



FA THAILAND



อุตสาหกรรมฟุตบอลไทย

ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม



ฟุตบอลอาชีพไทยสร้างความยั่งยืน ให้กับสังคมไทยได้อย่างไร?

ฟุตบอลอาชีพไทยสร้างความยั่งยืนทั้งในด้าน...

⚽1 เศรษฐกิจ

สร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจระดับรากหญ้า
ทั่วประเทศทั้งในอุตสาหกรรมฟุตบอล และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

⚽2 สังคม

สร้างความยั่งยืนทางสังคมในวิถีชีวิตของคนในชุมชน
 ทั้งความเข้มแข็งทางร่างกายและจิตใจ ความมั่นคงในท้องถิ่น
 และประเทศ

⚽3 ทรัพยากรมนุษย์

พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของคนไทยในเวทีโลก
 และสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับเยาวชนไทย

โดยการขับเคลื่อนหลักผ่าน...แฟนบอล สโมสรฟุตบอล
 องค์กรธุรกิจ องค์กรภาครัฐ และประชาชนทั่วไป

**“กีฬาฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่ง
ในวิถีชีวิตและความ
ภาคภูมิใจของคนไทย
เพื่อเชื่อมโยงสังคมไทย
ก้าวสู่เวทีโลกอย่างยั่งยืน”**



ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

ความยั่งยืนทางสังคม

ความยั่งยืนทางทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาและความท้าทาย

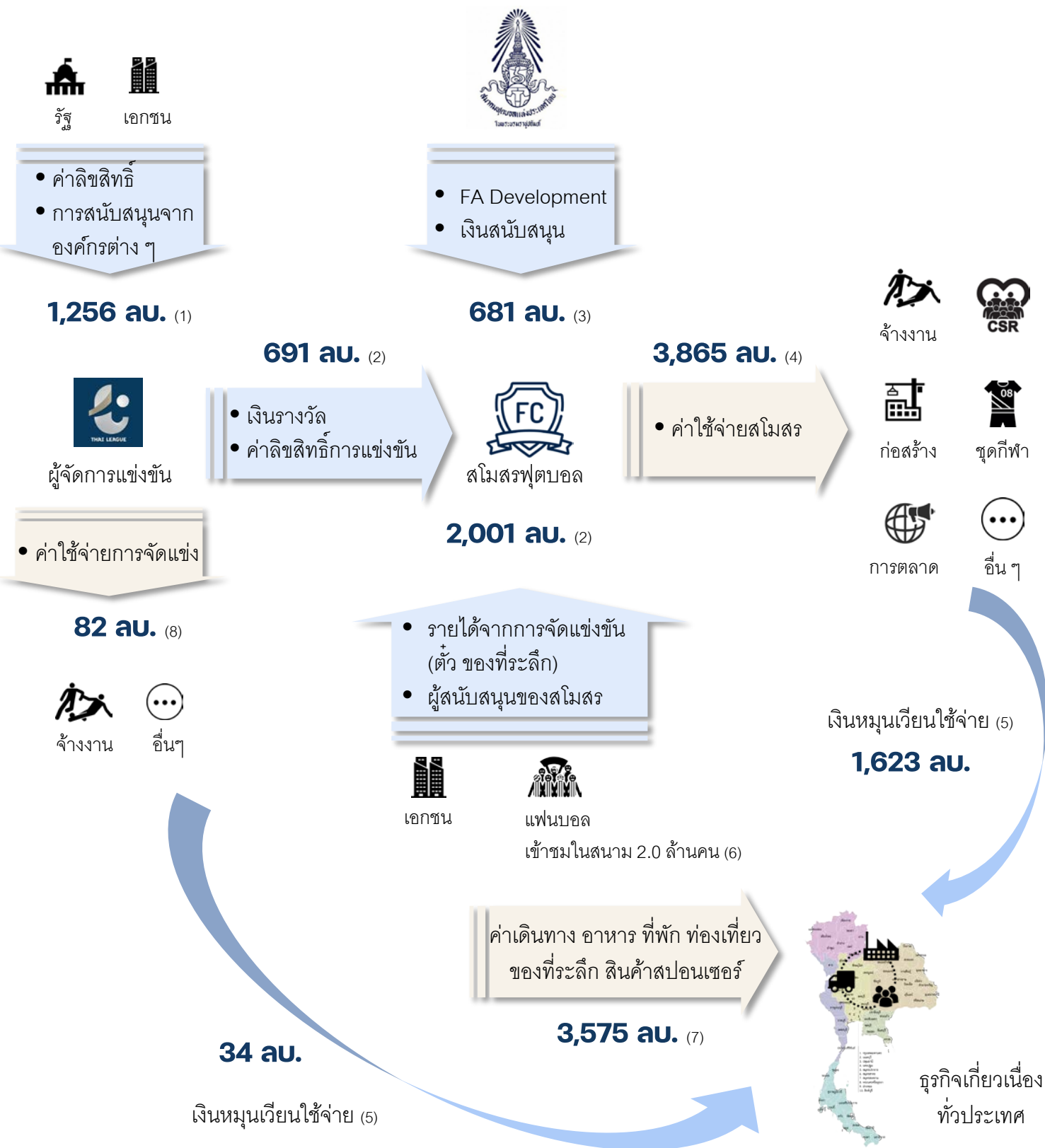


ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

| การหมุนเวียนของเม็ดเงิน

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

13,808 ลบ. (2019)



การใช้จ่ายของแฟนบอล

| การเดินทางของแฟนบอล

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ



เครื่องแต่งกายกีฬา



การคมนาคมขนส่ง



พลังงาน



อาหารและเครื่องดื่ม



โรงแรมที่พัก

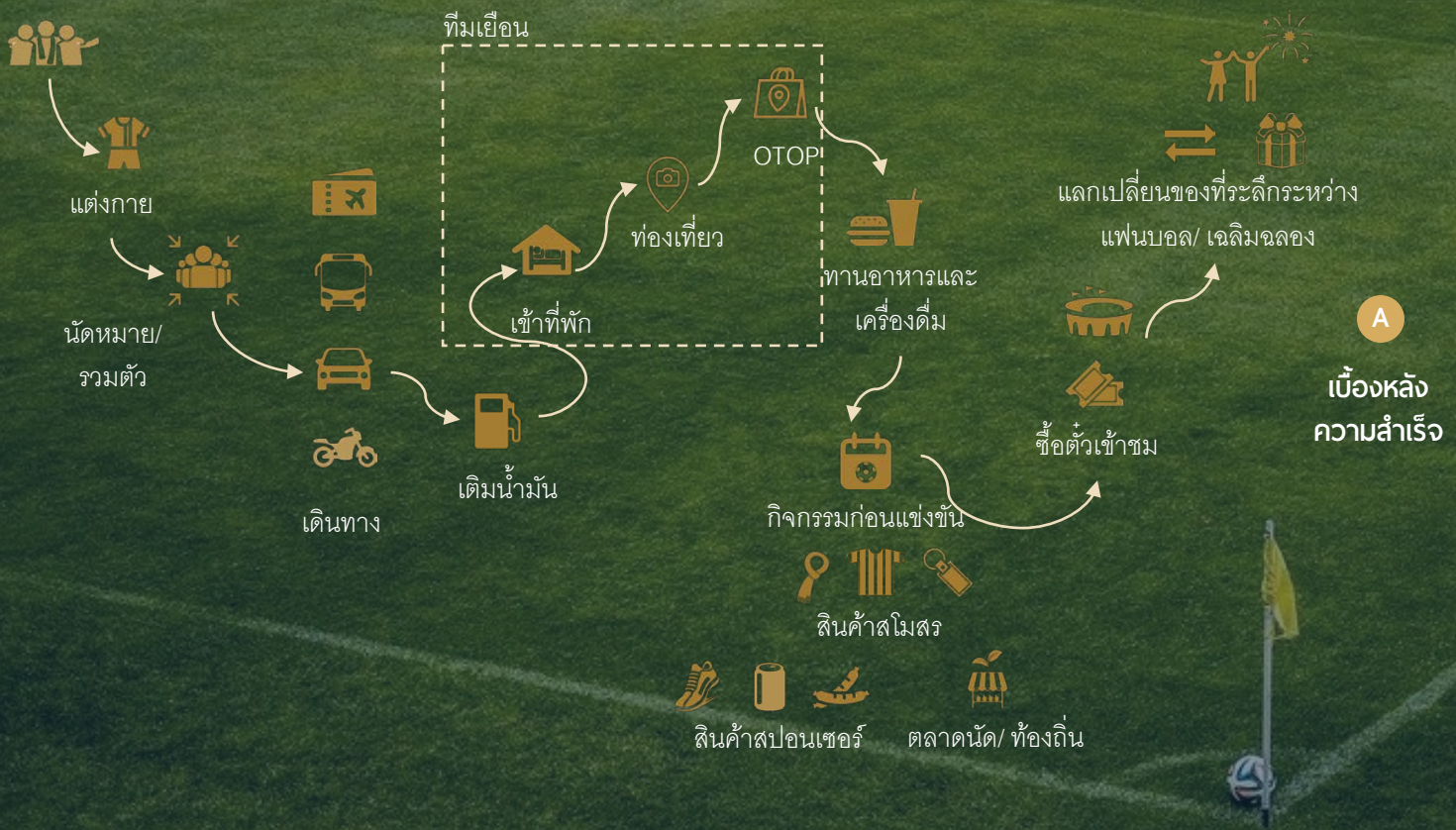


การท่องเที่ยว



ของที่ระลึก

FANS JOURNEY



ผลกระทบทางสังคม



สถาบันครอบครัว



ลดปัญหาสังคม
เช่น ยาเสพติด



การเรียนรู้นอก
ห้องเรียน/ วัฒนธรรม



สุขภาพและความ
กินดีอยู่ดี



แรงบันดาลใจ
ด้านอาชีพ



ชุมชนและท้องถิ่น



ความภูมิใจของ
คนในชาติ

การใช้จ่ายของแฟนบอล

| ธุรกิจฟุตบอลและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

กิจกรรมวันแข่งขัน



ตั๋วเข้าชม



เดินทาง



อาหาร เครื่องดื่ม
สินค้า ตลาดนัด



กิจกรรมการตลาด เช่น
สมัคร Football Academy



สินค้าสปอนเซอร์



สินค้าสโมสร



เสื้อ/ ชุดกีฬา



ผ้าพันคอ



หมวก



สติ๊กเกอร์



แก้วน้ำ



เคสมือถือ



แท็บเล็ต



พวงกุญแจ

กิจกรรมการเดินทาง (เยือน)



ท่องเที่ยว



ที่พัก



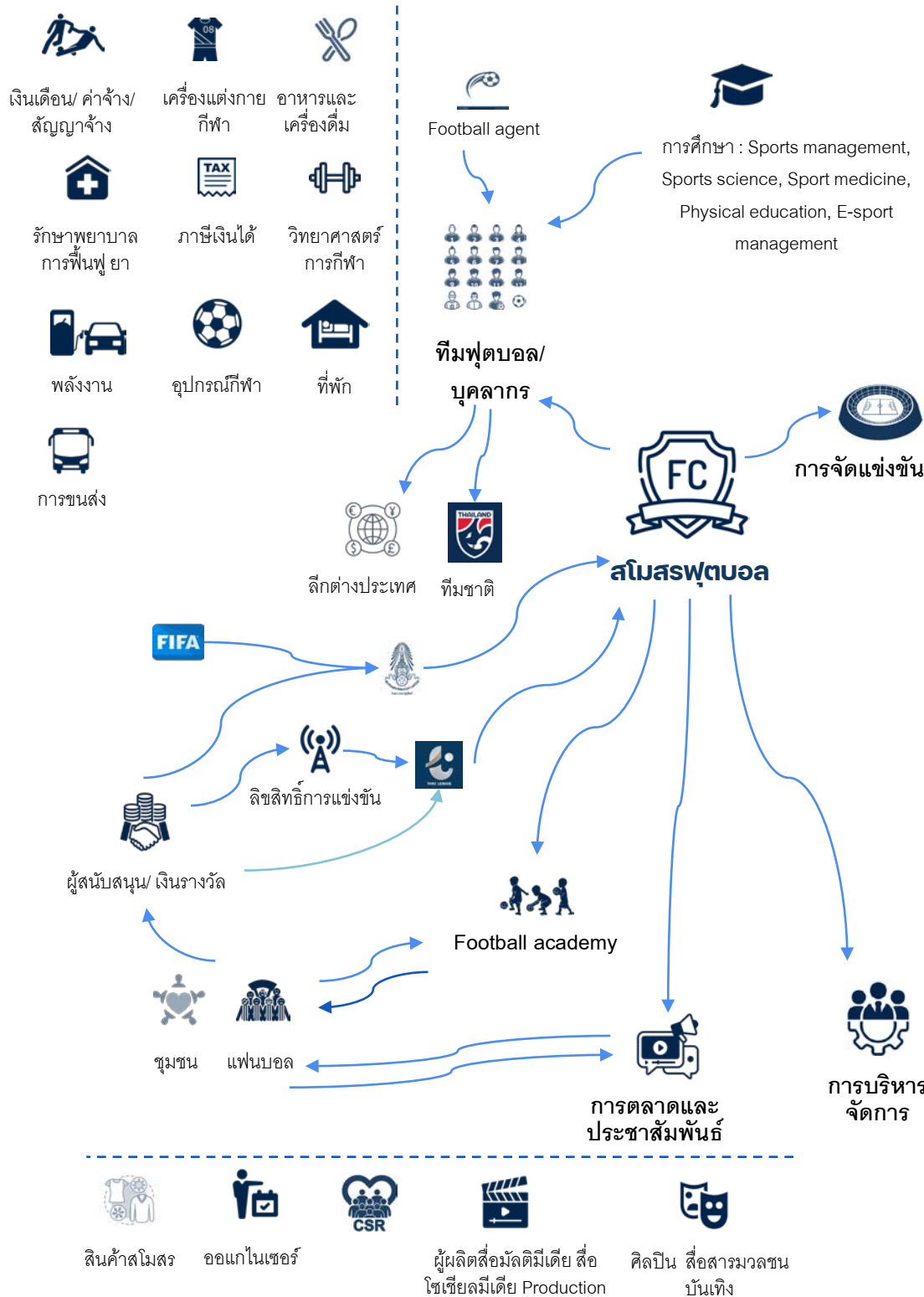
อาหารและ
เครื่องดื่ม



ของที่ระลึก

การใช้จ่ายของธุรกิจฟุตบอลอาชีพ

| เบื้องหลังความสำเร็จ



มูลค่าไทยลีก

3,852 ลบ. (9)





ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ



ความยั่งยืนทางสังคม

ความยั่งยืนทางทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาและความท้าทาย



ฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต

ภาคเหนือ

| 16 สโมสร

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

| 18 สโมสร

ภาคกลาง

| 8 สโมสร

กรุงเทพและปริมณฑล

| 29 สโมสร

ภาคตะวันออก

| 16 สโมสร

ภาคตะวันตก

| 6 สโมสร

ภาคใต้

| 13 สโมสร

สโมสรฟุตบอลอาชีพ

กระจายอยู่ในทุกภูมิภาค

61 จังหวัด ทั่วประเทศ

“อยากใช้เวลากับครอบครัว เวลาไปดูฟุตบอลก็จะพาลูกสาวไปด้วยกัน ไปกันเป็นครอบครัว”

“การแข่งขันเหมือนเป็นกิจกรรมของเมือง เป็นกิจกรรมครอบครัว มีพื้นที่ให้นั่ง เอาครอบครัวมานั่งกินเหมือนมาปิกนิกที่สนาม”



ความยั่งยืนทางสังคมส่งผลต่อ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

กีฬาฟุตบอลสร้างสุขภาพที่ดี...ช่วยให้ห่างไกลจาก
ยาเสพติด

⚽ สุขภาพแข็งแรง

ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ 6,286 บาท/คน (10)

⚽ ลดปัญหายาเสพติด

ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการบำบัดฟื้นฟูยาเสพติด
4,680 บาท/คน (11)

“ต้องพาหลานไปเล่นฟุตบอล วันเสาร์ - อาทิตย์ต้องไปเรียน และตระเวนแข่งตาม สนามต่าง ๆ”

“ชอบกิจกรรม CSR ที่สโมสรทำให้กับ ชุมชนรอบ ๆ เช่น “สโมสรมีออกอีเว้นท์ อาทิตย์ละอำเภอ มีนักเตะสามคน โค้ชหนึ่ง คน ไปรับสมัครเด็ก ๆ มาหัดฟุตบอล”

“ความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลด้วยกัน อุ่นมาก เริ่มทำกิจกรรม มีเตะบอลกับ แฟนบอล เคยเตะบอลกับผู้บริหารสโมสร เวลาว่างก็ไปเตะฟุตบอลกับเพื่อนบ้าง”

การแข่งขันฟุตบอลเชื่อมโยงสังคมไทย

| การเยี่ยมชมเยือนท้องถิ่นทุกภูมิภาค



เงินทุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ
14 พันล้านบาท



แฟนคลับสโมสรในไทยลีก
13.1 ล้าน Followers (12)



แฟนบอลผู้เข้าชมในสนาม
2 ล้าน คน (14)



ความจุสนามเหย้าของสโมสร
T1-T2
294,331 ที่นั่ง (15)



การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ
1,378 แมตช์ (13)



บุคลากรฟุตบอล
12,591 คน ได้แก่
นักฟุตบอล 6,560 คน
ผู้ฝึกสอน/ เจ้าหน้าที่ 4,400 คน
ผู้ตัดสิน 1,631 คน (13)



สโมสรฟุตบอล
106 สโมสรฟุตบอล (13)



Football academy
445 โรงเรียน (16)

ความยั่งยืนของท้องถิ่น

| ความสามัคคี และท้องถิ่นนิยม



“แฟนบอลพลัด ถิ่นเวลาที่เข้ามาแข่งในกรุงเทพหรือจังหวัดใกล้ ๆ จะต้องไปเชียร์ทุกครั้ง รู้สึกถึงบ้านเดียวกัน ได้พูดภาษาถิ่น แล้วรู้สึกอบอุ่น มิตรภาพ มีความสุข”

“สโมสรทีมลีกของจังหวัด เป็นที่ยึดเหนี่ยว
สร้างความสามัคคีให้คนในจังหวัด ได้ทำกิจกรรม
ร่วมกัน ได้เชียร์ร่วมกัน สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน”



“ไม่มีสโมสรไหนที่จะมีข่าวการช่วยเหลือชุมชน
และสังคมได้มากเท่าสโมสรเราแล้ว จึงเป็นเรื่องที่
แฟนบอลภูมิใจได้อย่างเต็มที่”

“ปัจจุบันนี้กีฬาฟุตบอลลงถึงรากหญ้า คือ มีกิจกรรมมาสอน
บอลให้เด็กๆเยาวชนในพื้นที่ พ่อแม่ก็จะไปดูลูก และญาติพี่น้อง
ก็มาเชียร์มากขึ้น มีกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวมากขึ้น”



ความยั่งยืนของสังคมไทย

| สร้างแรงบันดาลใจ และมิตรภาพ

“เดี๋ยวนี้กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมขึ้นชอบ เด็ก ๆ เยาวชน
มีนักกีฬา เป็นไอดอล อยากมีรายได้เยอะ ๆ ทำให้เด็ก ๆ
อยากมีอาชีพนักกีฬาฟุตบอลมากขึ้น”



“ทีมไทยมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น คนก็นิยมมากขึ้น เนื่องจากนักเตะ
ทีมชาติไปค้าแข้งต่างประเทศ นักเตะไทยที่ไปเล่นในต่างประเทศ
ได้รับความนิยม และการยอมรับจากต่างชาติ เลย์ออฟเกรด
ภาพลักษณ์บอลไทยดูดีขึ้นด้วย”

“เราต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสโมสร ผูกมิตรกับสโมสรอื่น ๆ
เขามา เราก็มีอาหารทะเลต้อนรับ แล้วก็บอกต่อ ๆ กันไป
ตอนนี้ภาพลักษณ์แฟนบอลเรามีความเป็นมิตรมากขึ้น”



“ฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของการพูดคุยในชีวิตประจำวัน
เป็นหัวข้อที่คุยง่าย คุยสนุก คุยได้กับทุกคน”

ความยั่งยืนของสังคมไทย

| ฟุตบอลไทย...ความภาคภูมิใจของคนในชาติ

“ฟุตบอลเป็นกีฬาที่คนชื่นชอบที่สุด
เป็นคนไทยก็ต้องเชียร์ทีมชาติไทย
อยากเห็นทีมชาติไปบอลโลกได้สักครั้ง”

“รู้สึกว่ายไทยกำลังมีลีกอาชีพแบบยุโรป
มีแคมป์ มีการดูแลเรื่องอาหารจริงจัง
มีความเป็นมืออาชีพ นักเตะไทยดีขึ้น ภูมิใจ
ที่นักเตะไทยเริ่มไปเตะเมืองนอกได้”



ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

ความยั่งยืนทางสังคม

 **ความยั่งยืนทางทรัพยากรมนุษย์**

การพัฒนาและความท้าทาย



การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมฟุตบอล

| สร้างนักฟุตบอลและเส้นทางอาชีพสู่เวทีโลก

| Football Academy

พัฒนาเยาวชน และสร้างนักฟุตบอลและ
เส้นทางอาชีพรวม 445 แห่ง

ภาคเหนือ 37 แห่ง

ภาคกลาง 41 แห่ง

ภาคตะวันตก 21 แห่ง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 112 แห่ง

ภาคตะวันออก 49 แห่ง

ภาคใต้ 43 แห่ง



| คอรัสฝึกอบรม

พัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสในเวทีโลก

จำนวนผู้ฝึกสอนไทยที่มีศักยภาพสามารถทำงานในเวทีโลก 164 ราย (17)



AFC A Pro | 37 คน



AFC A Diploma | 127 คน



AFC B Diploma | 139 คน



AFC C Diploma | 949 คน



G-Intro Diploma | 2,163 คน



การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน

| ความสามารถของนักฟุตบอล และสโมสร

สร้างแรงบันดาลใจด้านอาชีพให้กับเยาวชน... นักฟุตบอลอาชีพไทยในเวทีโลก

ค่าตัวสูงสุดของ ชนาธิป สรงกระสินธ์ ในปี 2019

2.4 ล้านยูโร (89.9 ล้านบาท/ ปี) (18)

ธีรภัทร บุญมาทัน 1 ล้านยูโร ในปี 2019

ธีรศิลป์ แดงดา 1 ล้านยูโร ในปี 2014

กวินทร์ ธรรมสัจจานันท์ 8 แสนยูโร ในปี 2018



BURIRAM
UNITED



พัฒนาขีดความสามารถของสโมสรฟุตบอลไทย... สโมสรฟุตบอลอาชีพไทยในเวทีโลก

Total market value ของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

6.7 ล้านยูโร (251 ล้านบาท) (19)

บีจี ปทุม ยูไนเต็ด Total market value 6.65 ล้านยูโร

การทำเว็ท Total market value 6.33 ล้านยูโร

ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ด Total market value 6 ล้านยูโร

เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด Total market value

4.88 ล้านยูโร



ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

ความยั่งยืนทางสังคม

ความยั่งยืนทางทรัพยากรมนุษย์



การพัฒนาและความท้าทาย



บทบาทในเวทีโลก

| พัฒนาการของฟุตบอลอาชีพไทยในเวทีโลก

Rank	2017	2019
1	UAE	China
2	Korea	Qatar
3	China	Japan
4	Saudi Arabia	Saudi Arabia
5	Japan	Korea
6	Qatar	Iran
7	Iran	UAE
8	Australia	Thailand 
9	Uzbekistan	Iraq
10	Thailand 	Uzbekistan

AFC Club Competitions Ranking มีการพัฒนาลำดับในเอเชียอย่างต่อเนื่อง

อันดับ 8 ปี 2019 จาก 46 ประเทศในเอเชีย เพิ่มขึ้น
จากอันดับที่ 10 ในปี 2017 (20)

อันดับ 3 ปี 2019 จาก 19 ประเทศในเอเชีย
ตะวันออก (และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ในปี 2017

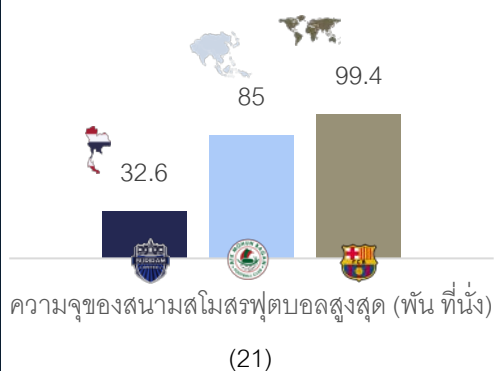


โอกาสการพัฒนาฐานแฟนบอล

| ความผูกพันของแฟนบอลไทยมีโอกาสขับเคลื่อนได้ใกล้เคียงกับระดับเอเชีย

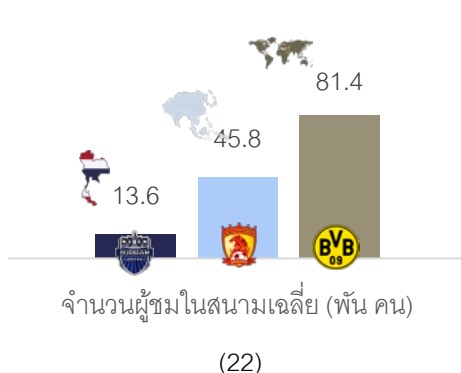


| ความจุของสนาม



ความจุสนามของสโมสรที่สูงสุดในไทย ห่างจากสโมสรที่สูงสุดของเอเชีย 2 เท่า และห่างจากสนามสโมสรที่มีความจุสูงสุดของโลก 3 เท่า

| จำนวนผู้ชมในสนาม



จำนวนเฉลี่ยผู้ชมในสนามสโมสรที่สูงสุดในไทยห่างจากสโมสรที่สูงสุดของเอเชีย 3 เท่า และห่างจากสโมสรที่สูงสุดของโลก 6 เท่า

| จำนวนผู้ติดตามสโมสร



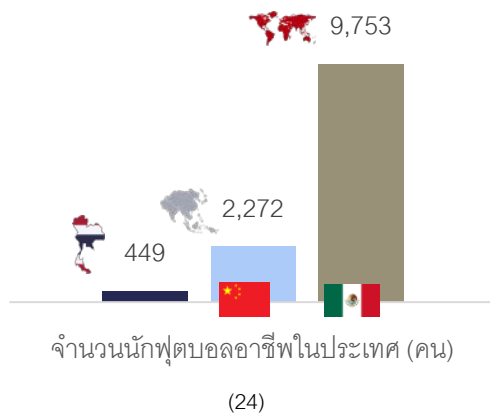
ฐานแฟนคลับสโมสรไทยห่างจากสโมสรที่สูงสุดของเอเชีย 4 เท่า และยังห่างจากสโมสรที่สูงสุดของโลกถึง 47 เท่า

โอกาสการพัฒนานักฟุตบอลไทย

| การสร้างศักยภาพของคนไทยในเวทีโลกและการสร้างรายได้เข้าประเทศ

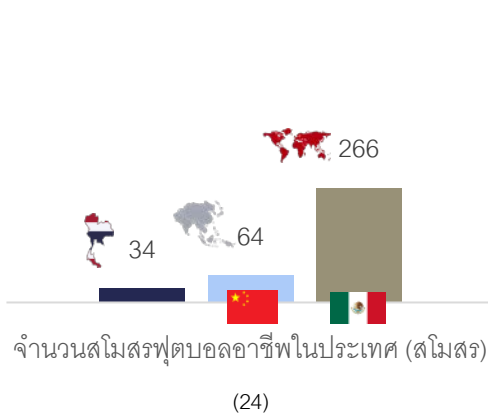


| จำนวนนักฟุตบอลอาชีพ



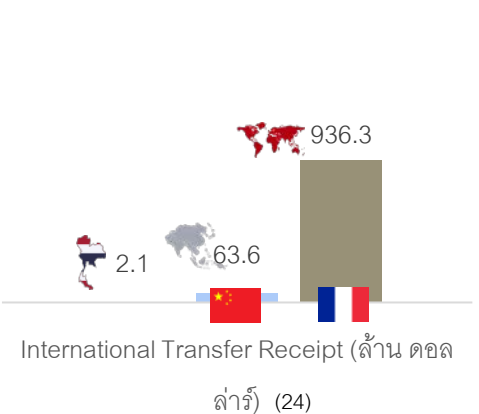
จำนวนนักฟุตบอลอาชีพไทยห่างจากประเทศที่มีนักฟุตบอลอาชีพสูงสุดของเอเชีย 5 เท่า และห่างจากประเทศที่สูงสุดของโลก 22 เท่า

| จำนวนสโมสรฟุตบอล



จำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยห่างจากประเทศที่มีจำนวนสโมสรสูงสุดในเอเชีย 2 เท่า และห่างจากประเทศที่มีมากที่สุดของโลก 8 เท่า

| International Transfer Receipt



ลีกไทยมีรายรับจาก International Transfer Receipts ห่างจากลีกที่มีรายรับ Transfer Receipts สูงสุดของเอเชีย 30 เท่า และห่างจากลีกที่สูงสุดของโลกถึง 446 เท่า

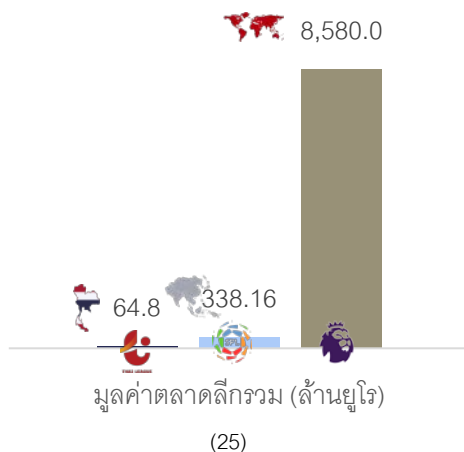
โอกาสการพัฒนามูลค่าของฟุตบอลไทย

| แรงสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเพิ่มการสร้างมูลค่าของฟุตบอลไทยในเวทีโลก



MARKET VALUE

| มูลค่าลีก



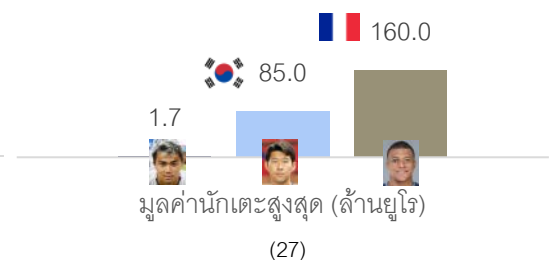
มูลค่าลีกไทยห่างจากลีกที่มีมูลค่าสูงสุดของเอเชีย 5 เท่า และห่างจากลีกที่มีมูลค่าสูงสุดของโลกถึง 132 เท่า

| มูลค่าสโมสรฟุตบอล



สโมสรที่มีมูลค่าสูงสุดในไทยห่างจากสโมสรที่มีมูลค่าสูงสุดของเอเชีย 6 เท่า และห่างจากสโมสรที่มีมูลค่าสูงสุดของโลกถึง 150 เท่า

| มูลค่านักเตะฟุตบอล



นักเตะสัญชาติไทยที่มีมูลค่าสูงสุดห่างจากนักเตะเอเชียที่มีมูลค่าสูงสุด 50 เท่า และห่างจากนักเตะที่มีมูลค่าสูงสุดของโลกถึง 94 เท่า

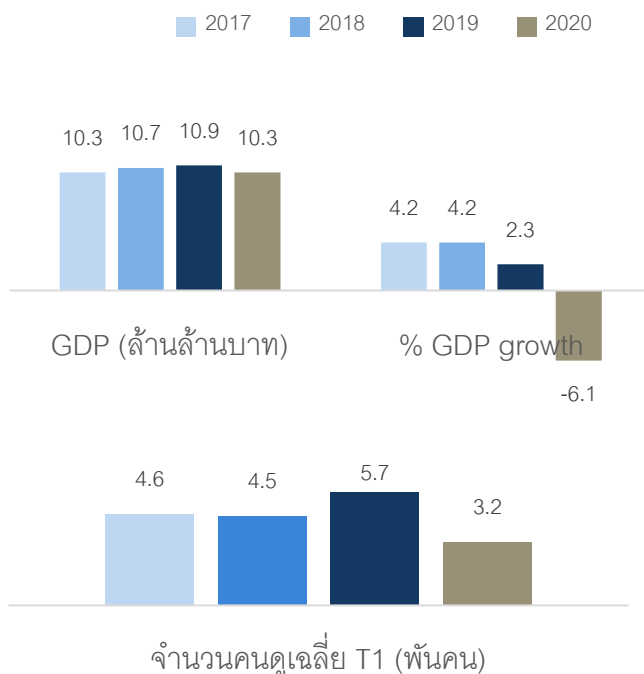
ความท้าทายของฟุตบอลอาชีพไทย

| ความยั่งยืนท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง

ในช่วงปี 2017-2019 การเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยอยู่ในช่วงชะลอตัว...เช่นเดียวกับจำนวนคนดูเฉลี่ยที่ค่อนข้างทรงตัวในช่วงปี 2017-2018

อย่างไรก็ตาม...ในปี 2019 แฟนบอลเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

Covid-19 กระทบต่อการจำกัดจำนวนคนดูในสนาม ส่งผลให้รายได้ของสโมสรลดลง กิจกรรมในท้องถิ่นลดลง และภาวะเศรษฐกิจในประเทศหดตัวในปี 2020 (28)



“ถึงแม้ภาวะเศรษฐกิจเกิดการชะลอตัว แฟนบอลยังมั่นคงในการสนับสนุนสโมสร”

ผลกระทบของ Covid-19 ต่ออุตสาหกรรมฟุตบอล

| ด้านเศรษฐกิจ สังคม และ
ทรัพยากรมนุษย์



การสนับสนุนการแข่งขันลดลง **-1,240 au.**
เงินสนับสนุนลดลงจากค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด
และผู้สนับสนุนการแข่งขัน (29)



เงินสนับสนุน FA Development หายไป **-230 au.**
เงินสนับสนุนจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย
ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (30)



รายได้สโมสรลดลง **-75%**
รายได้ลดลงจากการจัดการแข่งขัน ผู้สนับสนุนของ
สโมสร และค่าลิขสิทธิ์การแข่งขัน (29)



การพัฒนาผู้ฝึกสอนลดลง กระทบ **1,314 คน**
หลักสูตรการอบรมระยะสั้น 46 หลักสูตร จากทั้งหมด
70 หลักสูตร (29)



ทุกภาคส่วนมี ความสำคัญใน การขับเคลื่อน

| กลไกขับเคลื่อนหลัก คือ
แฟนบอล สโมสรฟุตบอล
องค์กรภาครัฐและเอกชน
รวมถึงประชาชนทั่วไป

สโมสรฟุตบอล

- ความทุ่มเทในการทำสโมสร เพื่อแฟนบอล ชุมชน
ประเทศไทย
- ➔ เงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจ และผลกระทบเชิงบวกทาง
สังคมและทรัพยากรมนุษย์

แฟนบอล

- อุตสาหกรรมฟุตบอลอยู่ได้เมื่อมีแฟนบอล รวมถึงสร้าง
รายได้ให้กับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องจากการสนับสนุน
สโมสรของแฟนบอลทั้งทางตรง และทางอ้อม
- ➔ ความเข้มแข็งทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงสถาบัน
ครอบครัว ชุมชน และท้องถิ่น

ประชาชนทั่วไป

- การสนับสนุน เขียวทีมชาติไทย ซึ่งเป็นศูนย์รวมใจของ
คนในชาติ
- ➔ ความภาคภูมิใจของความเป็นคนไทย (ความสามารถ
ความมุ่งมั่น)

องค์กรธุรกิจ

- เงินทุนในการสนับสนุนการบริหารจัดการและพัฒนา
ศักยภาพสโมสรฟุตบอลอาชีพ
- ➔ การต่อยอดธุรกิจ และสร้าง PASSION ให้กับแบรนด์
ผ่านฟุตบอล

องค์กรภาครัฐ

- นโยบายการสนับสนุน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และต่อ
ยอดอุตสาหกรรมฟุตบอลไทย
- ➔ ความคุ้มค่าทั้งด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและ
ทรัพยากรมนุษย์ จากการต่อยอดโดยใช้เงินที่ได้รับการ
สนับสนุน

การขับเคลื่อนจากสโมสรฟุตบอล

| การแข่งขันฟุตบอลสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น



“สโมสรใจดี ที่ให้สถานที่กับเราในการทำมาหากิน
สามารถมาขายของในสนามเวลาที่มีนัดแข่งขันได้”

“ฟุตบอลไม่ใช่แค่กีฬา แต่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ
พัฒนาเมือง จะเห็นว่าการจัดแข่งบอล 1 นัด เงินสะพัดเป็นล้าน”



“เรารักบ้านเกิด รักท้องถิ่น เลยผูกพันกับทีมบ้านเกิด และเป็นทีม
ที่มีความเป็นมืออาชีพ ผู้บริหารมีความตั้งใจในการทำทีม
มีความมุ่งมั่นจริงจังในการทำทีมบ้านเกิด ใส่ใจผู้เล่น”

“สโมสรเข้าใจความต้องการของแฟนบอลเป็นอย่างดี
เปิดให้นักบอลได้พูดคุยกับแฟนคลับก่อนและหลัง
การแข่งขัน ทำให้แฟนบอลมีกำลังใจในการเชียร์”



การขับเคลื่อนจากสโมสรฟุตบอล

| สโมสรฟุตบอลสร้างโอกาสให้กับเยาวชน และพัฒนากีฬากรรมนุษย์

“นักเตะมีพัฒนาการ แข่งขันได้หลายแชมป์ ฝีมือของนักเตะพัฒนาเรื่อย ๆ มีความอดทน และตั้งใจในการพัฒนาฝีมือให้ดีขึ้น นักกีฬาในระดับลีกเก่งมากขึ้น พัฒนาฝีมือตลอด ไปไถ่ระดับทีมชาติและลีกเมืองนอก”



“สโมสรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โค้ชสามารถฟอร์มทีมได้เก่งขึ้น เกมรุกและเกมรับก็สามารถวางแผนได้ดีขึ้นด้วย”

“ชอบแนวทางการทำทีม มีการทำรากฐานมั่นคง ให้โอกาสเยาวชนขึ้นมาเล่น เปิดโอกาสให้เด็กได้ไปคัดฝีเท้า ช่วยดันเด็กให้เข้าร่วมทีม”



“กระแสเรื่องสุขภาพทำให้คนหันมาเล่นกีฬาเยอะขึ้น กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยม มีรายได้เยอะ ทำให้เด็ก ๆ หันมาใส่ใจในกีฬาฟุตบอลและมองเป็นอาชีพได้ ผู้ปกครองก็สนับสนุนด้วย คนนิยมมากขึ้น”

แรงผลักดันจากแฟนบอลและประชาชนทั่วไป

| การสนับสนุนจากแฟนบอลสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น และความภูมิใจของคนไทย



“ถ้าไม่กระตุ้นให้คนรักบอลไทยมากขึ้น สโมสรก็จะเกิด
ความอ่อนแอต่อไป รายได้ของสโมสรจะติดลบตลอดเวลา
แล้วก็ไม่ไหว ต้องถอย เปลี่ยนผู้บริหารไปเรื่อย ๆ
ไม่มีความต่อเนื่อง ไม่มีความมั่นคง”

“สโมสรขาดแฟนบอลไม่ได้ เกมๆ หนึ่งมีคนดูประมาณ 7,000 คน
เกมใหญ่ สองหมื่นกว่า ถ้าไม่มีแฟนบอลก็ไม่มีสโมสร ขายเป็นไม่ได้
ไม่มีคนเชียร์ แฟนบอลสำคัญที่สุดในสโมสร มากกว่าประธานสโมสรอีก”



“นักเตะทีมชาติแข่งสู้กับทีมยักษ์ใหญ่ในเอเชียได้ เช่น ไทยชนะ
บาห์เรน ผลงานของทีมชาติไทยดีขึ้นเรื่อย ๆ การเล่นสุสี สู้กันได้ดีกับ
ทีมต่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย ทำให้มีผู้ชมเพิ่มมากขึ้นด้วย”

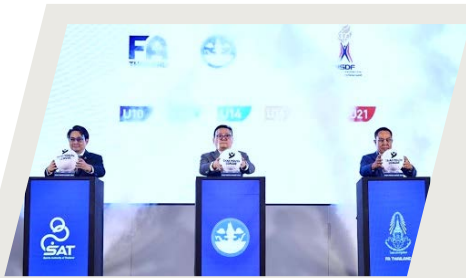
“บอลไทยอยู่ในสายเลือด คิดว่าบอลไทยต้องได้ไปบอลโลก
แน่นอน และมีคนเชียร์เพิ่มขึ้นทุกปี จากที่เห็นคนรอบข้างมาดู
มากขึ้น เห็นเด็กใหม่ ๆ ดูเพิ่มขึ้น ทีมชาติไทยประสบความสำเร็จ
มีนักฟุตบอลเริ่มเล่นในลีกต่างประเทศมากขึ้น”



แรงผลักดันจากผู้สนับสนุนภาครัฐและเอกชน

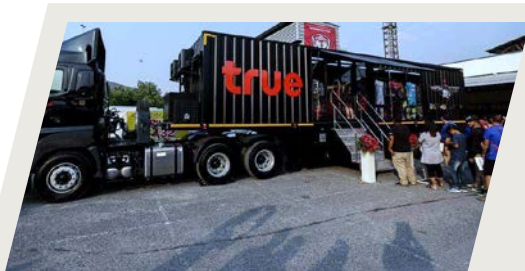
| องค์กรภาครัฐสร้างความแข็งแกร่งให้กับพื้นฐานฟุตบอลไทย

“อยากให้ช่วยลิกระดับรากหญ้า เพราะคนดูยังน้อยอยู่ สปอนเซอร์ก็น้อย ผู้สนับสนุนต้องเห็นว่า จะได้รับอะไรกลับไป เช่น การสนับสนุนการเล่นกีฬาช่วยลดยาเสพติดได้”



“แนวทางปฏิบัติของสมาคมฯ และภาครัฐที่ทุ่มเทสนับสนุน ออกทุนให้นักกีฬาไปศึกษาดูงาน ฝึกซ้อมกับนักเตะต่างชาติ อัดฉีดเงินรางวัลให้นักกีฬา ทำให้นักกีฬาเก่งขึ้น ผลงานดีขึ้น คนให้ความสนใจมากขึ้น”

“การมีบริษัทชั้นนำสนับสนุนการกีฬา ช่วยให้เกิดการลงทุน พัฒนาการเล่นสู่ระดับโลก นักกีฬามีศักยภาพดีขึ้น มีการบริหารจัดการที่ดี ถ้าผู้ใหญ่มีการสนับสนุนเพิ่มมากขึ้น มีกิจกรรม กับแฟนบอลมากขึ้น คนก็จะนิยมดูบอลมากขึ้นด้วย”



“อยากให้สปอนเซอร์เอาของมาขายให้หลากหลายขึ้น อยากซื้อ อยากอุดหนุน เพราะถือว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของสโมสรเรา”

“กีฬาฟุตบอล
เป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต
และความภาคภูมิใจของ
คนไทย เพื่อเชื่อมโยง
สังคมไทยก้าวสู่เวทีโลก
อย่างยั่งยืน”



ทุกภาคส่วนเป็นแรงผลักดันสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมฟุตบอลไทย
เพื่อสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม

รายการอ้างอิง (1)

1. งบกำไรขาดทุนบริษัทไทยลีก ปี 2562, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
2. ข้อมูลรายได้ลิขสิทธิ์ T1-T3 เงินรางวัล รายได้จากการแข่งขัน และผู้สนับสนุนของสโมสร ปี 2562 , ไทยลีก
3. เงินสนับสนุน และ FA Development T1-T3 ปี 2562, FA Thailand
4. วิเคราะห์สัดส่วนคชจ.รายได้ สโมสร T1/2562 ~ 1.0346, T2/2562 ~ 1.5324, T3/2562 ~ 1.2997, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
5. TL income multiplier: 42% เฉลี่ยปี 2558-2560 วิเคราะห์จาก Asai, S. (2020). The Economic Impacts of Football Clubs in the Thai League on the Nationwide Economy of Thailand: An Income Multiplier Approach (Doctoral dissertation, เชียงใหม่: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่).
6. จำนวนคนเข้าชมในสนาม T1-T3 ปี 2562, ไทยลีก
7. ประมาณการแฟนบอลที่ตามเชียร์ทีมเยือน 1% คชจ. ในวันแข่งขัน (ไม่รวมตัว สิ้นค้าสโมสร) ครั้งละ 1,750 บาท จากการสัมภาษณ์, คชจ. ในการเดินทางเชียร์นัดเยือนครั้งละ 2,500 บาท, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
8. สรุปค่าใช้จ่ายในการแข่งขันกีฬาฟุตบอล ปี 2563, ไทยลีก
9. Thai League Total Market Value, จาก <https://www.transfermarkt.com/thai-league/marktwerte/wettbewerb/THA1> เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564 (FX 37.464:1)
10. ค่าดูแลสุขภาพ 6286/คน, ที่ดิวอาร์ไอ 2561 จาก <https://www.blrbangkok.com/lifestyle/work-wellness/4228/> เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564
11. ค่าบำบัดรักษา ยาเสพติด 4680/คน ประมาณการจากกระทรวงสาธารณสุข 2562 จาก https://phdb.moph.go.th/main/upload/web_news_files/xbk5ijac74g8ccgogk.pdf เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564
12. ยอด Follower ของ Fan page สโมสรฟุตบอลใน T1-T3 เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม
13. จำนวนสโมสรฟุตบอล แมตช์การแข่งขัน บุคลากรฟุตบอล ปี 2562, ไทยลีก
14. จำนวนผู้เข้าชมในสนาม T1-T3 ปี 2562, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/ไทยลีก_ฤดูกาล_2562; https://th.wikipedia.org/wiki/ไทยลีก_2_ฤดูกาล_2562; https://th.wikipedia.org/wiki/ไทยลีก_3_ฤดูกาล_2562 เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564
15. ความจุที่นั่งในสนามเหย้า T1-T2 ปี 2564, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/1ไทยลีก_ฤดูกาล_2563-2564; https://th.wikipedia.org/wiki/1ไทยลีก_2_ฤดูกาล_2563-2564 เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564
16. จำนวน Football Academy ที่ลงทะเบียนกับ FA Thailand 2563, FA Thailand
17. จำนวนผู้ฝึกสอนที่ได้รับการอบรมตามหลักสูตร ปี 2563, ไทยลีก
18. มูลค่านักฟุตบอลไทย (FX 37.464 บาท:1 ยูโร) จาก https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstespieler/marktwertetop/plus/0/galerie/0?ausrichtung=alle&spielerposition_id=alle&altersklasse=alle&jahrgang=0&land_id=167&kontinent_id=0&yt0=Show เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564
19. มูลค่าตลาดสโมสรฟุตบอลไทย To (FX 37.464:1) จาก <https://www.transfermarkt.com/thai-league/startseite/wettbewerb/THA1> เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564

รายการอ้างอิง (2)

20. AFC Club Competition ranking 2017, 2019 จาก <https://www.the-afc.com/afc-ranking/> เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
21. ความจุสนาม จาก ATK Mohun Bagun: https://en.wikipedia.org/wiki/ATK_Mohun_Bagan_FC FC Barcelona: https://en.wikipedia.org/wiki/Camp_Nou, Thunder Castle Stadium : <https://th.wikipedia.org/wiki/ไทยลีก> ฤดูกาล 2563-2564
22. จำนวนคนดูในสนามปี 2019 จาก <https://www.givemesport.com/1546343-the-50-football-clubs-with-the-highest-average-attendance-in-the-world-this-season>, https://www.transfermarkt.com/chinese-super-league/besucherzahlen/wettbewerb/CSL/plus/?saison_id=2018, <https://th.wikipedia.org/wiki/ไทยลีก> ฤดูกาล 2562#:~:text=จำนวนผู้ชมสูงสุด,ยูไนเต็ด%203-1%20การทำเร้ เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
23. Facebook : Real Madrid, PERSIB Bandung, Muangthong United FC and <https://www.sportskeeda.com/football/top-10-football-clubs-highest-social-media-following> , <https://seasia.co/2018/10/31/top-five-asian-clubs-with-highest-social-media-followers-up-to-october-2018>, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
24. FIFA Professional Football Report 2019 จาก <https://img.fifa.com/image/upload/jlr5corccbsef4n4brde.pdf> เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
25. มูลค่าลีก จาก <https://www.transfermarkt.com/wettbewerbe/Europa> ; <https://www.transfermarkt.com/wettbewerbe/asien> เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
26. มูลค่าสโมสร จาก <https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstemannschaften/marktwertetop> ; https://www.transfermarkt.com/vereins-statistik/wertvollstemannschaften/marktwertetop/plus/0/galerie/0?land_id=0&kontinent_id=1&yt0=Show ; https://www.transfermarkt.com/vereins-statistik/wertvollstemannschaften/marktwertetop/plus/0/galerie/0?land_id=167&kontinent_id=1&yt0=Show เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
27. มูลค่านักเตะ จาก <https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstespieler/marktwertetop> ; https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstespieler/marktwertetop/plus/0/galerie/0?ausrichtung=alle&spielerposition_id=alle&alters_klasse=alle&jahrgang=0&land_id=0&kontinent_id=1&yt0=Show ; https://www.transfermarkt.com/spieler-statistik/wertvollstespieler/marktwertetop/plus/0/galerie/0?ausrichtung=alle&spielerposition_id=alle&alters_klasse=alle&jahrgang=0&land_id=167&kontinent_id=0&yt0=Show เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
28. % การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ แบบปริมาณลูกโซ่ (พินล้านบาท) จาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=409&language=TH เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564
29. ข้อมูลเงินสนับสนุน รายได้สโมสร คอรัลอบรม ก่อนและหลังโควิด 19 ในปี 2562-2563, ไทยลีก
30. ข้อมูลเงินสนับสนุน FA Development 2562-2563, FA Thailand



FA THAILAND