

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการศึกษา เรื่องการรับรู้ของลูกค้าต่อภาพลักษณ์ของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ ทั้งที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา รวม 164 ตัวอย่าง ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและบรรยายประกอบ โดยผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1– ตารางที่ 4)

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ภาพรวม (ตารางที่ 5– ตารางที่ 10)

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ (ตารางที่ 11– ตารางที่ 22)

ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามระยะเวลาประกอบธุรกิจ (ตารางที่ 23– ตารางที่ 35)

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	36	21.95
นิติบุคคล	128	78.05
รวม	164	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 164 ราย ประกอบด้วย ลูกค้าบุคคลธรรมดา จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.95 และลูกค้านิติบุคคล จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.05

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตาม ลักษณะของธุรกิจและประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเกษตร	3	8.33	15	11.72	18	10.98
เครื่องหนัง	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เคมีภัณฑ์	0	0.00	1	0.78	1	0.61
ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนและอุปกรณ์	0	0.00	4	3.13	4	2.44
อาหาร	1	2.78	12	9.38	13	7.93
เสื้อผ้าและสิ่งทอ	1	2.78	6	4.69	7	4.27
เซรามิกส์	2	5.55	11	8.59	13	7.93
หัตถกรรม	6	16.67	7	5.47	13	7.93
เครื่องประดับ	6	16.67	10	7.81	16	9.75
อิเล็กทรอนิกส์	0	0.00	2	1.56	2	1.22
เฟอร์นิเจอร์/ตกแต่ง	6	16.67	24	18.75	30	18.29
อื่นๆ ดังนี้						
โรงแรม/Tourism	0	0.00	6	4.69	6	3.75
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	0	0.00	2	1.56	2	1.22
Software	3	8.33	4	3.13	7	4.27
Logistics	3	8.33	4	3.13	7	4.27
สินค้างานฝีมือ	1	2.78	2	1.56	3	1.83
และงานอดิเรก						
วัสดุทางการแพทย์	0	0.00	1	0.78	1	0.61
จักรเย็บผ้า	0	0.00	1	0.78	1	0.61
สำนักพิมพ์	0	0.00	1	0.78	1	0.61
วัสดุก่อสร้าง	0	0.00	4	3.13	4	2.44
นำเข้าประดับยนต์	1	2.78	6	4.69	7	4.27
เครื่องดนตรี/อุปกรณ์	3	8.33	0	0.00	3	1.83
มูลนิธิ	0	0.00	5	3.91	5	3.05
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>100.00</b>	<b>128</b>	<b>100.00</b>	<b>164</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าลูกค้าบุคคลธรรมดาที่ใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ เชียงใหม่ฯ ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์/ตกแต่ง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 เครื่องประดับ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 และหัตถกรรม จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 รองลงมาประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 เซรามิกส์ จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 5.55 อาหาร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.78 เสื้อผ้าและสิ่งทอ จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 2.78 และประกอบธุรกิจอื่นๆ ประกอบด้วย ธุรกิจ Software จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 ธุรกิจ Logistics จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 เครื่องดนตรี/อุปกรณ์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 สินค้างานฝีมือและงานอดิเรก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.78 และนำเข้าประดับยนต์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

สำหรับลูกค้านิติบุคคลที่ใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์/ตกแต่ง คือ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมาประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.72 อาหาร 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.38 เซรามิกส์ 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.59 เครื่องประดับ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.81 หัตถกรรม 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.47 เสื้อผ้าและสิ่งทอ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.69 ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 อิเล็กทรอนิกส์ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.56 เคมีภัณฑ์ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.78 และประกอบธุรกิจอื่นๆ ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม/Tourism จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.69 ธุรกิจนำเข้าประดับยนต์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.69 มุลนิธิ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.91 วัสดุก่อสร้าง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 ธุรกิจ Software จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 ธุรกิจ Logistics จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 สินค้างานฝีมือและงานอดิเรก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.56 โรงเรียน/มหาวิทยาลัย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.56 สำนักพิมพ์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.78 จักรเย็บผ้า จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.78 และวัสดุทางการแพทย์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจและระยะเวลา ประกอบธุรกิจ

ระยะเวลาประกอบธุรกิจ	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
1-5 ปี	12	33.00	37	29.00	49	30.00
6-10 ปี	13	36.00	45	35.00	58	35.00
11-15 ปี	6	17.00	27	21.00	33	20.00
16-20 ปี	4	11.00	10	8.00	14	9.00
21 ปีขึ้นไป	1	3.00	9	7.00	10	6.00
รวม	36	100.00	128	100.00	164	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.00 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 16-20 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ส่วนลูกค้านิติบุคคลที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.00 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 16-20 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจและระยะเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
1-5 ปี	22	61.00	65	51.00	87	53.00
6-10 ปี	12	33.00	33	26.00	45	27.00
11-15 ปี	2	6.00	21	16.00	23	14.00
16-20 ปี	0	0.00	1	1.00	1	1.00
21 ปีขึ้นไป	0	0.00	8	6.25	8	5.00
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>100.00</b>	<b>128</b>	<b>100.00</b>	<b>164</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ มีระยะเวลาที่ใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ 1-5 ปี มากที่สุด จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 และ ระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ส่วนลูกค้านิติบุคคลที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ มีระยะเวลาที่ใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ 1-5 ปี มากที่สุด จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.00 ระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 ระยะเวลา 21 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ราย และ ระยะเวลา 16-20 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ภาพรวม

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านสินค้า หรือบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบริการ หลากหลายประเภท	20 (12.2)	143 (87.2)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12	0.34	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบริการที่ ตรงกับความต้องการ	63 (38.4)	98 (59.8)	3 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบริการที่ แตกต่างจากธนาคาร อื่นและเป็นประโยชน์ ต่อลูกค้า	36 (22.0)	91 (55.5)	37 (22.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99	0.41	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. บริการของศูนย์ ธุรกิจต่างประเทศมี ขั้นตอนการดำเนินการ ที่สะดวก เข้าใจง่าย	40 (24.4)	108 (65.9)	15 (9.1)	1 (0.6)	0 (0.0)	4.14	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีคู่มือการ บริการที่ช่วยให้ลูกค้ามี ความสะดวกในการใช้ บริการ	14 (8.5)	80 (48.8)	61 (37.2)	9 (5.5)	0 (0.0)	3.60	0.72	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
ค่าเฉลี่ยรวม						4.04	0.51	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.37
- 2) บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย  
ค่าเฉลี่ย 4.14
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท ค่าเฉลี่ย 4.12
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อ  
ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.99
- 5) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้  
บริการ ค่าเฉลี่ย 3.60



ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านราคา โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	23 (14.0)	92 (56.1)	49 (29.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ	28 (17.1)	106 (64.6)	28 (17.1)	2 (1.2)	0 (0.0)	3.98	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	13 (7.9)	73 (44.5)	78 (47.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.60	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.81</b>	<b>0.63</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ซึ่งหมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านราคา มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจค่าเฉลี่ย 3.98
- 2) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 3.84

- 3) อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 3.60



ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อใช้ บริการ	48 (29.3)	89 (54.3)	25 (15.2)	2 (1.2)	0 (0.0)	4.12	0.70	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ระยะเวลาการเปิด ให้บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความ เหมาะสม	61 (37.2)	93 (56.7)	10 (6.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมลล์	95 (57.9)	65 (39.6)	4 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55	0.55	เห็นด้วยมากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางบริการทาง อินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว	84 (51.2)	76 (46.3)	4 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49	0.55	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี เครื่องข่ายของธนาคาร ตัวแทนให้บริการ ใต้ทั่วโลก	42 (25.6)	115 (70.1)	7 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.34</b>	<b>0.58</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล ค่าเฉลี่ย 4.55
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.49
- 3) ระยะเวลาการเปิดให้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.31
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีเครือข่ายของธนาคารตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก ค่าเฉลี่ย 4.21
- 5) ที่ตั้งของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.12

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	4 (2.4)	72 (43.9)	73 (44.5)	7 (4.3)	8 (4.9)	3.35	0.81	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ค่อนข้างดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า	12 (7.3)	82 (50.0)	67 (40.9)	3 (1.8)	0 (0.0)	3.63	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า	43 (26.2)	105 (64.0)	16 (9.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้	4 (2.4)	52 (31.7)	106 (64.6)	2 (1.2)	0 (0.0)	3.35	0.55	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ค่อนข้างดี
ค่าเฉลี่ยรวม						3.62	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.16
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.63
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้ และ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.35

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสุภาพอ่อน น้อม ในการให้บริการ	111 (67.7)	52 (31.7)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.48	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
2. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	88 (53.7)	73 (44.5)	3 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52	0.54	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
3. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจ ให้บริการ	102 (62.2)	61 (37.2)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62	0.50	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ มีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว	76 (46.3)	83 (50.6)	5 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43	0.56	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความรู้และ สามารถถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารได้ดี	82 (50.0)	80 (48.8)	2 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
6. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสามารถ แก้ปัญหา และให้คำปรึกษา แนะนำ อันเป็นประโยชน์	74 (45.1)	89 (54.3)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45	0.51	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
7. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกรวดเร็ว	33 (20.1)	128 (78.0)	3 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18	0.43	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.48</b>	<b>0.51</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.67
- 2) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.62
- 3) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.52
- 4) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.49
- 5) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.45
- 6) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.43
- 7) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.18

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านองค์กร โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็น หน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความ โปร่งใส และสามารถ ตรวจสอบได้	35 (21.3)	123 (75.0)	6 (3.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18	0.47	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ	51 (31.1)	110 (67.1)	3 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การพัฒนาทางเทคโนโลยีใน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	32 (19.5)	125 (76.2)	7 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15	0.46	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ	49 (29.9)	114 (69.5)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29	0.47	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
ค่าเฉลี่ยรวม						4.23	0.47	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 10 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าย เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้ายที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ และ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.29
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถ ตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ย 4.18
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.15

**ส่วนที่ 3** ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ ของลูกค้าบุคคลธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านสินค้า หรือบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการหลากหลายประเภท	4 (11.1)	32 (88.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11	0.32	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่ตรงกับความต้องการ	14 (38.9)	21 (58.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36	0.54	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่แตกต่างจากธนาคาร อื่นและเป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า	6 (16.7)	22 (61.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีขั้นตอนการ ดำเนินการที่สะดวก เข้าใจ ง่าย	6 (16.7)	22 (61.1)	8 (22.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี คู่มือการบริการที่ช่วยให้ ลูกค้ามีความสะดวกในการ ใช้บริการ	2 (5.6)	15 (41.7)	18 (50.0)	1 (2.8)	0 (0.0)	3.50	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.97</b>	<b>0.56</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด



จากตารางที่ 11 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้ายุคคลลธรรมดา เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้ายุคคลลธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.36
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท ค่าเฉลี่ย 4.11
- 3) บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย และศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.94
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการค่าเฉลี่ย 3.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านราคา ของลูกค้าบุคคลธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	5 (13.9)	23 (63.9)	8 (22.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92	0.60	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ	5 (13.9)	27 (75.0)	3 (8.3)	1 (2.8)	0 (0.0)	4.00	0.59	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	3 (8.3)	14 (38.9)	19 (52.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.56	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
ค่าเฉลี่ยรวม						3.82	0.61	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าบุคคลธรรมดา เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ซึ่ง หมายความว่า ลูกค้าบุคคลธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่า ภาพลักษณ์ด้านราคา มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจค่าเฉลี่ย 4.00
- 2) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม
- 3) อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 3.92

ค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านราคา ของลูกค้าบุคคลธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านช่องทาง การบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อใช้ บริการ	8 (22.2)	24 (66.7)	3 (8.3)	1 (2.8)	0 (0.0)	4.08	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ระยะเวลาการเปิด ให้บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความ เหมาะสม	9 (25.0)	25 (69.4)	2 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมลล์	12 (33.3)	24 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33	0.48	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางบริการทาง อินเตอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว	11 (30.6)	25 (69.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	0.47	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี เครือข่ายของธนาคาร ตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก	6 (16.7)	28 (77.8)	2 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11	0.46	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.21</b>	<b>0.52</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้ายุคคลลธรรมดา เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้ายุคคลลธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล ค่าเฉลี่ย 4.33
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.31
- 3) ระยะเวลาการเปิดให้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.19
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีเครือข่ายของธนาคารตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก ค่าเฉลี่ย 4.11
- 5) ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.08

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ของลูกค้าบุคคลธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	0 (0.0)	12 (33.3)	20 (55.6)	2 (5.6)	2 (5.6)	3.17	0.77	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ค่อนข้างดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า	3 (8.3)	16 (44.4)	17 (47.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.61	0.64	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า	9 (25.0)	25 (69.4)	2 (5.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้	0 (0.0)	13 (36.1)	22 (61.1)	1 (2.8)	0 (0.0)	3.33	0.53	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.58</b>	<b>0.62</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าบุคคลธรรมดา เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าบุคคลธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ เชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.19
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.61
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้ ค่าเฉลี่ย 3.33
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ของลูกค้าบุคคลธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสุภาพ อ่อนน้อม ในการให้บริการ	19 (52.8)	17 (47.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.53	0.51	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
2. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	19 (52.8)	17 (47.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.53	0.51	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
3. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจ ให้บริการ	18 (50.0)	18 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50	0.51	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ มีความ ชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว	14 (38.9)	21 (58.3)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36	0.54	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความรู้ และ สามารถถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารได้ดี	17 (47.2)	19 (52.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47	0.51	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
6. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมี ความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์	11 (30.6)	25 (69.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	0.47	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
7. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกรวดเร็ว	10 (27.8)	26 (72.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28	0.45	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.42</b>	<b>0.50</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านุคคลธรรมดา เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้านุคคลธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ และ พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.53
- 2) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความมุ่งมั่นกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.50
- 3) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.47
- 4) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ มีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.36
- 5) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.31
- 6) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.28



ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ของลูกค้านุคกลางธรรมดา

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่ดำเนินงาน ด้วยความโปร่งใส และ สามารถตรวจสอบได้	5 (13.9)	30 (83.3)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11	0.40	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ	8 (22.2)	28 (77.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.22	0.42	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การพัฒนาทางเทคโนโลยี ในการให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง	4 (11.1)	32 (88.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11	0.32	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่เป็น มาตรฐานสากล ตาม ระเบียบการค้าต่างประเทศ	8 (22.2)	28 (77.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.22	0.42	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.17</b>	<b>0.39</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านุคกลางธรรมดา เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 ซึ่ง  
หมายความว่า ลูกค้านุคกลางธรรมดา ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ คิดว่า  
ภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย  
ได้ผลดังนี้

1) ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ และ ศูนย์ธุรกิจ  
ต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.22

2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถ  
ตรวจสอบได้ และศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง  
ค่าเฉลี่ย 4.11

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท	16 (12.5)	111 (86.7)	1 (.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12	0.35	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ	49 (38.3)	77 (60.2)	2 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	30 (23.4)	69 (53.9)	29 (22.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01	0.68	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย	34 (26.6)	86 (67.2)	7 (5.5)	1 (.8)	0 (0.0)	4.20	0.56	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการ	12 (9.4)	65 (50.8)	43 (33.6)	8 (6.3)	0 (0.0)	3.63	0.74	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.06</b>	<b>0.57</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านิติบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้านิติบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.37
- 2) บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 4.20
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท ค่าเฉลี่ย 4.12
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.01
- 5) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.63

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	18 (14.1)	69 (53.9)	41 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82	0.66	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ	23 (18.0)	79 (61.7)	25 (19.5)	1 (0.8)	0 (0.0)	3.97	0.64	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	10 (7.8)	59 (46.1)	59 (46.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.62	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.80</b>	<b>0.64</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านิติบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้านิติบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านราคา มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจค่าเฉลี่ย 3.97
- 2) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสมค่าเฉลี่ย 3.82
- 3) อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสมค่าเฉลี่ย 3.62

ค่าเฉลี่ย 3.62

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อใช้ บริการ	40 (31.3)	65 (50.8)	22 (17.2)	1 (0.8)	0 (0.0)	4.13	0.71	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ระยะเวลาการเปิด ให้บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความ เหมาะสม	52 (40.6)	68 (53.1)	8 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.34	0.59	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมลล์	83 (64.8)	41 (32.0)	4 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62	0.55	เห็นด้วยมากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางบริการทาง อินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว	73 (57.0)	51 (39.8)	4 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.54	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี เครื่องข่ายของธนาคาร ตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก	36 (28.1)	87 (68.0)	5 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.37</b>	<b>0.59</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านิติบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้านิติบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล ค่าเฉลี่ย 4.62
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.54
- 3) ระยะเวลาการเปิดให้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.34
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีเครือข่ายของธนาคารตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก ค่าเฉลี่ย 4.24
- 5) ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	4 (3.1)	60 (46.9)	53 (41.4)	5 (3.9)	6 (4.7)	3.40	0.82	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ ค่อนข้างดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ส่วนลดค่าบริการ หรือ อัตราพิเศษแก่ลูกค้า	9 (7.0)	66 (51.6)	50 (39.1)	3 (2.3)	0 (0.0)	3.63	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การให้อัตราแลกเปลี่ยน พิเศษแก่ลูกค้า	34 (26.6)	80 (62.5)	14 (10.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.59	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การจัดกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้	4 (3.1)	39 (30.5)	84 (65.6)	1 (.8)	0 (0.0)	3.36	0.56	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ ค่อนข้างดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.64</b>	<b>0.65</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านิติบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน  
การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.64 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ซึ่ง  
หมายความว่า ลูกค้านิติบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์  
ด้านการส่งเสริมการตลาด มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหา  
น้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.16
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.63
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.40
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรม  
ให้ความรู้ ค่าเฉลี่ย 3.36



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสุภาพ อ่อนน้อม ในการ ให้บริการ	92 (71.9)	35 (27.3)	1 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71	0.47	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
2. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	69 (53.9)	56 (43.8)	3 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52	0.55	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
3. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจ ให้บริการ	84 (65.6)	43 (33.6)	1 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65	0.50	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ มีความ ชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว	62 (48.4)	62 (48.4)	4 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45	0.56	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความรู้ และ สามารถถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารได้ดี	65 (50.8)	61 (47.7)	2 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
6. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมี ความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์	63 (49.2)	64 (50.0)	1 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
7. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ ทำให้ ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว	23 (18.0)	102 (79.7)	3 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.42	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.49</b>	<b>0.51</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้ายินดีบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ซึ่งหมายความว่าลูกค้ายินดีบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.71
- 2) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.65
- 3) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.52
- 4) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.49
- 5) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.48
- 6) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.45
- 7) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.16

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร ของลูกค้านิติบุคคล

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	30 (23.4)	93 (72.7)	5 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20	0.49	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ	43 (33.6)	82 (64.1)	3 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	0.51	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	28 (21.9)	93 (72.7)	7 (5.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากลตามระเบียบการค้าต่างประเทศ	41 (32.0)	86 (67.2)	1 (.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	0.48	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
ค่าเฉลี่ยรวม						4.25	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านิติบุคคล เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ซึ่งหมายความว่าลูกค้านิติบุคคล ที่มาใช้บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ คิดว่าภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ และ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.31
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ย 4.20
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.16

ส่วนที่ 4 ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
0 - 5 ปี	87	53.05
มากกว่า 5 ปี	77	46.95
<b>รวม</b>	<b>164</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 23 พบว่า จำนวนลูกค้า ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 0-5 ปี มีจำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.05 ส่วนลูกค้าที่ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 5 ปี มีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.95

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านสินค้า หรือบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการหลากหลายประเภท	5 (5.7)	81 (93.1)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05	0.26	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่ตรงกับความต้องการ	30 (34.5)	55 (63.2)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.32	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่แตกต่างจาก ธนาคารอื่นและเป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า	15 (28.7)	47 (54.0)	25 (17.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89	0.67	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีขั้นตอนการ ดำเนินการที่สะดวก เข้าใจ ง่าย	18 (20.7)	59 (67.8)	10 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09	0.56	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี คู่มือการบริการที่ช่วยให้ ลูกค้ามีความสะดวกใน การใช้บริการ	9 (10.3)	43 (49.4)	32 (36.8)	3 (3.4)	0 (0.0)	3.67	0.71	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.00</b>	<b>0.54</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.32
- 2) บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย  
ค่าเฉลี่ย 4.09
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท ค่าเฉลี่ย 4.05
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อ  
ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.89
- 5) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้  
บริการค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	11 (12.6)	42 (48.3)	34 (39.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.74	0.67	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ	12 (13.8)	53 (60.9)	20 (23.0)	2 (2.3)	0 (0.0)	3.86	0.67	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	9 (10.3)	39 (44.8)	39 (44.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.66	0.66	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.75</b>	<b>0.67</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านราคา มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.86
- 2) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.74
- 3) อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.66



ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านช่อง ทางการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อใช้ บริการ	21 (24.1)	54 (62.1)	12 (13.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10	0.61	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ระยะเวลาการเปิด ให้บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความ เหมาะสม	27 (31.0)	53 (60.9)	7 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมลล์	46 (52.9)	39 (44.8)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.51	0.55	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดีมาก
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางบริการทาง อินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว	35 (40.2)	50 (57.5)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี เครือข่ายของธนาคาร ตัวแทนให้บริการได้ทั่ว โลก	18 (20.7)	64 (73.6)	5 (5.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15	0.49	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.27</b>	<b>0.55</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์, อีเมล  
ค่าเฉลี่ย 4.51
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว  
ค่าเฉลี่ย 4.38
- 3) ระยะเวลาการเปิดให้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย  
4.23
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีเครือข่ายของธนาคารตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก ค่าเฉลี่ย  
4.15
- 5) ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย  
4.10

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ผ่านสื่อต่างๆ อย่าง ต่อเนื่อง	1 (1.1)	41 (47.1)	42 (48.3)	2 (2.3)	1 (1.1)	3.45	0.62	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ ค่อนข้างดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ส่วนลดค่าบริการ หรือ อัตราพิเศษแก่ลูกค้า	8 (9.2)	42 (48.3)	36 (41.4)	1 (1.1)	0 (0.0)	3.66	0.66	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การให้อัตราแลกเปลี่ยน พิเศษแก่ลูกค้า	17 (19.5)	58 (66.7)	12 (13.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การจัดกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้	2 (2.3)	26 (29.9)	57 (65.5)	2 (2.3)	0 (0.0)	3.32	0.56	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ ค่อนข้างดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.62</b>	<b>0.61</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี  
เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.62 และส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน 0.61 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผล  
ดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.06
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.66
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องค่าเฉลี่ย 3.45
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรม  
ให้ความรู้ ค่าเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสุภาพ อ่อนน้อม ในการให้บริการ	59 (67.8)	27 (31.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.67	0.50	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
2. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	43 (49.4)	43 (49.4)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจ ให้บริการ	52 (59.8)	35 (40.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60	0.49	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ มีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว	37 (42.5)	48 (55.2)	2 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40	0.54	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความรู้และ สามารถถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารได้ดี	40 (46.0)	47 (54.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
6. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมี ความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์	36 (41.4)	51 (58.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41	0.50	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
7. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกรวดเร็ว	16 (18.4)	70 (80.5)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17	0.41	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.46</b>	<b>0.49</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.46 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.67
- 2) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.60
- 3) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.48
- 4) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.46
- 5) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.41
- 6) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.40
- 7) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.17

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	13 (14.9)	71 (81.6)	3 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11	0.42	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ	22 (25.3)	64 (73.6)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24	0.46	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	10 (11.5)	76 (87.4)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10	0.34	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากลตามระเบียบการค้าต่างประเทศ	26 (29.9)	61 (70.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30	0.46	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
ค่าเฉลี่ยรวม						4.19	0.42	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0 – 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.30
- 2) ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.24
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ย 4.11
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.10

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
 ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือ บริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการหลากหลายประเภท	15 (19.5)	62 (80.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19	0.40	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่ตรงกับความต้องการ	33 (42.9)	43 (55.8)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี บริการที่แตกต่างจาก ธนาคารอื่นและเป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า	21 (27.3)	44 (57.1)	12 (15.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12	0.65	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีขั้นตอนการ ดำเนินการที่สะดวก เข้าใจ ง่าย	22 (28.6)	49 (63.6)	5 (6.5)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.19	0.61	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี คู่มือการบริการที่ช่วยให้ ลูกค้ามีความสะดวกในการ ใช้บริการ	5 (6.5)	37 (48.1)	29 (37.7)	6 (7.8)	0 (0.0)	3.53	0.74	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.09</b>	<b>0.58</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด



จากตารางที่ 30 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่ตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.42
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการหลากหลายประเภท และ บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีขั้นตอนการดำเนินการที่สะดวก เข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 4.19
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่แตกต่างจากธนาคารอื่นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.12
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีคู่มือการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการค่าเฉลี่ย 3.53

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	12 (15.6)	50 (64.9)	15 (19.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96	0.59	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ	16 (20.8)	53 (68.8)	8 (10.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10	0.55	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม	4 (5.2)	34 (44.2)	39 (50.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.55	0.60	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.87</b>	<b>0.58</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านราคา มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ลูกค้าได้เปรียบทางธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 4.10
- 2) อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.96
- 3) อัตราดอกเบี้ยในบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.55

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
 ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านช่อง ทางการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อใช้ บริการ	17 (35.1)	33 (45.5)	13 (16.9)	2 (2.6)	0 (0.0)	4.13	0.78	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ระยะเวลาการเปิด ให้บริการของศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความ เหมาะสม	34 (44.2)	40 (59.1)	3 (3.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40	0.57	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เช่น โทรศัพท์ , แฟกซ์ อีเมลล์	49 (63.6)	26 (33.8)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61	0.54	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี ช่องทางบริการทาง อินเตอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว	49 (63.6)	26 (33.8)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61	0.54	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
5. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี เครือข่ายของธนาคาร ตัวแทนให้บริการได้ทั่ว โลก	24 (31.2)	51 (66.2)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29	0.51	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.41</b>	<b>0.59</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางในการติดต่อที่สะดวก เช่น โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมล และ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีช่องทางบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.61
- 2) ระยะเวลาการเปิดให้บริการของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.40
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีเครือข่ายของธนาคารตัวแทนให้บริการได้ทั่วโลก ค่าเฉลี่ย 4.29
- 4) ที่ตั้งของ ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	3 (3.9)	31 (40.3)	31 (40.3)	5 (6.5)	7 (9.1)	3.23	0.97	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ค่อนข้างดี
2. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า	4 (5.2)	40 (51.9)	31 (40.3)	2 (2.6)	0 (0.0)	3.60	0.63	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า	26 (33.8)	47 (61.0)	4 (5.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29	0.56	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้	2 (2.6)	26 (33.8)	49 (63.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.39	0.54	เฉยๆ	ภาพลักษณ์ค่อนข้างดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.63</b>	<b>0.68</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.29
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีส่วนลดค่าบริการ หรืออัตราพิเศษแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.60
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น การอบรมให้ความรู้ ค่าเฉลี่ย 3.39
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.23

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับ  
 ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสุภาพอ่อน น้อม ในการให้บริการ	52 (67.5)	25 (32.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.68	0.47	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
2. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	45 (58.4)	30 (39.0)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56	0.55	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
3. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจ ให้บริการ	50 (64.9)	21 (33.8)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.64	0.51	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
4. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศ มีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว	39 (50.6)	35 (45.5)	3 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.47	0.58	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
5. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความรู้และ สามารถถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารได้ดี	42 (54.5)	33 (42.9)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52	0.55	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก
6. พนักงานศูนย์ธุรกิจ ต่างประเทศมีความสามารถ แก้ปัญหา และให้คำปรึกษา แนะนำ อันเป็นประโยชน์	38 (49.4)	38 (49.4)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
7. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมี การประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกรวดเร็ว	17 (22.1)	58 (75.3)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19	0.46	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.50</b>	<b>0.52</b>	เห็นด้วย มากที่สุด	ภาพลักษณ์ดี มาก

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 คิดว่าภาพลักษณ์ด้านการบริการ มีภาพลักษณ์ดีมาก เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.68
- 2) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความมุ่งมั่น กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.64
- 3) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.56
- 4) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.52
- 5) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความสามารถแก้ปัญหา และให้คำปรึกษาแนะนำ อันเป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 4.48
- 6) พนักงานศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีความชำนาญ ทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.47
- 7) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ลูกค้ำได้รับความสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.19



ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร ของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี

ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น (แปลผล)	ความหมาย
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง				
1. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	22 (28.6)	52 (67.5)	3 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25	0.52	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
2. ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ	29 (37.7)	46 (59.7)	2 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35	0.53	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
3. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	22 (28.6)	49 (63.6)	6 (7.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21	0.57	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
4. ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากลตามระเบียบการค้าต่างประเทศ	23 (29.9)	53 (68.8)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29	0.48	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.27</b>	<b>0.53</b>	เห็นด้วย	ภาพลักษณ์ดี

\* 1-1.49=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49=ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49=เฉยๆ 3.50-4.49=เห็นด้วย 4.50-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 4.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 ซึ่งหมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี คิดว่าภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีภาพลักษณ์ดี เมื่อเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ผลดังนี้

- 1) ชื่อเสียงของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.35
- 2) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ตามระเบียบการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.29
- 3) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ย 4.25
- 4) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.21

ตารางที่ 36 แสดง สรุปผล ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจต่างประเทศเชียงใหม่ฯ  
ด้านต่างๆ

ภาพลักษณ์	ภาพรวม		บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล		ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้ บริการ 0-5 ปี		ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้ บริการมากกว่า 5 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ภาพลักษณ์ (อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ภาพลักษณ์ (อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ภาพลักษณ์ (อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ภาพลักษณ์ (อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ภาพลักษณ์ (อันดับ)
ด้านสินค้า หรือบริการ	4.04	ดี (4)	3.97	ดี (4)	4.06	ดี (4)	4.00	ดี (4)	4.09	ดี (4)
ด้านราคา	3.81	ดี (5)	3.82	ดี (5)	3.80	ดี (5)	3.75	ดี (5)	3.87	ดี (5)
ด้าน ช่องทาง การบริการ	4.34	ดี (2)	4.21	ดี (2)	4.37	ดี (2)	4.27	ดี (2)	4.41	ดี (2)
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.62	ดี (6)	3.58	ดี (6)	3.64	ดี (6)	3.62	ดี (6)	3.36	ดี (6)
ด้านการ บริการ	4.48	ดี (1)	4.42	ดี (1)	4.49	ดี (1)	4.46	ดี (1)	4.50	ดี (1)
ด้านองค์กร	4.23	ดี (3)	4.17	ดี (3)	4.25	ดี (3)	4.19	ดี (3)	4.27	ดี (3)
สรุป ภาพรวม	4.09	ดี	4.03	ดี	4.10	ดี	4.05	ดี	4.08	ดี

จากตารางที่ 36 สรุปภาพรวม ภาพลักษณ์ตามการรับรู้ของลูกค้าศูนย์ธุรกิจ  
ต่างประเทศเชียงใหม่ฯ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.09 ลูกค้าบุคคลธรรมดา อยู่ในระดับ  
ดี ค่าเฉลี่ย 4.03 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 4.10 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่  
ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.05 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย  
4.08

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในแต่ละด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงเป็น  
อันดับที่ 1 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านการบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.48 ลูกค้าบุคคล  
ธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.42 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 4.49 ลูกค้าที่มี  
ระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.46 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการ  
มากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.50

ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 2 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านช่องทางการบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.34 ลูกค้านุคคลธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.21 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 4.37 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.27 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.41

ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านองค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.23 ลูกค้านุคคลธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.17 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 4.25 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.19 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.27

ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 4 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านสินค้าหรือบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.04 ลูกค้านุคคลธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.97 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 4.06 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.00 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.09

ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 5 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านราคา โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.81 ลูกค้านุคคลธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.82 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 3.80 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.75 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.87

ภาพลักษณ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 6 ได้แก่ภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.62 ลูกค้านุคคลธรรมดา อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.58 ลูกค้านิติบุคคล อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 3.64 ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.62 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 5 ปี อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.36