สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นพนักงานในบริษัทซึ่งเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์..	66
4.2	ค่าเฉลี่ยความเข้าใจในเรื่องนโยบายบริษัทของพนักงาน	68
4.3	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความเข้าใจในระบบ CRM และการปฏิบัติงาน	69
4.4	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการสื่อสาร การติดต่อประสานงานทั้งใน และนอกองค์กร	70
4.5	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระบบการขาย และการชำระเงิน.....	72
4.6	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบฐานข้อมูล และเทคโนโลยี	73
4.7	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับบุคลากร และการฝึกอบรม	74
4.8	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	75
4.9	ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขายที่จัดเพื่อลูกค้า	76
4.10	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อลูกค้า ...	77
4.11	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์...	80
4.12	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเกี่ยวกับความเข้าใจในนโยบาย	82
4.13	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเกี่ยวข้องกับความเข้าใจระบบ IMC.....	83
4.14	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการติดต่อประสานงานทั้งใน และนอกองค์กร.....	85
4.15	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านที่เกี่ยวข้องกับระบบฐานข้อมูล และเทคโนโลยี.....	86
4.16	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านบุคลากร และการฝึกอบรม	87
4.17	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	89
4.18	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	90
4.19	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านในเรื่องการใช้งบประมาณในเรื่องสื่อต่างๆ	92
4.20	ค่าเฉลี่ยโดยรวมเกี่ยวกับความคิดเห็นในแต่ละด้านของลูกค้า.....	97
4.21	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท…….....	99
4.22	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการpr……..…	100
4.23	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจในลักษณะธุรกิจ……..……	101
4.24	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้าของบริษัท.....	102
4.25	ค่าเฉลี่ยปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของบริษัท…….	102

4.26 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและราคาของบริษัท…….. 104
4.27 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อรายการส่งเสริมการขายของบริษัท…. 104
4.28 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมของบริษัท…….. 105
4.29 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการ และพนักงานของบริษัท … 106
4.30 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการตกแต่ง และการวางแผนผังของร้านค้า..... 108
4.31 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายใน ประเด็นของความเข้าใจลักษณะทางธุรกิจ… 112
4.32 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายใน ประเด็นของความเข้าใจ CRM ……... 113
4.33 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายใน ประเด็นของความเข้าใจ IMC ……. 114
4.34 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายใน ประเด็นการสื่อสาร และประสานงาน……. 114
4.35 วิเคราะห์ผู้ส่งสารภายในประเด็นระบบฐานข้อมูล และเทคโนโลยี……..…. 115
4.36 วิเคราะห์ผู้ส่งสารภายในประเด็นของบุคลากร และการฝึกอบรม……. 116
4.37 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายในประเด็นระบบการขาย และการชำระเงิน……. 117
4.38 วิเคราะห์ระบบช่องทางการสื่อสาร…… 118
4.39 วิเคราะห์สารที่บริษัทใช้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า……... 118
4.40 วิเคราะห์สารในประเด็นของกิจกรรมเพื่อ PR บริษัท…… 119
4.41 วิเคราะห์สารในประเด็นของสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อลูกค้า……..... 119
4.42 วิเคราะห์สารในประเด็นของรายการส่งเสริมการขายที่จัดเพื่อลูกค้า……..... 120