบหน้า
รักษาคุณภาพ	คุณภาพพนักงาน	ความพึงพอใจ 4.84; ผลต่าง −0.01	ความสม่ำเสมอของบริการในแต่ละพื้นที่
รักษาและติดตามรายพื้นที่	สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก	ความพึงพอใจและความคาดหวังเท่ากันที่ 4.80	ประเด็นเฉพาะนิคมที่คะแนนต่ำกว่าภาพรวม

ผลให้ข้อสรุปว่า แม้ทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับสูง **ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจไม่เท่ากัน** การเริ่มตรวจเรื่องราคาและขั้นตอนบริการมีหลักฐานจากคะแนนรองรับ ส่วนคุณภาพพนักงานเป็นจุดแข็งที่ควรรักษา ในครั้งที่ 3 จะพิจารณาความไม่พึงพอใจ ความภักดี และความกังวลของผู้ใช้บริการ เพื่อดูว่าประเด็นเหล่านี้สอดคล้องกับข้อค้นพบด้านความพึงพอใจหรือไม่

1.10 ความไม่พึงพอใจต่อการดำเนินงาน

ผู้ตอบ **1,590 คน** ประเมินความไม่พึงพอใจภาพรวมเฉลี่ย **2.03 คะแนน** อยู่ในระดับ **“น้อย”** ตามเกณฑ์ของรายงาน ทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับน้อยเช่นกัน แต่คะแนนรายด้านแตกต่างกัน โดยเรื่อง **ราคาและค่าธรรมเนียม** มีค่าเฉลี่ยความไม่พึงพอใจสูงที่สุด **2.10 คะแนน** รองลงมาคือ **ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ 2.08 คะแนน** ผลทั้งสองสอดคล้องกับการวิเคราะห์ในครั้งที่ 2 ซึ่งพบว่าด้านดังกล่าวมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางบทสรุปที่ 6 ความไม่พึงพอใจจำแนกตามด้าน

ด้านการดำเนินงาน	จำนวนผู้ตอบ	ค่าเฉลี่ยความไม่พึงพอใจ	S.D.	ระดับตามรายงาน
ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	1,590	2.10	0.61	น้อย
ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	1,590	2.08	0.59	น้อย
ช่องทางติดต่อสื่อสาร ข้อมูลและข่าวสาร	1,590	2.04	0.56	น้อย
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1,590	2.03	0.54	น้อย
การให้บริการของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรม	1,590	2.00	0.51	น้อย
ผลิตภัณฑ์และบริการ	1,590	1.98	0.53	น้อย
คุณภาพของพนักงาน	1,590	1.95	0.48	น้อย
ภาพรวม	**1,590**	**2.03**	**0.55**	**น้อย**

ด้านคุณภาพพนักงานมีความไม่พึงพอใจต่ำที่สุด **1.95 คะแนน** และมีความพึงพอใจสูงสุดในตาราง 7 ด้านที่ **4.84 คะแนน** จึงเป็นจุดแข็งที่ผลสองชุดสนับสนุนตรงกัน ส่วนด้านราคาและขั้นตอนบริการควรพิจารณารายการย่อยและข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการเพื่อระบุสาเหตุและพื้นที่ที่ต้องดำเนินการก่อน คะแนนความไม่พึงพอใจระดับน้อยไม่ได้หมายความว่าไม่มีปัญหาที่ต้องแก้ไข โดยเฉพาะเมื่อทั้งสองด้านมีผลต่างจากความคาดหวังสูงกว่าด้านอื่น

1.11 ความภักดีและความตั้งใจใช้บริการต่อ

ความภักดีโดยรวมมีค่าเฉลี่ย **4.78 คะแนน** อยู่ในระดับ **“ความภักดีมากที่สุด”** และรายงานระบุว่าผู้ใช้บริการ **ร้อยละ 96.97** อยู่ในกลุ่มที่มีความภักดีระดับมากหรือมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ ความมั่นใจต่อการบริหารจัดการของนิคมอุตสาหกรรมได้ **4.83 คะแนน** และความยินดีที่จะลงทุนและประกอบกิจการต่อในอนาคตได้ **4.82 คะแนน** อย่างไรก็ดี ข้อความเห็นว่า **“ไม่มีนิคมอุตสาหกรรมใดทดแทนได้”** ได้ **4.70 คะแนน** ซึ่งต่ำที่สุดในชุดคำถามความภักดี คะแนนนี้ยังอยู่ในระดับสูง แต่บ่งชี้ว่าความยินดีลงทุนต่อกับการมองว่านิคมมีคุณค่าที่หาทดแทนไม่ได้เป็นคนละมิติ ผู้บริหารจึงควรรักษาทั้งคุณภาพบริการพื้นฐานและความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ประกอบการ

ตารางบทสรุปที่ 7 ตัวชี้วัดความภักดีที่สำคัญ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละที่ตอบระดับมากหรือมากที่สุด
ความภักดีโดยรวม	4.78	96.97
มั่นใจต่อการบริหารจัดการของนิคมอุตสาหกรรม	4.83	98.11
ยินดีลงทุนและประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรมต่อไป	4.82	98.24
ยินดีแนะนำนิคมอุตสาหกรรมแก่ผู้อื่น	4.80	97.61

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละที่ตอบระดับมากหรือมากที่สุด
เห็นว่านิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่ตั้งโรงงานที่สมบูรณ์แบบ	4.73	95.85
เห็นว่าไม่มีนิคมอุตสาหกรรมใดทดแทนได้	4.70	94.72

เมื่อจำแนกตามประเภทพื้นที่ ความภักดีของผู้ใช้บริการในนิคมที่ **กนอ. ดำเนินการเองเท่ากับ 4.87 คะแนน** และนิคมร่วมดำเนินงาน **4.71 คะแนน** ส่วนการจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงานพบว่า **ลูกค้าเริ่มต้น 4.57** ลูกค้าเติบโต **4.70** และลูกค้ามั่นคง **4.80 คะแนน** ลำดับนี้สอดคล้องกับคะแนนความพึงพอใจในครั้งที่ 1 ซึ่งกลุ่มลูกค้าเริ่มต้นได้คะแนนต่ำที่สุดเช่นกัน การดูแลผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นจึงควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนรักษาลูกค้า ไม่รอจนเกิดข้อร้องเรียนหรือการย้ายพื้นที่

1.12 ความกังวลของผู้ใช้บริการปัจจุบัน

ผู้ใช้บริการระบุความกังวลรวม **4,600 ครั้ง** จากผู้ตอบ **1,590 คน** โดยหนึ่งคนสามารถระบุได้หลายประเด็น ดังนั้นจำนวนครั้งในแต่ละหมวดและผลรวมร้อยละที่เกิน 100 จึง **ไม่ใช่จำนวนคนที่ไม่ซ้ำกัน** ประเด็นที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ **ระบบสาธารณูปโภคภายในนิคมอุตสาหกรรม 1,240 คน หรือร้อยละ 77.99 ของผู้ตอบ** มากกว่าประเด็นอื่นอย่างชัดเจน

ตารางบทสรุปที่ 8 ประเด็นความกังวลที่ถูกกล่าวถึงสูงสุด

ลำดับ	ประเด็นความกังวล	จำนวนผู้ระบุ	ร้อยละจากผู้ตอบ 1,590 คน
1	ระบบสาธารณูปโภคภายในนิคม เช่น น้ำ ไฟฟ้า ถนน ระบบระบายน้ำ และอินเทอร์เน็ต	1,240	77.99
2	ขั้นตอนบริการ การอนุมัติอนุญาต ระบบ e-PP และความโปร่งใส	520	32.70
3	การจัดการอุบัติเหตุและอุบัติภัย	500	31.45
4	ระบบความปลอดภัยภายในนิคม	470	29.56
5	การดูแลและกำกับด้านสิ่งแวดล้อม	450	28.30
6	การบริหารจัดการจราจร	320	20.13
7	อัตราค่าเช่า ค่าบริการ และค่าธรรมเนียม	280	17.61

ในหมวดสาธารณูปโภค รายละเอียดที่ถูกกล่าวถึงประกอบด้วย **ประสิทธิภาพระบบระบายน้ำฝนและป้องกันน้ำท่วม 330 คน** คุณภาพและความต่อเนื่องของระบบประปา **240 คน** และความเสถียรของไฟฟ้า **210 คน** ข้อมูลรายข้อทำให้เห็นว่าความกังวลด้านสาธารณูปโภคเกี่ยวข้องกับ **ความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ** มากกว่าการประเมินความสวยงามหรือความสะดวกทั่วไป

ความกังวลด้านขั้นตอนบริการ **520 คน** สอดคล้องกับผลความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่ชี้ไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนอุบัติเหตุ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมเป็นสามหมวดที่มีผู้กล่าวถึงจำนวนมากเช่นกัน การจัดลำดับงานจึงไม่ควรอาศัยช่องว่างคะแนนความพึงพอใจอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาความถี่ของความกังวลและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นประกอบ

1.13 ประเด็นสำคัญจาก Materiality Matrix

รายงานนำความกังวลมาพิจารณาร่วมกับคะแนนสองแกน ได้แก่ **ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (แกน Y)** และ **ผลกระทบต่อองค์กร (แกน X)** โดยใช้ค่าเฉลี่ยของประเด็นทั้งหมดเป็นจุดตัดที่ Y = 2.03 และ X = 2.01 ผลแสดงว่าระบบสาธารณูปโภค ขั้นตอนบริการ อุบัติเหตุ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม อยู่เหนือจุดตัดทั้งสองแกน

ตารางบทสรุปที่ 9 ประเด็นที่อยู่เหนือจุดตัดทั้งสองแกนของ Materiality Matrix

ประเด็น	ผู้ระบุ (คน)	แกน Y ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แกน X ผลกระทบต่อองค์กร
ระบบสาธารณูปโภค	1,240	2.38	2.27
ขั้นตอนการให้บริการ	520	2.24	2.18
อุบัติเหตุและอุบัติภัย	500	2.20	2.09
ระบบความปลอดภัย	470	2.17	2.09
การกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อม	450	2.16	1.91
จุดตัดของ Matrix	—	2.03	2.01

ทั้งห้าประเด็นเป็นกลุ่มที่เหมาะสำหรับนำเข้าสู่การพิจารณาแผนบริหารความเสี่ยงและแผนพัฒนาบริการก่อน โดย **สาธารณูปโภค** เด่นทั้งจำนวนผู้กล่าวถึงและคะแนนความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านขั้นตอนบริการมีหลักฐานสนับสนุนจากทั้ง Matrix และผลช่องว่างความคาดหวัง ขณะที่ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องติดตามตามลักษณะความเสี่ยงของแต่ละพื้นที่

ผล Matrix ไม่ได้แปลว่าประเด็นซึ่งอยู่ต่ำกว่าจุดตัดละเลยได้ ตัวอย่างเช่น **การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร** มีคะแนนแกน Y **1.86** แต่แกน X **2.64** สูงกว่าจุดตัดของผลกระทบต่อองค์กร จึงควรมีผู้รับผิดชอบติดตาม แม้จำนวนผู้กล่าวถึงต่ำกว่าห้าประเด็นแรก

1.14 ทัศนคติ ธรรมาภิบาล และความเชื่อมั่นต่อ กนอ.

ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานบนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ กนอ. เฉลี่ย **4.76 คะแนน** อยู่ในระดับ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” รายข้อที่ได้คะแนนสูงสุดคือ **การดำเนินงานและให้บริการตามขั้นตอนอย่างโปร่งใส เท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ 4.80 คะแนน** ส่วนการเปิดเผยข้อมูลสำคัญ รวมถึงข้อมูลด้านความยั่งยืน ได้ **4.72 คะแนน** ซึ่งต่ำที่สุดในชุดคำถามนี้ แม้ยังอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์การดำเนินงานของ กนอ. มีค่าเฉลี่ย **4.76 คะแนน** ในระดับ “เชื่อมั่นมากที่สุด” ประเด็นการมุ่งเน้นบริการด้วย Smart I.E. ได้ **4.78 คะแนน** และการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ **4.77 คะแนน** ผลทั้งสองชุดสะท้อนฐานความเชื่อมั่นที่ดี แต่ชี้ด้วยว่าการเปิดเผยข้อมูลที่ผู้ใช้บริการนำไปใช้ได้จริงยังเป็นเรื่องที่ควรพัฒนา

ตารางบทสรุปที่ 10 ผลสำคัญด้านธรรมาภิบาล ภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์

ตัวชี้วัดหรือประเด็นรายข้อ	ค่าเฉลี่ย	ระดับตามรายงาน
ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	**4.76**	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
บริการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	4.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เปิดเผยข้อมูลสำคัญและข้อมูลด้านความยั่งยืน	4.72	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ กนอ. โดยรวม	4.76	เชื่อมั่นมากที่สุด
ความผูกพันของผู้ใช้บริการโดยรวม	4.67	ผูกพันมากที่สุด
ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการมีผลต่อการออกแบบบริการ	4.59	ผูกพันมากที่สุด
ความพึงพอใจต่อการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	4.78	พึงพอใจมากที่สุด
การรับฟังปัญหาและความต้องการระหว่างการเยี่ยมเยียน	4.75	พึงพอใจมากที่สุด
การรับรู้และยอมรับการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม	4.80	มากที่สุด

ความผูกพันของผู้ใช้บริการอยู่ที่ **4.67 คะแนน** โดยข้อ **“ข้อเสนอแนะของคุณมีผลต่อการออกแบบบริการของ กนอ.”** ได้ **4.59 คะแนน** ต่ำที่สุดในหกข้อของชุดความผูกพัน คะแนนนี้ยังสูงตามเกณฑ์รายงาน แต่มีความหมายเชิงบริหาร: การรับฟังจะช่วยสร้างความผูกพันได้มากขึ้นเมื่อผู้ประกอบการเห็นว่าเรื่องที่เสนอถูกพิจารณาและได้รับการแจ้งผลกลับ

1.15 ความยั่งยืนและบทบาทสนับสนุนที่ผู้ใช้บริการต้องการ

ผลด้านการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนแยกเป็นสามเรื่องที่มีความหมายต่างกัน ได้แก่ **ความพร้อมของข้อมูลตัวชี้วัด ความจำเป็นของมาตรการจูงใจ** และ **ความสำคัญของบทบาทประสานงานของ กนอ.**

ผู้ตอบประเมินความครบถ้วนของข้อมูลตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนโดยรวม **3.74 คะแนน** ในระดับ “มีค่อนข้างครบถ้วน” รายการการจ้างงานแรงงานท้องถิ่นและสถิติความปลอดภัยได้ **3.99 คะแนน** ขณะที่ข้อมูลการใช้พลังงานหมุนเวียนได้ **3.62 คะแนน** และปริมาณก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2 ได้ **3.64 คะแนน** ผลนี้ควรอ่านว่าเป็นการประเมิน **ระดับการมีข้อมูล** มิใช่คะแนนผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านมาตรการจูงใจมีคะแนนความจำเป็นโดยรวม **4.27 คะแนน** โดยสิทธิเร่งด่วนในการอนุมัติ อนุญาต หรือต่ออายุใบอนุญาตได้ **4.36 คะแนน** สูงสุด รองลงมาคืองบประมาณสนับสนุนหรือการจับคู่ที่ปรึกษาด้านเทคนิค **4.31 คะแนน** ส่วนบทบาทประสานงานของ กนอ. ได้คะแนนความสำคัญโดยรวม **4.30 คะแนน** โดยการเชื่อมกับกระทรวงพลังงานหรือ BOI เพื่อขอสิทธิประโยชน์ทางภาษีได้ **4.37 คะแนน** และการเชื่อมกับสถาบันการเงินเพื่อขอ Green Loan ได้ **4.34 คะแนน**

ตารางบทสรุปที่ 11 ผลด้านความยั่งยืนที่ควรใช้กำหนดการสนับสนุน

มิติ	คะแนนภาพรวม	รายการที่มีคะแนนสูงในมิตินั้น	คะแนน
ความครบถ้วนของข้อมูลตัวชี้วัดความยั่งยืน	3.74	ข้อมูลแรงงานท้องถิ่นและสถิติความปลอดภัย	3.99
ความจำเป็นของมาตรการจูงใจ	4.27	สิทธิเร่งด่วนด้านอนุมัติ อนุญาต หรือต่ออายุ	4.36
ความสำคัญของบทบาทประสานงาน กนอ.	4.30	เชื่อมกับกระทรวงพลังงานหรือ BOI เรื่องสิทธิประโยชน์	4.37

ผลนี้เสนอให้ กนอ. เริ่มจากการทำให้ **ข้อมูลด้านความยั่งยืนจัดเก็บและใช้ประโยชน์ได้** แล้วเชื่อมกับการสนับสนุนที่ผู้ประกอบการเห็นว่าจำเป็น เช่น คำปรึกษาทางเทคนิคและการประสานสิทธิประโยชน์ การพิจารณามาตรการเร่งด่วนด้านใบอนุญาตควรตรวจเงื่อนไขและความเป็นไปได้ของกระบวนการจริงก่อนกำหนดเป็นแนวปฏิบัติ

1.16 โครงการธงขาวดาวเขียวและความร่วมมือกับชุมชน

ผู้ใช้บริการที่ตอบคำถามเกี่ยวกับประโยชน์ของโครงการธงขาวดาวเขียวระบุว่า โครงการช่วย **ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร 924 ครั้ง** เพิ่มความเชื่อมั่นของชุมชน **851 ครั้ง** และส่งเสริมการบริหารสิ่งแวดล้อม **817 ครั้ง** อีกชุดคำถามระบุว่าการดำเนินโครงการช่วยให้ความสัมพันธ์กับชุมชนดีขึ้น **946 ครั้ง** และเกิดกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพิ่มขึ้น **872 ครั้ง**

ผู้ตอบยังเสนอสิ่งที่ต้องการจากโครงการ ได้แก่ **สิทธิประโยชน์แก่ผู้เข้าร่วม 672 ครั้ง** การอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ **641 ครั้ง** และกิจกรรมร่วมกับชุมชน **603 ครั้ง** ข้อเสนอเพื่อปรับปรุงวิธีดำเนินงานที่ปรากฏมาก ได้แก่ การลดขั้นตอนและเอกสาร **516 ครั้ง** การเพิ่มงบสนับสนุน **472 ครั้ง** และการเพิ่มระบบออนไลน์ **451 ครั้ง**

จำนวนครั้งในแต่ละคำถามอาจมีฐานผู้ตอบและเงื่อนไขการตอบต่างกัน จึงควรใช้เพื่ออ่าน **ลำดับประเด็นภายในคำถามเดียวกัน** ไม่ควรนำจำนวนครั้งจากคำถามเรื่องประโยชน์ ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะมารวมกันเป็นจำนวนผู้ใช้บริการที่ไม่ซ้ำกัน สาระเชิงบริหารคือผู้ประกอบการเห็นประโยชน์ทั้งต่อโรงงานและความสัมพันธ์กับชุมชน แต่ต้องการให้การเข้าร่วมมีการสนับสนุนที่ชัดเจนและขั้นตอนที่จัดการได้สะดวกขึ้น

1.17 ความต้องการบริการตาม Kano Model

รายงานใช้ Kano Model จำแนกคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ **53 รายการ** เป็นกลุ่มคุณลักษณะพื้นฐานที่ควรมี (*Must-be*) คุณลักษณะที่คุณภาพเพิ่มแล้วความพึงพอใจเพิ่ม (*One-dimensional*) คุณลักษณะที่สร้างความประทับใจเพิ่มเติม (*Attractive*) และคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความพึงพอใจน้อย (*Indifferent*)

ในตารางสรุปของกลุ่มลูกค้าเริ่มต้น เติบโต และมั่นคง แต่ละกลุ่มมีคุณลักษณะ **Must-be 15 รายการ One-dimensional 21 รายการ Attractive 15 รายการ และ Indifferent 2 รายการ** ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการสัญชาติตะวันตก

มี **Must-be 15 รายการ One-dimensional 9 รายการ Attractive 27 รายการ และ Indifferent 2 รายการ** ความต่างนี้ชี้ว่าการออกแบบข้อเสนอสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจต้องพิจารณารายการบริการที่สร้างคุณค่าแตกต่างกัน

การนำ Kano ไปใช้ควรเริ่มจากการรักษาคุณลักษณะพื้นฐานให้ได้มาตรฐานก่อน แล้วจึงปรับคุณลักษณะประเภท One-dimensional ที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บริการ และพิจารณาคุณลักษณะ Attractive เป็นโอกาสเพิ่มคุณค่า ผลจำนวนรายการในตารางสรุปยังไม่เพียงพอที่จะกำหนดมาตรการเฉพาะข้อ จึงต้องอาศัยรายการทั้ง 53 ข้อประกอบการตัดสินใจ

1.18 การเยี่ยมเยียนลูกค้าและการบริหารความสัมพันธ์

ความพึงพอใจต่อการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าอยู่ที่ **4.78 คะแนน** ในระดับพึงพอใจมากที่สุด รายข้อที่ได้คะแนนสูงสุดคือ **การให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ 4.81 คะแนน** รองลงมาคือ **การประสานช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา 4.80 คะแนน** ส่วนการรับฟังปัญหาและความต้องการได้ **4.75 คะแนน** ต่ำที่สุดในชุดคำถามนี้

เมื่อนำมาอ่านร่วมกับคะแนนความผูกพันเรื่องข้อเสนอแนะมีผลต่อการออกแบบบริการ **4.59 คะแนน** ประเด็นพัฒนาที่ชัดเจนคือทำให้การเยี่ยมเยียนมีวงจรติดตามครบถ้วน ได้แก่ **รับฟัง บันทึก ส่งต่อ แจ้งผล และตรวจว่าปัญหาคลี่คลายหรือไม่** การเยี่ยมเยียนที่สม่ำเสมอมีคุณค่าอยู่แล้ว แต่ผู้ใช้บริการควรมองเห็นผลของความคิดเห็นที่ตนให้ด้วย

1.19 การรับรู้ด้านนวัตกรรมและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ

การรับรู้และยอมรับการบริหารจัดการด้านนวัตกรรมของ กนอ. อยู่ที่ **4.80 คะแนน** รายข้อกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมนวัตกรรมได้ **4.83 คะแนน** และการพัฒนา Eco Platform ได้ **4.81 คะแนน** ส่วนระบบเฝ้าระวังด้านสิ่งแวดล้อม e-Monitoring ได้ **4.77 คะแนน** ผลนี้สนับสนุนให้ กนอ. แสดงให้ผู้ประกอบการเห็นว่าเครื่องมือและโครงการนวัตกรรมช่วยการทำงานหรือการจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่อย่างไร

ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการในรายงานช่วยระบุเรื่องที่ควรเชื่อมกับผลสำรวจด้านอื่นโดยตรง เช่น

ตารางบทสรุปที่ 12 ข้อเสนอแนะที่ถูกกล่าวถึงสูงและความเชื่อมโยงกับผลสำรวจ

ข้อเสนอแนะที่ผู้ใช้บริการระบุ	จำนวนครั้ง	ร้อยละตามตารางต้นทาง	ผลสำรวจที่เกี่ยวข้อง
ลดขั้นตอนและระยะเวลาอนุมัติอนุญาต	749	47.11	ช่องว่างด้านขั้นตอน P–E เท่ากับ −0.08; ผู้กังวลเรื่องขั้นตอน 520 คน
พัฒนาสาธารณูปโภค โดยเฉพาะไฟฟ้า น้ำ และระบบระบายน้ำ	728	45.79	ผู้กังวลเรื่องสาธารณูปโภค 1,240 คน
แจ้งข้อมูล กฎหมาย และเหตุการณ์สำคัญอย่างรวดเร็ว	702	44.15	คะแนนด้านช่องทางติดต่อสื่อสาร 4.77
เพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษีและมาตรการลดต้นทุน	694	43.65	ด้านราคาและค่าธรรมเนียมมีช่องว่าง P–E เท่ากับ −0.13
เพิ่มบริการออนไลน์และ One Stop Service	655	41.19	ผลด้านขั้นตอนบริการและความพร้อมของจุดให้บริการ
เพิ่มการเยี่ยมเยียน รับฟัง และติดตามปัญหา	612	38.49	คะแนนด้านการรับฟังระหว่าง CRM เท่ากับ 4.75

ข้อเสนอแนะสามอันดับแรกเชื่อมกับผลการวิเคราะห์ก่อนหน้าอย่างชัดเจน ได้แก่ **ขั้นตอน สาธารณูปโภค และข้อมูลข่าวสาร** ส่วนเรื่องสิทธิประโยชน์สัมพันธ์กับมุมมองด้านต้นทุนของผู้ประกอบการ การสังเคราะห์ทั้งหมดควรนำไปกำหนดแผนที่แยกเรื่องซึ่ง กนอ. ดำเนินการได้โดยตรงออกจากเรื่องที่ต้องประสานหน่วยงานหรือผู้ให้บริการอื่น

ผู้ใช้บริการให้คะแนนธรรมาภิบาล **4.76** ความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ **4.76** ความผูกพัน **4.67** CRM **4.78** และนวัตกรรม **4.80 คะแนน** ทุกชุดอยู่ในระดับสูงตามเกณฑ์ของรายงาน ประเด็นที่ควรพัฒนาต่อคือทำให้ผู้ประกอบการ **เห็นผล**

จากข้อเสนอแนะ ได้รับข้อมูลที่ใช้ตัดสินใจ และเข้าถึงการสนับสนุนด้านความยั่งยืนได้จริง ข้อเสนอแนะที่มีจำนวนกล่าวถึงสูงยังย้ำความจำเป็นในการปรับขั้นตอนบริการ สาธารณูปโภค และการสื่อสาร ครั้งที่ 5 จะนำผลปี 2569 ไปพิจารณาร่วมกับแนวโน้ม **2565–2569** และผลเปรียบเทียบ กนอ. กับคู่แข่ง

1.20 ความพึงพอใจของ กนอ. เทียบกับพื้นที่คู่แข่ง

ไฟล์ส่วนที่สองเปรียบเทียบคะแนนของ กนอ. กับพื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่ง **6 แห่ง** ได้แก่ โรจนะ นวนคร 304 สยามอีสเทิร์น กบินทร์บุรี และ WHA สระบุรี ผลที่แสดงในตารางพบว่า **คะแนน กนอ. สูงกว่าคะแนนของคู่แข่งแต่ละแห่งในทั้ง 7 ด้านที่เปรียบเทียบ** ด้านคุณภาพพนักงานเป็นด้านที่ กนอ. ได้คะแนนสูงสุด **4.89** ส่วนด้านราคาและค่าธรรมเนียมเป็นด้านที่ กนอ. ได้คะแนนต่ำสุดในชุดเปรียบเทียบนี้ที่ **4.76**

ตารางบทสรุปที่ 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจ 7 ด้านของ กนอ. กับคู่แข่ง

ด้านการให้บริการ	กนอ.	โรจนะ	นวนคร	304	สยามอีสเทิร์น	กบินทร์บุรี	WHA สระบุรี
ผลิตภัณฑ์และบริการ	4.83	3.99	3.90	4.25	3.80	4.10	4.22
ราคาและค่าธรรมเนียม	4.76	3.81	3.64	4.10	3.63	4.12	4.52
จุดให้บริการผู้ใช้บริการ	4.82	3.91	3.72	4.23	3.71	4.06	4.30
ช่องทางติดต่อสื่อสาร	4.80	4.04	3.83	4.29	3.86	4.15	4.37
คุณภาพพนักงาน	4.89	4.10	3.88	4.34	3.91	4.19	4.40
ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	4.79	4.06	3.82	4.31	3.85	4.17	4.39
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.79	4.04	3.80	4.28	3.83	4.13	4.36

ผลเปรียบเทียบนี้สะท้อนข้อได้เปรียบเชิงคะแนนของ กนอ. ในกลุ่มที่รายงานสำรวจ แต่ต้องตีความตามขอบเขตตัวอย่างของแต่ละพื้นที่ ไม่ควรสรุปว่า กนอ. เหนือกว่าคู่แข่งทั้งหมดในตลาดจากตารางนี้เพียงตารางเดียว โดยเฉพาะเมื่อพื้นที่คู่แข่งมีเงื่อนไขด้านทำเล อายุโครงการ และรูปแบบบริการแตกต่างกัน

แม้ กนอ. จะได้คะแนนด้านราคา **4.76** สูงกว่าคู่แข่งทั้งหกแห่งในตาราง แต่ผลผู้ใช้บริการปัจจุบันของ กนอ. ในครั้งที่ 2–3 ยังแสดงว่า **ราคาและค่าธรรมเนียมเป็นด้านที่มีช่องว่างความคาดหวังมากที่สุด (−0.13)** และมีคะแนนความไม่พึงพอใจสูงที่สุด (**2.10**) ข้อค้นพบสองชุดนี้อยู่ร่วมกันได้: ผู้ตอบอาจประเมิน กนอ. สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น แต่ยังคาดหวังให้ กนอ. อธิบายหรือพัฒนาความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

1.21 ความภักดี ธรรมาภิบาล CRM และนวัตกรรมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ผลเปรียบเทียบไม่ได้จำกัดอยู่ที่ความพึงพอใจ 7 ด้าน ตารางของรายงานยังแสดงคะแนนด้านความภักดี ธรรมาภิบาล การเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และนวัตกรรม

ตารางบทสรุปที่ 15 ตัวชี้วัดภาพรวมของ กนอ. เทียบกับคู่แข่ง

ตัวชี้วัด	กนอ.	คู่แข่งภาพรวมตามรายงาน	ผลต่าง กนอ.−คู่แข่ง
ความภักดี	**4.78**	**4.12**	**+0.66**
ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี	4.76	4.18	+0.58
ความพึงพอใจต่อการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	4.78	4.15	+0.63
การรับรู้และยอมรับด้านนวัตกรรม	4.80	4.17	+0.63

ความภักดีของ กนอ. สูงกว่าคู่แข่งภาพรวม **0.66 คะแนน** โดยข้อความเห็นว่า **“ไม่มีพื้นที่อื่นทดแทนได้”** มีส่วนต่างสูงสุดในชุดความภักดี **0.75 คะแนน** อย่างไรก็ดี คะแนนของ กนอ. ในข้อนี้คือ **4.70** ซึ่งต่ำกว่าข้อความยินดีลงทุนต่อ **4.82** ตามที่กล่าวในครั้งที่ 3 จึงควรรักษาประสบการณ์บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการอยู่ต่อ พร้อมพัฒนาคุณค่าที่ผู้ประกอบการรู้สึกว่ามีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ กนอ.

ด้านธรรมาภิบาล กนอ. ได้ **4.76** เทียบกับคู่แข่งภาพรวม **4.18** ด้าน CRM ได้ **4.78** เทียบกับ **4.15** และด้านนวัตกรรมได้ **4.80** เทียบกับ **4.17** คะแนนเหล่านี้เป็นจุดแข็งในผลเปรียบเทียบ แต่รายข้อของ กนอ. ยังให้ทิศทางพัฒนาได้ เช่น การเปิดเผยข้อมูลที่ได้ **4.72** การรับฟังปัญหาระหว่างเยี่ยมเยียนที่ได้ **4.75** และการรับรู้ระบบ e-Monitoring ที่ได้ **4.77** การรักษาข้อได้เปรียบจึงควรทำควบคู่กับการปรับเรื่องที่ผู้ใช้บริการให้คะแนนต่ำกว่ารายการอื่นภายในชุดเดียวกัน

1.22 สาระเชิงบริหารจากผลเปรียบเทียบ

ผลครั้งที่ 5 ให้ข้อสรุปสามประการ ประการแรก กนอ. มี **คะแนนสูงกว่าคู่แข่งทั้งหกแห่งในตารางความพึงพอใจ 7 ด้าน** และสูงกว่าค่าคู่แข่งภาพรวมในด้านความภักดี ธรรมาภิบาล CRM และนวัตกรรม ประการที่สอง ข้อได้เปรียบเมื่อเทียบภายนอกไม่ได้ลบความจำเป็นต้องปรับปรุงเรื่องที่ผู้ใช้บริการของ กนอ. ระบุเอง โดยเฉพาะราคา ขั้นตอนบริการ และสาธารณูปโภค ประการที่สาม การอธิบายแนวโน้มปี **2565–2569** ต้องใช้หัวปีที่แก้ถูกและตรวจความสอดคล้องของค่าปีล่าสุดก่อนสรุปการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวเลข

1.23 อดีตผู้ใช้บริการ: ปรับกระบวนการเมื่อออกจากนิคม

รายงานรวบรวมความเห็นจากอดีตผู้ใช้บริการ **5 ราย** กลุ่มนี้มีจำนวนตัวอย่างน้อย จึงเหมาะสำหรับค้นหาปัญหาและออกแบบบริการ มากกว่านำร้อยละไปอ้างแทนอดีตผู้ใช้บริการทั้งหมด ข้อเสนอที่ตรงกันทั้ง 5 รายคือการจัดบริการ **One Stop Exit Service** สำหรับการคืนสิทธิ โอนสิทธิ และยุติกิจการ

ตารางสรุปที่ 16 ประเด็นจากอดีตผู้ใช้บริการ (ฐาน 5 ราย)

ข้อเสนอ	จำนวน	นัยต่อการดำเนินงาน
จัด One Stop Exit Service	5 ราย (100%)	กำหนดจุดรับเรื่องหลักและดูแลเรื่องจนเสร็จ
จัดคู่มือหรือรายการเอกสาร และเชื่อมการประสานงาน	2 ราย (40%)	ลดการยื่นเอกสารซ้ำและการติดต่อหลายฝ่าย
เพิ่มข้อมูลและบริการภาษาต่างประเทศ	2 ราย (40%)	ช่วยผู้ประกอบการต่างชาติทำขั้นตอนออกจากพื้นที่
พัฒนาระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์และติดตามสถานะ	1 ราย (20%)	ให้ตรวจสอบความคืบหน้าได้

รายละเอียดความไม่พึงพอใจในรายงานชี้ไปที่ขั้นตอนคืนสิทธิ โอนกรรมสิทธิ์ ยกเลิกกิจการ และถอนบริการสาธารณูปโภค รวมถึงข้อมูลที่มาจากหลายช่องทางไม่ตรงกัน กนอ. จึงควรทดลองใช้รายการเอกสารชุดเดียว กรอบเวลาดำเนินงาน และหมายเลขติดตามเรื่องกับกรณีจริง แล้วเก็บข้อมูลว่าขั้นตอนใดใช้เวลานานที่สุด

ข้อควรระวังในการอ้างอิง: ตารางเปรียบเทียบคะแนนของกลุ่มอดีตผู้ใช้บริการบางตารางระบุคำว่า **“สมมติ”** ไว้ในหัวตาราง บทสรุปนี้จึงไม่ใช้คะแนนในตารางดังกล่าวเป็นหลักฐานว่าคะแนนของอดีตผู้ใช้บริการสูงหรือต่ำกว่ากลุ่มอื่น

1.24 ผู้มีศักยภาพเป็นลูกค้า: เปลี่ยนความสนใจให้เป็นการตัดสินใจ

กลุ่มผู้มีศักยภาพเป็นลูกค้ามี **11 ราย** ในจำนวนนี้สนใจลงทุนในนิคมของ กนอ. **8 ราย (72.73%)** อยู่ระหว่างตัดสินใจหรือไม่แสดงความคิดเห็น 2 ราย และยังไม่สนใจ 1 ราย ผลดังกล่าวบอกทิศทางการติดตามลูกค้ากลุ่มนี้ แต่ยังไม่ใช่อัตราความสนใจของตลาดทั้งหมด

ปัจจัยที่ถูกเลือกมากที่สุดคือความพร้อมและเสถียรภาพของสาธารณูปโภค **10 จาก 11 ราย (90.91%)** รองลงมาคือทำเลและโลจิสติกส์ รวมทั้งสิทธิประโยชน์ด้านภาษีและที่ไม่ใช่ภาษี อย่างละ **9 ราย (81.82%)** ราคาและค่าธรรมเนียม กับ

ความรวดเร็วของขั้นตอนอนุมัติ–อนุญาต ถูกเลือกอย่างละ **8 ราย (72.73%)** คำตอบเหล่านี้สอดคล้องกับข้อเสนอให้จัดข้อมูลเปรียบเทียบพื้นที่ว่าง ราคา สาธารณูปโภค และสิทธิประโยชน์ที่เป็นปัจจุบัน

ตารางสรุปที่ 17 ช่องทางและข้อมูลที่ควรจัดให้ผู้ลงทุน (ฐาน 11 ราย)

สิ่งที่รายงานพบ	จำนวนผู้เลือก	แนวทางตอบสนอง
รู้จัก กนอ. ผ่านเครือข่ายธุรกิจหรือคำแนะนำ	9 (81.82%)	ให้ข้อมูลที่พันธมิตรใช้ส่งต่อได้อย่างถูกต้อง
รู้จักผ่านเว็บไซต์ กนอ.	8 (72.73%)	ปรับข้อมูลพื้นที่และเงื่อนไขให้ค้นหาและเปรียบเทียบได้
ต้องการติดต่อทางอีเมล	10 (90.91%)	ส่งข้อมูลโครงการพร้อมชื่อผู้รับผิดชอบและกำหนดเวลาตอบ
ต้องการติดต่อผ่านเว็บไซต์	9 (81.82%)	เปิดช่องทางสอบถามและติดตามคำขอ
ต้องการช่องทาง WeChat	8 (72.73%)	พิจารณาบริการข้อมูลภาษาจีนสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง
เสนอให้มีผู้ประสานงานหลักรายบริษัท	9 (81.82%)	ดูแลการสอบถาม การเยี่ยมพื้นที่ และการประสานหน่วยงาน

ผลการจัดประเภทคุณลักษณะบริการ 59 ข้อในรายงานพบว่า **28 ข้อ (47.46%)** เป็นคุณลักษณะที่ผลงานสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และ **13 ข้อ (22.03%)** เป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ต้องมี ในทางบริหารควรตรวจความครบถ้วนของข้อมูลและบริการพื้นฐานก่อน แล้วจึงเพิ่มบริการเฉพาะรายที่ช่วยให้ผู้ลงทุนเปรียบเทียบทางเลือกได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ ร้อยละชุดนี้มีฐานเป็น **จำนวนคุณลักษณะ 59 ข้อ** ไม่ใช่จำนวนผู้ตอบ 11 ราย

1.25 ข้อเสนอเพื่อตัดสินใจของผู้บริหาร

เมื่อนำผลจากทั้งสองส่วนของรายงานมาพิจารณาร่วมกัน ลำดับดำเนินงานควรเริ่มจากเรื่องที่กระทบผู้ใช้บริการปัจจุบันจำนวนมาก และกำหนดงานเฉพาะสำหรับกลุ่มที่กำลังเข้าหรือออกจากนิคม ผู้รับผิดชอบในตารางต่อไปนี้เป็น **ข้อเสนอเพื่อมอบหมายงาน** ไม่ใช่การระบุว่ารายงานได้กำหนดหน่วยงานเจ้าภาพไว้แล้ว

ตารางสรุปที่ 18 แผนดำเนินงานและตัวชี้วัดที่เสนอ

ลำดับ	งานที่ควรตัดสินใจ	ผู้รับผิดชอบที่เสนอ	ตัวชี้วัดติดตาม
เร่งด่วน 1	จัดแผนรักษาเสถียรภาพไฟฟ้า น้ำ ระบบบำบัด และการระบายน้ำ พร้อมการแจ้งเหตุล่วงหน้า	ฝ่ายบริหารนิคมร่วมกับผู้ให้บริการสาธารณูปโภค	จำนวนและระยะเวลาเหตุขัดข้อง; สัดส่วนเหตุที่แจ้งผู้ใช้บริการตามเวลาที่กำหนด
เร่งด่วน 2	ทบทวนขั้นตอนบริการที่ใช้เวลานาน จัดรายการเอกสารและระบบติดตามสถานะ	ฝ่ายบริการลูกค้า ฝ่ายอนุญาต และฝ่ายดิจิทัล	ระยะเวลาดำเนินการแต่ละประเภท; จำนวนครั้งที่ขอเอกสารเพิ่ม; สัดส่วนเรื่องที่ปิดตามกำหนด
เร่งด่วน 3	ชี้แจงองค์ประกอบราคา ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียมอย่างเป็นระบบ	ฝ่ายกำหนดอัตราค่าบริการร่วมกับฝ่ายสื่อสารลูกค้า	สัดส่วนรายการที่เผยแพร่หลักเกณฑ์ครบ; จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องค่าใช้จ่าย; ช่องว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจด้านราคา
ระยะถัดไป	ทดลอง One Stop Exit Service และจัดผู้ประสานงานหลักสำหรับกรณีออกจากนิคม	ฝ่ายบริการลูกค้าร่วมกับสำนักงานนิคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลาปิดเรื่อง; จำนวนจุดติดต่อและการยื่นเอกสารซ้ำ; ความเห็นผู้ใช้บริการหลังจบกระบวนการ
ระยะถัดไป	จัดชุดข้อมูลลงทุนที่เปรียบเทียบพื้นที่ ราคา สาธารณูปโภค และสิทธิ	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจร่วมกับฝ่ายดิจิทัลและสำนักงานนิคม	ความครบถ้วนและวันที่ปรับปรุงข้อมูล; เวลาตอบข้อสอบถาม; จำนวน

ลำดับ	งานที่ควรตัดสินใจ	ผู้รับผิดชอบที่เสนอ	ตัวชี้วัดติดตาม
	ประโยชน์ได้ พร้อมผู้ประสานงานรายบริษัท		ผู้สนใจที่เข้าสู่ขั้นเยี่ยมพื้นที่หรือยื่นคำขอ
ต่อเนื่อง	ติดตามความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และข้อกังวลของชุมชนผ่านช่องทางรับเรื่องและรายงานผล	ฝ่ายบริหารนิคมร่วมกับหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	จำนวนเหตุและข้อร้องเรียน; ระยะเวลาตอบสนอง; สัดส่วนเรื่องที่แจ้งผลกลับผู้เกี่ยวข้อง

1.26 ข้อสรุปสำหรับการติดตามผล

คะแนนความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการปัจจุบันอยู่ในระดับสูงที่ **4.78 คะแนน** แต่ยังต่ำกว่าความคาดหวัง **0.05 คะแนน** งานติดตามจึงควรดูทั้งคะแนนรวมและจุดที่ยังมีช่องว่าง โดยเฉพาะ **ราคา กระบวนการบริการ และความต่อเนื่องของสาธารณูปโภค** ส่วนอดีตผู้ใช้บริการและผู้มีศักยภาพเป็นลูกค้าควรติดตามด้วยตัวชี้วัดเฉพาะตามเส้นทางบริการของแต่ละกลุ่ม

2. ผลการสำรวจคู่ค้า (ผู้ร่วมดำเนินงาน/ผู้พัฒนานิคมอุตสาหกรรม) พ.ศ. 2569

2.1 ขอบเขตการสำรวจ

การสำรวจครั้งนี้ครอบคลุมคู่ค้า **38 บริษัท** โดยเก็บข้อมูลจากผู้แทนบริษัทละ **1 ราย** รวมผู้ตอบ **38 ราย** คู่ค้าในรายงานหมายถึงผู้ร่วมดำเนินงานหรือผู้พัฒนานิคมอุตสาหกรรม ซึ่งมีบทบาทในการจัดตั้ง พัฒนา และบริหารพื้นที่ร่วมกับ กนอ. ผลสำรวจจึงสะท้อนมุมมองขององค์กรที่ต้องประสานงานกับ กนอ. ในฐานะคู่ดำเนินงาน

การศึกษาจำแนกคู่ค้าตาม ช่วงวงจรการพัฒนานิคมอุตสาหกรรม (Life-Cycle) และ ขนาดพื้นที่นิคม การจำแนกสองลักษณะนี้สำคัญ เพราะงานที่ต้องติดต่อ กนอ. แตกต่างกันระหว่างโครงการที่กำลังพัฒนา โครงการที่เริ่มมีโรงงานดำเนินกิจการ และโครงการที่ไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ ส่วนขนาดพื้นที่อาจสัมพันธ์กับปริมาณงานและความซับซ้อนในการบริหารจัดการ

2.2 ลักษณะของคู่ค้าที่ตอบแบบสำรวจ

คู่ค้าส่วนใหญ่ 25 จาก 38 ราย (ร้อยละ 65.79) อยู่ในช่วงเริ่มมีการประกอบกิจการและยังมีพื้นที่ขายคงเหลือ รองลงมาคือกลุ่มไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ 11 ราย (ร้อยละ 28.95) ส่วนกลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาโครงการมี 2 ราย (ร้อยละ 5.26) ผลภาพรวมจึงได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ของคู่ค้าที่มีการประกอบกิจการแล้วและยังพัฒนาหรือจำหน่ายพื้นที่ต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มโครงการเริ่มต้น

ตารางสรุปที่ 19 โครงสร้างกลุ่มตัวอย่างคู่ค้า

ลักษณะ	กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละของคู่ค้า 38 ราย
ช่วงการพัฒนานิคม	พัฒนาโครงการ	2	5.26
	เริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ	**25**	**65.79**
	ไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ	11	28.95
ขนาดพื้นที่นิคม	501–1,000 ไร่	9	23.68
	1,001–3,000 ไร่	**16**	**42.11**
	มากกว่า 3,000 ไร่	13	34.21
ระยะเวลาดำเนินงานของสถานประกอบการ	น้อยกว่า 3 ปี	4	10.53
	3–10 ปี	12	31.58
	มากกว่า 10 ปี	**21**	**55.26**
	ยังไม่เปิดบริการ	1	2.63

คู่ค้ากว่าครึ่งหนึ่งดำเนินงานมากกว่า 10 ปี จึงมีประสบการณ์ในการประสานงานระยะยาวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกัน กลุ่มขนาดพื้นที่ 1,001–3,000 ไร่ มีจำนวนมากที่สุด 16 ราย แต่ทั้งสามกลุ่มขนาดพื้นที่มีตัวแทนอยู่ในผลสำรวจ ทำให้บทสรุปสามารถพิจารณาความเห็นของโครงการขนาดต่างกันได้

สำหรับประเภทการดำเนินงาน ตารางข้อมูลทั่วไประบุว่า ทั้ง 38 รายเกี่ยวข้องกับเขตอุตสาหกรรมทั่วไป นอกจากนี้ยังมีผู้ระบุเขตประกอบการเสรี 10 ราย และเขตพาณิชย์ 8 ราย รายการประเภทการดำเนินงานนี้ เลือกได้มากกว่าหนึ่งประเภท จึงไม่ควรนำจำนวนทั้งสามรายการมาบวกเป็นจำนวนคู่ค้าใหม่

2.3 ความพึงพอใจภาพรวมต่อ กนอ.

คู่ค้ามีความพึงพอใจต่อการร่วมดำเนินงานกับ กนอ. เฉลี่ย 4.69 คะแนน อยู่ในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” คะแนนนี้แสดงว่าคู่ค้าที่ตอบแบบสำรวจประเมินความสัมพันธ์และการดำเนินงานร่วมกับ กนอ. ในทางบวกโดยรวม อย่างไรก็ตาม คะแนนภาพรวมไม่สามารถบอกได้ว่าขั้นตอนใดตอบสนองคู่ค้าได้ดีที่สุดหรือขั้นตอนใดยังเป็นปัญหา จึงต้องอ่านร่วมกับผลความคาดหวัง ความไม่พึงพอใจ และความกังวลในครั้งต่อไป

ตารางสรุปที่ 20 ความพึงพอใจต่อ กนอ. จำแนกตามลักษณะโครงการ

การจำแนก	กลุ่มคู่ค้า	จำนวนราย	คะแนนเฉลี่ย	ระดับ
ช่วงการพัฒนา	พัฒนาโครงการ	**2**	**4.55**	พึงพอใจมากที่สุด
	เริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ	25	4.68	พึงพอใจมากที่สุด
	ไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ	11	**4.76**	พึงพอใจมากที่สุด
ขนาดพื้นที่	501–1,000 ไร่	9	**4.73**	พึงพอใจมากที่สุด
	1,001–3,000 ไร่	16	4.70	พึงพอใจมากที่สุด
	มากกว่า 3,000 ไร่	13	4.65	พึงพอใจมากที่สุด
	ภาพรวมคู่ค้า	**38**	**4.69**	**พึงพอใจมากที่สุด**

2.4 ความแตกต่างตามช่วงการพัฒนา

เมื่อจำแนกตาม Life-Cycle กลุ่ม ไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ ได้คะแนนสูงสุด 4.76 คะแนน รองลงมาคือกลุ่ม เริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ 4.68 คะแนน ส่วนกลุ่ม พัฒนาโครงการ 4.55 คะแนน ได้คะแนนต่ำสุด ทั้งสามกลุ่มยังอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยคะแนนสูงสุดกับต่ำสุดห่างกัน 0.21 คะแนน

ความแตกต่างนี้เป็นสัญญาณให้พิจารณาว่าคู่ค้าในช่วงเริ่มพัฒนาโครงการอาจต้องการการสนับสนุนเฉพาะด้าน เช่น ความชัดเจนของข้อกำหนด ขั้นตอนอนุมัติ และการประสานงาน แต่ กลุ่มพัฒนาโครงการมีผู้ตอบเพียง 2 ราย คะแนน 4.55 จึงใช้บรรยายความเห็นของผู้ตอบสองรายนี้ได้ ไม่เพียงพอที่จะสรุปว่าคู่ค้าในช่วงพัฒนาโครงการทั้งหมดพึงพอใจต่ำกว่า เพราะอยู่ในช่วงดังกล่าว

ในทางปฏิบัติ กนอ. ควรใช้ผลนี้เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการรับฟังรายละเอียดของโครงการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นเพิ่มเติม แล้วจึงพิจารณาว่าควรจัดผู้ประสานงาน คู่มือขั้นตอน หรือกรอบเวลาบริการเฉพาะช่วงพัฒนาโครงการอย่างไร

2.5 ความแตกต่างตามขนาดพื้นที่

คู่ค้ากลุ่มพื้นที่ 501–1,000 ไร่ ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.73 คะแนน ตามด้วยกลุ่ม 1,001–3,000 ไร่ 4.70 คะแนน และกลุ่ม มากกว่า 3,000 ไร่ 4.65 คะแนน คะแนนสูงสุดกับต่ำสุดต่างกัน 0.08 คะแนน และทุกกลุ่มอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

ผลนี้แสดงว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับใกล้เคียงกันในสามกลุ่มขนาดพื้นที่ ขณะเดียวกัน คะแนนของกลุ่มพื้นที่มากกว่า 3,000 ไร่ต่ำกว่ากลุ่มอื่นเล็กน้อย จึงควรตรวจจากประเด็นบริการรายข้อในส่วนถัดไปว่าโครงการขนาดใหญ่พบภาระการประสานงานหรือขั้นตอนที่ต่างจากโครงการขนาดอื่นหรือไม่ คะแนนเฉลี่ยชุดนี้เพียงอย่างเดียวยังไม่พิสูจน์ว่าขนาดพื้นที่เป็นสาเหตุของ**ความแตกต่าง**

2.6 สาระสำหรับผู้บริหาร

- คู่ค้า **38 บริษัท** ประเมินความพึงพอใจต่อ กนอ. ในระดับ **พึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ย 4.69 คะแนน**
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง **เริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ** จึงควรรักษาบริการที่รองรับงานประสานต่อเนื่องของกลุ่มนี้
- กลุ่ม **พัฒนาโครงการ** มีคะแนน 4.55 แต่มีเพียง **2 ราย** ควรใช้ผลเป็นสัญญาณให้สอบถามปัญหาเชิงลึกเพิ่มเติม
- คะแนนของคู่ค้าตามขนาดพื้นที่ต่างกันไม่มาก โดยอยู่ระหว่าง **4.65–4.73 คะแนน** ประเด็นที่ควรตัดสินใจต่อจึงอยู่ที่ *รายละเอียดบริการและความกังวล* มากกว่าคะแนนภาพรวม

2.7 ความต้องการและความคาดหวังต่อบริการ 7 ด้าน

บทที่ 11 ระบุว่าคู่ค้ามีความคาดหวังต่อการให้บริการของ กนอ. สูงในทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับ **ขั้นตอนและกระบวนการบริการ** ตามด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ และคุณภาพบุคลากร ลำดับดังกล่าวสอดคล้องกับลักษณะงานของคู่ค้าที่ต้องประสานเรื่องการจัดตั้ง พัฒนา และบริหารนิคมอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม หัวคอลัมน์ในตารางต้นฉบับระบุชัดว่า **“แนวคะแนนความคาดหวังที่เสนอ”** ตัวเลขในตารางต่อไปนี้จึงเป็น *คะแนนที่ปรากฏในตารางร่างของรายงาน* ยังไม่ควรอ้างว่าเป็นค่าเฉลี่ยจากคำตอบของคู่ค้า 38 รายที่ตรวจสอบแล้ว

ตารางสรุปที่ 21 แนวคะแนนความคาดหวัง 7 ด้านตามตารางร่างในรายงาน

อันดับ	ด้านบริการ	แนวคะแนนที่เสนอ
1	ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	**4.85**
2	ผลิตภัณฑ์และบริการ	4.84
3	คุณภาพของบุคลากร กนอ.	4.83
4	การให้บริการของสำนักงาน กนอ.	4.81
5	ช่องทางสื่อสาร ข้อมูลและข่าวสาร	4.79
6	ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย	4.77
7	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.71
	ภาพรวม	**ประมาณ 4.80**

ตัวเลขชุดนี้ใช้ช่วยมอง **ประเด็นที่รายงานตั้งใจให้ความสำคัญ** ได้ แต่ยังใช้คำนวณ “ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ” อย่างเป็นทางการไม่ได้ เพราะตารางไม่ได้แสดงผลคำนวณจากคำตอบรายบุคคลหรือคะแนนความพึงพอใจรายด้านที่ใช้ฐานเดียวกัน เมื่อมีข้อมูลดิบ ควรคำนวณค่าเฉลี่ยความคาดหวังแต่ละด้านใหม่ แล้วจึงจับคู่กับคะแนนความพึงพอใจของด้านเดียวกัน

2.8 ความไม่พึงพอใจ: คะแนนรวมต่ำ แต่ขั้นตอนบริการเด่นกว่าปัญหาอื่น

คู่ค้ามีความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ กนอ. ในภาพรวมเฉลี่ย **1.77 คะแนน** อยู่ในระดับ **“ไม่พึงพอใจน้อยที่สุด”** ตามเกณฑ์ที่รายงานใช้ คะแนนนี้สอดคล้องในทิศทางกับความพึงพอใจรวม **4.69 คะแนน** ที่รายงานไว้ในครั้งที่ 1

เมื่อพิจารณารายด้าน **ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการมีคะแนนความไม่พึงพอใจสูงที่สุด 1.93 คะแนน** รองลงมาคือ **ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย 1.89 คะแนน** ส่วนคุณภาพบุคลากรมีคะแนนต่ำที่สุด **1.62 คะแนน** สำหรับตัวชี้วัดนี้ *คะแนนสูงขึ้นหมายถึงความไม่พึงพอใจมากขึ้น* จึงต้องอ่านทิศทางต่างจากคะแนนความพึงพอใจและความภักดี

ตารางสรุปที่ 22 ความไม่พึงพอใจต่อ กนอ. จำแนกตามด้าน

ลำดับจากคะแนนสูงไปต่ำ	ด้าน	คะแนนความไม่พึงพอใจ
1	ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	1.93
2	ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย	1.89
3	สภาพแวดล้อมทางกายภาพในสำนักงานใหญ่	1.76
4	ช่องทางสื่อสาร ข้อมูลและข่าวสาร	1.75
5	ผลิตภัณฑ์และบริการ	1.73
6	การให้บริการของสำนักงานใหญ่ กนอ.	1.70
7	คุณภาพบุคลากร กนอ.	1.62
	ภาพรวมความไม่พึงพอใจ	**1.77**

ประเด็นขั้นตอนบริการมีความสำคัญเชิงบริหาร แม้คะแนน 1.93 ยังอยู่ในระดับความไม่พึงพอใจน้อย เพราะเป็นคะแนนสูงสุดในกลุ่มบริการที่ประเมิน และเกี่ยวข้องโดยตรงกับเวลาที่คู่ค้าใช้ในการดำเนินโครงการ ส่วนคะแนนด้านบุคลากรที่ต่ำที่สุดเป็นจุดแข็งที่ควรรักษาไว้ โดยเฉพาะความสามารถในการตอบคำถามและประสานงานเมื่อกระบวนการมีหลายขั้นตอน

2.9 ความไม่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างไรระหว่างกลุ่มคู่ค้า

เมื่อจำแนกตามช่วงการพัฒนา กลุ่ม **พัฒนาโครงการ** มีคะแนนความไม่พึงพอใจรวม **1.91 คะแนน** สูงกว่ากลุ่มที่เริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ **1.78 คะแนน** และกลุ่มไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ **1.68 คะแนน** ทิศทางนี้สอดคล้องกับคะแนนความพึงพอใจรวมในครั้งที่ 1 ซึ่งกลุ่มพัฒนาโครงการได้คะแนนต่ำสุด

ในกลุ่มพัฒนาโครงการ ประเด็นที่ได้คะแนนความไม่พึงพอใจสูงคือ **ขั้นตอนและกระบวนการ 2.07 คะแนน** และ **ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย 2.03 คะแนน** ข้อมูลนี้ใช้ตั้งโจทย์สำหรับการรับฟังเพิ่มเติมได้ว่า คู่ค้าในช่วงจัดตั้งโครงการพบความไม่ชัดเจนหรือภาระงานส่วนใด แต่กลุ่มดังกล่าวมีผู้ตอบ **เพียง 2 ราย** จึงยังไม่ควรสรุปว่าเป็นปัญหาทั่วไปของโครงการระยะพัฒนาทั้งหมด

หากจำแนกตามขนาดพื้นที่ กลุ่ม **มากกว่า 3,000 ไร่** มีความไม่พึงพอใจรวม **1.82 คะแนน** เทียบกับกลุ่ม **1,001–3,000 ไร่ 1.77 คะแนน** และกลุ่ม **501–1,000 ไร่ 1.72 คะแนน** ทั้งสามกลุ่มมีคะแนนใกล้กัน ผลนี้บอกทิศทางสำหรับตรวจสอบรายละเอียดบริการรายกลุ่มเพิ่มเติม แต่ยังไม่ชี้ว่าขนาดพื้นที่เป็นสาเหตุของความแตกต่าง

2.10 ความภักดี: คู่ค้ายินดีร่วมดำเนินงานต่อ

คะแนนความภักดีต่อ กนอ. เฉลี่ย **4.73 คะแนน** อยู่ในระดับ **“ภักดีมากที่สุด”** ข้อที่ได้คะแนนสูงสุดคือ **ความยินดีที่จะร่วมดำเนินงานกับ กนอ. ต่อไปในอนาคต 4.82 คะแนน** ตามด้วยความมั่นใจต่อการดำเนินงาน **4.78 คะแนน** และความยินดีที่จะแนะนำ กนอ. **4.77 คะแนน**

ตารางสรุปที่ 23 ตัวชี้วัดความภักดีที่สำคัญ

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย
ยินดีร่วมดำเนินงานกับ กนอ. ต่อไปในอนาคต	4.82
มั่นใจต่อการดำเนินงานของ กนอ.	4.78
ยินดีแนะนำ กนอ. ให้ผู้อื่น	4.77
ภูมิใจที่ได้ร่วมดำเนินงานกับ กนอ.	4.76
เห็นว่า กนอ. ดูแลเอาใจใส่และบริการเป็นอย่างดี	4.75
เห็นว่า กนอ. เป็นผู้ร่วมดำเนินงานที่สมบูรณ์แบบ	4.67
เห็นว่าไม่มีองค์กรใดทดแทน กนอ. ได้	4.60
ความภักดีภาพรวม	**4.73**

แม้ทุกข้ออยู่ในระดับสูงที่สุด แต่ข้อความว่า **“ไม่มีองค์กรใดทดแทน กนอ. ได้”** มีคะแนนต่ำสุด และต่ำกว่าความยินดีร่วมดำเนินงานต่อ **0.22 คะแนน** ข้อค้นพบนี้ควรอ่านอย่างระมัดระวัง: คู่ค้ามีท่าทีเชิงบวกและต้องการรักษาความร่วมมือ แต่ยังมองเห็นคุณค่าของทางเลือกหรือรูปแบบการดำเนินงานอื่นได้ คะแนนความภักดีจึงเป็นเหตุให้รักษาคุณภาพการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ความภักดีจำแนกตามช่วงพัฒนาอยู่ที่ **4.62 คะแนน** สำหรับกลุ่มพัฒนาโครงการ **4.73 คะแนน** สำหรับกลุ่มเริ่มมีการประกอบกิจการและมีพื้นที่ขายคงเหลือ และ **4.81 คะแนน** สำหรับกลุ่มไม่มีพื้นที่ขายคงเหลือ ส่วนเมื่อจำแนกตามขนาดพื้นที่ คะแนนอยู่ระหว่าง **4.69–4.77 คะแนน** ทุกกลุ่มยังอยู่ในระดับภักดีมากที่สุด

2.11 ข้อสรุปเพื่อนำไปพิจารณาต่อ

ผลที่ควรนำไปตรวจเชิงลึกเป็นอันดับแรกคือ **ขั้นตอนบริการและค่าใช้จ่าย** เพราะเป็นสองด้านที่มีคะแนนความไม่พึงพอใจสูงสุด และเป็นเรื่องที่คู่ค้าต้องพบระหว่างการพัฒนาโครงการ ขณะเดียวกัน คะแนนความภักดี **4.73** แสดงว่าคู่ค้ายังให้คุณค่ากับการร่วมงานกับ กนอ. การปรับปรุงขั้นตอนจึงควรมุ่งลดภาระที่คู่ค้าพบจริง เช่น ความไม่ชัดเจนของเอกสาร ระยะเวลารอ และการประสานหลายหน่วยงาน

3. ผลการสำรวจผู้ใช้บริการในพื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่ง พ.ศ. 2569

3.1 ขอบเขตและลักษณะกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจครั้งนี้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในพื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่งภายในประเทศ **6 แห่ง** ครอบคลุมสถานประกอบการ **200 แห่ง** โดยเก็บข้อมูลแห่งละ 2 ราย ได้แก่ ผู้บริหาร 1 ราย และผู้ปฏิบัติการ 1 ราย รวมผู้ตอบแบบสอบถาม **400 ราย** การจัดกลุ่มผู้ตอบเช่นนี้ช่วยให้ผลสำรวจครอบคลุมทั้งมุมมองของผู้ตัดสินใจลงทุนและมุมมองของผู้ที่ติดต่อใช้บริการในงานประจำ

พื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร เขตอุตสาหกรรม 304 เขตประกอบการอุตสาหกรรมสยามอีสเทิร์นอินดัสเตรียลพาร์ค เขตประกอบการอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี และเขตประกอบการอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ สระบุรี

ตารางสรุปที่ 24 ลักษณะสำคัญของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน	ร้อยละของผู้ตอบ 400 ราย
สถานประกอบการที่สำรวจ	200 แห่ง	—
ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	400 ราย	100.00
ผู้บริหาร	200 ราย	50.00
ผู้ปฏิบัติการ	200 ราย	50.00
ผู้ตอบที่ทำงานในสถานประกอบการมากกว่า 20 ปี	160 ราย	40.00
ผู้ตอบจากกิจการที่ดำเนินงานในพื้นที่มากกว่า 10 ปี	248 ราย	62.00
ผู้ตอบจากกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน	328 ราย	82.00
ผู้ตอบจากกลุ่ม S-Curve และ New S-Curve รวมกัน	72 ราย	18.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์กับพื้นที่อุตสาหกรรมมาเป็นเวลานาน โดยร้อยละ 62.00 มาจากกิจการที่ดำเนินงานในพื้นที่มากกว่า 10 ปี ความเห็นที่ได้รับจึงมีประโยชน์ต่อการพิจารณาคุณภาพบริการที่ผู้ประกอบการพบอย่าง

ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม โครงสร้างตัวอย่างกระจุกอยู่ในอุตสาหกรรมพื้นฐานร้อยละ 82.00 ผลสรุปจึงควรอ่านควบคู่กับองค์ประกอบของกลุ่มผู้ตอบเมื่อนำไปใช้พิจารณาความต้องการของอุตสาหกรรมใหม่

ในด้านสัญชาติของผู้ประกอบการ ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประเทศตะวันออก **386 ราย หรือร้อยละ 96.50** โดยญี่ปุ่นมี 170 ราย (ร้อยละ 42.50) ไทย 160 ราย (ร้อยละ 40.00) และจีน 34 ราย (ร้อยละ 8.50) ข้อมูลนี้ชี้ว่าการสื่อสารและการบริการผู้ประกอบการที่มีภูมิหลังต่างกันเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ควรพิจารณาในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่อุตสาหกรรม

3.2 ภาพรวมความพึงพอใจต่อพื้นที่คู่แข่ง

ผู้ใช้บริการในพื้นที่คู่แข่งทั้ง 6 แห่งมีความพึงพอใจในภาพรวมเฉลี่ย **4.00 คะแนน** อยู่ในระดับ **“พึงพอใจมาก”** คะแนนของแต่ละพื้นที่อยู่ระหว่าง **3.76–4.32 คะแนน** หรือห่างกัน **0.56 คะแนน** แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ของผู้ใช้บริการแตกต่างกันพอสมควรระหว่างพื้นที่ แม้ทุกแห่งได้รับการประเมินอย่างน้อยในระดับพึงพอใจมาก

ตารางสรุปที่ 25 ความพึงพอใจภาพรวม จำแนกตามพื้นที่คู่แข่ง

อันดับ	พื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่ง	คะแนนเฉลี่ย	ระดับ
1	เขตประกอบการอุตสาหกรรมดับบลิวเอชเอ สระบุรี	4.32	พึงพอใจมากที่สุด
2	เขตอุตสาหกรรม 304	4.28	พึงพอใจมากที่สุด
3	เขตประกอบการอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี	4.08	พึงพอใจมาก
4	สวนอุตสาหกรรมโรจนะ	3.96	พึงพอใจมาก
5	เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร	3.82	พึงพอใจมาก
6	เขตประกอบการอุตสาหกรรมสยามอีสเทิร์น อินดัสเตรียลพาร์ค	3.76	พึงพอใจมาก
	ภาพรวมคู่แข่ง	**4.00**	**พึงพอใจมาก**

ดับบลิวเอชเอ สระบุรีและเขตอุตสาหกรรม 304 เป็นสองพื้นที่ที่ได้คะแนนภาพรวมสูงสุดและอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ขณะที่กบินทร์บุรีมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมเล็กน้อย ส่วนโรจนะ นวนคร และสยามอีสเทิร์น ฯ มีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม ผลดังกล่าวใช้ระบุพื้นที่ที่ควรศึกษาแนวทางบริการเพิ่มเติมได้ แต่ **คะแนนภาพรวมเพียงค่าเดียวยังไม่บอกว่าคู่แข่งแต่ละแห่งทำเรื่องใดได้ดีหรือควรปรับปรุงเรื่องใด** จึงต้องอ่านประกอบคะแนนรายด้านในครั้งถัดไป

รายงานระบุว่าคะแนนภาพรวมปี 2569 เพิ่มจาก **3.96 คะแนนในปี 2568 เป็น 4.00 คะแนน** หรือเพิ่มขึ้น **0.04 คะแนน** ขนาดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวค่อนข้างเล็ก ในบทสรุปนี้จึงตีความว่าเป็นการปรับเพิ่มของคะแนนตามที่รายงานระบุ โดยไม่สรุปว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ประเด็นที่ผู้บริหารควรจับตาจากภาพรวม

- **มาตรฐานบริการของคู่แข่งแตกต่างกันระหว่างพื้นที่** ช่วงคะแนน 3.76–4.32 หมายความว่าการใช้ค่าเฉลี่ยรวม 4.00 เพียงค่าเดียวอาจบดบังพื้นที่ที่มีผลงานโดดเด่น โดยเฉพาะดับบลิวเอชเอ สระบุรีและเขตอุตสาหกรรม 304
- **พื้นที่คะแนนสูงควรเป็นจุดตั้งต้นของการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ** การพิจารณาว่าคู่แข่งทำได้ดีด้านใดต้องอาศัยคะแนนรายด้านและรายละเอียดบริการประกอบ ไม่ควรอาศัยลำดับคะแนนรวมเพียงอย่างเดียว
- **การเปรียบเทียบกับผลสำรวจของ กนอ. ต้องใช้ตัวชี้วัดที่ตรงกัน** ทั้งนิยามข้อคำถาม ช่วงคะแนน และฐานผู้ตอบ ก่อนนำส่วนต่างของคะแนนไปแปลเป็นข้อได้เปรียบหรือข้อเสียเปรียบ
- **องค์ประกอบกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการอ่านผล** ผู้ตอบครึ่งหนึ่งเป็นผู้บริหาร อีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ และส่วนใหญ่มาจากอุตสาหกรรมพื้นฐาน จึงควรคงรายละเอียดนี้ไว้เมื่อเผยแพร่ข้อสรุปการแข่งขัน

3.4 ภาพรวมความพึงพอใจ 7 ด้าน

เมื่อจำแนกความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในพื้นที่คู่แข่งตามตารางภาพรวม 7 ด้าน ทุกด้านอยู่ในระดับ **"พึงพอใจมาก"** โดยมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง **3.90–4.07 คะแนน** ด้านการติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูลข่าวสารมีคะแนนสูงที่สุด ขณะที่ด้านราคาและค่าธรรมเนียมมีคะแนนต่ำที่สุด

ตารางสรุปที่ 26 ความพึงพอใจรายด้านของพื้นที่คู่แข่งทั้ง 6 แห่ง

อันดับ	ด้านที่ประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	ข้อสังเกตเชิงบริหาร
1	ช่องทางการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลและข่าวสาร	**4.07**	เป็นด้านที่ผู้ใช้บริการให้คะแนนสูงสุด
2	ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	4.03	คะแนนภาพรวมสูง แต่ยังควรดูความแตกต่างรายพื้นที่
3	ผลิตภัณฑ์และบริการ	4.02	สะท้อนประสบการณ์ต่อบริการและระบบพื้นฐานในพื้นที่
4	คุณภาพของพนักงาน	4.01	ผลรายพื้นที่แตกต่างกันชัดเจน
5	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.00	คะแนนเท่ากับความพึงพอใจภาพรวม
6	การให้บริการของสำนักงานเขตประกอบการ/สวนอุตสาหกรรม	3.94	เป็นด้านที่มีโอกาสปรับปรุง
7	ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	3.90	เป็นด้านที่ได้คะแนนต่ำสุด
	ความพึงพอใจภาพรวม	**4.00**	**พึงพอใจมาก**

ส่วนต่างระหว่างด้านที่ได้คะแนนสูงสุดและต่ำสุดเท่ากับ **0.17 คะแนน** จึงไม่ควรตีความว่าคู่แข่งทำด้านหนึ่งได้ดีมากแต่อีกด้านหนึ่งล้มเหลว ผลที่ชัดเจนกว่าคือ ผู้ใช้บริการประเมินทุกด้านในระดับสูง แต่เห็นว่าความเหมาะสมของราคาและค่าธรรมเนียมยังตามหลังประสบการณ์ด้านการสื่อสารและการให้ข้อมูล

3.5 จุดเด่นของคู่แข่งแต่ละแห่ง

คะแนนรายด้านช่วยอธิบายลำดับความพึงพอใจภาพรวมจากครั้งที่ 1 ได้มากขึ้น **ดับบลิวเอชเอ สระบุรี** มีจุดเด่นชัดด้านราคาและค่าธรรมเนียม **4.52 คะแนน** และขั้นตอนบริการ **4.42 คะแนน** ส่วน **เขตอุตสาหกรรม 304** ได้คะแนนคุณภาพพนักงาน **4.48 คะแนน** ช่องทางสื่อสาร **4.36 คะแนน** และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ **4.29 คะแนน**

ตารางสรุปที่ 27 ประเด็นเด่นและประเด็นที่ควรติดตามรายพื้นที่

พื้นที่คู่แข่ง	ความพึงพอใจรวม	ประเด็นที่เด่นจากตารางรายด้าน	ประเด็นที่ได้คะแนนต่ำกว่าด้านอื่นในพื้นที่
ดับบลิวเอชเอ สระบุรี	**4.32**	ราคาและค่าธรรมเนียม 4.52; ขั้นตอนบริการ 4.42	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ 4.13
เขตอุตสาหกรรม 304	**4.28**	คุณภาพพนักงาน 4.48; ช่องทางสื่อสาร 4.36	ราคาและค่าธรรมเนียม 4.10
กบินทร์บุรี	4.08	ขั้นตอนบริการ 4.16; ราคาและค่าธรรมเนียม 4.12	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ 4.01
โรจนะ	3.96	ช่องทางสื่อสาร 4.14	ราคาและค่าธรรมเนียม 3.81

พื้นที่คู่แข่ง	ความพึงพอใจรวม	ประเด็นที่เด่นจากตารางรายด้าน	ประเด็นที่ได้คะแนนต่ำกว่าด้านอื่นในพื้นที่
นวนคร	3.82	ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางสื่อสาร อย่างละ 3.90	ราคาและค่าธรรมเนียม 3.64
สยามอีสเทิร์นฯ	3.76	ขั้นตอนบริการ 3.90	ราคาและค่าธรรมเนียม 3.63; คุณภาพพนักงาน 3.68

สำหรับผู้บริหาร กนอ. พื้นที่สองแห่งที่มีคะแนนรวมสูงสุดควรเป็นกรณีศึกษา **คนละประเด็น** กล่าวคือ ศึกษาดับบลิวเอชเอ สระบุรีในเรื่องประสบการณ์ด้านราคาและกระบวนการบริการ และศึกษาเขตอุตสาหกรรม 304 ในเรื่องคุณภาพพนักงานกับการสื่อสาร การศึกษาต่อควรลงถึงรูปแบบบริการและเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการได้รับจริง เพราะคะแนนสำรวจบอกระดับความพึงพอใจ แต่ยังไม่อธิบายสาเหตุทั้งหมด

3.6 ราคาและค่าธรรมเนียม: ประเด็นที่ควรแยก “อัตราที่จ่าย” ออกจาก “ความคุ้มค่าที่รับรู้”

ในตารางความพึงพอใจด้านราคา คะแนนภาพรวมอยู่ที่ **3.90 คะแนน** เมื่อแยกรายข้อ ราคาขายหรือเช่าพื้นที่เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นได้ **3.94 คะแนน** ค่าน้ำได้ **3.92 คะแนน** ส่วนค่าบำรุงรักษาและค่าธรรมเนียมการบริการต่าง ๆ ได้ **3.88 คะแนนเท่ากัน** ผลนี้ชี้ว่าการพิจารณาความสามารถในการแข่งขันด้านราคาไม่ควรดูเฉพาะราคาที่ประกาศ แต่ควรดูความชัดเจนของรายการเรียกเก็บและบริการที่ผู้ประกอบการได้รับประกอบกัน

ความแตกต่างรายพื้นที่ในด้านนี้ค่อนข้างกว้าง ดับบลิวเอชเอ สระบุรีได้ **4.52 คะแนน** ขณะที่นวนครและสยามอีสเทิร์นฯ ได้ **3.64 และ 3.63 คะแนน** ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม คะแนนความพึงพอใจ **ไม่ใช่ตารางเปรียบเทียบอัตราค่าบริการโดยตรง** พื้นที่ที่ได้คะแนนสูงกว่าอาจได้รับการประเมินจากความคุ้มค่า ความชัดเจนของเงื่อนไข หรือองค์ประกอบบริการอื่นร่วมด้วย จึงยังสรุปไม่ได้จากคะแนนชุดนี้ว่าพื้นที่ใดเก็บเงินจริงต่ำที่สุด

3.7 การสื่อสาร บุคลากร และขั้นตอนบริการ

การสื่อสารเป็นด้านที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด **4.07 คะแนน** แต่รายละเอียดข้อคำถามแสดงเรื่องที่ควรติดตาม ได้แก่ ความรวดเร็วในการส่งข้อมูลและการแจ้งความคืบหน้ากลับไปยังผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น ตารางรายละเอียดช่องทางสื่อสารให้คะแนน **ความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันของข้อมูล 4.16 คะแนน** ขณะที่ **การได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็ว 4.02 คะแนน** และ **การแจ้งความคืบหน้าและผลดำเนินงานกลับ 4.02 คะแนน**

ด้านพนักงาน เขตอุตสาหกรรม 304 ได้คะแนนรายด้านสูงสุด **4.48 คะแนน** ตามตารางภาพรวม ขณะที่สยามอีสเทิร์นฯ ได้ **3.68 คะแนน** ความต่างนี้ทำให้คุณภาพการตอบคำถาม การให้คำปรึกษา และความพร้อมของเจ้าหน้าที่เป็นหัวข้อที่ควรศึกษาต่อเมื่อเปรียบเทียบประสบการณ์ลูกค้า

ด้านขั้นตอนและกระบวนการบริการมีคะแนนภาพรวม **4.03 คะแนน** ดับบลิวเอชเอ สระบุรีได้ **4.42 คะแนน** และกบินทร์บุรี **4.16 คะแนน** ประเด็นนี้เชื่อมกับการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ความชัดเจนของขั้นตอน และระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งควรนำไปพิจารณาร่วมกับข้อมูลความไม่พึงพอใจในครั้งที่ 3

ข้อจำกัดของข้อมูลราคาที่ต้องแก้ในต้นฉบับ: ตารางอัตราค่าบำรุงรักษาและค่าน้ำในไฟล์รวมจำนวนไว้ที่ **482** ขณะที่บทข้อมูลทั่วไประบุผู้ตอบ **400 ราย** และตารางค่าบำบัดน้ำเสียไม่ได้ระบุจำนวนผู้ตอบที่ใช้คำนวณให้ครบ ผมจึงยังไม่นำจำนวนและร้อยละจากตารางอัตราเหล่านั้นมาสรุปเป็นผลของผู้ตอบ 400 ราย นอกจากนี้ คะแนนภาพรวมบางด้านในตารางสรุปและตารางรายละเอียดไม่ตรงกัน เช่น ขั้นตอนบริการ **4.03 กับ 4.10 คะแนน** ก่อนจัดทำเล่มเผยแพร่ควรตรวจว่าตารางทั้งสองใช้สูตร ฐานข้อมูล หรือรุ่นข้อมูลเดียวกันหรือไม่ โดยบทสรุปครั้งนี้ยึด **ตารางภาพรวม 7 ด้าน** เป็นหลักในการเปรียบเทียบครับ

3.8 ความไม่พึงพอใจ: ราคาและขั้นตอนบริการเป็นสองประเด็นหลัก

ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการในพื้นที่คู่แข่งทั้ง 6 แห่งมีคะแนนเฉลี่ย **2.08 คะแนน** โดยรายงานอธิบายว่าอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อแยกรายด้าน **ราคาและค่าธรรมเนียมมีคะแนนความไม่พึงพอใจสูงที่สุด 2.18 คะแนน** รองลงมาคือขั้นตอนและกระบวนการบริการ **2.14 คะแนน** ผลนี้สอดคล้องกับคะแนนความพึงพอใจในครั้งที่ 2 ซึ่งด้านราคาได้คะแนนต่ำที่สุดในบรรดา 7 ด้าน

ตารางสรุปที่ 28 ประเด็นความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการคู่แข่ง

อันดับตามคะแนนความไม่พึงพอใจ	ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย
1	ราคาขายหรือเช่าพื้นที่ ค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	2.18
2	ขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ	2.14
3	สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในพื้นที่	2.09
4	ช่องทางสื่อสาร ข้อมูลและข่าวสาร	2.07
5	ผลิตภัณฑ์และบริการ	2.06
6	การให้บริการของสำนักงาน	2.04
7	คุณภาพของพนักงาน	1.99
	ภาพรวมความไม่พึงพอใจ	**2.08**

เมื่อพิจารณารายพื้นที่ นวนครมีคะแนนความไม่พึงพอใจรวมสูงสุด **2.27 คะแนน** รองลงมาคือสยามอีสเทิร์นฯ **2.23 คะแนน** ขณะที่ดับบลิวเอชเอ สระบุรีมีคะแนนต่ำสุด **1.90 คะแนน** ในตัวชี้วัดนี้ **คะแนนยิ่งสูงหมายถึงความไม่พึงพอใจยิ่งมาก** จึงต้องอ่านทิศทางกลับกับคะแนนความพึงพอใจ ความแตกต่างรายพื้นที่สะท้อนว่าคะแนนรวมของคู่แข่ง 2.08 คะแนนไม่ควรถูกใช้แทนประสบการณ์ของทุกพื้นที่โดยไม่แยกดูรายละเอียด

สำหรับ กนอ. ผลดังกล่าวให้โจทย์เปรียบเทียบที่ชัดเจนสองข้อ ได้แก่ ผู้ประกอบการได้รับคำอธิบายเรื่องค่าใช้จ่ายครบและเข้าใจง่ายเพียงใด และขั้นตอนบริการต้องใช้เวลา เอกสาร และการติดต่อกี่ครั้ง การดูเพียงว่าคู่แข่งเรียกเก็บเงินจำนวนเท่าไรยังไม่เพียงพอที่จะอธิบายความไม่พึงพอใจด้านราคา

3.9 ความภักดี: ยังมีความตั้งใจลงทุนต่อ แต่ความรู้สึกว่าทดแทนไม่ได้ต่ำกว่าเรื่องอื่น

คะแนนความภักดีต่อพื้นที่คู่แข่งเฉลี่ย **4.12 คะแนน** อยู่ในระดับ **“ภักดีมาก”** รายข้อที่ได้คะแนนสูงสุดร่วมกันคือความยินดีที่จะลงทุนต่อในอนาคต และความรู้สึกว่าได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรม ซึ่งได้ **4.19 คะแนน** เท่ากัน ส่วนข้อที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือความเห็นว่าไม่มีพื้นที่อุตสาหกรรมแห่งอื่นทดแทนได้ **3.95 คะแนน**

รูปแบบนี้มีความหมายต่อการตัดสินใจเชิงแข่งขัน: ผู้ใช้บริการยังมีแนวโน้มรักษาความสัมพันธ์กับพื้นที่เดิม แต่คะแนนเรื่องการทดแทนไม่ได้ต่ำกว่าคะแนนความตั้งใจลงทุนต่อ **0.24 คะแนน** จึงไม่ควรถือว่าความภักดีที่สูงหมายถึงผู้ประกอบการจะไม่พิจารณาทางเลือกอื่น

ตารางสรุปที่ 29 ความภักดีต่อพื้นที่คู่แข่ง

พื้นที่	คะแนนความภักดีเฉลี่ย	ข้อสังเกต
ดับบลิวเอชเอ สระบุรี	4.37	สูงสุดในกลุ่มคู่แข่ง
เขตอุตสาหกรรม 304	4.29	สูงเป็นอันดับสอง
กบินทร์บุรี	4.16	สูงกว่าภาพรวมเล็กน้อย
โรจนะ	4.10	ใกล้เคียงภาพรวม
สยามอีสเทิร์นฯ	3.90	ต่ำกว่าภาพรวม
นวนคร	3.87	ต่ำสุดในกลุ่มคู่แข่ง
ภาพรวม	**4.12**	**ภักดีมาก**

ลำดับความภักดีใกล้เคียงกับลำดับความพึงพอใจรวม โดยดับบลิวเอชเอ สระบุรีและเขตอุตสาหกรรม 304 อยู่ในกลุ่มคะแนนสูงทั้งสองตัวชี้วัด อย่างไรก็ตาม คะแนนชุดนี้เป็นการวัดความคิดเห็น ณ เวลาสำรวจ **ไม่ใช่ข้อมูลการต่อสัญญาหรือการย้ายฐานการลงทุนจริง** ผู้บริหารจึงควรใช้เพื่อประเมินทัศนคติของลูกค้า และตรวจสอบร่วมกับพฤติกรรมการลงทุนเมื่อมีข้อมูล

3.10 ความต้องการตาม Kano Model: ใช้เป็นกรอบจัดลำดับบริการ

รายงานจำแนกคุณลักษณะบริการ **48 ปัจจัย** ตามแนวคิด Kano Model โดยปัจจัยประเภท *One-dimensional* หรือปัจจัยที่คุณภาพการดำเนินงานสัมพันธ์กับความพึงพอใจ มีจำนวนมากที่สุด **19 ปัจจัย (39.58%)** รองลงมาคือ *Must-be* หรือคุณลักษณะพื้นฐานที่ต้องมี **15 ปัจจัย (31.25%)** และ *Attractive* หรือคุณลักษณะที่สร้างความประทับใจเพิ่มเติม **13 ปัจจัย (27.08%)**

ตารางสรุปที่ 30 รายงานจำแนกคุณลักษณะบริการ 48 ปัจจัย ตามแนวคิด Kano Model

ประเภทปัจจัย	จำนวนจาก 48 ปัจจัย	ร้อยละ	การนำไปใช้
Must-be: บริการพื้นฐานที่ต้องมี	15	31.25	ตรวจให้บริการพื้นฐานทำงานได้สม่ำเสมอ
One-dimensional: ทำได้ดีขึ้น ความพึงพอใจมีแนวโน้มสูงขึ้น	19	39.58	กำหนดมาตรฐานผลงานและติดตามผล
Attractive: บริการที่สร้างความประทับใจ	13	27.08	พัฒนาเพิ่มเติมเมื่อพื้นฐานพร้อม
Indifferent: ยังไม่พบอิทธิพลเด่นชัด	1	2.08	ทบทวนความคุ้มค่าก่อนขยายงาน
รวม	**48**	**100.00**	

ข้อจำกัดสำคัญ: เนื้อหาในไฟล์ระบุเองว่าตาราง Kano ของคู่แข่งทั้ง 6 แห่งเป็น **“ชุดข้อมูลประมาณการ” เพื่อใช้เป็นกรอบ Benchmark** และทั้ง 6 แห่งมีจำนวนปัจจัยแต่ละประเภทเท่ากันทุกประเภท จึงไม่ควรนำตารางนี้ไปกล่าวว่าเป็นผลจำแนก Kano จากคำตอบรายบุคคลที่ยืนยันแล้ว ข้อสรุปที่ใช้ได้ในขั้นนี้คือ *กรอบสำหรับคิดและจัดลำดับคุณลักษณะบริการ* หากต้องการรายงานเป็นผลสำรวจจริง จำเป็นต้องคำนวณใหม่จากคำตอบคู่คำถาม Functional–Dysfunctional ของผู้ตอบแต่ละราย

3.11 ธรรมาภิบาล ความสัมพันธ์ลูกค้า และนวัตกรรม

นอกจากความพึงพอใจต่อบริการหลัก รายงานยังประเมินการรับรู้ด้านธรรมาภิบาล การเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และนวัตกรรม ซึ่งทั้งสามด้านได้คะแนนภาพรวมสูงกว่า **4.10 คะแนน** ดับบลิวเอชเอ สระบุรีและเขตอุตสาหกรรม 304 อยู่ในกลุ่มคะแนนสูงของทุกด้าน

ตารางสรุปที่ 31 ตัวชี้วัดด้านความสัมพันธ์และภาพลักษณ์การดำเนินงาน

ตัวชี้วัด	คะแนนภาพรวมคู่แข่ง	ดับบลิวเอชเอ สระบุรี	เขตอุตสาหกรรม 304
การรับรู้และยอมรับด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี	4.18	4.45	4.37
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	4.15	4.43	4.34
การรับรู้และยอมรับด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม	4.17	4.45	4.36

ด้านธรรมาภิบาล ประเด็นที่ได้คะแนนภาพรวมสูง ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ **4.24 คะแนน** จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย **4.23 คะแนน** และการป้องกันการทุจริตหรือ

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ **4.22 คะแนน** ขณะที่การเปิดเผยข้อมูลและการรับฟังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีคะแนนต่ำกว่าประเด็นดังกล่าว การรักษามาตรฐานและสื่อสารผลการดำเนินงานให้ผู้ประกอบการตรวจสอบได้จึงเป็นเรื่องที่ควรติดตามต่อ

ด้านความสัมพันธ์ลูกค้า คะแนนรวม **4.15 คะแนน** แสดงว่าการเยี่ยมเยียน รับฟังปัญหา ให้คำปรึกษา และติดตามการแก้ไขปัญหาเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์บริการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ส่วนคะแนนนวัตกรรม **4.17 คะแนน** ชี้ว่าผู้ใช้บริการรับรู้การดำเนินงานด้านนี้ในระดับสูง แต่ยังต้องอ่านรายข้อเพื่อแยกว่าเป็นการรับรู้ข้อมูลโครงการ หรือเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานจริง

สาระสำหรับการตัดสินใจ: คู่แข่งที่ได้คะแนนรวมสูงมีคะแนนสูงต่อเนื่องไปถึงความภักดี ธรรมาภิบาล ความสัมพันธ์ลูกค้า และนวัตกรรมด้วย กนอ. จึงควรใช้ผลชุดนี้ตั้งคำถามกับประสบการณ์ลูกค้าตลอดช่วงที่อยู่ในพื้นที่ ตั้งแต่ต้นทุนและขั้นตอนบริการ ไปจนถึงการดูแลเมื่อเกิดปัญหา โดยครั้งที่ 4 จะสังเคราะห์เป็นข้อเสนอและตัวชี้วัดติดตามสำหรับผู้บริหารครับ

3.12 กนอ. อยู่ในตำแหน่งใดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

เมื่อนำผลสำรวจผู้ใช้บริการของ กนอ. มาอ่านร่วมกับบทสำรวจคู่แข่ง คะแนนของ กนอ. สูงกว่าคะแนนภาพรวมคู่แข่งในตัวชี้วัดหลักที่รายงานจัดทำตารางเปรียบเทียบไว้ ได้แก่ ความพึงพอใจรวม ความภักดี ธรรมาภิบาล และการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ส่วนต่างของคะแนนเป็น **ข้อบ่งชี้เชิงพรรณนา** ยังไม่ใช่ผลทดสอบว่าคะแนนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางสรุปที่ 32 ตัวชี้วัดเปรียบเทียบ กนอ. กับคู่แข่ง

ตัวชี้วัด	กนอ.	คู่แข่งภาพรวม	ส่วนต่าง กนอ.–คู่แข่ง
ความพึงพอใจภาพรวม	**4.78**	**4.00**	**+0.78**
ความภักดีภาพรวม	4.78	4.12	+0.66
การรับรู้และยอมรับด้านธรรมาภิบาล	4.76	4.18	+0.58
ความพึงพอใจต่อการเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	4.78	4.15	+0.63

ส่วนต่างเหล่านี้แสดงจุดแข็งของ กนอ. ในภาพรวม แต่ไม่ควรทำให้มองข้ามคู่แข่งรายพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ดับบลิว เอชเอ สระบุรีได้คะแนนความพึงพอใจรวม **4.32** ความภักดี **4.37** และการรับรู้ธรรมาภิบาล **4.45 คะแนน** สูงกว่าค่าเฉลี่ยคู่แข่งแต่ละด้านอย่างชัดเจน การติดตามการแข่งขันจึงควรเปรียบเทียบทั้งกับ **ภาพรวมคู่แข่ง** และกับ **พื้นที่ที่ทำได้ดีที่สุดในแต่ละประเด็น**

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่าง กนอ. และกลุ่มตัวอย่างคู่แข่งเป็นคนละกลุ่ม การตีความส่วนต่างจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบผู้ตอบ ประเภทอุตสาหกรรม และความตรงกันของข้อคำถามด้วย โดยเฉพาะการนำคะแนนรายด้านจากตารางต่างเล่มมาเทียบกัน

3.13 ประเด็นตัดสินใจเชิงบริหาร

ผลทั้งสี่ครั้งนำไปสู่ข้อเสนอว่า กนอ. ควรรักษาคะแนนด้านความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับสูง พร้อมแก้ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบเป็นรูปธรรม รายงานบทที่ 9 เสนอแนวทางไว้หลายเรื่อง ทั้งบริการดิจิทัล สาธารณูปโภค สิทธิประโยชน์สีเขียว และการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ตารางต่อไปนี้ **จัดลำดับใหม่เพื่อใช้ตัดสินใจ** โดยอาศัยคะแนนสำรวจและข้อเสนอที่รายงานสังเคราะห์ร่วมกัน

ตารางสรุปที่ 33 ลำดับงานที่เสนอสำหรับ กนอ.

ลำดับ	เรื่องที่ควรดำเนินการ	เหตุผลจากผลสำรวจ	ผลงานที่ควรเห็น
เร่งด่วน 1	ทบทวนการสื่อสารราคาค่าบำรุงรักษา ค่าน้ำ และค่าธรรมเนียม	ราคามีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดในกลุ่มคู่แข่ง **3.90** และคะแนนความไม่พึงพอใจสูงสุด **2.18**; ผลฝั่ง กนอ. ก็มีช่องว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจด้านราคา	คำอธิบายรายการค่าใช้จ่ายที่เข้าใจง่าย ตรวจสอบเงื่อนไขได้ และช่องทางตอบข้อสงสัย

ลำดับ	เรื่องที่ควรดำเนินการ	เหตุผลจากผลสำรวจ	ผลงานที่ควรเห็น
เร่งด่วน 2	ลดขั้นตอนและทำให้ติดตามคำขอได้	ขั้นตอนบริการเป็นความไม่พึงพอใจอันดับสองของคู่แข่ง **2.14**; ผู้ใช้บริการ กนอ. เสนอเรื่องลดขั้นตอนและระยะเวลาจำนวนมาก	รายการเอกสารที่ชัดเจน กรอบเวลาบริการ และสถานะคำขอที่ลูกค้าตรวจสอบได้
เร่งด่วน 3	ดูแลความเสถียรของสาธารณูปโภคและการแจ้งเหตุ	ข้อเสนอในบทคู่แข่งกล่าวถึงไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ และการแจ้งเตือน; เป็นเรื่องที่กระทบการดำเนินงานของโรงงานโดยตรง	แผนบำรุงรักษา การแจ้งเหตุล่วงหน้า และรายงานการแก้ไขเหตุขัดข้อง
ระยะถัดไป	เชื่อมการเยี่ยมลูกค้ากับระบบติดตามปัญหา	คะแนน CRM ของ กนอ. สูง **4.78** จึงควรแปลงความสัมพันธ์ที่ดีเป็นผลการแก้ไขปัญหาที่ตรวจสอบได้	บันทึกเรื่อง ผู้รับผิดชอบ กำหนดเวลา และผลแจ้งกลับลูกค้า
ระยะถัดไป	จัดบริการสนับสนุนอุตสาหกรรมสีเขียวตามความต้องการจริง	บทคู่แข่งสังเคราะห์ความต้องการด้านพลังงานสะอาด การลดคาร์บอน และเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม	ชุดข้อมูลหรือบริการให้คำปรึกษาที่ระบุสิทธิประโยชน์ หน่วยงานประสาน และเงื่อนไขการเข้าถึง
ต่อเนื่อง	ทำฐานข้อมูลเปรียบเทียบการแข่งขันรายปี	ค่าเฉลี่ยคู่แข่งบดบังความแตกต่างระหว่าง 6 พื้นที่ และบางตารางต้นฉบับยังใช้ฐานไม่ตรงกัน	ตารางเปรียบเทียบที่ระบุนิยามตัวชี้วัด ปี ฐานผู้ตอบ และแหล่งข้อมูลครบถ้วน

3.14 แผนติดตามผลที่เสนอ

เพื่อให้ข้อเสนอข้างต้นนำไปปฏิบัติได้ ควรกำหนดเจ้าภาพและวัดผลจากประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจริง **ผู้รับผิดชอบและตัวชี้วัดด้านล่างเป็นข้อเสนอประกอบการตัดสินใจ** ไม่ใช่ข้อกำหนดที่รายงานต้นฉบับมอบหมายไว้แล้ว

ตารางสรุปที่ 34 ผู้รับผิดชอบและตัวชี้วัด

งาน	ผู้รับผิดชอบที่เสนอ	ตัวชี้วัดติดตาม
ข้อมูลราคาและค่าธรรมเนียม	หน่วยงานกำหนดอัตราค่าบริการร่วมกับฝ่ายบริการลูกค้า	สัดส่วนรายการที่เผยแพร่หลักเกณฑ์ครบ; จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องค่าใช้จ่าย; คะแนนความพึงพอใจด้านราคา
ขั้นตอนบริการและระบบติดตาม	ฝ่ายอนุมัติ–อนุญาต ฝ่ายบริการ และฝ่ายดิจิทัล	ระยะเวลาดำเนินการ; จำนวนครั้งที่ขอเอกสารเพิ่มเติม; สัดส่วนเรื่องที่เสร็จตามกรอบเวลา
สาธารณูปโภคและการแจ้งเหตุ	ฝ่ายบริหารนิคมร่วมกับผู้ให้บริการระบบที่เกี่ยวข้อง	จำนวนและระยะเวลาเหตุขัดข้อง; สัดส่วนเหตุที่แจ้งตามเกณฑ์; ระยะเวลาฟื้นฟูบริการ
การเยี่ยมเยียนและบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	สำนักงานนิคมร่วมกับฝ่ายบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	สัดส่วนประเด็นจากการเยี่ยมที่มีเจ้าภาพ; สัดส่วนเรื่องที่ปิดตามกำหนด; คะแนนการติดตามแก้ไขปัญหา
บริการสนับสนุนการลงทุนสีเขียว	หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาธุรกิจ	จำนวนผู้ใช้บริการให้คำปรึกษา; จำนวนเรื่องที่ประสานต่อจนได้ผล; ความเห็นของผู้ใช้บริการ
ฐานข้อมูลเปรียบเทียบคู่แข่ง	หน่วยงานวิจัยหรือยุทธศาสตร์ร่วมกับเจ้าของข้อมูลแต่ละด้าน	ความครบถ้วนของนิยาม ฐานผู้ตอบ และปี; จำนวนตัวชี้วัดที่เปรียบเทียบได้ตรงกัน; รอบการปรับปรุงข้อมูล

3.15 ข้อสรุปและเงื่อนไขก่อนใช้ผลในรายงานฉบับสมบูรณ์

ภาพรวมการสำรวจแสดงว่า กนอ. มีคะแนนสูงกว่าภาพรวมพื้นที่คู่แข่งในหลายตัวชี้วัด ขณะเดียวกัน คู่แข่งบางแห่งมีคะแนนสูงและมีแนวทางบริการที่ควรศึกษาเฉพาะเรื่อง ข้อเสนอที่ควรเริ่มก่อนคือ **ความชัดเจนของค่าใช้จ่าย ความรวดเร็วของกระบวนการ และความต่อเนื่องของสาธารณูปโภค** แล้วใช้จุดแข็งด้านความสัมพันธ์ลูกค้าของ กนอ. ติดตามให้ปัญหาที่รับฟังได้รับการแก้ไข

4. ผลการศึกษาโดยไม่เปิดเผยตัวตน (Mystery Shopper)

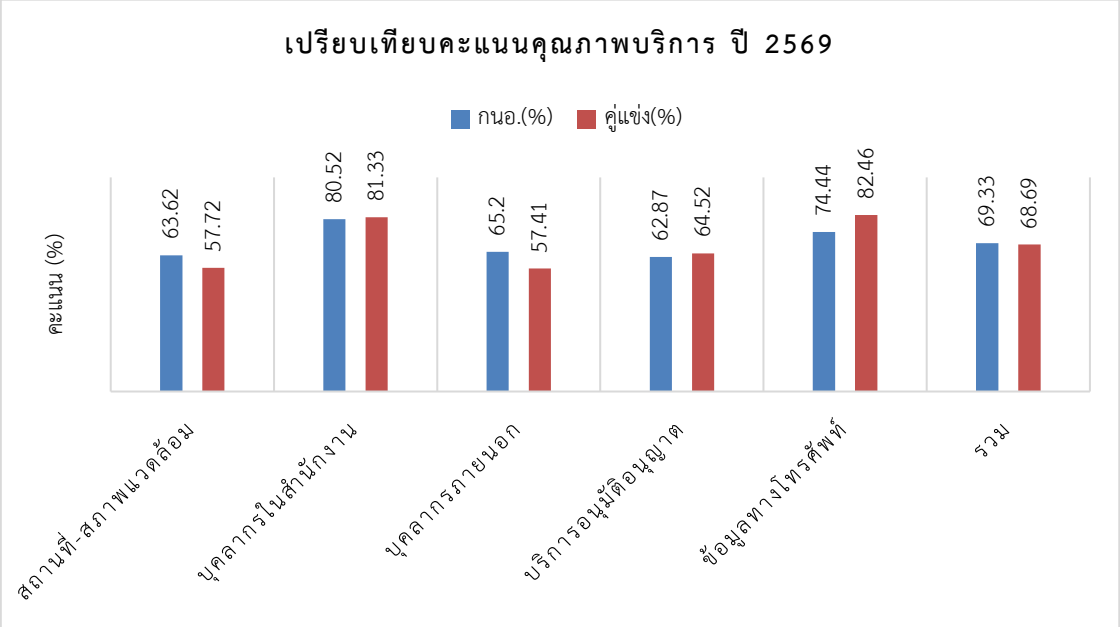
ผลการศึกษาโดยไม่เปิดเผยตัวตน (Mystery Shopper) ประจำปี 2569 ครอบคลุมการประเมินทางกายภาพ (Physical Touchpoint) และการประเมินทางดิจิทัล (Digital Touchpoint) ของ กนอ. สำนักงานใหญ่และสำนักงานนิคมอุตสาหกรรม 53 แห่ง พร้อมเปรียบเทียบกับพื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่ง 6 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. การประเมินทางกายภาพ (Physical Touchpoint)

4.1 ภาพรวมของผลการประเมิน

ผลการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยไม่เปิดเผยตัวตน (Mystery Shopper) ปี 2569 พบว่า กนอ. มีคะแนนรวมร้อยละ 69.33 อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง แต่สูงกว่าปี 2568 ซึ่งได้ร้อยละ 68.18 และสูงกว่าพื้นที่อุตสาหกรรมคู่แข่งเล็กน้อย โดยคู่แข่งได้ร้อยละ 68.69 เมื่อพิจารณา 5 ด้าน พบว่า บุคลากรผู้ให้บริการภายในสำนักงานมีคะแนนสูงที่สุด ร้อยละ 80.52 อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือการให้ข้อมูลเบื้องต้นทางโทรศัพท์ ร้อยละ 74.44 อยู่ในระดับดี ส่วนบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกสำนักงานได้ร้อยละ 65.20 สถานที่และการจัดการสภาพแวดล้อมได้ร้อยละ 63.62 และกระบวนการขออนุมัติอนุญาตได้ร้อยละ 62.87 ซึ่งทั้งสามด้านยังอยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง ภาพรวมจึงสะท้อนว่า กนอ. รักษาจุดแข็งเรื่องเจ้าหน้าที่ภายในสำนักงานได้ดี แต่ประสบการณ์ของผู้มาติดต่อยังแตกต่างกันตามความพร้อมของแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะจุดต้อนรับ ระบบคิว การรักษาความปลอดภัย การแจ้งขั้นตอน และการติดตามเรื่องหลังรับคำขอ

ผลประเมินทางกายภาพ (Physical Touchpointตามตารางที่ 10-1ผลประเมินทางกายภาพ (Physical Touchpoint)



ตารางสรุปที่ 35 ผลการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยไม่เปิดเผยตัวตน (Mystery Shopper)

ประเด็น	คะแนน กนอ. (ร้อยละ)	ระดับคุณภาพบริการ	คะแนน คู่แข่ง (ร้อยละ)	ระดับคุณภาพบริการ
1. ด้านสถานที่ - การจัดการสภาพแวดล้อม	63.62	ปรับปรุง	57.72	ปรับปรุง
2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ – ภายในสำนักงาน	80.52	ดีมาก	81.33	ดีมาก
3. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก - ภายนอกสำนักงาน	65.20	ปรับปรุง	57.41	ปรับปรุง

ประเด็น	คะแนน กนอ. (ร้อยละ)	ระดับคุณภาพบริการ	คะแนน คู่แข่ง (ร้อยละ)	ระดับคุณภาพบริการ
4. ด้านกระบวนการให้บริการ – การให้บริการขออนุมัติ อนุญาตเพื่อประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม	62.87	ปรับปรุง	64.52	ปรับปรุง
5. ด้านกระบวนการให้บริการ – การให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์	74.44	ดี	82.46	ดีมาก
รวม	**69.33**	**ปรับปรุง**	**68.69**	**ปรับปรุง**

4.2 ผลการประเมินรายด้าน

ด้านสถานที่ การจัดสภาพแวดล้อม

ผลการประเมินด้านสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อม ปี 2569 ครอบคลุมพื้นที่ต้อนรับและสิ่งอำนวยความสะดวก เคาน์เตอร์บริการ ข้อมูลเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์ และสาธารณูปโภค มีคะแนนรวมร้อยละ 63.62 อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง แต่สูงกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 57.72 สิ่งที่เห็นได้ชัดเมื่อเข้าไปติดต่อคือหลายสำนักงานดูแลความสะอาด แสงสว่าง จุดนั่งรอ และป้ายบอกทางได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม บริการที่ผู้ใช้ต้องมองหาเองยังมีอยู่มาก เช่น ป้าย Free Wi-Fi กล่องรับความคิดเห็น จุดกดคิว และข้อมูลขั้นตอนที่ควรอยู่ตรงจุดบริการ หากจัดสิ่งเหล่านี้ให้พบได้ทันที ผู้มาติดต่อจะเข้าใจขั้นตอนและใช้เวลารอน้อยลง ประเด็นที่ควรเร่งดำเนินการ 5 อันดับแรก ได้แก่

1) จัดระบบกดบัตรคิวหรือจองคิวล่วงหน้า พร้อมป้ายอธิบายขั้นตอนตั้งแต่จุดแรกที่ผู้มาติดต่อเดินเข้ามา
2) ติดตั้งป้าย Free Internet/Wi-Fi และระบุวิธีเข้าใช้งานในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด
3) จัดวางกล่องรับความคิดเห็นหรือ QR Code รับข้อเสนอแนะในจุดที่เข้าถึงง่ายและใช้งานได้จริง
4) ตรวจสอบความเร็วอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์หน้าจอ และจุดชาร์จให้พร้อมใช้งานตามรอบที่กำหนด
5) จัดข้อมูลบริการ แบบฟอร์ม และสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นหมวดหมู่เดียวกันทุกสำนักงาน

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ-ภายในสำนักงาน

ผลการประเมินด้านบุคลากรผู้ให้บริการภายในสำนักงาน ปี 2569 มีคะแนนร้อยละ 80.52 อยู่ในระดับดีมาก และเป็นด้านที่ได้คะแนนสูงที่สุดของ กนอ. คะแนนดังกล่าวสะท้อนจากการต้อนรับที่สุภาพ การรับฟังคำถาม การอธิบายข้อมูล และความพร้อมในการช่วยประสานงานเมื่อผู้มาติดต่อไม่ทราบว่าต้องเริ่มจากหน่วยงานใด อย่างไรก็ตาม คู่แข่งได้ร้อยละ 81.33 ซึ่งสูงกว่าเล็กน้อย จึงยังมีช่องว่างเรื่องความสม่ำเสมอระหว่างพื้นที่ ประเด็นที่ควรรักษาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ได้แก่ การติดบัตรประจำตัวในตำแหน่งที่เห็นชัด การแต่งกายเรียบร้อย การแนะนำชื่อก่อนเริ่มให้บริการ การตรวจเอกสารให้ครบในครั้งเดียว และการสรุปขั้นตอนถัดไปก่อนจบการสนทนา เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้ว่าเรื่องของตนอยู่ที่ใครและต้องดำเนินการต่ออย่างไร

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก-ภายนอกสำนักงาน

ผลการประเมินด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกสำนักงาน ปี 2569 มีคะแนนร้อยละ 65.20 อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง แต่สูงกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 57.41 ภาพที่พบแตกต่างกันตามแต่ละพื้นที่ บางแห่งมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยออกมาสอบถามและบอกทางตั้งแต่รถเข้ามาถึง ขณะที่บางแห่งผู้มาติดต่อจำเป็นต้องมองหาจุดแลกบัตรหรือสอบถามเส้นทางด้วยตนเอง จึงควรกำหนดมาตรฐานหน้าประตูให้ชัด ทั้งการมีเจ้าหน้าที่ประจำจุด การแลกบัตรเข้า-ออก การทักทายและแจ้งขั้นตอนด้วยถ้อยคำสุภาพ การจัดป้ายอาคารและที่จอดรถ รวมถึงเส้นทางสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ เมื่อจุดแรกของการติดต่อทำงานเป็นระบบ ผู้ใช้บริการจะรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจก่อนเข้าสู่สำนักงาน

ด้านกระบวนการให้บริการ-การให้บริการขออนุมัติอนุญาตเพื่อประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม

ผลการประเมินกระบวนการขออนุมัติและอนุญาตประกอบกิจการ ปี 2569 มีคะแนนร้อยละ 62.87 อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง และต่ำกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 64.52 เล็กน้อย จุดที่ยังทำให้ผู้ใช้บริการใช้เวลามากคือการตรวจเอกสาร

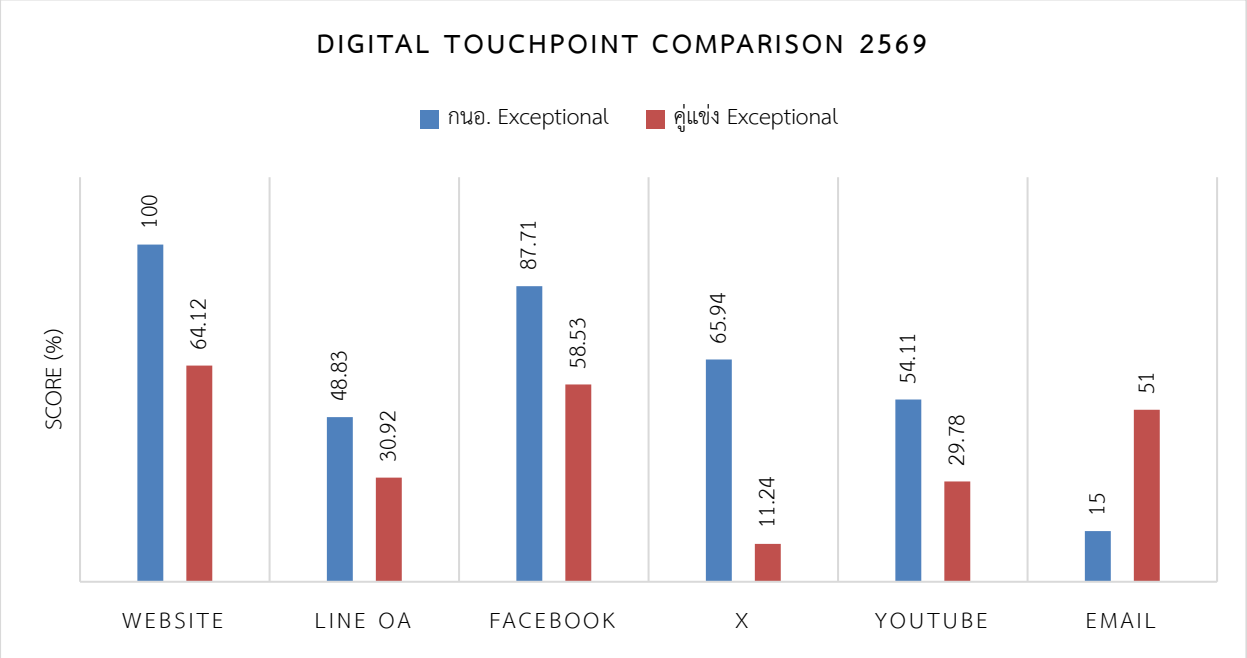
หลายรอบ การไม่ทราบสถานะปัจจุบันของคำขอ และการต้องติดต่อซ้ำเมื่อเรื่องถูกส่งต่อไปยังหน่วยงานอื่น ควรจัดทำรายการเอกสารตามประเภทคำขอให้เป็นฉบับเดียวกันทุกพื้นที่ มีระบบนัดหมายและหมายเลขติดตามเรื่อง แจ้งชื่อผู้รับผิดชอบพร้อมกำหนดเวลาตอบกลับ และบันทึกข้อมูลที่ลูกค้าเคยให้ไว้เพื่อไม่ให้ต้องอธิบายซ้ำ สำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางเทคนิค ควรกำหนดช่องทางส่งคำถามและหลักฐานให้ชัดเจน รวมถึงจัดเจ้าหน้าที่รองรับช่วงพักกลางวันหรือช่วงที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่น เพื่อให้กระบวนการต่อเนื่องและตรวจสอบได้ตั้งแต่รับเรื่องจนจบงาน

ด้านกระบวนการให้บริการ-การให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการทางโทรศัพท์

ผลการประเมินการให้ข้อมูลเบื้องต้นทางโทรศัพท์ ปี 2569 มีคะแนนร้อยละ 74.44 อยู่ในระดับดี แต่ยังต่ำกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 82.46 เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ใช้น้ำเสียงสุภาพ ให้ข้อมูลเรื่องขั้นตอนและเอกสารได้ถูกต้อง และตอบคำถามหลังรับสายโอนได้ดี จุดที่ควรปรับให้สม่ำเสมอคือการแนะนำชื่อผู้รับสาย การขออนุญาตก่อนโอน การแจ้งชื่อหรือหน่วยงานที่จะรับช่วง และการควบคุมเวลารอสายไม่ให้เกิน 1 นาที ควรให้โอเปอเรเตอร์บันทึกสาระสำคัญของเรื่องก่อนส่งต่อ เพื่อไม่ให้ผู้โทรต้องเล่าข้อมูลเดิมซ้ำ และใช้ระบบนัดโทรกลับที่ระบุผู้รับผิดชอบกับเวลาตอบไว้อย่างชัดเจน วิธีดังกล่าวจะช่วยลดสายตกหล่นและทำให้การติดตามเรื่องทำได้จริงภายในเวลารอไม่เกิน 1 นาที เพื่อลดความไม่พึงพอใจในการรอสาย และการขออนุญาตก่อนการโอนสายพร้อมแจ้งชื่อเจ้าหน้าที่ที่รับช่วงสาย เพื่อให้ผู้ติดต่อทราบข้อมูลอย่างชัดเจนและลดความสับสนขณะใช้บริการ

ข. การประเมินทางดิจิทัล (Digital Touchpoint)

ผลประเมินทางดิจิทัล (Digital Touchpoint)



ผลการประเมินด้านดิจิทัล (Digital Touchpoint) ปี 2569 ครอบคลุม 6 ช่องทาง ได้แก่ Website, Line Official Account, Facebook, X (Twitter เดิม), YouTube และ Email พบว่า กนอ. สำนักงานใหญ่และสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมมีผลรวมระดับ Exceptional (E) ร้อยละ 70.11 เพิ่มขึ้น 10.00 จุดจากปี 2568 ขณะที่ Average (A) อยู่ที่ร้อยละ 4.68 และ Needs Improvement (N) ลดลงเหลือร้อยละ 25.21 ส่วนคู่แข่งมีผลรวมระดับ Exceptional ร้อยละ 40.87 Average ร้อยละ 18.01 และ Needs Improvement ร้อยละ 41.12 พัฒนาการของ กนอ. เห็นชัดในด้านการค้นหาข้อมูล ข่าวสาร และความครบถ้วนของช่องทางหลัก แต่ประสบการณ์หลังผู้ใช้ส่งคำถามยังไม่ต่อเนื่องทุกช่องทาง โดยเฉพาะการยืนยันรับเรื่อง การกำหนดเวลาตอบ และการติดตามจนได้คำตอบ

- Website ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 100.00 สูงที่สุดในทุกช่องทาง และสูงกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 64.12 ผู้ใช้สามารถค้นหาเว็บไซต์จาก Google ได้ง่าย หน้าเว็บแสดงผลบนคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ได้ครบถ้วน มีข่าว แบบฟอร์ม และข้อมูลติดต่อที่ช่วยให้เริ่มต้นหาข้อมูลได้รวดเร็ว ขั้นต่อไปควรรักษาความสดใหม่ของเนื้อหา ตรวจลิงก์และไฟล์ดาวน์โหลดตามรอบ และเชื่อมคำถามจาก Chat Box เข้ากับหมายเลขติดตามเรื่อง เพื่อให้ผู้ใช้เห็นทั้งข้อมูลและผลการดำเนินงานในเส้นทางเดียวกัน

- Line Official Account ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 48.83 Average ร้อยละ 19.17 และ Needs Improvement ร้อยละ 32.00 แม้สูงกว่าคู่แข่งซึ่งมี Exceptional ร้อยละ 30.92 แต่ยังเป็นช่องทางที่ควรพัฒนาเรื่อง Rich Menu ลิงก์หรือ QR Code ไปยังบริการปลายทาง และข้อความตอบรับอัตโนมัติ ควรใช้ Line สำหรับข่าวเร่งด่วน การแจ้งระบบหยุดให้บริการ และการเตือนกำหนดเวลา พร้อมส่งอีเมลยืนยันในเรื่องสำคัญ เพื่อป้องกันข้อมูลเลื่อนหายและช่วยให้ค้นย้อนหลังได้

- Facebook ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 87.71 สูงกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 58.53 เนื้อหาข่าว กิจกรรมชุมชน และข้อมูลสิ่งแวดล้อมมีความต่อเนื่องและช่วยให้ผู้ใช้เห็นการทำงานของ กนอ. ได้ชัด จุดที่ต้องดูแลเพิ่มคือการปักหมุดข้อมูลสำคัญ การตอบกล่องข้อความและคอมเมนต์ภายในเวลาที่กำหนด และการส่งต่อเรื่องที่เกี่ยวกับเอกสารหรือข้อร้องเรียนไปยังเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยมีข้อความยืนยัน ผู้ใช้จึงจะทราบว่าเรื่องได้รับแล้วและควรรอคำตอบจากช่องทางใด

- X (Twitter เดิม) ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 65.94 สูงกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 11.24 ช่องทางนี้เหมาะกับข่าวสั้น เหตุฉุกเฉิน และการพาผู้ใช้ไปยังข้อมูลต้นฉบับมากกว่าการรับเรื่องที่ต้องอธิบายยาว ควรกำหนดรูปแบบข้อความให้กระชับ ปักหมุดช่องทางติดต่อหลัก และระบุให้ชัดว่าคำถามประเภทใดจะได้รับคำตอบทาง X หรือจะถูกส่งต่อไปยัง Line, Email หรือระบบรับเรื่อง เพื่อไม่ให้ผู้ใช้รอคำตอบผิดช่องทาง

- YouTube ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 54.11 Average ร้อยละ 12.22 และ Needs Improvement ร้อยละ 33.67 สูงกว่าคู่แข่งซึ่งมี Exceptional ร้อยละ 29.78 เนื้อหาวิดีโอเหมาะกับเรื่องที่ต้องอธิบายเป็นขั้นตอน เช่น การขออนุญาต การจัดการสิ่งแวดล้อม และแผนรับเหตุฉุกเฉิน ควรจัดทำคลิปสั้น 2-4 นาทีเป็นชุดตามภารกิจ ใส่คำบรรยายภาษาไทยและลิงก์เอกสารใต้คลิป อัปโหลดตามแผนที่แน่นอน และใช้การตอบคอมเมนต์เพื่อชี้ทางไปยังหน่วยงานหรือระบบรับเรื่องที่ติดตามได้

- Email ได้คะแนน Exceptional ร้อยละ 15.00 ต่ำที่สุดในกลุ่มช่องทางของ กนอ. และต่ำกว่าคู่แข่งซึ่งได้ร้อยละ 51.00 ปัญหาหลักไม่ใช่เพียงระยะเวลาตอบ แต่รวมถึงการไม่มีข้อความยืนยันรับเรื่อง การต้องส่งข้อมูลเดิมซ้ำ และการไม่ทราบว่างานอยู่ขั้นใด ควรกำหนด Auto-Reply ภายใน 5 นาที ระบุหมายเลขเรื่อง เวลาทำการ และกรอบเวลาตอบเบื้องต้น พร้อมใช้ลายเซ็นมาตรฐานที่มีชื่อ ตำแหน่ง หน่วยงาน โทรศัพท์ และช่องทางติดตาม เมื่อส่งต่ออีเมลควรแจ้งผู้ใช้ทุกครั้งว่าเรื่องถูกส่งไปที่ใดและใครเป็นผู้รับผิดชอบ

โดยสรุป ผลปี 2569 แสดงให้เห็นว่าการให้บริการของ กนอ. ดีขึ้นทั้งในจุดสัมผัสทางกายภาพและช่องทางดิจิทัล จุดแข็งอยู่ที่บุคลากรภายในสำนักงาน เว็บไซต์ และ Facebook ขณะที่งานเร่งด่วนคือการทำมาตรฐานพื้นที่บริการและกระบวนการอนุมัติให้เหมือนกันทุกนิคม การยกระดับมารยาทและระบบส่งต่อสายโทรศัพท์ ตลอดจนการจัดการ Email และ Line ให้ยืนยันรับเรื่องและติดตามสถานะได้ หากเชื่อมทุกช่องทางเข้ากับเจ้าของเรื่องและกำหนดเวลาตอบที่ชัดเจน ผู้ใช้บริการจะไม่ต้องเริ่มต้นใหม่ทุกครั้งที่เปลี่ยนช่องทาง และคะแนนที่เพิ่มขึ้นจะสะท้อนคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นจริงอย่างต่อเนื่อง


กนอ.
การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย