

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ปัญหำนำการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเรื่องตราสินค้า (Brand).....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communications).....	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	32
แนวคิดเรื่องชื่อเสียงองค์กร.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการสโมสรฟุตบอลอาชีพ.....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	54
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
การนำเสนอข้อมูล.....	56
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	
กลุ่มตัวอย่าง	57
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การนำเสนอข้อมูล.....	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
สโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด.....	60
สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด.....	83
สโมสรชลบุรี เอฟซี.....	102
การทดสอบสมมติฐาน.....	120
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
สรุปผลการวิจัย.....	126
อภิปรายผลการวิจัย.....	132
ข้อเสนอแนะ.....	136
รายการอ้างอิง.....	137
ภาคผนวก.....	139
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การจัดการ	
ตราสินค้าและชื่อเสียงของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก.....	140
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การจัดการ	
ตราสินค้าและชื่อเสียงของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก.....	146
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การจัดการ	
ตราสินค้าและชื่อเสียงของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก.....	152
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	159

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	แสดงการสรุปความหมายของชื่อเสียงองค์กรใน 6 มุมมอง.....	37
ตารางที่ 4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด.....	65
ตารางที่ 4.2	ความคิดเห็นต่อการจัดการตราสินค้าและชื่อเสียง ของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด.....	72
ตารางที่ 4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด.....	86
ตารางที่ 4.4	ความคิดเห็นต่อการจัดการตราสินค้าและชื่อเสียง ของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด.....	94
ตารางที่ 4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสโมสรชลบุรี เอฟซี.....	106
ตารางที่ 4.6	ความคิดเห็นต่อการจัดการตราสินค้าและชื่อเสียง ของสโมสรชลบุรี เอฟซี.....	113
ตารางที่ 4.7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการ ตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำแนกตาม สถานภาพด้านเพศ.....	120
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการ ตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำแนกตาม สถานภาพด้านอายุ.....	121
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการ ตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำแนกตาม สถานภาพด้านภูมิลำเนา.....	121

ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ.....	122
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด.....	123
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำแนกตามสถานภาพด้านภูมิลำเนา.....	123
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรชลบุรี เอฟซี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ.....	124
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรชลบุรี เอฟซี จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ.....	125
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อการจัดการตราสินค้าและต่อชื่อเสียงของสโมสรชลบุรี เอฟซี จำแนกตามสถานภาพด้านภูมิลำเนา.....	125

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงหน้าที่ของตราสินค้าในการเชื่อมโยงผู้บริโภคกับสินค้า.....	12
ภาพที่ 2.2 ส่วนประกอบทัศนคติ.....	32
ภาพที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ และชื่อเสียงองค์กร.....	39
ภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร.....	41