

# สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน ปี 2565

การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายให้ได้อย่างครบถ้วนในทุกมิติ คือ สิ่งที่ธนาคารมุ่งมั่นและให้ความสำคัญมาโดยตลอด ดังนั้น ธนาคารจึงมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน ทั้งในด้านช่องทางบริการหลัก 3 ช่องทาง และผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินต่างๆ เป็นประจำทุกปี โดย Third Party ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับเป็นผู้ดำเนินการสำรวจ

ธนาคารได้กำหนดกรอบแนวคิดในการประเมินที่เชื่อมโยงหลักการต่างๆ ระหว่างปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจอย่างเป็นระบบ และมุ่งเน้นการศึกษาประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารของลูกค้าภายใต้กรอบแนวคิด Customer Journey ให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนการใช้บริการและ Touchpoint ต่างๆ ของธนาคาร ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เงินฝาก สินเชื่อ และการทำธุรกรรมทั่วไป



ในภาพรวมแล้ว คะแนนความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการปรับปรุงช่องทางธุรกรรมที่สะดวกและตรงกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ประกอบกับมีสินเชื่อที่ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและเสริมสภาพคล่องให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ธนาคารได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มเป้าหมายหลักในการประเมินความพึงพอใจครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มของธนาคาร ได้แก่ กลุ่มลูกค้าบุคคล กลุ่มลูกค้าฐานรากและสนับสนุนนโยบายรัฐ และกลุ่มลูกค้าธุรกิจและหน่วยงานรัฐ



กลุ่มลูกค้าบุคคล



กลุ่มลูกค้าฐานรากฯ



กลุ่มลูกค้าธุรกิจฯ

## ภาพรวมธนาคาร

	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
คะแนนความพึงพอใจ ในภาพรวมของธนาคาร	4.41	4.43	4.45

## การสมัครใช้บริการผลิตภัณฑ์



เงินฝาก

4.47



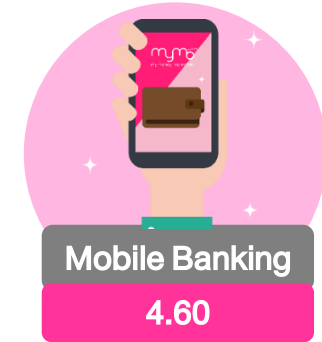
สินเชื่อ

4.61

# สรุปผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าธนาคารออมสิน ปี 2565

ธนาคารยังได้มีการประเมินประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้าแยกตาม **ช่องทางธุรกรรม 3 ช่องทาง** ได้แก่ สาขา ตู้อัตโนมัติ และ Mobile Banking ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับธนาคาร โดยในภาพรวมแล้ว ประสบการณ์การใช้บริการของ 3 ช่องทางหลักอยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยเฉพาะ **การยกระดับมาตรฐานในการให้บริการของพนักงานภายในสาขารธนาคารได้อย่างชัดเจน** และ **ช่องทาง Mobile Banking ที่เสถียรและใช้งานได้ตลอดเวลา** ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการทำธุรกรรมของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน

## ประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้าต่อช่องทางธุรกรรมหลัก 3 ช่องทาง



ธนาคารออมสิน  
**SOCIAL BANK**  
"Making **POSITIVE Impact** on Society"



นอกจากนี้ ธนาคารยังได้มีการสำรวจ **ความผูกพัน** ของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ข้อมูลประกอบการจัดทำแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดย **ปัจจัยสำคัญ** ที่ช่วยสร้างความผูกพันระหว่างธนาคารและลูกค้า คือ **ความเชื่อมั่นและความมั่นใจ** ที่จะเลือกใช้บริการ และนโยบายการดำเนินงานในการเป็น “ธนาคารเพื่อสังคม”