

สมรรถนะส่วนบุคคลด้านการตลาดของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล* SOCCER AGENTS' PERSONAL PERFORMANCE MARKETING

นธายุ วันทยะกุล

Nathayu Wantayakul

อิษฎี กุฏอินทร์

Issadee Kutintara

เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์

Phennipha Phunsawat

พรชัย ตรัสใจธรรม

Pornchai Trusjaithum

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Kasetsart University, Thailand

E-mail: salababa17@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทำงานและสมรรถนะส่วนบุคคลด้านการตลาดของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 8 ท่าน การสนทนากลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 15 ท่าน การใช้แบบสำรวจเดลฟายและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เก็บข้อมูลในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะและการให้บริการด้านการตลาดของเอเยนต์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่หนึ่ง ผู้เชี่ยวชาญในด้านวิชาการ 3 ท่าน กลุ่มที่สอง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 40 ท่าน ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลควรทำภายใต้การมีคุณธรรมและจริยธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตัวเอเยนต์เองนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักกีฬาฟุตบอลตัดสินใจเลือกเอเยนต์ โดยเฉพาะการมีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งกระบวนการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอลจะแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละองค์กร/บริษัท ที่สำคัญต้องเข้าใจและตามทันความต้องการของตลาด และพิจารณาความต้องการของผู้ซื้อเป็นหลักสำคัญที่สุด ส่วนสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลซึ่งแบ่งเป็น 4 ประการ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ/พฤติกรรมที่พึงปรารถนา และคุณลักษณะอื่น ๆ ทั้งหมดมีความจำเป็นมากถึงมากที่สุดต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และต่อการสนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี ผลการศึกษา ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการทำงานและ

* Received 4 May 2021; Revised 21 June 2021; Accepted 28 June 2021



สมรรถนะที่จำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และการสนับสนุนนักกีฬาให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล เพื่อขับเคลื่อนวงการไปสู่ตลาดอุตสาหกรรมฟุตบอลในวงกว้าง และนำไปสู่การพัฒนาเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลอย่างต่อเนื่องต่อไป

คำสำคัญ: ฟุตบอล, สมรรถนะ, การตลาด, กระบวนการทำงาน, เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล

Abstract

The objective of this article was to study the football agents' work processes and capabilities. Data were collected using in-depth interviews with 8 stakeholders, group discussions with 15 stakeholders, the Delphi technique, and qualitative research. The Delphi technique and qualitative research collected data from experts with knowledge or experience on the traits and a football agent's market services. There were 2 groups of experts. The first group had 3 academic experts, while the second group had 40 stakeholders. Results revealed that football agents' work processes should follow morality and ethics. Football agents' credibility, fame, and relationship network are especially important factors that attract football athletes to decide on an agent. Each organization or company have their selection process for football athletes depending on the organization or company policies. It is important to understand market needs and consider customers' needs. A football agent's capabilities are categorized into four groups, which are: knowledge, skills, desirable capabilities or behaviors, and other traits. A football agent needs to have all these traits to support a football athlete to have a high income and standard of living. The needs for all of these ranged from high to highest. The study also revealed a work process and capabilities that are needed for a football agent and required to support a football athlete to have a high income and standard of living. All these are necessary to drive the football market industry and to continuously develop football agents.

Keywords: Football, Capability, Marketing, Work Processes, Football Agent

บทนำ

การกีฬาถือเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของประชากรทั่วโลกมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้ สามารถจำแนกแนวโน้มของการพัฒนาการกีฬาเฉพาะกลุ่มในภาพรวมของโลก



และภูมิภาคของกีฬาอาชีพฟุตบอล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มิติ ดังนี้ 1) ผู้ชมกีฬาทั่วโลกนิยมรับชมกีฬาฟุตบอลเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ระบุว่า กีฬาฟุตบอลสามารถสร้างรายได้สูงกว่า 39 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามภูมิภาคจะเห็นได้ว่า ทวีปเอเชียมีจำนวนผู้ชมกีฬา ที่สูงสุดถึง 2.7 พันล้านคน แต่สามารถสร้างรายได้เพียง 11 พันล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับผู้ชมกีฬาในทวีปอเมริกาเหนือซึ่งมีเพียง 0.2 พันล้านคน แต่กลับสามารถสร้างรายได้กว่า 31 พันล้านเหรียญ ดังนั้น ผู้ชมกีฬาในเอเชียจึงมีโอกาในการเติบโตทั้งจำนวนและรายได้ 2) ผลกระทบทางการกีฬา ห่วงโซ่แห่งคุณค่าของอุตสาหกรรมกีฬาเพื่ออาชีพได้ครอบคลุมหลากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีรัฐบาลในฐานะเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬา สโมสรกีฬา องค์การการจัดกิจกรรมกีฬา หน่วยงานให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน จนถึงสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ถ่ายทอดลิขสิทธิ์กีฬา อีกทั้งผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการกีฬาต่าง ๆ และยังมี ความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและส่งเสริมการพัฒนาของนักกีฬาได้ 3) รายได้จากการกีฬา ในปี 2558 การกีฬาเพื่ออาชีพทั่วโลกสามารถสร้างรายได้กว่า 145 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยในระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558 มีอัตราการเจริญเติบโตกว่าร้อยละ 2.6 ต่อปี ในขณะที่บางภูมิภาคมีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของ GDP อีกด้วย ปัจจุบันกระแสนิยมของฟุตบอลไทยที่เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นผ่านจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันในสนาม ความนิยมในช่วงของการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทั้งการแข่งขันระดับทีมชาติและไทยลีกเพิ่มขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจ โดยส่งผ่านมายังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และการเกิดขึ้นของอาชีพใหม่ ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม การเติบโตของฟุตบอลของไทยจะก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ประมาณ 12,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

แนวโน้มของการกีฬาฟุตบอลทั้งในภาพรวมของโลกและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวก เกิดจากการผสมผสานของค่านิยมใหม่ในด้านทัศนคติและความตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดีจากการออกกำลังกายและเล่นกีฬาของประชาชน ควบคู่กับการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจของตัวแทนนักกีฬาในหลายภูมิภาค ซึ่งเป็นเสมือนปัจจัยผลักดันการพัฒนาการกีฬาฟุตบอลให้มีแนวโน้มเจริญเติบโตในอนาคต จึงเป็นเหตุผลที่ชัดเจนว่าการกีฬาฟุตบอลของประเทศไทยจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะการกีฬาเพื่ออาชีพ และการส่งเสริมการกีฬาฟุตบอลเพื่อสร้างรายได้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ใช้บริการเอเยนต์กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย วรณชลี โนริยา กล่าวว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพหมายถึง บุคคลคนที่ลงปฏิบัติหน้าที่หรือทำการแทนนักฟุตบอลอาชีพ และเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตที่ออกโดยสมาคมฟุตบอลที่เป็นสมาชิกของ FIFA สามารถทำ



หน้าที่ต่อสโมสรหรือนักฟุตบอลอาชีพในเรื่องการเจรจาหรือทบทวนสัญญาจ้างงาน ข้อตกลง และการจดทะเบียนหรือการทำธุรกรรมเพื่อรักษาผลประโยชน์ของนักกีฬาและหรือสโมสรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับที่กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ (วรรณชลี โนริยา, 2554) เช่นเดียวกันกับ Covell, D. S. et al. ที่กล่าวว่า เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล คือผู้จัดการส่วนตัว ซึ่งมีหน้าที่หาช่องทางการทำงานแก่นักกีฬาเพื่อให้ได้แสดงความสามารถออกมาอย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่น และยังมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านอื่น ๆ หน้าที่สำคัญที่สุดของเอเยนต์คือการเจรจาต่อรองสัญญาระหว่างลูกค้ายกับโค้ช องค์กรกีฬาและองค์กรธุรกิจต่าง ๆ สำหรับคุณลักษณะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่เป็นไปตามที่ต้องการของนักกีฬาฟุตบอลมากนัก เนื่องจากนักกีฬาฟุตบอลของไทยได้ให้ความสำคัญถึง ความสำคัญของการมีเอเยนต์ที่จะต้องมีความรู้และทักษะและหน้าที่ชัดเจนเหมือนเช่น เอเยนต์ของประเทศซึ่งมีกีฬาอาชีพที่เจริญแล้ว (Covell, D. S. et al., 2007)

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากระบวนการทำงานและสมรรถนะส่วนบุคคลด้านการตลาดของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย เพื่อขับเคลื่อนวงการไปสู่ตลาดอุตสาหกรรมฟุตบอลในวงกว้าง และนำไปสู่การพัฒนาเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลอย่างต่อเนื่องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษากระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

- กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 8 ท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย นักวิชาการด้านการจัดการการกีฬาและฟุตบอล จำนวน 2 ท่าน เอเยนต์ฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอล จำนวน 4 ท่าน และนักฟุตบอล จำนวน 2 ท่าน การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล จำนวน 15 ท่าน

- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ประเด็นการจัดสนทนากลุ่มในประเด็นเรื่องกระบวนการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ครอบคลุมในเรื่องกระบวนการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอล คุณลักษณะที่ดีของเอเยนต์ และการกำหนดราคาของนักกีฬาฟุตบอล ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ



ด้านกีฬาฟุตบอลและการประเมินด้านการกีฬา จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ประจำหลักสูตร วิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล 2 ท่าน และอาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตร บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 1 ท่าน หลังจากนั้นจะนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้อง โดยใช้ค่า IOC (Indexes of Item - Objective Congruence) ซึ่งข้อคำถามทุกข้อจะต้องมีค่า ความสอดคล้องอยู่ระหว่างช่วง 0.70 - 1.00 จึงจะถือว่าข้อคำถามทุกข้อสามารถวัดได้ตรงตาม ประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

- การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จากการจัดสนทนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอล ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 15 ท่าน
- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร และการสนทนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. การศึกษาสมรรถนะของเอเย่นต์นักกีฬาฟุตบอล ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจเดลฟาย (Delphi survey) และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย

- กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ กลุ่มที่หนึ่ง ผู้เชี่ยวชาญในด้านวิชาการ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการด้านการจัดการการศึกษา นักวิชาการวิทยาศาสตร์การกีฬา และนักวิชาการด้านฟุตบอล กลุ่มที่สอง จำนวน 40 ท่าน จากผู้เชี่ยวชาญที่ครอบคลุมในสาขาต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเอเยนต์ฟุตบอล ได้แก่ กลุ่มเอเยนต์ฟุตบอล จำนวน 5 ท่าน กลุ่มสโมสรฟุตบอล และนักกีฬาฟุตบอล จำนวน 10 ท่าน กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 5 ท่าน กลุ่มผู้ฝึกสอน จำนวน 10 ท่าน กลุ่มสมาคมกีฬาฟุตบอล จำนวน 9 ท่าน และกลุ่มการกีฬาแห่งประเทศไทย กทท. จำนวน 1 ท่าน
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้แบบสำรวจเดลฟาย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล แบบออนไลน์ (Real - time Delphi Survey) และแบบสอบถามเดลฟาย (Manual Delphi) ต้องตอบมากกว่า 1 ครั้งต่อคน การเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 เดือน จากนั้นปิดระบบเพื่อประมวลผลและทำสรุปผล
- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงกลุ่ม (Statistical Group Response) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย
ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1.1 กระบวนการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอล

เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลจะคัดเลือกนักฟุตบอลจากบุคคลที่มีความสามารถเป็นอันดับแรก จากนั้นจะพิจารณาจากบุคลิก ลักษณะนิสัยใจคอ ความคาดหวังในอนาคต



เป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งอาจจะได้มาจากการเป็นรุ่นพี่รุ่นน้องกันมาก่อน การมีเครือข่ายความสัมพันธ์ (connection) หรือการใช้แอมวอง ซึ่งบางครั้งเอเยนต์อาจเลือกที่จะเข้าไปคุยกับผู้ปกครองของนักกีฬาฟุตบอลก่อนเพื่อดูพื้นฐานนิสัยใจคอของเด็ก

“เด็กบางคนเก่งจริงแต่แบบนอกสนามก้าวร้าว ไม่ตั้งใจ คือ เรื่องแบบนี้เราสามารถเช็คได้...เพราะเดี๋ยวนี้เวลาใครดูเด็กสักคนเตะบอลเก่งมันดูง่ายครับ คนนี้เก่ง แต่ว่าเก่งแล้วจะไปต่อยังไม่งั้นก็ยังไม่อยากอยู่ที่เราจะตอบคำถามพวกนี้ได้” (เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 2, 2562)

นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตัวเอเยนต์เองก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดและทำให้นักกีฬาฟุตบอลตัดสินใจเลือก รวมถึงความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมาของตัวเอเยนต์ซึ่งสะท้อนถึงความมีคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ กระบวนการในการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอลก็จะแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละองค์กร/บริษัท รวมไปถึงเรื่องการโยกย้ายนักกีฬาก็เป็นอีกหนึ่งบทบาทที่เอเยนต์จะต้องพิจารณา

1.2 การทำการตลาดให้นักกีฬาฟุตบอล

เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอลจะพิจารณาจากความต้องการของทีมหรือความต้องการของผู้ซื้อเป็นหลักสำคัญที่สุด เพื่อนำเสนอตัวของนักกีฬาฟุตบอล แต่ทั้งนี้ ผลงานของตัวนักกีฬาฟุตบอลเองก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ทำการตลาดเป็นไปอย่างราบรื่น

“ถ้าเราผลงานดีแน่นอนมันมีคนมาเอาจะเป็นเรื่องผลงานในสนามจะเป็นจุดขายของนักฟุตบอลเองมากกว่า ส่วนเราก็จะเป็นคนไปช่วยแนะนำ” (เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 1, 2562)

นอกจากนี้ เอเยนต์ยังมีบทบาทในการต่อยอดให้นักกีฬาฟุตบอลมีรายได้ภาพลักษณ์ รวมถึงการหาช่องทางเพื่อให้นักกีฬาฟุตบอลของตนมีสปอนเซอร์ส่วนตัวหรือได้เป็น brand ambassador ของผลิตภัณฑ์สินค้า ดังนั้นจึงมีอีกหน้าที่ในการค้นหาจุดเด่นของนักกีฬาแต่ละคนเพื่อให้เหมาะสมกับสินค้า

1.3 การสร้างศักยภาพและสมรรถภาพให้กับนักกีฬาฟุตบอล

การสร้างศักยภาพและสมรรถภาพให้กับนักกีฬาฟุตบอลนั้น เกือบทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับตัวของนักกีฬาที่จะต้องสร้างมูลค่าให้กับตนเองก่อนในอันดับแรก เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลจะมีส่วนช่วยในเรื่องการให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา การปรับ mind set ของนักกีฬา



“80% เราก็จะให้เค้าทำของตัวเอง แต่ว่าอีก 20% เราก็ช่วยแนะนำได้ว่า พี่ที่เล่นบอลมานานแล้วก็ เครือข่ายความสัมพันธ์ (Connection) ก็ค่อนข้างดีอะไรอย่างนี้” (เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 1, 2562)

1.4 การกำหนดราคาของนักกีฬาฟุตบอล

เอเยนต์จะกำหนดรายได้หรือเงินเดือนของนักกีฬาฟุตบอลในองค์กรของตนเองจากความเป็นจริง ตามผลงานและชื่อเสียงของนักกีฬาเป็นหลัก และหากขายตัวนักกีฬาให้กับทีมหรือสโมสรที่ใหญ่ขึ้น ก็จะพิจารณาเพิ่มค่าตัวจากเงินเดือนเดิมที่ได้รับอยู่ในปัจจุบัน และปรับลดหลั่นตามขนาดของทีม ทั้งนี้ ในการกำหนดราคาและเลือกตัวนักกีฬา เอเยนต์จะคำนึงถึงการทำงานร่วมกันทั้ง 3 ฝ่าย คือ ลูกค้า นักฟุตบอล และตัวเอเยนต์ ที่จะสามารถใช้การทำงานเพื่อไปต่อยอดในอนาคตได้

“มูลค่าตัวที่จะกำหนดก็คือ หนึ่ง สิ้นค้าเราก็ต้องมันอยู่ในตลาด แล้วคนเห็นสอง เหมือนโยนมาเพื่อจะสร้างใหม่ กับสาม ไม่รู้ใครเลย แล้วก็ทำเป็นมายืนทำเป็นสิ้นค้าใหม่เอามาเสนอ ประมาณนั้นครับ 3 เคสแบบนี้เลย บางคนยอมแบบไม่มีมูลค่ามาก่อนแล้วก็ไปเล่น” (เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 4, 2562)

1.5 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของนักกีฬาฟุตบอล

การสร้างภาพลักษณ์ของตัวนักกีฬาฟุตบอลจะขึ้นอยู่กับตัวของนักกีฬาฟุตบอลเป็นหลัก เอเยนต์จะเป็นผู้ให้คำแนะนำ และนำเสนอ โดยใช้ช่องทางในการขายนักกีฬาฟุตบอลผ่านการติดต่อทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อนัดพบและเจรจาต่อรอง

“ถ้านักการตลาดในเรื่องของการตลาดต้องเข้าใจสิ้นค้าและบริการตั้งนั้นสิ้นค้าและบริการของสิ้นค้าก็คือตัวนักกีฬากับบริการบางอย่างที่เอเยนต์ต้องเซอร์วิส อาจจะมองเรื่องของรูปสมบัติ คุณสมบัติ” (เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 5, 2562)

1.6 บทบาทของเอเยนต์

เอเยนต์ สามารถเป็นได้ 2 แบบ คือ เอเยนต์ของนักฟุตบอล และเอเยนต์ของสโมสร แต่หลักสำคัญคือการรักษาผลประโยชน์ให้กับนักกีฬาหรือสโมสรที่ตนดูแลอยู่ และสิ่งที่สำคัญมากของตัวเอเยนต์ที่ต้องมี คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ (Connection) ที่ดีและกว้างขวางที่สำคัญบทบาทในด้านการตลาดของเอเยนต์จะมองในเรื่องของภาพลักษณ์นักกีฬา ราคาของนักกีฬา การสร้างแบรนด์ให้นักกีฬา เป็นสำคัญ



“เราต้องมีความสามารถสร้างกระบวนการให้กับตัวเราได้ลง 11 ตัวจริงบ่อย ๆ”
(นักกีฬาฟุตบอลคนที่ 2, 2562)

1.7 คุณลักษณะที่ดีของเอเยนต์

การเป็นเอเยนต์ที่ดีควรมีทักษะทางด้านการติดต่อสื่อสารเจรจาที่ดี มีความรู้เรื่องของฟุตบอลเป็นอย่างดีและแท้จริง การสร้างภาพลักษณ์ บุคลิกที่น่าเชื่อถือ และที่สำคัญต้องเข้าใจและตามทันความต้องการของตลาด และจุดเด่นของนักกีฬาฟุตบอลของตนเอง ตามทันกระแสของโลกโซเชียล การเขียนเนื้อหาเพื่อให้ข่าว ด้านการโฆษณา และมีความรู้ด้านการตลาดในเรื่องของสินค้าและบริการ การเจรจาต่อรอง รวมถึงความรู้เรื่องของอุตสาหกรรมฟุตบอลในประเทศไทยและต่างประเทศในเรื่องของค่าตัวนักกีฬา การลงทุนที่สำคัญ คือ การมีคุณธรรม และจริยธรรม ก็เป็นสิ่งที่เอเยนต์ต้องมี

“เราต้องเตรียมพร้อมตัวเราว่าข้อมูลในตลาดหรือสถิติผู้เล่นที่สมมติว่าเราจะไปขายนักฟุตบอลเรารู้หรือยังว่าเขาลงสนามจริงยิ่งก็ลูก อะไรก็ลูก เรามีข้อมูลตรงนั้นพอหรือเปล่า”
(เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 2, 2562)

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดผู้วิจัยได้ทำการประมวล และสังเคราะห์ออกมาเป็นข้อมูลประกอบการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การพัฒนาข้อคำถามในแบบสำรวจเดลฟาย (Delphi Survey)

2. ผลการศึกษาสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย

สมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ซึ่งในงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสมรรถนะเอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย (n = 40)

ลำดับ ที่	สมรรถนะของ เอเจนต์	รอบที่ 1				รอบที่ 2				แสดงผล
		จำเป็น		รายได้		จำเป็น		รายได้		
		Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	
1.	ความรู้ (Knowledge)									
1.1	เอเจนต์สร้างนักกีฬาให้ เป็นที่ยอมรับในวงการ	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
1.2	เอเจนต์สามารถให้ คำปรึกษาได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
1.3	เอเจนต์เข้าใจจุดอ่อน จุดแข็งของนักฟุตบอล	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
1.4	เอเจนต์มีความสามารถ ในการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับศักยภาพ	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง



ลำดับ ที่	สมรรถนะของ เอเจนต์	รอบที่ 1				รอบที่ 2				แสดงผล
		จำเป็น		รายได้		จำเป็น		รายได้		
		Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	
	ของนักกีฬาฟุตบอล และสโมสรและพื้นที่ นั้น ๆ ได้									
1.5	เอเจนต์มีความสามารถ ในการต่อรองเงิน ค่าตอบแทนให้กับ นักกีฬาฟุตบอลได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
1.6	เอเจนต์มีความสามารถ สร้างมูลค่าให้กับ นักกีฬาฟุตบอลในการ ออกอีเว้นท์ต่าง ๆ ได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
1.7	เอเจนต์มีความเข้าใจใน การตลาด	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.	ทักษะ (Skill)									
2.1	เอเจนต์ปฏิบัติงาน รวดเร็ว	4.00	1	4.00	1	4.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
2.2	เอเจนต์ปรับตัวได้ เหมาะสม	4.00	1	4.00	1	4.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
2.3	เอเจนต์สามารถ แก้ปัญหาได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.4	เอเจนต์ปกป้อง ผลประโยชน์	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.5	เอเจนต์แสดงภาษากาย และคำพูด	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.6	เอเจนต์ประเมินสถานการณ์ได้	4.00	1	4.50	1	4.00	1	4.50	1	สอดคล้องสูง
2.7	เอเจนต์สามารถ ตัดสินใจได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.8	เอเจนต์มีความสามารถ ในการพิจารณาไม่ยึด ติดกับความคิดเห็นของ ผู้อื่น	5.00	1	4.00	1	5.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
2.9	เอเจนต์มีมุมมองความคิด ที่เป็นอิสระ โดยเน้นความ ถูกต้องเป็นสำคัญ	4.50	1	4.00	1	4.50	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
2.10	เอเจนต์มีความสามารถ ทำงานในสถานการณ์ที่ กดดัน	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.11	เอเจนต์แสดงพฤติกรรม ที่สอดคล้องกับ ความรู้สึกของตนเอง	4.00	1	4.00	1	4.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
2.12	เอเจนต์มีการโฆษณา ข้อมูลของนักกีฬา	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	0.75	สอดคล้องสูงและ สูงมากในการ สนับสนุนนัก ฟุตบอลให้มี รายได้และความ เป็นอยู่ที่ดี
2.13	เอเจนต์มีการสร้าง เรื่องราวสตอรี่ของ นักกีฬา	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง



ลำดับ ที่	สมรรถนะของ เอเจนต์	รอบที่ 1				รอบที่ 2				แสดงผล
		จำเป็น		รายได้		จำเป็น		รายได้		
		Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	
2.14	เอเจนต์มีความสามารถ ในการออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์	4.50	1	5.00	0.75	4.50	1	5.00	1	สอดคล้องสูงและ สูงมากในการ สนับสนุนนัก ฟุตบอลให้มี รายได้และความ เป็นอยู่ที่ดี
2.15	เอเจนต์นำเสนอ ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนัก ฟุตบอล	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.16	เอเจนต์มีทักษะในการ วิเคราะห์เกมส์ การให้ ข่าว ความคิดส่วนตัว ของนักกีฬาได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.17	เอเจนต์สามารถสร้าง นักกีฬาให้กับทีมชาติ และสโมสรได้	4.00	1	5.00	1	4.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
2.18	เอเจนต์สร้าง กระบวนการและวิธี ให้กับนักกีฬาลง 11 ตัว จริงบ่อยๆ	4.00	1	5.00	1	4.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
3.	ความสามารถ/พฤติกรรมที่พึงปรารถนา (Attributes)									
3.1	เอเจนต์มีการแต่งกาย ได้เหมาะสมกับ กาลเทศะ	5.00	1	4.00	1	5.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
3.2	เอเจนต์มีภาพลักษณ์ที่ สามารถสร้างความ ประทับใจเมื่อแรกเห็น	5.00	1	4.00	1	5.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
3.3	เอเจนต์มีความขยันหมั่น และทักทายผู้อื่นก่อน	5.00	1	4.00	1	5.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
3.4	เอเจนต์มีความสามารถ ในการรักษา สัมพันธ์ภาพระหว่าง บุคคลกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในทุกมิติของ นักกีฬาฟุตบอล ทั้ง ครอบครัว สโมสร สปอนเซอร์ นักกีฬา ฟุตบอลในทีม	5.00	1	5.00	1	5.00	0.75	5.00	1	สอดคล้องสูง และสูงมาก ในการเป็น สมรรถนะที่ จำเป็น
3.5	เอเจนต์พูดจาสุภาพ	5.00	1	4.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
3.6	เอเจนต์มีทักษะเชิงบวก ในการต่อรอง	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
3.7	เอเจนต์สร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับ สโมสร	5.00	1	5.00	1	5.00	1	4.00	1	สอดคล้องสูง
3.8	เอเจนต์มีความซื่อสัตย์ และจริยธรรมเกี่ยวกับ รายได้	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
4.	คุณลักษณะอื่นๆ (Other characteristics)									
4.1	เอเจนต์อำนวยความสะดวก ในการติดต่อ ประสานงาน	4.00	1	5.00	1	4.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง



ลำดับ ที่	สมรรถนะของ เอเจนต์	รอบที่ 1				รอบที่ 2				แสดงผล
		จำเป็น		รายได้		จำเป็น		รายได้		
		Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	Median	IQR	
4.2	เอเจนต์เดินทางไปได้ ทุกที่	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง
4.3	เอเจนต์ตัดสินใจได้ทุก เวลา	5.00	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	สอดคล้องสูง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสมรรถนะเอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยและการสนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี เมื่อพิจารณาพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (IQR) และระดับความเห็นด้วยของผู้เชี่ยวชาญจากค่าเฉลี่ย (Mean) สามารถอธิบายสมรรถนะของเอเยนต์กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ได้ดังนี้

ความรู้ (Knowledge) จากข้อมูลที่ได้ในประเด็นของความรู้ด้านการตลาดซึ่งศึกษาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ พบว่า เอเยนต์ควรมีความสามารถในการสร้างนักกีฬาฟุตบอลให้เป็นที่ยอมรับในวงการกีฬาฟุตบอลได้ มีความเชี่ยวชาญและสามารถให้คำปรึกษานักฟุตบอลได้อีกทั้งควรมีความเข้าใจในคุณสมบัติ และจุดอ่อน จุดแข็งของนักกีฬาฟุตบอลในสังกัดของตนเอง ประเด็นของราคา ได้แก่ เอเยนต์ควรมีความสามารถในการกำหนดราคาราคานักกีฬาฟุตบอลที่เหมาะสมกับศักยภาพของนักกีฬาฟุตบอลและสโมสรรวมถึงพื้นที่นั้น ๆ ได้ สามารถต่อรองเงินค่าตอบแทนให้กับนักกีฬาฟุตบอล และสามารถสร้างมูลค่าให้กับนักกีฬาฟุตบอลในการออกอีเว้นท์ต่าง ๆ และประเด็นความเข้าใจในการตลาด การจัดการ การเจรจา สัญญา ที่ปรึกษารวมถึงให้คำปรึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้กับนักกีฬาฟุตบอลนั้น ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูงทั้ง 3 ประเด็น (IQR = 1) คือ โดยเห็นว่า ทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าวมีความจำเป็นในระดับมากที่สุด ทั้งต่อการเป็นสมรรถนะที่มีความจำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และต่อการสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี (Mean = 5)

ทักษะ (Skill) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกันสูง (IQR = 1) ทุกประเด็นทั้งในเรื่องความจำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์กีฬาฟุตบอล และความจำเป็นสูงที่ต้องสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี และประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกันสูงมาก (IQR = 0.9) ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในประเด็นซึ่งเป็นสมรรถนะที่มีความจำเป็นสูงมากที่เอเยนต์จะต้องรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจะต้องสนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี ต้องมีความสามารถในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยทุกประเด็นมีระดับความจำเป็นในระดับมากที่สุดต่อการสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี

ความสามารถหรือพฤติกรรมที่พึงปรารถนา (Attributes) จากข้อมูลบุคลิกภาพความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านบุคคล พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูง



ทั้งหมด (IQR = 1) ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูงมากของการเป็นการสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์กีฬาฟุตบอล (IQR = 0.9) โดยทุกประเด็นมีระดับความจำเป็นในระดับมากถึงมากที่สุดต่อการสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี

คุณลักษณะอื่น ๆ (Other characteristics) จากข้อมูลด้านสถานที่ พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูงทั้ง 3 ประเด็น (IQR = 1) คือ เอเยนต์ควรมีการบริการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานด้วยตนเอง สามารถเดินทางไปเจรจาได้ทุกสถานที่ และสามารถติดต่อสัญญาได้ตลอดเวลา โดยเห็นว่า ควรมีการบริการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานด้วยตนเองเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์กีฬาฟุตบอลในระดับมาก (Mean = 4) แต่มีความจำเป็นในระดับมากที่สุดต่อการสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี (Mean = 5) ส่วนอีก 2 ประเด็น คือ สามารถเดินทางไปเจรจาได้ทุกสถานที่ และสามารถติดต่อสัญญาได้ตลอดเวลา ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ามีความจำเป็นในระดับมากที่สุดทั้งต่อการเป็นสมรรถนะที่มีความจำเป็นต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และต่อการสนับสนุนนักฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีเอเยนต์ (Mean = 5)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ซึ่งในประเทศไทยยังไม่เคยมีการศึกษาเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้สามารถสังเคราะห์ออกมาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่คู่มือในการเตรียมความพร้อมทั้งในส่วนของกระบวนการและสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ซึ่งในประเด็นของกระบวนการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลนั้น พบว่า กระบวนการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลไทย

“เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ต้องมีความรู้ด้านอุตสาหกรรมกีฬา มีเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ ต้องมีทักษะอย่างรอบด้านทั้งการให้คำปรึกษา การวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา ทักษะในการเจรจาต่อรอง ความรู้เรื่องการตลาด อีกทั้งต้องมีความซื่อสัตย์ความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ต้องมีกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน เริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอลที่ต้องดูทั้งจากทักษะความสามารถและพื้นฐานนิสัยใจคอ และการมองอนาคตเป็นหลัก โดยการมองภาพระยะยาวเพื่อการพัฒนาต่อยอดต่อไป”

ซึ่งเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรม และกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอนนั้นเป็นทักษะที่พึงมีซึ่งเพิ่มขึ้นมาจากการศึกษาของ Masteralexis, L. C. A. et al. ที่กล่าวว่าเอเยนต์ที่ดีต้องมีทักษะที่จำเป็นในด้านการฟังและการให้คำปรึกษาที่ดีซึ่งจะช่วยในการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่แนบแน่นขึ้นระหว่างทั้งสองฝ่าย และได้กล่าวถึงหน้าที่ของเอเยนต์ด้านกีฬาที่มีหน้าที่หลักสำคัญ 8 ประการ คือ การเจรจาต่อรองและบริหารจัดการสัญญาของนักกีฬา การกำหนดการตลาดนักกีฬา การเจรจาต่อรองสัญญาการตลาดและการเป็นพร



เซนต์เตอร์ของนักกีฬา การวางแผนการเงิน การวางแผนอาชีพภายหลัง การเป็นที่ปรึกษาด้านกฎหมาย การดูแลเรื่องส่วนตัวการคลี่คลายความขัดแย้ง (Masteralexis, L. C. A. et al., 2008) และการศึกษาของ Epstein, A. ที่กล่าวว่าหน้าที่ของเอเยนต์นักกีฬา ประกอบด้วย การจัดการกับสื่อ การเจรจาต่อรอง และการตลาด สร้างภาพลักษณ์ให้แก่ นักกีฬา นอกจากนี้ เอเยนต์ยังทำหน้าที่การจัดการทั่วไปในการคัดเลือกรายการที่ลงการแข่งขัน กรมธรรม์และสนับสนุนทีมที่ดีที่สุดสำหรับนักกีฬา (Epstein, A., 2003) หรือของ Williams, P. ที่กล่าวว่า เอเยนต์นักกีฬา หมายถึง ผู้จัดการส่วนตัวของนักกีฬาซึ่งมีหน้าที่หาช่องทางในการทำงานให้แก่ นักกีฬาเพื่อให้ นักกีฬาได้แสดงออกถึงความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่น ๆ หน้าที่สำคัญที่สุดของเอเยนต์คือการเจรจาต่อรองสัญญาระหว่างลูกค้ายกับสโมสรหรือธุรกิจต่าง ๆ อีกทั้งจากผลการศึกษา พบว่า ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตัวเอเยนต์ เองนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักกีฬาฟุตบอลตัดสินใจเลือกเอเยนต์ โดยเฉพาะการมีเครือข่ายความสัมพันธ์ (Connection) (Williams, P., 2005)

ในเรื่องสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล ซึ่งในงานทำวิจัยในครั้งนี้ใช้การอ้างอิงจากทฤษฎีที่แมคเคิลแลนด์ได้กล่าวไว้ถึงเรื่องสมรรถนะ โดยการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ พบว่า ทั้งหมดมีความจำเป็นมากถึงมากที่สุดต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และต่อการสนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณลักษณะของผู้นำและปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จขององค์กรการจัดการกีฬาก็เพิ่มขึ้นมาจากการศึกษาที่ผ่านมา ได้แก่ การตัดสินใจที่เหนือกว่า การวางแผนเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ความเป็นอิสระทางด้านความคิด ความสมบูรณ์ทางด้านร่างกาย ผลการเรียนรู้ที่สูงและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งคุณลักษณะอื่น ๆ ที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาที่ผ่านมาดังเช่น Stogdill, R. M. ที่ได้ทำการสำรวจงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำจำนวน 287 คนที่ทำขึ้นระหว่างปี 1904 – 1970 ผลการสำรวจพบว่า ผู้นำมักจะมีคุณลักษณะที่ดีกว่าหรือมากกว่าผู้ตามในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) มีความสามารถด้านสติปัญญา ด้านภาษา การตัดสินใจ 2) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การงาน การสังคม 3) มีความ รับผิดชอบ ความเชื่อถือได้ ความมั่นใจในตนเอง 4) มีความร่วมมือกับกลุ่ม มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมได้เก่ง 5) ลักษณะการแสดงตัวมีคนรู้จักมาก 6) มีอารมณ์มั่นคง อารมณ์ขัน 7) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Stogdill, R. M., 1948) ซึ่ง Bass, B. M. สรุปไว้ว่า ผู้นำที่มีความรู้ มีดุลพินิจ มีทักษะในการพูดได้อย่างคล่องแคล่ว ปฏิภาณไหวพริบดี สิ่งเหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ได้ในระดับหนึ่งว่า ผู้นำที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต้องมีคุณสมบัติเหล่านี้อยู่ (Bass, B. M., 1990) เช่นเดียวกันกับ Grimsley, G. & Jarrett, H. F. ที่ได้ทำวิจัยเรื่อง The Relation of Past Managerial Achievement to Test Measures Obtained in the Employment Situation: Methodology and Results-II โดยพบว่าผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จมักจะประกอบด้วย



คุณลักษณะ คือ แรงขับ พลังการปรับตัวที่ดี ความมั่นใจ ความก้าวร้าวทางสังคม และความมั่นคงทางอารมณ์ (Grimsley, G. & Jarrett, H. F., 1975)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลจะคัดเลือกนักฟุตบอลจากบุคคลที่มีความสามารถเป็นอันดับแรก จากนั้นจะพิจารณาจากบุคลิก ลักษณะพื้นฐานของนิสัยใจคอ ความคาดหวังในอนาคต เป็นองค์ประกอบหลัก ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือและความมีชื่อเสียงของตัวเอเยนต์เองก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดและทำให้นักกีฬาฟุตบอลตัดสินใจเลือกเอเยนต์ โดยเฉพาะการมีเครือข่ายความสัมพันธ์และความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา โดยกระบวนการในการคัดเลือกนักกีฬาฟุตบอลจะแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละองค์กร/บริษัท ทั้งนี้ กระบวนการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลควรทำภายใต้การมีคุณธรรมและจริยธรรมที่สำคัญต้องเข้าใจและตามทันความต้องการของตลาด โดยพิจารณาความต้องการของผู้ซื้อเป็นหลักสำคัญที่สุดเพื่อนำเสนอตัวของนักกีฬาฟุตบอลภายใต้ผลงานของตัวนักกีฬาฟุตบอลเองเป็นส่วนสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการต่อยอดให้นักกีฬาฟุตบอลมีรายได้ มีภาพลักษณ์ รวมถึงการหาช่องทางเพื่อให้นักกีฬาฟุตบอลของตนมีสปอนเซอร์ส่วนตัวหรือได้เป็น Brand Ambassador ของผลิตภัณฑ์สินค้า หาวิธีการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวของนักกีฬา โดยการค้นหาจุดเด่นพร้อมให้คำแนะนำจุดที่ควรพัฒนาของนักกีฬาแต่ละคน ส่วนสมรรถนะของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลซึ่งแบ่งเป็น 4 ประการ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ/พหุตินิสัยที่พึงปรารถนา และคุณลักษณะอื่น ๆ ทั้งหมดมีความจำเป็นมากถึงมากที่สุดต่อการเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล และต่อการสนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดี ข้อเสนอแนะในการผลักดันผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติ 1) จากผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ความรู้ ทักษะ ความสามารถ/พหุตินิสัยที่พึงประสงค์ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเป็นเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอล เป็นสมรรถนะที่มีความจำเป็นมากถึงมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการอบรมหรือจัดหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องต่อไป 2) สโมสรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นจุดเริ่มต้นในการเตรียมความพร้อมผู้ที่เข้าทำหน้าที่เป็นเอเยนต์ อีกทั้งควรตระหนักถึงปัจจัยผลักดันต่าง ๆ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). การขับเคลื่อนการดำเนินงานกิจการและกิจกรรมด้านการกีฬา (การประชุมคณะกรรมการนโยบายการกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2561). เรียกใช้เมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561 จาก https://mots.go.th/ewt_news.php?id=10987&filename=index



- นักกีฬาฟุตบอลคนที่ 2. (2 มีนาคม 2562). กระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย. (นธายุ วันทยะกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- วรรณชลี โนริยา. (2554). รูปแบบของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทย: กับบทบาทในกิจกรรมเศรษฐกิจของประเทศ. กรุงเทพมหานคร: ฐานเศรษฐกิจ.
- เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 1. (9 มีนาคม 2562). กระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย. (นธายุ วันทยะกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 2. (12 มีนาคม 2562). กระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย. (นธายุ วันทยะกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 4. (16 มีนาคม 2562). กระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย. (นธายุ วันทยะกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- เอเยนต์ของนักกีฬาฟุตบอล 5. (12 มีนาคม 2562). กระบวนการการทำงานของเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย. (นธายุ วันทยะกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- Bass, B. M. (1990). Bass and Stogdill handbook of leadership: Theory, research, and managerial application (3rd ed.). New York: Free Press.
- Covell, D. S. et al. (2007). Managing Sports Organization: Responsibility for Performance. (2nd ed.). Burlington: Elsevier Inc.
- Epstein, A. (2003). Sports Law. New York: Thomson Press.
- Grimsley, G. & Jarrett, H. F. (1975). The Relation of Past Managerial Achievement to Test Measures Obtained in the Employment Situation: Methodology and Results-II. Personnel Psychology, 28(2), 215-231.
- Masteralexis, L. C. A. et al. (2008). Principle and Practice of Sport Management. (3rd ed.). Canada: Jones and Bartlett Publishers.
- Stogdill, R. M. (1948). Handbook of leadership: A survey of theory and research. New York: Free Press.
- Williams, P. (2005). One athlete's strategy. Street & Smith's Business Journal, 31(October), 17-23.