

การพัฒนาารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
A MODEL DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL FOOTBALL MANAGEMENT
AIMING FOR TOURISM PROMOTION IN THAILAND

กิตติวงศ์ สาสวด

KITIWONG SASUAD

ประสาน นันทะเสน

PRASARN NUNTASEN

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

RAJABHAT RAJANAGARINDRA UNIVERSITY

ฉะเชิงเทรา

CHACHOENGSAO

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพ และ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารสโมสร ผู้ฝึกสอน นักฟุตบอล และผู้เข้าชมในสนามแข่งขันฟุตบอลออลมลิน สิก (ไทยลีก 3) ปี 2018 ด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 101 ราย ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่วิเคราะห์ความแปรปรวน 2 ทาง โดยใช้สูตรของ Kendall ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 ราย ด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า สภาพและปัญหาด้านสนามแข่งขันคือไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีสนามเป็นของตนเอง ด้านงบประมาณไม่เพียงพอ ด้านการจัดการ ด้านที่ยังทำผลงานไม่ดี และด้านแผนการดำเนินงานของสโมสรยังไม่เป็นระบบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพที่สำคัญมากที่สุด คือ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และบุคลากร

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ, การจัดการฟุตบอลอาชีพ, การท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purposes of this research were to : 1) study circumstances and problems of professional football management 2) to analyze factors affecting professional football success, and 3) development a model on professional football management aiming at tourism promotion. This study used methodologies of qualitative research, the key informant was comprised of 101 local administration administrators, club administrators, and football audiences in the stadium, obtained by purposive

sampling. The tools used for data collection were in-depth interview. By using Kendall's formula Based on 2-way analysis of variance, the confidence value is 0.83. The collected data was analyzed by means of content analysis. As for quantitative research, the population does not know the exact number. The sample used for quantitative research was comprised of 400 audiences who watched obtained by purposive sampling. The tool used for data collection was a questionnaire. A questionnaire with a confidence value of 0.85, The statistics used for data analysis were percentage, frequency, and standard deviation.

The results of the study were as follow:

Circumstances and problems of professional football management were football stadiums were not enough and were not standardized, Moreover, some clubs had no stadium and had not sufficient budget, team performances were not good and consequently, there were less football audiences, proceeding plans of football clubs were not systematic. Factors affected success in professional football management were put in descending order based on their essentials as follows: creation and physical presentation, product, Process, jelling channel places, marketing promotion, and Personnel.

Keywords: Model development, Professional football management, Tourism

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ข่าวสารด้านการกีฬาทั่วโลกเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงทำให้ได้ดูการแข่งขันและนำมาสู่แรงบันดาลใจการสร้างกระแสค่านิยมและวัฒนธรรมในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย รวมถึงเป็นต้นแบบให้แก่เด็กและเยาวชนประเทศต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำด้านการกีฬา โดยได้นำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬามาใช้ในการฝึกฝนและพัฒนาโครงสร้างของร่างกายพร้อมทั้งอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการเล่นกีฬา เพื่อให้ให้นักกีฬาประสบความสำเร็จทั้งชื่อเสียงและรายได้ต่อนักกีฬาและประเทศ ในปี 2006 ประเทศเยอรมนีเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ถือเป็นจุดเปลี่ยนของ FIFA เพราะประสบความสำเร็จเชิงธุรกิจอย่างมาก โดยมีผู้ชมในสนามถึง 15 ล้านคน ซึ่งสูงกว่าที่คาดไว้ ขณะที่ผู้สนับสนุนทำเงินจากการขายสินค้าได้มากถึง 3 พันล้านดอลลาร์ รวมทั้งยังทำเงินเข้าลีก (German Football League) ได้มากถึง 56.6 ล้านยูโร และรอบชิงชนะเลิศมีผู้ชมถึง 715 ล้านคนทั่วโลก (ไทยพับลิก้า, ออนไลน์, 2561) ดังนั้น ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจึงมีการส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา ส่งผลให้เกิดความต้องการอุปกรณ์สถานที่เพื่อการฝึกซ้อม รวมถึงผู้ฝึกสอนกีฬาประเภทต่าง ๆ การนำการกีฬามาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและใช้ความสำเร็จด้านการกีฬาสร้างความโดดเด่นของชาติ สร้างความรักความเป็นหนึ่งเดียวผ่านกลไกด้านการกีฬา เห็นได้จากการแข่งขันการแข่งขันกีฬาจัดการแข่งขันกีฬากิจการนันทนาการ และการจัดมหกรรมกีฬาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) ได้กลายมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยได้รับอิทธิพลจากแรงขับเคลื่อนของกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ การเมืองรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าซึ่งทำให้คนสามารถเข้าถึงการรับชมกีฬาประเภทต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ประกอบกับค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายมากขึ้นรัฐบาลจึงได้ประกาศนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสู่เวทีนานาชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวทาง

การพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558-2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) เนื่องจากเห็นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโลกและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกประเภทได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 21,003 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวกีฬา, ออนไลน์, 2559) ในขณะที่ตัวกันรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การผลักดันกิจกรรมกีฬาให้เป็นหนึ่งในประสบการณ์การท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยุทธศาสตร์ที่ 3 การอาศัยข้อได้เปรียบจากสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบผจญภัยอย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในการทำตลาดเชิงรุก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 68-70)

เมื่อกล่าวถึงกีฬาฟุตบอลระดับโลกสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเจ้าภาพอย่างมากมายมหาศาล เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลกในแต่ละครั้งนอกจากประเทศเจ้าภาพที่หวังว่าจะได้ผลดีด้านเศรษฐกิจแล้ว FIFA คาดการณ์รายได้ที่จะเพิ่มขึ้นโดยแม้การแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 ที่ประเทศรัสเซีย แต่ FIFA คาดการณ์ว่าจะทำรายได้ 6.56 พันล้านดอลลาร์ มีค่าใช้จ่าย 6.46 พันล้านดอลลาร์ในช่วงปี 2019-2022 ของการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบต่อไปในปี 2022 ที่ประเทศกาตาร์ขณะประมวลเป็นเจ้าภาพ สถานที่สำหรับการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี 2026 สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก ร่วมกันเป็นเจ้าภาพขณะประมวลด้วยตัวเลขที่เสนอต่อ FIFA จำนวน 11 พันล้านดอลลาร์ ซึ่งนิวยอร์กไทมส์ รายงานว่า FIFA จะทำเงิน 6.1 พันล้านดอลลาร์จากการแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 ที่ประเทศรัสเซีย ซึ่งสูงกว่าที่ประมาณการณ์ไว้ร้อยละ 10 และสูงกว่าการแข่งขันรอบที่แล้วในปี 2014 ที่บราซิลเป็นเจ้าภาพจำนวน 1.3 พันล้านดอลลาร์ จากรายงานอ้างอิงเอกสารทางการเงินของ FIFA พบว่ารายได้จากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดทางทีวี (TV rights) สูงขึ้นร้อยละ 2 จาก 3 พันล้านดอลลาร์ที่ตั้งเป้าไว้ ส่วนการขายโฆษณา (Sponsorship) สูงขึ้น 200 ล้านดอลลาร์จากเป้าหมาย 1.45 พันล้านดอลลาร์ ส่วนใหญ่มาจากบริษัทเงินเพราะ 7 ใน 20 บริษัทที่ซื้อโฆษณาเป็นบริษัทเงิน เพิ่มขึ้นมากจากที่มีเพียง 1 ราย ในการแข่งขันครั้งก่อน FIFA ยังมีรายได้จากค่าสิทธิต่อเนื่องรายปี (Royalties) เพิ่มขึ้นร้อยละ 233 จาก EA Sports ผู้ผลิตเกมยักษ์ใหญ่ที่จ่ายให้ FIFA ซึ่งในปีก่อนได้จ่ายเงินไป 160 ล้านดอลลาร์ ธุรกิจเงินหันมาสนใจการแข่งขันฟุตบอลโลกอีกครั้ง หลังจากที่ประธานาธิบดี สี จิ้นผิงเรียกร้องในปี 2015 ให้รวมกันผลิตภัณฑ์ให้เป็น Sport Economy โดยมุ่งไปที่ฟุตบอลเป็นหลัก ขณะเดียวกัน ธุรกิจในประเทศฝั่งตะวันตกชะลอการทำธุรกิจกับ FIFA มากขึ้น หลังจากกระทรวงยุติธรรมสหรัฐฯ สอบสวนกรณีทุจริตฟอกเงินใน FIFA ปี 2015 นอกจากนี้ FIFA ไม่ได้มีการเซ็นสัญญาใหม่กับประเทศตะวันตกมาตั้งแต่ปี 2011 FIFA ตั้งใจที่จะเผยแพร่ตัวเลขการเงินให้กับสมาชิกในวันพุธที่ 13 มิถุนายนที่ผ่านมา โดยมีกำไร 100 ล้านดอลลาร์ในรอบ 4 ปีหลังจากจบการแข่งขัน เพราะในช่วง 3 ปีแรกขาดทุน 997 ล้านดอลลาร์ แต่ในปีสุดท้ายมีกำไร 1.1 พันล้านดอลลาร์ ทั้งนี้คาดว่า FIFA จะมีเงินสดและสินทรัพย์จำนวน 1.7 พันล้านดอลลาร์ ในสิ้นปี 2018 FIFA ให้ข้อมูลว่าในแต่ละปีจะมีการจัดทำรายงานทางการเงินที่ได้มาตรฐานทางบัญชี IFRS ที่ผ่านการตรวจสอบของผู้สอบบัญชี รวมทั้งต้องผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการการเงิน สหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (FIFA Council) และสภาองค์กร FIFA (FIFA Congress) (ไทยพับลิก้า, 2561, ออนไลน์)

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจะเป็นกลไกที่สำคัญหนึ่งที่สามารถตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศตามนโยบาย 4.0 ของรัฐบาลได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการและขับเคลื่อนประเทศโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมองค์ความรู้ เทคโนโลยีเชื่อมโยงกับการบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2559, น. 22-26)

สำหรับในประเทศไทยในปัจจุบันนี้ธุรกิจฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจะเห็นได้จากการที่มีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเพิ่มสูงขึ้น นับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่แทบจะไม่เคยเกิดขึ้นเลยในอดีต ซึ่งในบางครั้งจำนวนผู้เล่นอาจจะมากกว่าจำนวนผู้ชมด้วยซ้ำไป ที่จริงแล้วกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาอดนิยามของคนไทยมาช้านานแล้ว เพียงแต่ว่าแฟนบอลไทยส่วนใหญ่ในนั้นมักจะไปนิยมชมชอบและเชียร์ฟุตบอลต่างประเทศมากกว่าจะสนใจการแข่งขันในประเทศ อย่างไรก็ตามในช่วงหลังมานี้ได้มีความพยายามในการสร้างกระแสการเชียร์ฟุตบอลไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจากทางภาครัฐโดยมีนโยบายในการสนับสนุนผ่านการให้งบประมาณต่าง ๆ และภาคเอกชน ที่เข้ามาร่วมสนับสนุนในรูปแบบของการเป็นสปอนเซอร์ จึงทำให้สโมสรหลาย ๆ แห่งเริ่มมีกำลังในการซื้อนักเตะที่มีความสามารถสูงเข้ามาสู่ทีม และเริ่มทำให้คุณภาพของเกมการแข่งขันเริ่มมีสูงขึ้น อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าวขึ้นคือการที่ Asian Football Confederation (AFC) ซึ่งเป็นหน่วยงานนานาชาติที่ควบคุมดูแลการแข่งขันฟุตบอลในทวีปเอเชีย ได้ออกกฎให้สโมสรฟุตบอลต่าง ๆ มีลักษณะของการเป็นองค์กรธุรกิจ ที่แยกออกมาอย่างชัดเจน จึงทำให้แต่ละสโมสรที่ต้องการแข่งขันในระดับทวีปนั้นต้องปรับตัวและเปลี่ยนลักษณะองค์กรให้อยู่ในรูปแบบของบริษัท ซึ่งทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานมากขึ้น

จากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เอง ทำให้เริ่มมีสโมสรในประเทศไทยที่มีแฟนบอลให้ความสนใจมากขึ้น เช่น สโมสรเมืองทองยูไนเต็ด บุรีรัมย์ยูไนเต็ด หรือ ชลบุรี เอฟซี เมื่อมีฐานแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น รายได้ของสโมสรก็เพิ่มขึ้นจากรายได้จากบัตรเข้าชมการแข่งขัน การขายของที่ระลึก และที่สำคัญคือจำนวนเงินที่สปอนเซอร์ให้ก็จะเพิ่มมากขึ้น เพราะบริษัทเหล่านั้นสามารถจะโฆษณาสินค้าหรือบริการของเขาให้กลุ่มเป้าหมายของเขาได้มากขึ้นนั่นเอง นอกจากนี้รายได้เหล่านี้แล้ว สโมสรเริ่มที่จะมีรายได้จากลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันผ่านทางโทรทัศน์รวมทั้งเริ่มมีรายได้จากการซื้อขายนักฟุตบอลที่มีความสามารถและมีชื่อเสียงเท่าที่เห็นในปัจจุบันจะเห็นว่าฟุตบอลอาชีพของประเทศไทยเรานั้นมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องและเป็นนิมิตหมายที่ดีที่จะเห็นการพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามสิ่งที่เริ่มน่าเป็นห่วงคือเรื่องของการบริหารจัดการของแต่ละสโมสรรวมถึงหน่วยงานองค์กรที่มีหน้าที่ควบคุมให้การแข่งขันฟุตบอลเป็นไปด้วยดี การบริหารจัดการจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ฟุตบอลอาชีพไทยจะประสบความสำเร็จหรือประสบความล้มเหลว ซึ่งในอดีตเรื่องราวเหล่านี้อาจจะยังไม่มีสำคัญมากนัก เนื่องจากจำนวนผู้ชมยังไม่มีการจัดการจึงทำได้ง่ายและสะดวก แต่ปัจจุบันนี้จำนวนผู้ชมและแฟนบอลเริ่มมากขึ้น นอกจากนี้ความเสี่ยงต่าง ๆ ก็เริ่มสูงขึ้นเนื่องจากการแข่งขันแต่ละนัดนั้น จะเกี่ยวข้องกับรายได้และค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ดังนั้นหากปราศจากการจัดการที่ดีแล้ว สโมสรฟุตบอลก็จะมีความเสี่ยงที่จะทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว (นภค รัมโพธิ์, 2556, น. 8-11) หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากีฬาฟุตบอลอาชีพ

การพัฒนากีฬาฟุตบอลอาชีพมีความก้าวหน้ามากขึ้นดังจะเห็นได้จากความสำเร็จของการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่ได้รับความนิยมจากประชาชนและสร้างกระแสรักชุมชนท้องถิ่น ข้อมูลในปี พ.ศ. 2552 มีผู้ชมในสนามทั้งฤดูกาลกว่า 1 ล้านคน ผู้ชมในสนามเฉลี่ยต่อนัด 4,100 คน รายได้เฉลี่ยต่อนัด 205,000 บาท ในปี พ.ศ. 2553 จำนวนผู้ชมเพิ่มเป็น 1,132,057 คน เฉลี่ยนัดละ 4,717 คน พฤติกรรมการดูกีฬาและเชียร์กีฬาของไทยเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไข สนามกีฬาขนาดเล็กไม่เพียงพอ ซึ่งจะพบว่าสนามกีฬาในประเทศไทยมีขนาดเล็กกว่าสนามกีฬาในประเทศเพื่อนบ้าน โดยขนาดสนามกีฬาที่มีความจุเกิน 30,000 คน ในประเทศมาเลเซียมีจำนวน 15 สนาม อินโดนีเซียมีจำนวน 13 สนาม สำหรับประเทศไทยมีเพียง 3 สนามเท่านั้น ซึ่งเป็นปัจจัยสะท้อนให้เห็นถึงจำนวนผู้เข้าชมกีฬาและแม้ผู้ชมกีฬาจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นก็ตาม (Thai Premier League, 2556 อ้างถึงใน คมกฤษ รัตตะมณี และสิทธิ ธีรสรณ์, 2561, น. 1-14) สำหรับการเชียร์กีฬาผู้ชมกีฬาบางส่วนยังไม่มีความเข้าใจในกฎ กติกา และการตัดสิน เห็นได้จากปัญหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ปี พ.ศ. 2552-2553 แสดงให้เห็นว่า

วัฒนธรรมการดูกีฬาของคนไทยยังต้องปรับปรุง ทั้งนี้ในปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ ของประเทศไทยกำลังเป็นปัญหาในการการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เช่น ความพร้อมของสนามกีฬา ระบบสาธารณสุข โภค การคมนาคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมและให้ความสำคัญต่อประเด็นดังกล่าวมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555, น. 31-38)

จากกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลที่แพร่หลายในปัจจุบันทำให้การพัฒนาฟุตบอลอาชีพกระจายตัวไปในวงกว้าง ทีมฟุตบอลในระดับท้องถิ่นเริ่มได้รับความนิยม และเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างกระแสความนิยมรักชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตามแม้ว่าความนิยมในกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่ยังมีปัญหาในหลายส่วนที่ต้องได้รับการพัฒนาทั้งในเรื่องของความพร้อมของสนาม การจัดการทีม การจัดการแข่งขัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมเชียร์ ซึ่งเห็นได้จากปัญหาความรุนแรงที่เพิ่งเกิดขึ้น ดังนั้นหากจะพัฒนาให้ได้มาตรฐานและยั่งยืนต้องพัฒนาระบบการจัดการให้มีประสิทธิภาพและให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ด้วยความสำคัญของกีฬาฟุตบอลอาชีพที่ส่งผลในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในการท่องเที่ยวทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก และยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทยที่ได้มุ่งส่งเสริมพัฒนากีฬาอาชีพให้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งในส่วนของพัฒนากีฬาอาชีพยังมีหลายส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ซึ่งงานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาสภาพทั่วไปของการจัดการฟุตบอลอาชีพในระดับภูมิภาค ฟุตบอลอาชีพไทยลีก 3 (T3) เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และนำเสนอรูปแบบการจัดการที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และเพื่อให้กีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยได้มาตรฐานประสบความสำเร็จในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการสร้างกระแสความนิยมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความสามัคคี และส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เชิงกีฬาอันจะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพ
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

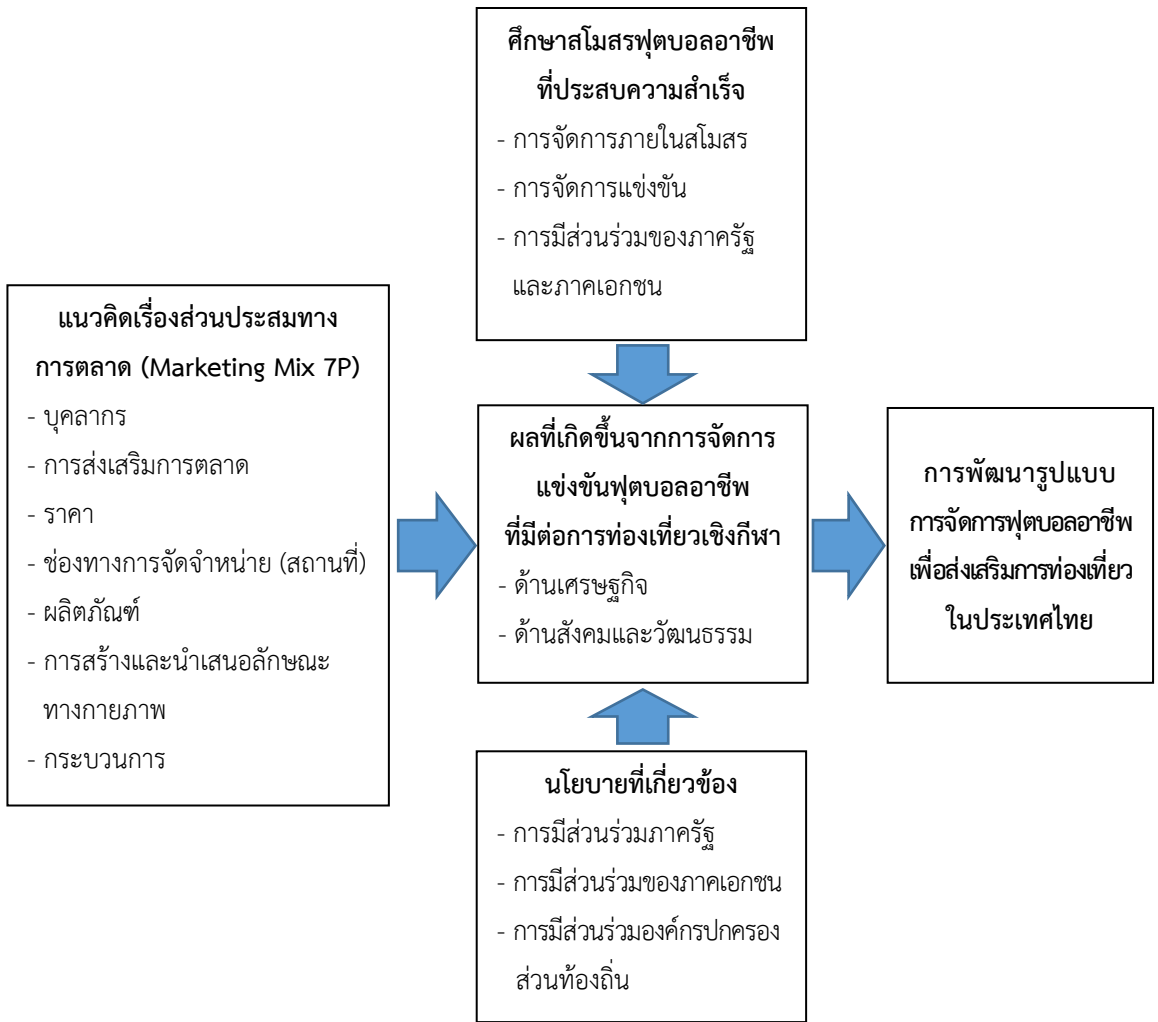
ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้รูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น สอดคล้องกับแผนพัฒนากีฬาเพื่อการอาชีพของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา
2. นำไปสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย
3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนากีฬาฟุตบอลอาชีพในฐานะธุรกิจและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร/สารสนเทศ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, 1997, p. 92) การมีส่วนร่วม (Cohen & Uphoff, 1997, pp. 7-26) การบริหารจัดการ (Bartol & Martin, 1991, p.7) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Kurtzman, 2005, pp. 15-20) การบริหารจัดการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย (นภดล ร่มโพธิ์, 2556 น. 8-11) ผลของการท่องเที่ยว

ที่มีต่อชุมชนและท้องถิ่น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 68-70) และกีฬากับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม (ฐพงษ์ บุญญานวัตร, 2559, ออนไลน์) จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์และนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดเป็น 3 ระยะ ดังนี้
ระยะที่ 1 ศึกษาศาภาพและปัญหาการบริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key informant) คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารสโมสร ผู้ฝึกสอน นักฟุตบอล และผู้เข้าชมในสนามแข่งขันสโมสรฟุตบอล ออมสิน ลีค (ไทยลีก 3) ปี 2018 (สยามสปอร์ต, 2561, ออนไลน์) จำนวน 8 สโมสร ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารสโมสร สโมสรละ 1 คน รวม 8 คน 2) ผู้เข้าชมการแข่งขันในสนาม สโมสรละ 5 คน รวม 40 คน 3) ผู้ฝึกสอน 1 คน นักฟุตบอล 4 คน รวม 40 คน และ 4) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1 คน รวม 8 คน รวมทั้งสิ้น 96 คน ผู้วิจัยศึกษาศาภาพและปัญหาการบริหารจัดการ สโมสรฟุตบอลอาชีพ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ

แบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการเข้าชมการจัดการแข่งขัน การเชียร์ของแฟนบอล การเดินทางมาชมการแข่งขันของแฟนบอล การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในและนอกสนาม การสังเกตพฤติกรรมแฟนบอล ผู้บริหาร นักฟุตบอล ตลอดจนการจับจ่ายใช้สอยของผู้เข้าชมการแข่งขัน เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพบรรลุเป้าหมาย ได้ข้อค้นพบที่ครอบคลุมและน่าเชื่อถือจึงมีวิธีการสร้างเครื่องมือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังที่ได้นำเสนอไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย การเข้าร่วมสังเกตการณ์ การเก็บข้อมูลภาคสนาม แล้วนำมาสร้างเป็นกรอบคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ทุกประเด็น ด้วยวิธีสร้างกรอบเนื้อหา แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย และด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็นประเภทอุปกรณ์ ได้แก่ กล้องถ่ายรูป กล้องถ่ายวิดีโอ สุ่มจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง ฯลฯ ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน และ ประเภทเอกสาร ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากผู้วิจัย ใช้ผู้สัมภาษณ์หลายคน จึงดำเนินการสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มหนึ่งด้วยการสัมภาษณ์แต่ละคนจากกลุ่มเดียวกัน และดำเนินการสัมภาษณ์ซ้ำอีก แล้วนำผลการสัมภาษณ์ทุกชุดมาหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องโดยให้ค่าสัมประสิทธิ์ ความสอดคล้องระหว่างผลการสัมภาษณ์แต่ละชุดเป็นค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์โดยใช้สูตรของ Kendall (1938, น. 81-93) จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน 2 ทาง ได้เท่ากับ 0.83 หลังจากได้ตรวจสอบข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ระยะที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้เข้าชมฟุตบอล ออมสินลีก (ไทยลีก 3) ปี 2018 มี 28 ทีม จำนวน 2 โชน คือ โชนบนมี 14 สโมสร ประกอบด้วย 1) ฉะเชิงเทราไอเทค เอฟซี 2) กาสสินธุ์ เอฟซี 3) ลำพูน วอร์เนอร์ 4) อุบลราชธานี เอฟซี 5) สระแก้ว เอฟซี 6) อุดรธานี เอฟซี 7) กำแพงเพชร เอฟซี 8) แพร่ ยูไนเต็ด 9) เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด 10) เจแอล เชียงใหม่ ยูไนเต็ด 11) บางกอกเอฟซี 12) อุดรธานี เอฟซี 13) เชียงราย ซิตี้ และ 14) นาวิกโยธิน ยูเรก้า เอฟซี และโชนล่างมี 14 สโมสร ประกอบด้วย 1) ทหารบก เอฟซี 2) เอ็มโอเอฟ คลุกการ ยูไนเต็ด 3) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 4) สุราษฎร์ธานี เอฟซี 5) ดับบลิวยู นครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด 6) สีมอกเอฟซี 7) ตรัง เอฟซี 8) ปิทียู ส.บุญมีฤทธิ์ ยูไนเต็ด 9) บางกอกเอฟซี 10) นรา ยูไนเต็ด 11) แกรนด์อันทามันระนอง ยูไนเต็ด 12) เดฟไฟ เอฟซี และ 13) ราชประชา และ 14) จามจรี ยูไนเต็ด

กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นจากผู้เข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลยูไรค์ ลีก (ไทยลีก 3) ปี 2018 ด้วยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive random sampling) เฉพาะผู้ที่เข้าร่วมชมการแข่งขันของแต่ละสโมสรในโปรแกรมการแข่งขันที่เป็นเจ้าบ้าน (เหย้า) จำนวน 8 ทีม แบ่งเป็น 2 โชน คือ โชนบน 4 ทีม และโชนล่าง 4 ทีม ทีมละ 50 คน ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสโมสรที่กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีสนามแข่งขันเป็นของตนเองและที่ใช้ชื่อทีมของจังหวัดนั้น ๆ ได้แก่ 1) ฉะเชิงเทราไอเทค เอฟซี 2) อุบลราชธานี เอฟซี 3) เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด 4) เจแอล เชียงใหม่ ยูไนเต็ด 5) สุราษฎร์ธานี เอฟซี 6) ตรัง เอฟซี 7) ดับบลิวยู นครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด และ 8) แกรนด์อันทามันระนอง ยูไนเต็ด ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย คือ ตุลาคม 2560-กันยายน 2561

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ เป็นคนในพื้นที่จังหวัดที่มีการแข่งขัน 2) สอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการฟุตบอลอาชีพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 7 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และ 3) สอบถามผลที่เกิด

จากการแข่งขันฟุตบอล นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการลงความเห็นว่าคุณค่าคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญไว้ดังนี้ (ประสพชัย, 2558, น.375-396)

ให้คะแนน +1	ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้น นำข้อมูลที่ได้หาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรคือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 2 ในปี 2018 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-coefficient) ได้เท่ากับ 0.85

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและหา 1) ค่าความถี่ และค่าร้อยละ อธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง 2) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean : \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) วัดระดับคะแนนในปัจจุบันด้านต่าง ๆ ลักษณะแบบสอบถามแบบประเมินค่าตามข้อคำถาม โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตามมาตรวัดแบบ ลิกเคอร์ต (Likert scale) แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดดังนี้ (วิชิต อ้วน, 2550, น. 181)

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนขั้น}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยของระดับคะแนนและการแปลความหมายกำหนดได้ ดังนี้

ระดับ 1	ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ระดับ 2	ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 3	ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 4	ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 5	ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

ระยะที่ 3 พัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ กลุ่มผู้บริหารสโมสรไทยลีก 2018 ที่ประสบความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 5 คน ด้วยวิธีจัดสรรหากกลุ่ม และการจัดบันทึก นำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลรายงานวิจัยแบบความเรียง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ สามารถสรุปผลได้จำนวน 9 ข้อ ดังนี้
 - 1.1 สนามแข่งขันไม่เพียงพอไม่ได้มาตรฐานหรือไม่มีสนามเป็นของตนเอง
 - 1.2 งบประมาณของสโมสรไม่เพียงพอ
 - 1.3 แฟนคลับน้อยและทีม (สโมสร) ทำผลงานไม่ดี
 - 1.4 มีการซื้อขายนักเตะและการเปลี่ยนโค้ชบ่อย และนักกีฬาไม่มีคุณภาพ

- 1.5 นโยบายของรัฐบาลให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและด้านต่าง ๆ ไม่เต็มที่
 - 1.6 แผนการดำเนินงานของสโมสรยังไม่เป็นระบบ
 - 1.7 สโมสรมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดการสโมสรสูงต้องใช้งบประมาณของผู้จัดการสโมสรเอง
 - 1.8 การทำหน้าที่ของผู้ตัดสินในสนามค่อนข้างต่ำกว่ามาตรฐานสากล
 - 1.9 การรักษาความปลอดภัยยังไม่ดีและยังไม่ได้มาตรฐาน
2. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

n=400				
การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1. ด้านบุคคลากร	3.02	1.05	ปานกลาง	7
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13	1.13	ปานกลาง	6
3. ด้านราคา	4.12	1.08	มาก	4
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่	4.11	1.04	มาก	5
5. ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	1.02	มาก	2
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.24	1.01	มากที่สุด	1
7. ด้านกระบวนการ	4.15	1.03	มาก	3
ภาพรวม	3.85	1.05	มาก	

จากตารางที่ 2 การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพภาพรวมทุกด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$, S.D.=1.05) เมื่อพิจารณารายด้านเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.24$, S.D.=1.01) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.18$, S.D.=1.02) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=4.15$, S.D.=1.03) ด้านราคา ($\bar{X}=4.12$, S.D.=1.08) 5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ ($\bar{X}=4.11$, S.D.=1.04) 6) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.13$, S.D.=1.13) และ ด้านบุคคลากร ($\bar{X}=3.02$, S.D.=1.05)

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จและเป็นรูปธรรมในการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอการพัฒนารูปแบบการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 8 ข้อ ดังนี้

3.1 สโมสรต้องจัดการสนามให้เป็นของตนเองและให้ได้มาตรฐานเพราะการจัดการสภาพแวดล้อมด้านกายภาพเป็นสิ่งที่สำคัญมากในความเป็นมืออาชีพ

3.2 รัฐบาลต้องสนับสนุนงบประมาณให้กับสโมสรให้เพียงพอ ดังนั้นสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและรัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต้องสนับสนุนงบประมาณให้เพียงพอในการบริหารจัดการสโมสร

3.3 สโมสรต้องพยายามทำผลงานให้ดี เพราะความมุ่งมั่น หุ่เมเทของนักฟุตบอลในการทำผลงานให้ดีขึ้นคือการได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากแฟนบอล

3.4 กำหนดไม่ให้มีการซื้อขายนักฟุตบอล และ โค้ช บ่อยจนเกินไป ดังนั้นควรมีระยะเวลาในการซื้อขายนักเตะและ โค้ช ให้ชัดเจน เพื่อความต่อเนื่องในการฝึกซ้อมและการบริหารจัดการทีม

3.5 สโมสรต้องมีกาวางแผนการดำเนินงานของสโมสรอย่างเป็นระบบ เพื่อความต่อเนื่องในการบริหารจัดการในระยะยาว

3.6 สโมสรมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดการสโมสรสูงควรมีผู้สนับสนุนด้านงบประมาณเพิ่มเติมจากองค์กรต่าง ๆ

3.7 ควรมีมาตรการกำกับการทำหน้าที่ของผู้ตัดสินในสนามให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อความเชื่อมั่นของนักกีฬาและผู้ชม ตลอดจนมาตรฐานในการตัดสินในระดับสากล

3.8 ควรให้ความสำคัญกับมาตรการการดูแลรักษาความปลอดภัยในสนาม เพื่อเป็นมาตรฐานการจัดการแข่งขันในระดับสากล

อภิปรายผล

การจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ไทยลีก 3) ปี 2018 พบว่า สภาพและปัญหาเกี่ยวกับความไม่เพียงพอ ไม่ได้มาตรฐานและไม่มีสนามเป็นของตนเอง การไม่ได้รับการสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากรัฐบาลไม่เต็มที่งบประมาณไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการจัดการสโมสร มีการปรับเปลี่ยนโค้ชและนักฟุตบอล แฟนคลับน้อย ทีม (สโมสร) ทำผลงานได้ไม่ดี นักกีฬายังไม่มีคุณภาพที่ดี แผนการดำเนินงานของสโมสรยังไม่เป็นระบบ การทำหน้าที่ของผู้ตัดสินในสนามค่อนข้างต่ำกว่ามาตรฐานสากล และการรักษาความปลอดภัยยังไม่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จำลอง อนันตสุข (2555, น. 165-173) ได้ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกการศึกษา สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ โดยทำการศึกษาสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก ปัญหา อุปสรรค พบว่า การบริหารและการจัดการแบบมืออาชีพ งบประมาณ การตลาด เทคโนโลยี อุปกรณ์การสื่อสารและการศึกษาด้านมุมมองกล้อง ตลอดจนด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่ง ชาลวิทย์ ผลชีวิน (2555, น. 93-103) ได้ศึกษายุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พบว่า ประกอบด้วย 12 ยุทธศาสตร์ หรือเรียกว่า 11+1 Strategies ดังนี้ 1) นโยบายรัฐบาลกับการส่งเสริมฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย 2) การนำนโยบายของรัฐบาลสู่การนำไปปฏิบัติ 3) การนำนโยบายของรัฐบาลสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยให้ทัดเทียมกับระดับสากล 4) ส่งเสริมและพัฒนาฟุตบอลอาชีพในประเทศให้ได้มาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลเอเชีย 5) การพัฒนาบุคลากรทางด้านกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยให้ทัดเทียมกับระดับสากล 6) นโยบายการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยให้ได้มาตรฐานสากล 7) การบริหารจัดการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย 8) นโยบายการบริหารจัดการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย 9) การบริหารจัดการด้านงบประมาณ 10) นโยบายการบริหารจัดการด้านสนาม อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 11) นโยบายด้านการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมทางด้านกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย และ 12) นโยบายด้านแฟนคลับ งานวิจัยของ สุพจน์ งดงาม (2558, น. 22-29) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทีมฟุตบอลลีกภูมิภาค ดิวิชั่น 2 เขตกรุงเทพมหานครและภาคกลาง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทุกด้าน ได้แก่ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ชื่อเสียงของทีมฟุตบอล องค์การหลักที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลลีก ความนิยมของประชาชน การประชาสัมพันธ์และแฟนคลับ จากผลการวิจัยดังกล่าวส่งผลต่อการบริหารจัดการของสโมสรฟุตบอล T3 ที่ต้องปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันกับอีกหลายสโมสร งานวิจัยของ รัฐชาติ ทัศนัย (2559, น. 77-86) ได้ศึกษาบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กระบวนการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดมีกระบวนการที่เป็นมืออาชีพโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากลเป็นตัววัด มีเจ้าของสโมสรเป็นผู้ควบคุมอย่างใกล้ชิดและเป็นผู้ตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ในขั้นสุดท้าย ผลการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ทั้ง 3 ด้านได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยวและด้านสังคม มีผลการพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อผลของการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ผ่านการบริหารจัดการทีมฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด มี 4 ปัจจัยที่ได้คะแนนสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับคือ 1) สิ่งจูงใจของนักฟุตบอลและผู้ชม 2) การสร้างฐานแฟนคลับและผู้สนับสนุนทางการเงิน 3) ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ 4) การสื่อสาร และยังพบว่า

มีข้อมูลที่สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ นอกจากนี้การวิจัยนี้ยังพบว่าการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้การบริหารทีมฟุตบอลนั้น จำเป็นต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลายมาผสมผสานในการบริหารจึงจะประสบความสำเร็จ และงานวิจัยของ สิทธิ วงศ์ทองคำ (2560, น. 160-173) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสโมสรฟุตบอล ในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนตราสินค้าที่ได้รับคะแนนความคิดเห็นสูงสุดคือ สโมสรที่ใช้ชื่อจังหวัดเป็นชื่อทีมจะสร้างความภูมิใจให้ประชาชนของจังหวัดนั้น ๆ และปัจจัยด้านความเป็นนานาชาติได้รับคะแนนความคิดเห็นสูงสุดที่มีผู้เล่นชาวต่างชาติ ในสโมสรจะช่วยดึงดูดให้มีผู้ชมมาเป็นสมาชิกของทีมได้ สิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นการประสบความสำเร็จของแต่ละสโมสร เป็นตัวชี้วัดการบริหารสโมสรที่มีประสิทธิภาพ เช่น สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด 6 สมัย และสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด 4 สมัย ซึ่งเหมาะสมกับเม็ดเงินที่ทั้งสองสโมสรได้ทุนลงแรงเพื่อความสำเร็จให้กับสโมสร โดยทั้ง 2 สโมสรนี้ มีค่าเฉลี่ยแฟนบอลที่ยอดเยี่ยม ทั้งเกมเหย้าและเกมเยือน โดยเฉพาะเวลาที่ทั้งสองทีมนี้เดินทางไปแข่งขันตามสนามต่างจังหวัดมักเห็นปรากฏการณ์แฟนบอล เข้ามาชมจำนวนมาก บัตรไม่เพียงพอต่อความต้องการของแฟนบอลที่อยากดูทีมฟุตบอลระดับประเทศ แต่สโมสรอื่น ยังไม่มีความสำเร็จก็ต้องค่อย ๆ สร้างฐานแฟนบอล สร้างประวัติศาสตร์ที่ยาวนานต่อไป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สำคัญมากที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ส่วนผลที่เกิดขึ้นกับการจัดการฟุตบอลอาชีพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือผลด้านสังคมและวัฒนธรรมมีความสำคัญมากกว่าด้านเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (1997, น. 92) ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Process) โดยที่ ปิยะ ลิ้มเจริญ (2558, น. 1-77) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps) ในธุรกิจสโมสรฟุตบอลหรือในกีฬาฟุตบอล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสโมสรฟุตบอล ซึ่งมีส่วนประกอบหลักคือ นักฟุตบอลเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีมีส่วนของผู้ฝึกสอนอีกด้วย โดยมองว่าการฝึกซ้อม คัดตัวและซื้อขายนักเตะเป็นเปรียบเสมือนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบหนึ่ง ด้านราคา (Price) คือการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของสโมสร ตั้งแต่ราคาบัตรเข้าชม ของที่ระลึก ค่าโฆษณา รวมไปถึงเงินสนับสนุนจากผู้สนับสนุนต่าง ๆ ที่ต้องการเข้ามาให้การสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ ด้านสถานที่ (Place) คือสนามแข่งขัน ที่ตั้งของสนามแข่งขัน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในและบริเวณสนามแข่งขัน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กิจกรรมการสื่อสาร หรือเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของสโมสรฟุตบอลไปยังกลุ่มลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของสโมสร ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อบัตรเข้าชมของที่ระลึกหรือการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุน โดยสามารถจัดทำได้หลายช่องทาง ทั้งการทำสื่อโฆษณาหรือกิจกรรมสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต ด้านบุคคล (People) คือ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ในธุรกิจฟุตบอล เช่น กระบวนการการขายบัตรเข้าชม หรือกิจกรรมให้บริการอื่น ๆ ในช่วงระหว่างการแข่งขัน ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือสภาพแวดล้อมในการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน เช่น การออกแบบสนามแข่งขัน การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ในพื้นที่ สนามแข่งขันและบรรยากาศในสนามแข่งขัน และด้านกระบวนการ (Process) คือ กระบวนการจัดการต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้า คือกลุ่มแฟนบอลหรือผู้เข้าชมได้รับสถานการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์ของสโมสร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกมล รมโพธิ์ (2556, น. 8-11) ได้ศึกษาการบริหารจัดการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พบว่าการบริหารจัดการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยนั้น มีสิ่งสำคัญ 10 ประการที่จะทำให้อีสโมสรอยู่รอดได้ในระยะยาว ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) การจัดการคุณภาพ 3) การออกแบบกระบวนการ 4) การเลือกทำเลที่ตั้ง 5) การวางผังประกอบการ 6) การบริหารทรัพยากรบุคคลและการออกแบบงาน 7) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 8) การจัดการของคลัง 9) การจัดการรายการดำเนินการ และ 10) การซ่อมบำรุง

การจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในสถานการณ์ปัจจุบันธุรกิจฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากกรณีที่มีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น การสร้างกระแสการเชียร์ฟุตบอลไทยมีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจากทางภาครัฐ โดยมีนโยบายในการสนับสนุนผ่านการให้งบประมาณต่าง ๆ และภาคเอกชนที่เข้ามาร่วมสนับสนุนในรูปแบบของการเป็นสปอนเซอร์ จึงทำให้สโมสรหลาย ๆ แห่งเริ่มมีกำลังในการซื้อนักเตะที่มีความสามารถสูงเข้ามาสู่ทีม และเริ่มทำให้คุณภาพของเกมการแข่งขันเริ่มมีสูงขึ้น จึงทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชนเมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนจะเกิดงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลากหลาย ส่งผลให้มีการเพิ่มรายได้ในชุมชน มีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ส่งผลในการสนับสนุนธุรกิจชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนเป็นเครื่องมือการนำเสนอตัวตนของชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกใช้เป็นเครื่องมือในการบอกกล่าวซึ่งเป็นผลทางด้านสังคม ตลอดจนวิถีที่แท้จริงของชุมชนให้คนภายนอกรับรู้เพื่อสร้างความเข้าใจ โดยการชักชวนคนนอกในฐานะนักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สโมสรควร ควบคุมราคาผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านการตลาด และควรให้ความสำคัญด้านขวัญและกำลังใจด้านบุคลากร
2. สโมสรควรดูแลนักฟุตบอลอาชีพมาตั้งแต่เป็นเยาวชนให้มีการอยู่ร่วมกันแบบครอบครัว การใช้ระบบพี่ดูแลน้องภายในสโมสรทำให้มีความใกล้ชิดและสนิทสนมเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
3. สโมสรต้องมีงบประมาณในการทำทีมเป็นจำนวนมากเนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันทางการเงินระหว่างสโมสรฟุตบอลอาชีพด้วยกันเป็นจำนวนเงินที่มีมูลค่าสูง ดังนั้นภาครัฐและเอกชนต้องเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ
4. สโมสรควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ระบบบัญชี ด้านกฎหมาย เรื่องสัญญา เรื่องการบริหารสนามแข่งขันของสโมสร และเวลาแข่งขัน

ข้อเสนอแนะสำหรับกรวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมกับการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพทุกลีกในประเทศไทย
2. ควรเพิ่มตัวแปรที่ศึกษาให้ครอบคลุมกับบริบทการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. ควรศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกับประเด็นที่ศึกษาในการจัดการฟุตบอลอาชีพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในประเทศไทย และกำหนดเป็นนโยบายเพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปวางแผนและสนับสนุนงบประมาณให้กับชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว รายได้รวมปี 2556-2559*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.mots.go.th/main.php?filename=index>

- คมกฤษ รัตตะมณี และสิทธิ ธีรสรณ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในการร่วมมือเป็นพันธมิตรกับสโมสรฟุตบอลอาชีพในต่างประเทศ. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 10(1).
- จำลอง อนันตสุข. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกกรณีศึกษา สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์. *วารสารวิทยบริการ*, 23(3), 165-173.
- ชาญวิทย์ ผลชีวิน. (2555). ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. *วารสารคณะพลศึกษา*, 15(2), 93-103.
- ฐพงศ์ บุญญานุวัตร. (2559). กีฬากับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม. *มติชนออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2561, จาก https://www.matchon.co.th/columnists/news_287377
- ไทยพลับลิซ่า. (2561). ฟุตบอลโลก “เจ้าภาพ-FIFA” ใครได้-ใครเสีย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561, จาก <https://thaipublica.org/2018/06/world-cup-2018-fifa-russia-economic-impact/>
- นภดล รมโพธิ์. (2556). ประเด็นด้านการบริหารการปฏิบัติการกับฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 36(139), 8-11.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18, 375-396.
- ปิยะ ลิ่มเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมฟุตบอลลีกของสโมสรที่มีการแข่งขันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- รัฐชาติ ทศนัย. (2559). บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(3), 77-86.
- วิจิต อยู่อัน. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สยามสปอร์ตออนไลน์. (2561). *ฟุตบอลไทย*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561, จาก <https://www.siamsport.co.th/football/thaileague3>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว *Tourism Economic Review*, 6(ตุลาคม-ธันวาคม), 68-70.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2559). *Startup Thailand 4.0*. *วารสารไทยคู่ฟ้า*, 22-26.
- สิทธิ วงศ์ทองคำ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสโมสรฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 31(99), 160-173.
- สุพจน์ งดาม. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทีมฟุตบอลลีกภูมิภาคดิวิชั่น 2 เขตกรุงเทพมหานครและภาคกลาง. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 4(1), 22-29.
- อติ อนันตมณี. (2556). *กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Bartol, K.M., & Martin, D. C. (1991). *Management*. NewYork : McGraw.
- Cohen, J. M., & Uphoff, T. (1977). *Rural Participation: Concepts and Measures for Project Design*. New York : McGraw-Hall.

Kendall, M. G. (1938). A New measure of rank correlation. *Biometrika*, 30(1/2), 81-93.

Kotler, P. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control* (9th ed.)
New Jersey : A simon & Schuster.

Kurtzman, J. (2005). "Sports Tourism Categories". *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15-20.

ผู้เขียนบทความ

ดร.กิตติวงศ์ สาสวด

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ

E-mail: kitiwong-8@hotmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสาน นันทะเสน

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

เลขที่ 422 ถนน มรุพงษ์ ตำบล หน้าเมือง อำเภอ เมือง

จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000