

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและอัตราการคงเป็นลูกค้า.....	11
4.1	จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า .	57
4.2	คะแนนปัจจัยด้านสินค้าของลูกค้าที่ใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด	64
4.3	คะแนนปัจจัยด้านราคาของลูกค้าที่ใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด	66
4.4	คะแนนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของลูกค้าที่ใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด.....	68
4.5	คะแนนปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดของลูกค้าที่ใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด.....	70
4.6	คะแนนปัจจัยด้านการบริการของลูกค้าที่ใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด	73
4.7	คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่างของลูกค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด	76
4.8	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า	78
4.9	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า	79
4.10	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	80
4.11	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	80
4.12	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	81
4.13	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	81
4.14	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	82
4.15	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด.....	83
4.16	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ	84

4.17	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ	84
4.18	จำนวนเพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	85
4.19	ค่า Chi-Square Tests ของ เพศ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	85
4.20	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า.....	86
4.21	ค่า Chi-Square Tests ของ อายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า.....	87
4.22	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา.....	88
4.23	ค่า Chi-Square Tests ของ อายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา.....	89
4.24	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	90
4.25	ค่า Chi-Square Tests ของ อายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	90
4.26	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	91
4.27	ค่า Chi-Square Tests ของอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	92
4.28	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ	93
4.29	ค่า Chi-Square Tests ของ อายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ	93
4.30	จำนวนอายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	94
4.31	ค่า Chi-Square Tests ของ อายุ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	95
4.32	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า	96
4.33	ค่า Chi-Square Tests ของ อาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า	97
4.34	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	98
4.35	ค่า Chi-Square Tests ของ อาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	99
4.36	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	100
4.37	ค่า Chi-Square Tests ของ อาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	100
4.38	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด.....	101
4.39	ค่า Chi-Square Tests ของอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	102
4.40	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ.....	103
4.41	ค่า Chi-Square Tests ของ อาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ.....	103

4.42	จำนวนอาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	104
4.43	ค่า Chi-Square Tests ของ อาชีพ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	104
4.44	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า.....	105
4.45	ค่า Chi-Square Tests ของ ระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน สินค้า	106
4.46	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา.....	107
4.47	ค่า Chi-Square Tests ของ ระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ราคา	107
4.48	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	108
4.49	ค่า Chi-Square Tests ของ ระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	109
4.50	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	110
4.51	ค่า Chi-Square Tests ของระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน การส่งเสริมทางการตลาด.....	110
4.52	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกาให้บริการ	111
4.53	ค่า Chi-Square Tests ของ ระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน กาให้บริการ.....	112
4.54	จำนวนระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	113
4.55	ค่า Chi-Square Tests ของระดับการศึกษาสูงสุด * ค่าเฉลี่ยของปัจจัย ทั้งหมด	114
4.56	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า.....	115
4.57	ค่า Chi-Square Tests ของ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน สินค้า	116
4.58	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา.....	117
4.59	ค่า Chi-Square Tests ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ราคา	118
4.60	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	119

4.61	ค่า Chi-Square Tests ของ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	119
4.62	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	120
4.63	ค่า Chi-Square Tests ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน การส่งเสริมทางการตลาด.....	121
4.64	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ	122
4.65	ค่า Chi-Square Tests ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน การให้บริการ.....	122
4.66	จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	123
4.67	ค่า Chi-Square Tests ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	124
4.68	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า	125
4.69	ค่า Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน สินค้า	126
4.70	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	127
4.71	ค่า Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	128
4.72	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .	129
4.73	Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	130
4.74	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	131
4.75	ค่า Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการ ส่งเสริมทางการตลาด	132
4.76	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ.....	133
4.77	ค่า Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการ ให้บริการ	134
4.78	จำนวนที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด	135
4.79	ค่า Chi-Square Tests ของที่พักอาศัยปัจจุบัน * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด ..	136
4.80	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้า.....	137

4.81	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน สินค้า.....	138
4.82	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา.....	139
4.83	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ราคา.....	139
4.84	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย.....	140
4.85	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	141
4.86	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง การตลาด.....	142
4.87	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน การส่งเสริมทางการตลาด.....	142
4.88	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการให้บริการ.....	143
4.89	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้าน การให้บริการ.....	143
4.90	จำนวนสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด.....	144
4.91	ค่า Chi-Square Tests ของสถานที่ที่เล่นเกมประจำ * ค่าเฉลี่ยของปัจจัย ทั้งหมด.....	145
4.92	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจในด้านต่างๆ.....	148
4.93	จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พนักงาน.....	152
4.94	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านการดำเนินงาน ปัจจุบันของบริษัท.....	155
4.95	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านกระบวนการทาง ธุรกิจ.....	159
4.96	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านเทคโนโลยี.....	161
4.97	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านกลยุทธ์ทางความรู้..	164

4.98	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านการบริหารงานบุคคล.....	167
4.99	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ..	170
4.100	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของพนักงานในด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ..	176