

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. เทคนิคการวิเคราะห์สื่อมวลชน. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย, กองนโยบายและแผน. การสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย เล่นกีฬา และดูกีฬาของประชากรในประเทศไทย (พ.ศ. 2538). กรุงเทพมหานคร : การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2538.
- คณะกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13, คณะกรรมการสาขาธุรกิจและสิทธิประโยชน์และคณะกรรมการสาขาจัดทำรายการการแข่งขัน. การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 บางกอกเกมส์ “มิตรภาพไร้พรมแดน”. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2541. (หนังสือประชาสัมพันธ์ การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13).
- จิตติมา จารยะพันธ์. อุปถัมภ์สงครามในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาภาษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จุกา ดิงศภัทย์. การศึกษาตัวบ่งชี้การพัฒนากีฬาของไทย : การพัฒนากีฬาเพื่อการอาชีพ. ภาควิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ธีรินทร์ ร่วมวิบูลย์สุข. ฮอลิวู้ดกับอเมริกันฟุตบอล. เนชั่นสุดสัปดาห์ 8(349, 28 มกราคม - 3 กุมภาพันธ์ 2542) : 34.
- ธุรกิจกีฬาสันสะท้านยามเมื่อ “ไมเคิล จอร์แดน” โบกมือลา. ผู้จัดการรายสัปดาห์ (25-31 มกราคม 2542) : 24.
- ปรีชา กลิ่นรัตน์. การบริหารพลศึกษาและการจัดการธุรกิจกีฬา. ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2536.
- เปิดจดหมายร้อนกรณิ ‘เอเซอร์’ ดันเหตุ ‘บางกอกเกมส์’ ระลำ. มติชน (5 สิงหาคม 2541):2.
- ฟอง เกิดแก้ว. การกีฬา. กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช, 2517.
- รัชนี ขวัญบุญจัน. การศึกษาตัวบ่งชี้การพัฒนากีฬาของไทย : การพัฒนากีฬาขั้นพื้นฐาน. ภาควิชาพลศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วรวิทย์ พัฒนาอรรถกุล. การตลาดฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วันชัย ดันติวิทยาพิทักษ์ และ บุญกิจ สุทธิญาณานนท์. บันทึกเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 : สันติภาพ เศรษฐกิจ กับเบื้องหลังบางกอกเกมส์. สารคดี 14 (167, มกราคม 2542) : 81-89.

- สมเกียรติ ชังชื่นสวัสดิ์. การตลาดมวยไทยทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- สัญญา บุญนาค. สิบบนคู่คนกีฬา เมื่อกีฬาคือธุรกิจทอง. เนชั่นสุดสัปดาห์ 8 (349, 28 มกราคม
ถึง 3 กุมภาพันธ์ 2542) : 68-69.
- สันติภาพ เตชะวนิช. เปิดเบื่องลือก กว่าจะมาเป็นวันนี้ของเอเชียนเกมส์ 13. มติชนสุดสัปดาห์
(959, 5 มกราคม 2542) : 30-31.
- เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business
World, 2540.
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช. การบริหารการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 7.
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- อัญชัญ. Sport Marketing สีสัน (ซี) เกมส์การตลาด. คู่แข่ง 16(198, พฤศจิกายน 2538) :
153-156.
- 'เอเชียนเกมส์ 41' โอกาสแห่งธุรกิจและช่องทางตลาด. สยามโพสต์ (28 เมษายน 2540) : 22.

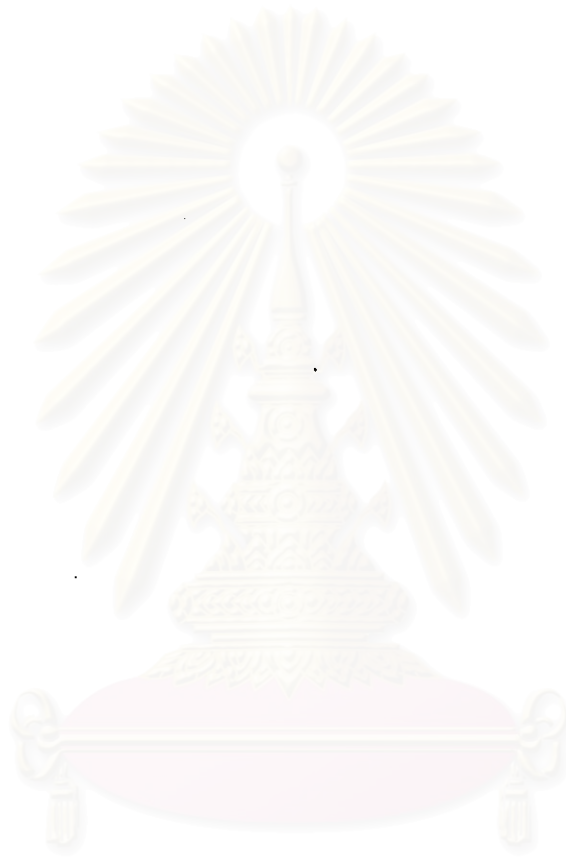
ภาษาอังกฤษ

- Boone, Louis E., Kurtz, David L. and Fort, Worth. Sponsorships. Contemporary
Marketing Plus, 8th ed. New York : The Dryden Press, 1995 : 626-629.
- Brandenberg, Mary. Sport Is Big Business. Accountancy Journal (April 1987) : 72 - 79.
- Brooks, Christine M. Sports Marketing : competitive business strategies for sports. New
Jersey : Prentice - Hall, 1994.
- Burnett, John and Moriarty, Sandra. Sponsorships; The Olympics; Event Marketing;
Sport Marketing; Cause Marketing; IMC and Sponsorships. Introduction to
Marketing Communication : An Integrated Approach, International edition.
New Jersey : Prentice - Hall, 1998 : 438-469.
- De Bonis, Nicholas A. and Peterson, Roger S. Adopting An Event : Sponsorships and
Special Event. The AMA Handbook for Managing Business to Business
Marketing Communications. Illinois : NTC Business Books, 1997.
- Defleur, Melvin L. and Dennis, Everette E. Sports as Popular Culture. Understanding
Mass Communication : A Liberal Arts Perspective, 6th ed. Bonton : Houshton
Mifflin, 1998 : 302-305.

- Engel, James F., Warshaw, Martin R. and Kinnear, Thomas C. Promotion Strategy, 8th ed. Boston : Irwin McGraw - Hill, 1991.
- Gardner, Meryl Paula and Shuman, Philip Joel. Sponsorship : An Important Component of The Promotions Mix. Journal of Advertising 16 (No.1, 1987) : 11-17.
- Goldblatt, Joe Jeff . Sponsorship. Special Events : Best Practices in Modern Event Management. New York : Van Nostrand Reinhold, 1997.
- Kotler, Philip. Marketing Management : An Analysis Planning Implementation and Control, 9th ed. New Jersey : Prentice - Hall, 1997.
- McAllister, Matthew P. Sponsorship : Control Behind a Philanthropic Facade. The Commercialization of American Culture : New Advertsing, Control and Democracy. California : Sage, 1996.
- Miles, Steven. Consuming Sport. Consumerism : As a Way of Life. London : Sage, 1996.
- Read, Melvyn D. Changing Strategies : Revenue to Sponsorship. The Politics of Tobacco : Policy Networks and The Cigarette Industry. Aldershot : Avebury, 1996.
- Sanler, Dennis M. and Shani, David. Olympic Sponsorship vs "Ambush" Marketing : Who Gets The Gold? Journal of Advertising Research (August/September 1989) : 9-14.
- Sayers, Philip. Managing Sport and Leisure Facilities : A guide to competitive tendering. London : E & FN Spon, 1991.
- Schreiber, Alfred L. Lifestyle and Event Marketing : Building the New Customer Partnership. New York : McGraw-Hill, 1994.
- Sleigh, Steve. Sponsorship : What Is It and How To Use It. London : McGraw - Hill. 1989.
- Smith, Paul Alan. Sponsorship. Marketing Communication : An Intergrated Approach, 2nd ed. London : Kogan Page. 1998 : 385-403.
- Watt, David C. Sport Management and Administration. London : E & FN Spon, 1998.
- Weiner, Jay. What Do We Want From Our Sports Heroes. Business Week (25 January 1999) : 45.
- Wells, William., Burnett, John. And Moriarty, Sandra. Advertising Principles & Practices, 4th ed. New Jersey : Princtice - Hall, 1998.
- Wilber, Del. Linking Sports and Sponsors. The Journal of Business Strategy. (July/August 1988) : 8-10.

Whannel, Garry. Fields in Vision : Television Sport and Cultural Transformation. London
: Routledge, 1992.

Yikes ! Mike Takes A Hink : How Jordan's exit is shaking the world of sports business.
Business Week (25 January 1999) : 42-44.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

แนวความคิดหลักสัญลักษณ์เอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13

1) “สถาปัตยกรรมหลังคาทรงไทย” สัญลักษณ์การแข่งขัน

สำหรับEmblem หรือสัญลักษณ์ของการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13ได้มาจากการจัดการประกวดของการกีฬาประเทศไทย ในฐานะสำนักเลขาธิการคณะกรรมการอำนวยการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่มีภาพเข้าประกวดจากทั่วประเทศทั้งสิ้น 181 ภาพ ภาพที่ชนะการประกวดเป็นผลงานของ นางสาวตริงใจ ตั้งสกุล นักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าบางมด ได้รับรางวัลเป็นเงินสด 1 แสนบาท โดยนำเอาอักษร A ในภาษาอังกฤษที่หมายถึงทวีปเอเชียนำมาประยุกต์เป็นรูปทรงองค์พระมหาเจดีย์ที่ใช้เก็บเฉพาะพระบรมสารีริกธาตุ ตัวอักษร A อยู่ภายใต้หลังคาทรงไทย บ่งบอกถึงชาวเอเชีย (Asia) และนักกีฬา (Athlete) ที่มาร่วมการแข่งขันทุกชาติจะได้รับความอบอุ่นจากมิตรไมตรีของประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพจัดการแข่งขัน ส่วนสัญลักษณ์พระอาทิตย์ที่เปล่งรัศมีเป็นเปลวแดงอยู่ข้างบน คือ สัญลักษณ์ของสภาโอลิมปิกแห่งเอเชีย (OCA) ที่หมายถึงความรอบรู้ พลังของนักกีฬาที่สืบทอดต่อเนื่องกันมาอย่างไม่สิ้นสุด

2) “ช้างไชโย” สัตว์นำโชคการแข่งขัน

ในส่วนของ Mascots หรือสัตว์นำโชคการแข่งขันประจำการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ที่ถือว่าเป็นหน้าตาของประเทศเจ้าภาพนั้น คณะกรรมการอำนวยการแข่งขันฯ มีมติให้ “ช้าง” ซึ่งเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองของประเทศไทยมาแต่สมัยโบราณ บ่งบอกถึงความมีพลังความเข้มแข็ง เป็นสัตว์นำโชคของ “บางกอกเกมส์” ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนกับการแข่งขันฯ ด้วยการจัดการประกวดการตั้งชื่อช้าง ในที่สุดได้มีมติเห็นชอบให้ตั้งชื่อ “ช้าง” นั้นว่า “ช้างไชโย” ซึ่งนอกจากจะบอกความหมายถึงความแข็งแรงแล้ว ยังบอกถึงความสนุกสนาน บ่งบอกถึงความสำเร็จของกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน ผู้ที่ออกแบบช้างไชโย ได้แก่ นายอรรณพ กิตติชัยบรรณ หรือ “แอ๊ดมดixon” นักวาดการ์ตูนชื่อดัง

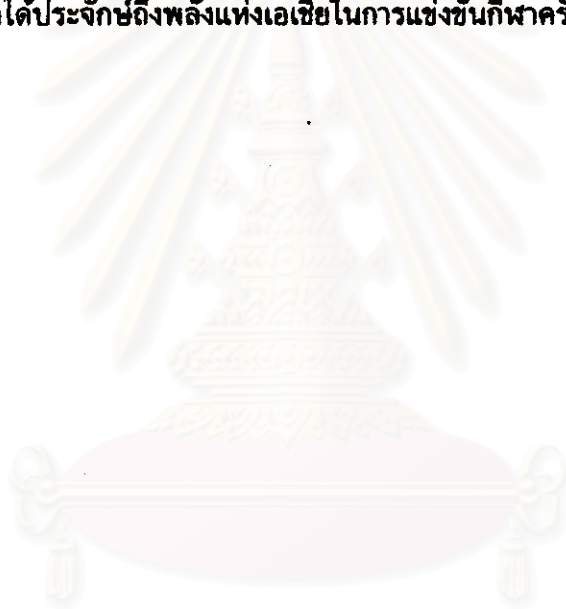
3) “มิตรภาพไร้พรมแดน” คำขวัญของบางกอกเกมส์

ด้าน Slogan หรือคำขวัญประจำการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 คณะกรรมการจัดการแข่งขันฯ มีมติใช้คำขวัญในภาษาอังกฤษว่า “Friendship Beyond Frontiers” ที่หมายถึง “มิตรภาพไร้พรมแดน” ที่ไม่มีการจำกัดอาณาเขตเพียง 43 ประเทศที่เข้าร่วมการแข่งขัน แต่จะ

เพื่อแบ่งปันไปทุกแห่ง โดยมีกีฬาเป็นสื่อ นำ และมีประเทศไทยเป็นแม่ข่ายเชื่อมโยงมิตรภาพ คำขวัญเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 เป็นความคิดของ นายสุวิช ริงสิตพล อธิบดีรองนายกรัฐมนตรี และประธานกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13

4) ลายจักษุสถาน

ลายจักษุสถานเป็นสัญลักษณ์ของกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 สื่อความหมายถึงความเป็นเอกภาพในดินแดนเอเชีย และสะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้ ลายจักษุสถานในความหมายที่เรียบง่ายคือ สัญลักษณ์ของงานหัตถศิลป์ของชาติตะวันออกที่สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ลวดลายของเส้นสายที่สอดประสานกันนั้นเป็นวิถีที่คุ้นเคยและอบอุ่นของชาวเอเชีย อันจะสื่อความหมายแทนคำกล่าวต้อนรับชนทุกชาติ และเป็นแรงบันดาลใจให้ร่วมกันแสดงให้โลกได้ประจักษ์ถึงพลังแห่งเอเชียในการแข่งขันกีฬาครั้งนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

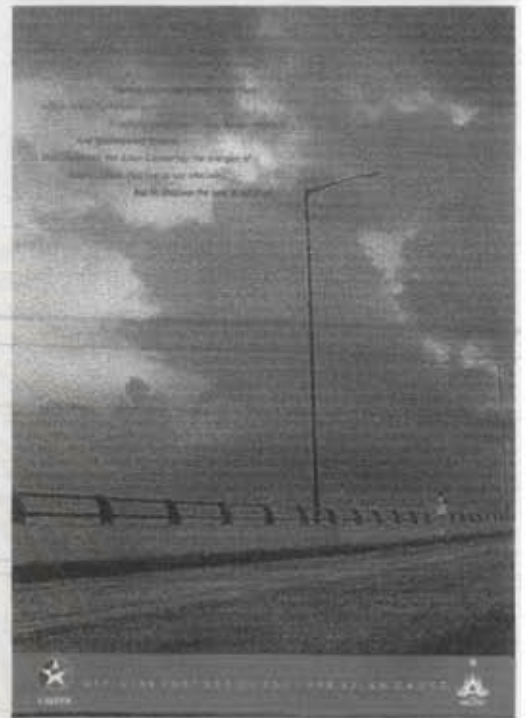
ภาพสัญลักษณ์ของกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13



สถาบันมหาวิทยาลัยบูรพา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข.

ตัวอย่างโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ




 Welcome to 331! Asian Games, Bangkok 1998
 

ผู้ชาย 9 ใน 10
 มองความสวยที่ตา

ความเพอร์เฟกต์ในราคา 1,800,000 บาท ใหม่ พร้อมดีวีดีของเล่น 3 รายการ
 ไม่เสียเงินเพิ่มอีก! มาถึงแล้วความสวยที่ตา! 1.8 ลิ. 3 ประตูขนาดกะทัดรัดพร้อมดีวีดี
 6 แผ่น! ไม่เสียเงินเพิ่มอีก! มาถึงแล้วความสวยที่ตา! มาดูกัน!
 โทร. 1676-1676 หรือ 1676-1676 โทร. 1676-1676 โทร. 1676-1676 โทร. 1676-1676 โทร. 1676-1676




01-26183300-82110334


ASIAN GAMES 1998

SMART TEAM

GET READY...

The Asian Games will be the ultimate challenge for "Smart Group", Thailand's leader in information systems. Smart Group has to successfully integrate more advanced technology of this era by installing a fully integrated communication system, linking every single station with other stations, and used for communication. In addition, Smart Group will manage the operation of mobile satellite and coding systems. For the games, through its Information Digital Media and World, and for the first time, Smart Group's Smart Page, which will provide information from around the globe with interactive and the computer.


As Thailand's leader in information systems, Smart Group is up to the ultimate challenge and proud to be the first of Asia's best performing sports arena.

SAMART

SAMART INFORMATION PUBLIC CO., LTD.
 87 Rue Tave, 2nd Floor, Agence 22, Bangkok, Thailand 10110
 Tel: 002 492 2111 Fax: 002 492 8877 www.samart.com

Our
 Challenge


for
 Innovation



At the Asian Games 1998, Smart Group has been the leader of information systems. Samsung Electronics Challenge the limits of technology. The integration of building a communication system for the games arena.

8000-0000-0000-0000 Samsung's Web Digital TV
 Call us for more information 800-0000-0000

Samsung Electronics, Official Partner of the Bangkok Asian Games



ภาคผนวก ค.

ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ

น้ำมันคาลเท็กซ์



ธนาคารรัตนสิน



การบินไทย



โตโยต้า



ประวัติผู้วิจัย

นายสมโชค กาญจนโรจน์ เกิดวันที่ 19 ตุลาคม 2516 ที่อำเภอรัตนพิบูลย์ จังหวัด นครศรีธรรมราช ได้รับการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนบ้านห้วยหาร และระดับมัธยมศึกษาทั้งต้นและปลาย จากโรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช (สายศิลป์ - ภาษาฝรั่งเศส) อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ในปีการศึกษา 2535 ณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ในปีการศึกษา 2540 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสำเร็จการศึกษาใน ปี พ.ศ. 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย