

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา	10
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	10
ขอบเขตการศึกษา	10
นิยามศัพท์เฉพาะ	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
2. แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)	13
แนวคิดด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	41
แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	41
วิธีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	42
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	43

4. ผลการศึกษา	44
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center	44
ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อบริหารงาน ลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center.....	63
ปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการเพื่อบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center	76
5. บทสรุป การอภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	79
สรุปผลการศึกษา	79
อภิปรายผลการศึกษา.....	83
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	97
บรรณานุกรม	99
ประวัติการศึกษา.....	103