

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	II
กิตติกรรมประกาศ .....	IV
สารบัญ .....	V
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูปภาพ .....	XI

## บทที่

1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์.....	9
ความหมายของกลยุทธ์ .....	9
ระดับกลยุทธ์ .....	11
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร .....	13
ความหมายและความสำคัญ.....	13
ทฤษฎีการสื่อสาร .....	16
ประเภทของการสื่อสาร.....	17
องค์ประกอบของการสื่อสาร.....	21
การสื่อสารในองค์กร.....	24

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ .....	26
ความหมายและความสำคัญ.....	26
ทฤษฎีแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ .....	28
หลักการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ .....	29
เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ .....	31
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด .....	33
ความหมายส่วนประสมทางการตลาด .....	33
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's .....	35
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา.....	42
ความหมายของการพัฒนา .....	42
ทฤษฎีการพัฒนา .....	44
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารพัฒนา.....	46
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กร.....	49
แนวคิดและทฤษฎีการตลาดการกีฬา .....	58
การจัดการการกีฬา (Sport Management).....	61
นวัตกรรมจัดการการกีฬา (Sport Management Innovation) ...	63
อุตสาหกรรมธุรกิจกีฬา (Sport Business Industry) .....	63
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	66
งานวิจัยภายในประเทศ .....	66
งานวิจัยต่างประเทศ.....	71
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย .....</b>	<b>75</b>
รูปแบบการวิจัย .....	75
ประชากร .....	75
กลุ่มตัวอย่าง .....	75
เครื่องมือการวิจัย.....	76
การรวบรวมข้อมูล .....	76

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	76
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	319
สรุปผลการวิจัย .....	319
อภิปรายผลการวิจัย.....	325
ข้อเสนอแนะ.....	331
บรรณานุกรม .....	332
ภาคผนวก .....	335
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์การวิจัย .....	336
ภาคผนวก ข. รายชื่อและรูปผู้ให้สัมภาษณ์.....	340
ประวัติผู้เขียน .....	351

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ....	79
ตารางที่ 4.2	ภาพรวมแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลทั่วไปผู้ให้ สัมภาษณ์.....	84
ตารางที่ 4.3	บทสัมภาษณ์โครงสร้างของการสื่อสารสโมสรรฟุตบอลอาชีพไทยใน ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์.....	86
ตารางที่ 4.4	ภาพรวมโครงสร้างของการสื่อสารสโมสรรฟุตบอลอาชีพไทยในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	97
ตารางที่ 4.5	บทสัมภาษณ์อิทธิพลการสื่อสารต่อการพัฒนาสโมสรรในทัศนะ..... ผู้ให้สัมภาษณ์.....	98
ตารางที่ 4.6	ภาพรวมอิทธิพลการสื่อสารต่อการพัฒนาสโมสรรในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	107
ตารางที่ 4.7	บทสัมภาษณ์คุณภาพด้านการสื่อสารการตลาดของแต่ละสโมสรรใน ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์.....	107
ตารางที่ 4.8	ภาพรวมคุณภาพด้านการสื่อสารการตลาดของแต่ละสโมสรรในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	115
ตารางที่ 4.9	บทสัมภาษณ์การสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	116
ตารางที่ 4.10	ภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์	123
ตารางที่ 4.11	บทสัมภาษณ์ปฏิสัมพันธ์การสื่อสารของ 4 กลุ่มในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	124
ตารางที่ 4.12	ภาพรวมปฏิสัมพันธ์การสื่อสารของ 4 กลุ่มในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์	134
ตารางที่ 4.13	สถานการณ์ทั่วไป .....	135
ตารางที่ 4.14	ภาพรวมสถานการณ์ทั่วไปในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์ .....	157

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.15 จุดแข็ง.....	158
ตารางที่ 4.16 ภาพรวมจุดแข็งในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์ .....	182
ตารางที่ 4.17 โอกาส .....	183
ตารางที่ 4.18 ภาพรวมโอกาสในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์.....	206
ตารางที่ 4.19 บทสัมภาษณ์การวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสารการตลาดในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	206
ตารางที่ 4.20 ภาพรวมการวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสารการตลาดในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	212
ตารางที่ 4.21 บทสัมภาษณ์ความแตกต่างการสร้างกลยุทธ์ในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์	213
ตารางที่ 4.22 ภาพรวมความแตกต่างการสร้างกลยุทธ์ในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์...	220
ตารางที่ 4.23 บทสัมภาษณ์การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	222
ตารางที่ 4.24 ภาพรวมการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	229
ตารางที่ 4.25 บทสัมภาษณ์รูปแบบการวางแผนการสื่อสารในอนาคตในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	230
ตารางที่ 4.26 ภาพรวมรูปแบบการวางแผนการสื่อสารในอนาคตในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	239
ตารางที่ 4.27 บทสัมภาษณ์ช่องทางการสื่อสารการพัฒนากลยุทธ์สโมสรรในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	239
ตารางที่ 4.28 ภาพรวมช่องทางการสื่อสารการพัฒนากลยุทธ์สโมสรรในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	245
ตารางที่ 4.29 สื่อดั้งเดิม.....	246

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.30 ภาพรวมสื่อดั้งเดิมในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์ .....	256
ตารางที่ 4.31 สื่อใหม่ .....	257
ตารางที่ 4.32 ภาพรวมสื่อใหม่ในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์.....	270
ตารางที่ 4.33 บทสัมภาษณ์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในทัศนะ ผู้ให้สัมภาษณ์.....	271
ตารางที่ 4.34 ภาพรวมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	291
ตารางที่ 4.35 บทสัมภาษณ์การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารระยะยาวในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	292
ตารางที่ 4.36 ภาพรวมการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารระยะยาวในทัศนะผู้ให้ สัมภาษณ์.....	302
ตารางที่ 4.37 บทสัมภาษณ์เพิ่มหรือไม่เพิ่มสถานีกีฬาในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์....	303
ตารางที่ 4.38 ภาพรวมเพิ่มหรือไม่เพิ่มสถานีกีฬาในทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์.....	309
ตารางที่ 4.39 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสร ฟุตบอลอาชีพ .....	310
ตารางที่ 4.40 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพ (พ.ศ.2561-2565) .....	311
ตารางที่ 4.41 ตารางสรุป.....	312

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1	องค์ประกอบพื้นฐานของการพัฒนาองค์กร.....	54
ภาพที่ 2.2	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกีฬากับการดำเนินการตลาดกีฬา .....	60
ภาพที่ 5.1	รูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย..	330