

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ข้อจำกัดการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	7
2 การทบทวนเอกสารวรรณกรรม	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์	47
2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย	49
2.4 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน	54

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.5 ประวัติจังหวัดอุดรดิตถ์	55
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
3 ระเบียบวิธีวิจัย	68
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย	68
3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	73
3.3 พื้นที่ในการศึกษา	73
3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	73
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	74
3.6 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล	75
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
ตอนที่ 1 สถานภาพ และศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์	76
ตอนที่ 2 การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิต ภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์	101
ตอนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยแบบมีส่วนร่วม ในจังหวัดอุดรดิตถ์	108
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลการวิจัย	111
5.2 อภิปรายผล	115
5.3 ข้อเสนอแนะ	120

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	
ผนวก ก แบบสัมภาษณ์	128
ผนวก ข ประเด็นการสนทนากลุ่ม	130
ผนวก ค บทความ	132
ประวัติผู้วิจัย	147

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2.1	แนวคิดการสื่อสารการตลาดตามทัศนะการตลาดแบบดั้งเดิม	9
2.2	โครงสร้างของการสื่อสารการตลาดในมุมมองของการสื่อสาร การตลาด แบบผสมผสาน	10
2.3	แบบจำลองการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์	11
2.4	รูปแบบกระบวนการการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	19
3.1	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	72
3.2	แผนที่จังหวัดอุตรดิตถ์	73
4.1	สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิ ปัญญาไทย	77
4.2	ภาพชุมชนท่าเสาดั้งเดิมในจังหวัดอุตรดิตถ์	79
4.3	อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก	80
4.4	ประตูล้อมเมืองลับแล	82
4.5	อนุสาวรีย์พระศรีพนมมาศ	83
4.6	บ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก	85
4.7	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านบ่อเหล็กน้ำพี้	86
4.8	อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว และน้ำตกภูสอยดาว	87
4.9	การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	91
4.10	แสดงจุดแข็งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุตรดิตถ์	93
4.11	จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุตรดิตถ์	96
4.12	โอกาสของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุตรดิตถ์	98

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

แผนภาพที่		หน้า
4.13	อุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์	101
4.14	การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	102
4.15	เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และวิถี ชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์	107
4.16	การสนทนากลุ่ม	108
4.17	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถี ชีวิตภูมิปัญญาไทย ในจังหวัด อุดรดิตต์ BE-NICE STRATEGY	110

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	23
2.2	การประยุกต์ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรธานี	66