

รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ประจำปี 2566
(ฉบับเผยแพร่)



Donw.

.....
(นางสาววณิชรัตน์ บุญสุภานิตย์)
ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
ผู้รับผิดชอบการนำข้อมูลขึ้นเผยแพร่

รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ประจำปี 2566

ปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน คือการนำเสียงของลูกค้ามาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานและเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการรับฟังเสียงของลูกค้า

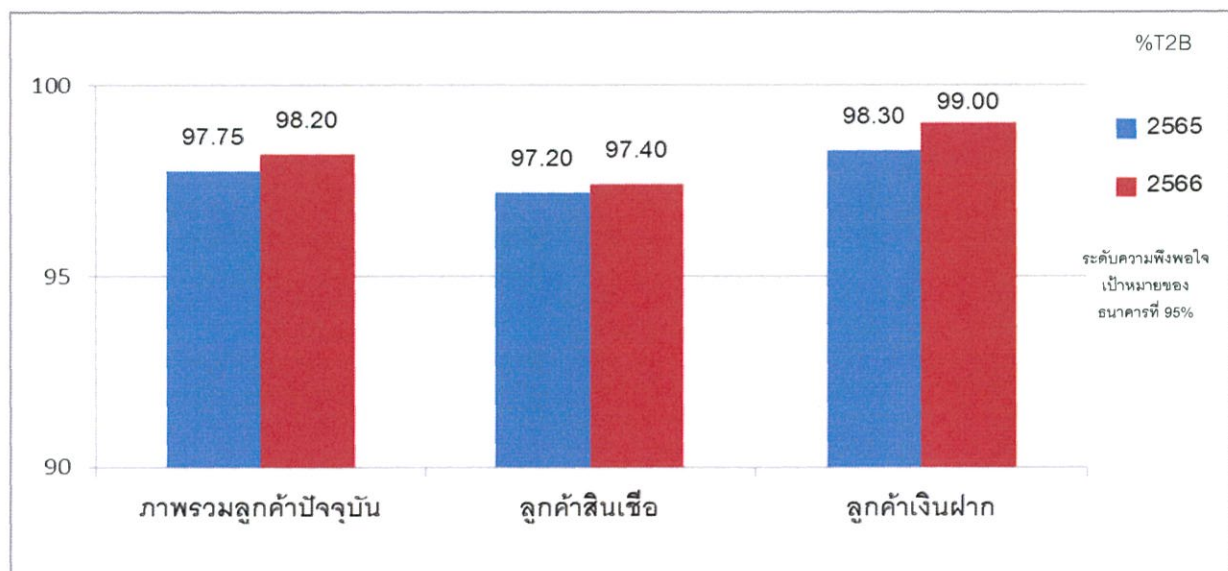
ดังนั้นธนาคารอาคารสงเคราะห์จึงดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการในทุกกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการประกอบการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ ตลอดจนกระบวนการทำงานต่างๆ ของธนาคาร ให้สามารถสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าผู้ให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

โดยมีบริษัทภายนอกผู้มีความเชี่ยวชาญและมีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร (Net Promoter Score : NPS) ของลูกค้าธนาคาร ด้วยวิธีการสำรวจแบบการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interviews) และการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview) โดยทำการสำรวจความพึงพอใจใน 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านการสนับสนุนลูกค้า
- ด้านการให้บริการ
- ด้านภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร

ผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในปี 2566

จากการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าปี 2566 จำนวน 2,000 ราย พบว่าลูกค้าของธนาคารมีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการของธนาคาร (% Top 2 Box) คิดเป็นร้อยละ 98.20 โดยลูกค้าสินเชื่อและลูกค้าเงินฝาก มีระดับความพึงพอใจต่อธนาคารใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 97.40 และร้อยละ 99.00 ตามลำดับ



ในปี 2566 พบว่าลูกค้าธนาคารมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 98.20 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2565 ที่มีระดับความพึงพอใจโดยรวมร้อยละ 97.75 และสูงกว่าเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้อยู่ที่ร้อยละ 95.00 โดยมีคะแนนความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคารสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 99.35

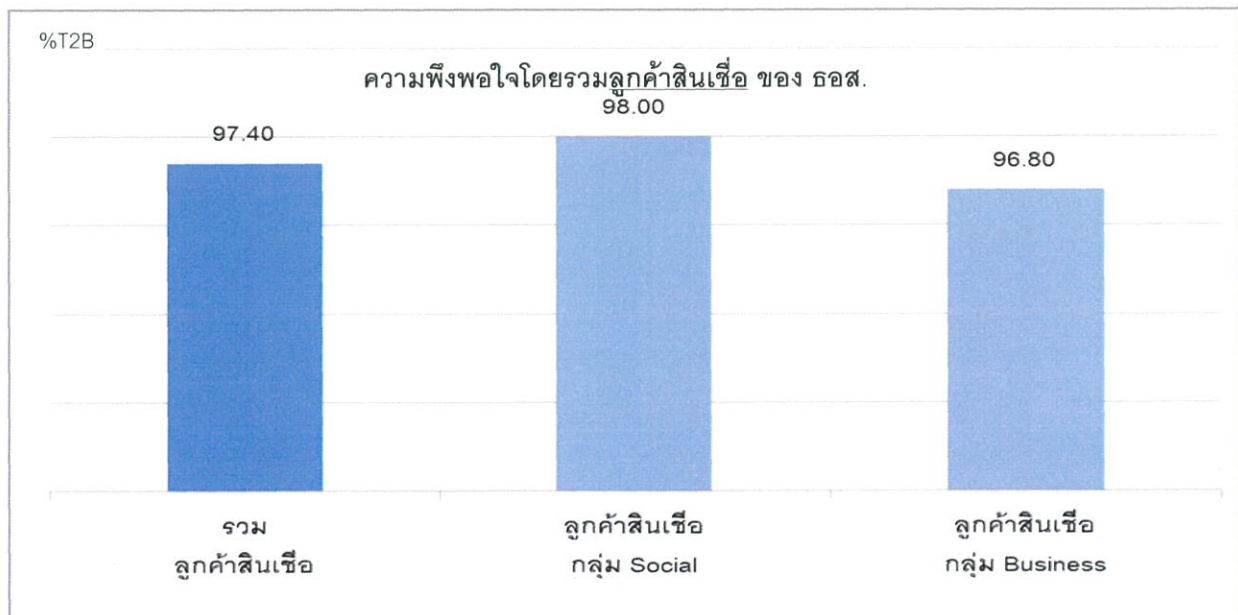
ลูกค้าปัจจุบัน ของ ธอส.	คะแนนความพึงพอใจ %T2B		
	รวม	สินเชื่อ	เงินฝาก
	n=2,000	n=1,000	n=1,000
ความพึงพอใจโดยรวม	98.20	97.40	99.00
ด้านผลิตภัณฑ์	98.15	97.60	98.70
ด้านการสนับสนุนลูกค้า	97.45	95.90	99.00
ด้านการให้บริการ	97.45	95.90	99.00
ด้านภาพลักษณ์และความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร	99.35	99.20	99.50

จากระดับความพึงพอใจโดยรวมของปี 2566 ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงประสิทธิภาพการดำเนินการของธนาคารที่มีผลิตภัณฑ์ บริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงมาตรการต่างๆของธนาคารในการสนับสนุนลูกค้า

จากผลการสำรวจความพึงพอใจปี 2566 ธนาคารได้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละกลุ่มลูกค้าสินเชื่อ และกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ดังนี้

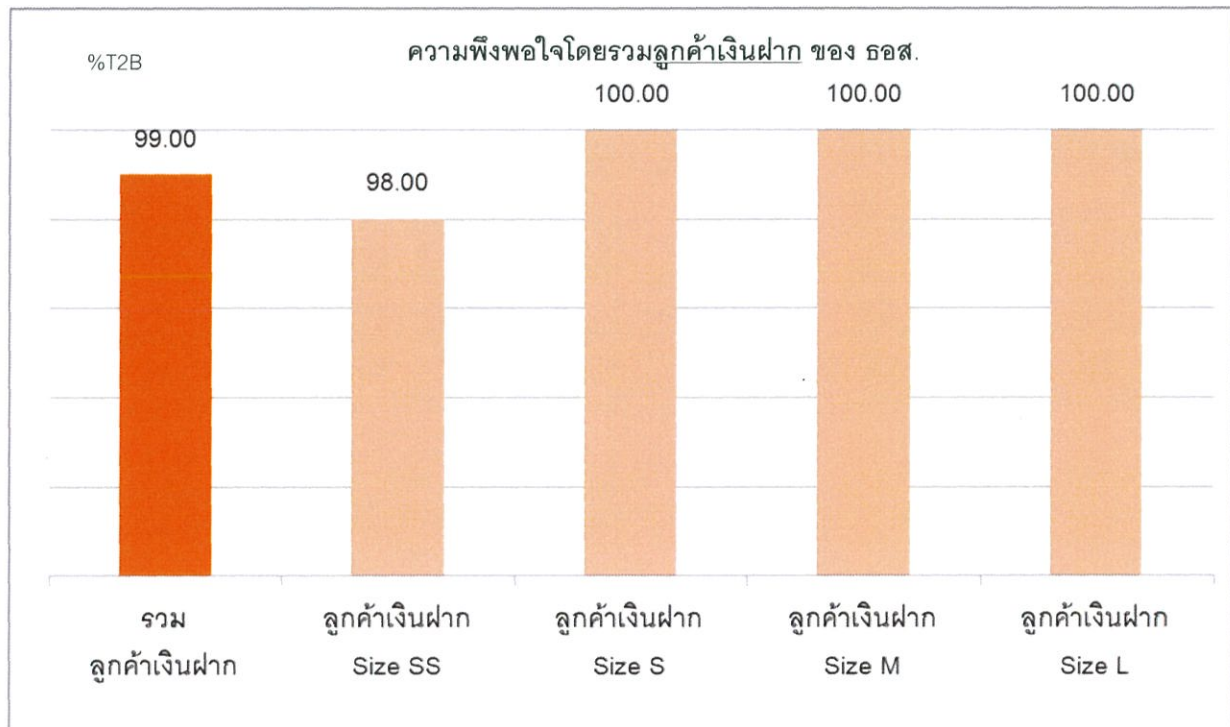
1. ความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อ

จากการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าสินเชื่อจำนวน 1,000 ราย พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการของธนาคาร (% Top 2 Box) คิดเป็นร้อยละ 97.40 โดยที่ลูกค้าสินเชื่อกลุ่ม Social Solution มีระดับความพึงพอใจต่อธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 98.00 และลูกค้าสินเชื่อ Business Solution มีระดับความพึงพอใจต่อธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 96.80



2. ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝาก

จากการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าเงินฝากจำนวน 1,000 ราย พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการของธนาคาร (% Top 2 Box) คิดเป็นร้อยละ 99.00 โดยที่ลูกค้าเงินฝาก Size SS มีระดับความพึงพอใจต่อธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 98.00 ลูกค้าเงินฝาก Size S ลูกค้าเงินฝาก Size M และลูกค้าเงินฝาก Size L มีระดับความพึงพอใจต่อธนาคารเท่ากัน



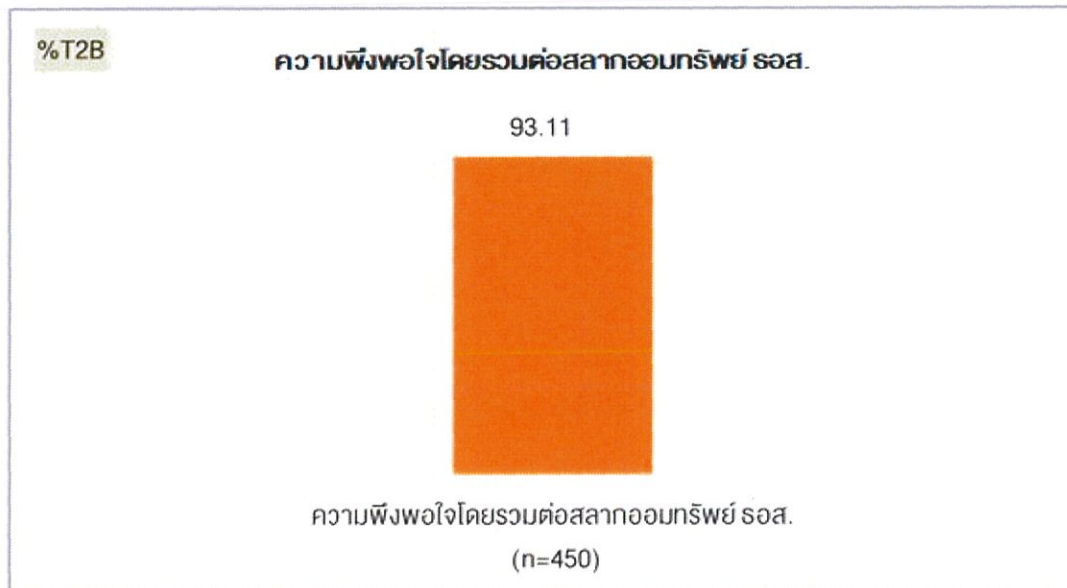
3. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ Mobile Application GHB ALL GEN

จากผลสำรวจผู้ใช้บริการ Mobile Application GHB ALL GEN ของธนาคารจำนวน 450 ราย พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อ Mobile Application GHB ALL GEN ของธนาคาร (% Top 2 Box) คิดเป็นร้อยละ 94.44

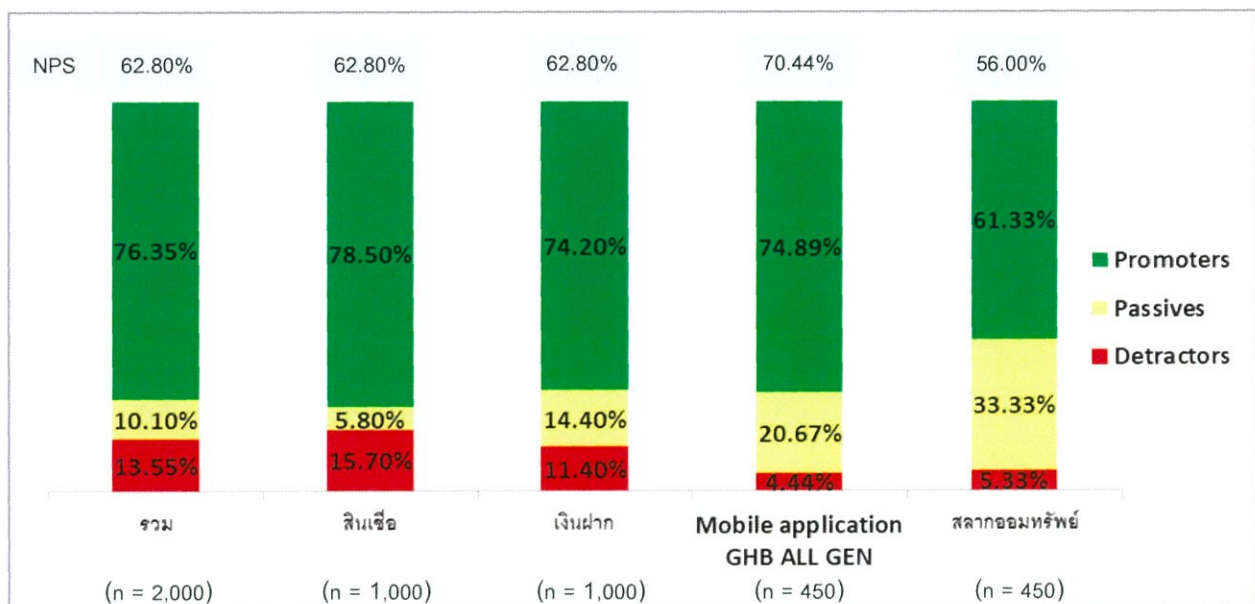


4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสลากออมทรัพย์

จากผลสำรวจผู้ใช้บริการสลากออมทรัพย์ของธนาคารจำนวน 450 ราย พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อสลากออมทรัพย์ของธนาคาร (% Top 2 Box) คิดเป็นร้อยละ 93.11



5. ระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร (Net Promoter Score : NPS)



จากผลสำรวจลูกค้าธนาคาร ระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร (Net Promoter Score : NPS) ของลูกค้าธนาคารปี 2566 พบว่า

ในภาพรวมลูกค้าปัจจุบัน รอส. มีระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร หรือคะแนน NPS อยู่ที่ ร้อยละ 62.80 โดยลูกค้าสินเชื่อ และลูกค้าเงินฝาก มีระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร หรือคะแนน NPS เท่ากัน โดยอยู่ที่ ร้อยละ 62.80 ลูกค้า Mobile Application GHB ALL GEN มีระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร หรือคะแนน NPS อยู่ที่ ร้อยละ 70.44 และลูกค้าสลากออมทรัพย์ มีระดับการเป็นผู้สนับสนุนองค์กร หรือคะแนน NPS อยู่ที่ ร้อยละ 56.00

ทั้งนี้ นอกเหนือจากที่ธนาคารได้มุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์สูงสุดสำหรับลูกค้าแล้ว ธนาคารยังให้ความสำคัญต่อการสื่อสารการตลาดที่ชัดเจน เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความสนใจ รวมถึงให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับการให้บริการเพื่อสนองตามความต้องการลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ักดี และบอกต่อ นอกจากนี้ธนาคารยังดำเนินตามนโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)