

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ. (2553). *คุยกับประธานสโมสรชลบุรี เอฟซี วิทยา คุณปลื้ม* บริหารทุกด้านสู่ทีมชั้นนำของเอเชีย. ชลบุรี: ชลบุรีเอฟซี เอ็กซ์ตรา.
- คมกรณ์ อุดมวิชนะผล, ธนกฤต สัทธานนท์, ณัฐโชติ โกละศกรอวี, สมพงษ์ มุกดาพิพัฒน์กุล และ รัชนก อินสว่างวงศ์. (2552). บทวิเคราะห์กลยุทธ์ 7's ของฉลามชล. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com>
- งามภา จิตติพรรณกุล. (2543). การเปิดรับรายการวไรตี้โชว์ การระดมทุนตราสินค้าและทัศนคติที่มีต่อป้ายตราสินค้าที่ใส่สปอนเซอร์ในรายการวไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, ภาควิชาประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จีระศักดิ์ โจมทอง. (2554, 20 กันยายน). ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์สโมสรชลบุรีเอฟซี. สัมภาษณ์.
- จุดเปลี่ยนฟาดแข้งไทย ถึงเวลาเทียบชั้นบอลลระดับโลก? ผู้จัดการรายสัปดาห์, 1(6), หน้า 1.
- เฉลิมพล จันทร์ขจร. (2545). การเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันทีฬาของตราสินค้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค. วารสารนิเทศศาสตร์, 20(4), 6.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2552). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 11). นนทบุรี: ไทเนรมิตกิจอินเตอร์ โปรเกรสซีฟ.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2541). สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- ดวงพร บุญกลมสวัสดิ์. (2549). พฤติกรรมการชมฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ของแฟนบอลชาวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2537). การประชาสัมพันธ์: ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร. (2546). การชมฟุตบอล : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไทยลีกออนไลน์. (2554). ชลบุรีเอฟซี. วันที่ค้นข้อมูล 18 สิงหาคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.thaileagueonline.com>

- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2545). เครื่องมือ IMC : 2002 การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด. วันที่ค้นข้อมูล 8 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก www.brandage.com
- นิธิ สตะเวทิน. (2542). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปวีณา ศิริลิ้มประพันธ์. (2550). การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาดของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). รายงานการศึกษาระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประจวบ อินอื้อด. (2532). เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพฯ: มัณฑนาสถาปัตย์.
- ประชาชาติ. (2554). “ไทยพรีเมียร์ลีก” บุมจัดสินค้าเทงบฯ หนุน สะพัด 5 พันล้าน เมืองทอง-บุรีรัมย์รับละ. วันที่ค้นข้อมูล 8 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก www.prachachat.net
- ผู้จัดการออนไลน์. (2553). ระเบิดศึกวิชชชลบุรีลีก 8 ทีมร่วมหวด ชิงเงินรางวัลครั้งล้าน. วันที่ค้นข้อมูล 9 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th>
- _____. (2554). “5 ซูเปอร์สเตเดียม” ไทยพรีเมียร์ลีก. วันที่ค้นข้อมูล 4 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th>
- พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. (2537). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรรณพัชร ขยันตำรวจ. (2552). การสื่อสารตราสินค้าสโมสรฟุตบอลชลบุรีเอฟซี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์การตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- เพ็ญสุตา ประถมกรีก. (2545). ระดับการเชื่อมโยงการตลาดเชิงกิจกรรมและตราสินค้า กับทัศนคติภาพลักษณ์ต่อการตลาดเชิงกิจกรรม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พัชรินทร์ พัฒนานุญโญ. (2550). อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรต่อการขยายตราสินค้าบริการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภทรนันท์ หนูนุกกติ. (2550). แฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยาประยุกต์, ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภานินี นิมากร. (2545). *ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ การแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลก 2002*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มานิต รัตนสุวรรณ (2527) โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์: โลกของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มีนา อ่องบางน้อย. (2553). *คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วันธิดา จันทกิจ. (2547). *อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช กลิรัตน์กุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บรรณกิจ.

สมคิด อนเนทวิพล. (2552). จุดเปลี่ยนบอลไทย. *วารสารโพธิ์ขันธ์*, 71(66), 71.

_____. (2553). *สุดฮอต...ไทยพรีเมียร์ลีก 53 แบรินด์จัมพ์ชิงสปอนเซอร์*. วันที่ค้นข้อมูล 22 สิงหาคม 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com>

สมจิตร ถ้วนจำเจริญ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับปรับปรุง ปี 2546*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมโชค กาญจนโรจน์. (2541). *การสนับสนุนเชิงธุรกิจในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมาคมวิจัยการตลาดแห่งประเทศไทย. (2553). *รายงานผลการวิจัย : ThaiView 13*. วันที่ค้นข้อมูล 13 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก www.tmr.or.th.

สยามสปอร์ต. (2554). *กิเลนยังแจ่ม รังเบอร์สี่ยอดสโมสรเอเชีย*. วันที่ค้นข้อมูล 6 ตุลาคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.siamsport.co.th

สัญญา ชนะสงคราม. (2554, 11, กันยายน). แฟนคลับ. สัมภาษณ์

สรุปรายได้และตัวเลขผู้ชมของทีมในไทยพรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2010. (2554). วันที่ค้นข้อมูล.

11 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://radicalfootball.blogspot.com/2011/03/2010.html>

สุกรี แมนชัยนิมิต. (2552). Localism : จุกระเปิด "ชลบุรี เอฟซี". *วารสาร โพธิ์ขันธ์*, 71(66),

สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์. (2550). การตัดสินใจเกี่ยวกับการให้การสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ ในวารสารนิเทศศาสตร์, 25(2). 18-24.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). 108 การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.

อรรธรณ หาญพิทักษ์พงศ์. (2553). คุณลักษณะและภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรรถน์ วิสุทธิธาวรวงศ์. (2548). การวัดคุณค่าตราสินค้าโต โยต้า. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Aaker, D. A. (1996). *Brand Name Products; Intangible Property; Management; Valuation*. New York: The Free Press.

Abbaszadeh, S. G. (2011). *Assessing the Constructs of Sport Sponsorship Effectiveness and Theoretical Relationships between them among Football Fans in Iran*. Rasht Branch: Department of Industrial Management.

AFC. (2011). *Criteria for Participation in AFC Champions League*. Retrieved September 8, 2011, from <http://www.the-afc.com>

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Boston: McGraw-Hill.

BGFC. (2011). *Club Info*. Retrived September 7, 2011, from <http://www.bangkokglassfc.com/club-info-05.html>

Brandage. (2010). Singha : A Global Partner of Man Utd / Chelsea. *Brandage* , 11(8), 34-37.

Brooks, C. M. (1994). *Sport Marketing – Successful Business Strategies for Sports*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Capella, M. E. (2001). Measuring Sports fans' Involvement: The fan behaviour Questionnaire. In *Atlantic Marketing Association Proceedings*, (pp. 30-36) Statesboro: Georgia.

Chales, B. P. Q. (2010). Emotions and Sponsorship a key to global effectiveness? A comparative study of Australia & France. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(1), 40.

Cornwell, T. B., & Maiganan, I. (1998). An International Review of Sponsorship Research. *Journal of Advertising*, 27(1), 1-21.

- Dees, W., Bennett, G., & Villegas, J. (2008). Measuring the effectiveness of sponsorship of an Elite intercollegiate football program. *Sport Marketing Quarterly*, 17, 79-89.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising and IMC*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Roger D Consumer behavior*. New York: Rinehart and Winston.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation*. Boston: McGraw-Hill.
- Gardner, M. P. & Shuman, P. (1988). Sponsorships and Small Business. *Journal of Small Business Management*, 26, 44 – 52.
- Grossberg, L. (1992). *We Gotta Get Out of This Place Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York: Routledge.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- IEG Sponsorship. (2011). *Deep Pockets : The Biggest Sponsorship Spenders of 2010*. Chicago: IEG Sponsorship.
- _____. (2011). *IEG Sponsorship Report Sponsorship Spending: 2010 Proves Better Than Gains Set for 2011*. Chicago: IEG Sponsorship.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Mahdavinia, S. H. (2011). The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention. *International Business and Management*, 2(2), 149-158.
- Jenkins, F. (1982). *Effective PR Planning*. Glasgow: Foto Direct Limited.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenson, J. (1992). *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*. London: Routledge.
- Jump, N. (1978). *Psychometric Theory* (2nd). New York: McGraw Hill.
- Kapferer, J. N. (1997). *Strategic Brand Management*. Kogan: Great Britain.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57, 1-22.
- _____. (2008). *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Lantto, A., & Wehlen, M. (2003). *Sports Sponsorship and the Brewing Industry*.

Master's Thesis, Division of Industrial Marketing, Lulea University of Technology.

Likert, R. (1970). *The Human Resources: Cose and Concept*. New York: Hart Cout Brace B.
Rorld Coperated.

Macdonald, E., & Sharp, B. (2003). Management Perceptions of The Importance of Brand
Auavencess as an Indication of Advertising Effectiveness. *Market Bull*, 14. 1-15.

Maki, D., & Sjostrand, N. (2007). *Bachelov thesis Markarketing*. Lulea: University of
Department of Business, Administration and Social Sciences.

Mason, D. S. (1999). What is the sports product and who buys it? The Marketinof Professional
sports leagues. *European Journal of Marketing* , 33(3/4), 402.

Meenaghan, T. (1983). Commercial sponsorship. *European Journal of Marketing*, 17(7), 5-73.

Pokrywczynski, J. ; Shonall S. & Griffin, R. (1994). *Brand Recall for Product Placement in
Motion Pictures: A Menorg-based*. In *Paper Pressented to The 1994 Conference of
The Association for Education Perpective in Journalism and Mass Communication*.
(pp. 51-62), Atlanta: GA.

Quester, P., Plewa, C., & Bal, C. (2010). Emotions and Sponsorship a key to global
effectiveness? A comparative study of Australia & France. *Asia Pacific Journal of
Marketing and Logistics* , 22, 40.

Sandler, D.M., & Shani, D. (1989). Olympic sponsorship vs. "Ambush" marketing: Who gets the
gold?. *Journal of Advertising Research*, 29(4), 9-14.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Wehlen, A. L. (2003). *Sports Sponsorship and the Brewing Industry*. Master's Thesis, Division of
Industrial Marketing, Lulea University of Technology.