

การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาสีในประเทศไทย

กรณีศึกษา บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด

THE MANAGEMENT OF PROFESSIONAL SPORTS MEDIA IN THAILAND:
CASE STUDY OF THAI PREMIER LEAGUE COMPANY LIMITED

สรายุทธ มหาวลีรัตน์¹ และวิชิต อุ๋อัน²

Sarayuth Mahawaleerat¹ and Vichit U-On²

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาที่เหมาะสมของประเทศ กรณีศึกษา กีฬาอาชีพฟุตบอล ซึ่งเป็นผลจากการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาของบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด กับรูปแบบสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ นำไปสู่การกำหนดเป้าหมายเชิงวิสัยทัศน์ คือ “มีระบบการบริหารสื่อมวลชนที่มีมาตรฐานระดับโลก เป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกีฬาฟุตบอลไทย” แบ่งเป็นยุทธศาสตร์ 5 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดตั้งทีมงานบริหารสื่อมวลชนและมีบทบาทอย่างมืออาชีพ 2) การจัดระเบียบสื่อมวลชนและความเรียบร้อย 3) การสร้างมาตรฐานสากลให้กับทุกภาคส่วน 4) การสนับสนุนและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และ 5) การดำเนินการเพื่อรองรับเหตุเฉพาะหน้า ผลลัพธ์ของการศึกษา มุ่งหวังการใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบบริหารจัดการสื่อมวลชนให้มีการแข่งขันอย่างเป็นมืออาชีพ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิงต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหารจัดการการสื่อสารมวลชน การบริหารจัดการการสื่อสารมวลชนกีฬาสี ฟุตบอลไทย พรีเมียร์ลีก

ABSTRACT

This article presents an approach to the development of appropriate management of professional sports media, case study of Thai Premier League (TPL). According to the comparative study of media management of the Thai Premier League Company Limited and the International Federation of Association Football (FIFA), the result leads to set target as vision, “The media management of TPL develop as global standard, Attract prospects to become a fan, increase economic value of Thai football. This strategic planning has 5 dimensions, First-Established professional Media Management Team, Second-Prepare the regulation of Media Management, Third-Build standardized for all units and sectors, Fourth-Publish and support information, Fifth-Plan for

¹ นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการมหาวิทยาลัยศรีปทุม, Ph.D (Candidate) of Business Administration in Sports and Entertainment Management, Faculty of Business Administration, Sripatum University, E-mail: sarayuth@siamsport.co.th, mahawaleerat@yahoo.com

² อาจารย์คณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, Lecturer at the Graduate School of Management at Sripatum University

emergency case. The outcome is to improve media management allow Thai football as professional and adapt for other sports, in addition used to develop business administration program in sports and entertainments management in the future.

Keywords: Media Management Model, Management of professional sports media, Football Thai Premier League

หลักการและเหตุผล

การสื่อสาร (Communication) เป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารจัดการธุรกิจ (Business Management) ในสภาวะปัจจุบัน เพราะการสื่อสารถือเป็นกลยุทธ์สำคัญ ถึงแม้ว่าจะเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังหรือพร้อมกันกับการผลิตสินค้าและบริการ แต่การสื่อสารถือเป็นกลยุทธ์การบริหารจัดการ (Strategic Management) ให้ข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการส่งเสริมการขาย การกระตุ้นยอดขาย และการโน้มน้าวให้เกิดการสนับสนุนมากขึ้น ตลอดจนเป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Daniel Balliet, 2011)

แม้ในปัจจุบันภาคธุรกิจจะยอมรับว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจ แต่รูปแบบการบริหารจัดการการสื่อสาร (Media Management Model) ยังมีความหลากหลาย ทั้งในเรื่องของการวางกลยุทธ์ การวางยุทธศาสตร์ การเลือกใช้เครื่องมือหรือแม้กระทั่ง ตัวเนื้อหาของการสื่อสาร (Content) ซึ่ง ณ จุดนี้ นักการตลาดด้านการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ต่างก็ยังคงหาสูตรสำเร็จเพื่อการบริหารจัดการด้านการสื่อสาร เพื่อตอบสนองธุรกิจที่มุ่งเน้นความสำเร็จอย่างต่อเนื่องและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Philip, Ilchul & Don, 2008)

ธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง (Sports and Entertainment Business) เข้ามามีบทบาทและให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจปัจจุบันอย่างมีแนวโน้มมากขึ้น เพราะกิจกรรมในธุรกิจการกีฬาและการบันเทิงสร้างความสนุกสนาน ความท้าทาย และชวนให้เกิดการติดตามรับชมอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่ต้องการของผู้ผลิตที่จะเสนอข้อมูลข่าวสาร และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่มีผู้รับชม

เป็นจำนวนมากหลายครั้งกล่าว อาทิ การแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2010 แอฟริกาใต้ มีสถิติเครือข่ายโทรทัศน์สูงที่สุดในทุกเกมการแข่งขัน โดยมีลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันกว่า 2,000 ช่องใน 5 ทวีป ซึ่งสูงมากเกินกว่าการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2006 ที่เยอรมันเป็นเจ้าภาพ เกมรอบชิงชนะเลิศระหว่างอิตาลีกับฝรั่งเศส มีผู้ชมทั่วโลกถึง 715.1 ล้านคน ชมการถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์ทั่วโลก (Scarlett & Kamilla, 2011)

การสื่อสารทางการตลาดไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับธุรกิจ แต่เป็นเรื่องใหม่สำหรับธุรกิจกีฬาอาชีพในประเทศไทย เพราะกีฬาอาชีพในประเทศไทยอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาสู่ความเป็นสากล และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันเกิดกระแสนิยมและเกิดความต้องการในการรับรู้ข่าวสารกีฬาอาชีพมากขึ้น อาทิเช่น การแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก วอลเลย์บอล ไทยแลนด์ลีก และตะกร้อไทยแลนด์ลีก ฯลฯ (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2554)

รัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนากีฬาอาชีพ (Sports Professional) ของประเทศไทยให้มีศักยภาพเทียบเท่าระดับสากล โดยมุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการด้านการกีฬา โดยประกาศให้แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554) มีจำนวนกีฬาอาชีพทั้งสิ้น 12 ชนิดกีฬา ประกอบด้วย ประเภททีม 4 ชนิดกีฬา (ฟุตบอล เซปักตะกร้อ วอลเลย์บอล และตะกร้อลอดห่วง) ประเภทบุคคล 8 ชนิดกีฬา (กอล์ฟ เทนนิส สนุกเกอร์ โบว์ลิ่ง แบดมินตัน เทเบิลเทนนิส จักรยานยนต์ และมวยไทย) ให้เป็นกีฬาอาชีพที่ได้มาตรฐานเทียบเท่าระดับสากลที่ได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการกีฬาแห่งประเทศไทยแล้ว และในปี 2554 มีเงินสนับสนุนทั้งสิ้น เป็นจำนวนเงิน 26,158,390 บาท (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

ซึ่งปัจจุบันกีฬาอาชีพที่ได้รับกระแสความนิยมการเข้าชมสูงสุดในปัจจุบันคือ ฟุตบอล โดยมีการจัดการแข่งขันภายใต้ชื่อ ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (Football Thai Premier League) ถือเป็นฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศไทย ซึ่งบริหารงานโดย บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด มีเป้าหมายเพื่อทำให้การแข่งขันสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ได้รับความสนใจและเกิดกระแสนิยม (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2555) ซึ่งนอกเหนือจากการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ และบุคลากรจากภาคเอกชนในการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลแล้ว สิ่งสำคัญคือ สื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนเป็นผู้นำเสนอข่าวสารและข้อมูลให้กับผู้ชมในช่องทางต่างๆ ในผลการวิจัยของ สราวุธ มหวิสิรัตน์ (2554) พบว่า ช่องทางที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมกีฬาฟุตบอลอาชีพตามลำดับดังนี้ 1) โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 55 2) หนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 25 3) วิทยู คิดเป็นร้อยละ 10 4) เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 5 5) แมกกาซีน คิดเป็นร้อยละ 4 6) โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 1 การวิจัยฉบับนี้มีข้อเสนอแนะว่าบทบาทของสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจึงจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ โดยจะต้องนำเสนอข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา เพื่อสร้างสรรค์สังคมและในส่วนของการนำเสนอและยังไม่พบรูปแบบการบริหารจัดการสื่อที่เป็นรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกีฬาอาชีพได้ เพราะการบริหารจัดการแบบมีอาชีพในระดับสากล เช่น การบริหารจัดการสื่อมวลชนของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (International Federation of Association Football; FIFA) มีแบบแผนที่ชัดเจน เป็นรูปเล่ม สามารถทำให้สื่อเข้าใจในบทบาทและตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของสื่อและผู้จัดการแข่งขันให้ตรงกัน ส่งผลมาถึงคุณภาพของข่าวที่ตามมา และระบบการบริหารสื่อที่มีมาตรฐานและยั่งยืน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา “รูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพในประเทศไทย” ซึ่ง

ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสร้างประโยชน์ต่อวงการสื่อมวลชนการกีฬาอาชีพในประเทศไทยต่อไปอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด
2. ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด

สมมุติฐานในการวิจัย

1. การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เป็นรูปแบบการบริหารจัดการที่มีต้นแบบการบริหารจัดการมาจากการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ
2. การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพ ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ เป็นรูปแบบที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับโดยสากลจากทั่วโลก
3. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด สามารถสร้างประโยชน์ต่อวงการสื่อมวลชนการกีฬาอาชีพในประเทศไทยต่อไปอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ด้วยข้อจำกัดเรื่องเวลา ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตของการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยจะทำการวิจัยเฉพาะประเด็นเพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพ กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด

2. ขอบเขตด้านประชากรศึกษา ประชากรตัวอย่าง

1. สื่อมวลชนกีฬา ที่เป็นสมาชิกสามัญของสมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 262 คน

2. บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานสโมสรฟุตบอลอาชีพ

3. บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานฟุตบอลในส่วนของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษาในปี 2557 ซึ่งเป็นการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ในปี 2557

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการสำรวจข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความสมบูรณ์ของเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทยจำนวน 214 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม ที่มีคำถามในลักษณะปลายปิด โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ (1) ระดับความพึงพอใจของการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบัน (2) ความต้องการหรือความคาดหวังในอนาคต ข้อเสนอสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬา (3) ปัญหาและอุปสรรคในการนำหลักการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพมาใช้ในวงการกีฬา

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (index of item-objective congruence) หรือค่า IOC และหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของเครื่องมือ โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficiency) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 214 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 อายุ 25 - 35 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ประเภทของสื่อส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ตำแหน่งเป็นผู้สื่อข่าว พิธีกร จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาจากกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบัน พบว่า ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการแจ้งองค์กรความร่วมมือหรือ องค์กรที่มีส่วนร่วมในส่วนต่างๆ ของการแข่งขัน และกิจกรรม และการให้ข้อมูลในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการจัดขอบเขตของกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อระดับความพึงพอใจของการจัดองค์กรระบบการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการควบคุมดูแลองค์ประกอบของการบริหารจัดการให้ลุล่วงไปด้วยดี และความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการอำนวยความสะดวกการแข่งขัน ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อการอำนวยความสะดวกการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยด้านการลงทะเบียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

โดยแบบฟอร์ม/เอกสารการลงทะเบียนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการลงทะเบียน และช่องทางและสถานที่ในการลงทะเบียนตามลำดับ

ด้านการให้ข้อมูลสำหรับสื่อสารมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยข้อมูลของชนิดกีฬาและทีมที่แข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาข้อมูลด้านการจัดการ เช่น วัน เวลา สถานที่ เส้นทางเดินทาง เป็นต้น และข้อมูลการประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันล่วงหน้าและต่อเนื่องตามลำดับ

ด้านการอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยหน่วยปฐมพยาบาลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาจุดนัดพบและจุดรอพักสื่อสารมวลชน และห้องแถลงข่าวและจุดแถลงข่าวย่อย ตามลำดับ ด้านที่ทำงานสื่อสารมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยจุดบริการอาหารและเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาระบบการรายงานผลการแข่งขันผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย และห้องสำหรับการทำงานนอกสถานที่ตามลำดับด้านโอกาสในการทำข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยการเปิดโอกาสในการทำข่าวตลอดระยะเวลาการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการให้ข้อมูลเชิงลึกทั้งในรูปแบบภาพและเสียง และพื้นที่ทางเทคนิคบริเวณขอบสนามที่นั่งสำหรับนักข่าว สื่อมวลชนในสนามแข่งขัน และป้ายบอกทาง หรือสถานที่ในพื้นที่ยการแข่งขัน ตามลำดับ

ภายหลังจบการแข่งขัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยมีการบันทึกเหตุการณ์การแข่งขันทุกครั้งที่มีการถ่ายทอดรวมทั้งสปอร์ตโหมขามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการจัดทำสรุปผลการแข่งขันหรือการรวบรวมผลการแข่งขัน และการแสดงความขอบคุณแก่สื่อมวลชนที่ให้การประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ความพึงพอใจของการควบคุมการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยความต่อเนื่องของการจัดการแข่งขัน

ทั้ง 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการวางแผนมาตรการในการบริหารจัดการแข่งขันในอนาคตรองลงมาผลการบริหารจัดการ และความพึงพอใจกับการวางแผนรองรับปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจการวางแผนระบบบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับมากที่สุด รองลงมาการจัดองค์กรระบบการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ การอำนวยความสะดวกการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ

3. ระดับความคาดหวังของการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบันพบว่า ความคาดหวังของการวางแผนระบบบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการให้ความชัดเจนล่วงหน้าในเรื่องกำหนดการตารางเวลา ทั้งก่อนและหลังกิจกรรม และการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการวางแผนหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรม ตามลำดับ

ความคาดหวังของการจัดองค์กรระบบการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการอำนวยความสะดวกการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ และความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการควบคุมดูแลองค์ประกอบของการบริหารจัดการให้ลุล่วงไปด้วยดีตามลำดับ

ความคาดหวังของการอำนวยความสะดวกการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยด้านการลงทะเบียน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยช่องทาง และสถานที่ในการลงทะเบียนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาแบบฟอร์ม/เอกสารการลงทะเบียน และการอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการลงทะเบียน ตามลำดับด้านการให้ข้อมูลสำหรับสื่อสารมวลชน ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยข้อมูลการประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันล่วงหน้า และต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมากำหนดการ และการชี้แจงข้อสงสัยในการแข่งขัน ข้อมูลของชนิดกีฬา และทีมที่แข่งขัน ตามลำดับ

ด้านการอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยห้องแถลงข่าวและจุดแถลงข่าวย่อยและจุดรับปัญหาและเรื่องราวเรียนในระหว่างการทำข่าวการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาเคาน์เตอร์ลงทะเบียนและเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลากิจกรรม และกองอำนวยความสะดวกสำหรับสื่อสารมวลชนเพื่อดำเนินการด้านข่าวสารนิเทศ กำหนดการทางการ ข้อมูลการเข้าร่วมโอกาสในการทำข่าว ตามลำดับ

ด้านที่ทำงานสื่อมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยอินเทอร์เน็ต Wi-Fi มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาระบบการรายงานผลการแข่งขันผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย และห้องสำหรับการทำงานนอกสถานที่และจุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ด้านโอกาสในการทำข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยพื้นที่ทางเทคนิคบริเวณขอบสนามมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาที่นั่งสำหรับนักข่าว สื่อมวลชนในสนามแข่งขัน จดรายงานผลเป็นทางการของคณะกรรมการการแข่งขัน ตามลำดับ

ภายหลังจบการแข่งขัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยมีการจัดทำสรุปผลการแข่งขันหรือการรวบรวมผลการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมามีการบันทึกเทปการแข่งขันทุกครั้งที่มีการถ่ายทอดรวมทั้งสปอร์ตโฆษณา และการแสดงความขอบคุณแก่สื่อมวลชนที่ให้การประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ความคาดหวังของการควบคุมการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด โดยความต่อเนื่องของการจัดการแข่งขัน

ทั้ง 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การวางมาตรการในการบริหารจัดการแข่งขันในอนาคต และความคาดหวังกับการวางแผนรองรับปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังการควบคุมการแข่งขันกีฬาที่ได้รับมากที่สุด รองลงมา การอำนวยความสะดวกการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ การจัดการระบบการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ และการวางแผนระบบบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับผลจากตารางที่ 4.10 ในทิศทางตรงกันข้าม

4. การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของการบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบัน พบว่า การบริหารจัดการสื่อสารมวลชนกีฬาอาชีพในวงการกีฬาที่ได้รับในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 โดยการระบุบุคคลและความรับผิดชอบในการประสานงานก่อนกิจกรรมหรือการแข่งขันจะเริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการ มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการวางแผนหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรม การแจ้งองค์การความร่วมมือหรือองค์กรที่มีส่วนรวมในส่วนต่างๆ ของการแข่งขันและกิจกรรม ตามลำดับ

การจัดองค์กรระบบการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 โดยความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนในโครงสร้างของระบบการจัดการแข่งขัน มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการวางระบบบุคลากรในประสานงานและการดำเนินการ ความเหมาะสมในเรื่องการวางแผนการอำนวยความสะดวกการแข่งขัน ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อการอำนวยความสะดวกการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับ

ความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 โดย

ด้านการลงทะเบียน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยลงทะเบียนยานพาหนะ มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาช่องทางและสถานที่ในการลงทะเบียน และการอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการลงทะเบียน ตามลำดับ

ด้านการให้ข้อมูลสำหรับสื่อสารมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยข้อมูลการประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันล่วงหน้าและต่อเนื่อง มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมากำหนดการและการชี้แจงข้อสงสัยในการแข่งขัน และข้อมูลของชนิดกีฬาและทีมที่แข่งขัน ตามลำดับ

ด้านการอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยจุดรับปัญหาและเรื่องร้องเรียนในระหว่างการทำข่าวการแข่งขัน มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาเคาน์เตอร์ลงทะเบียนและเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลากิจกรรม และห้องแถลงข่าวและจุดแถลงข่าวย่อย ตามลำดับ

ด้านที่ทำงานสื่อมวลชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยระบบการรายงานผลการแข่งขันผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำนักงานและการสื่อสาร ตามลำดับ

ด้านโอกาสในการทำข่าว ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยจุดรายงานผลเป็นทางการของคณะกรรมการการแข่งขัน มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาพื้นที่ทางเทคนิคบริเวณขอบสนาม และคู่มือสำหรับสื่อมวลชน ตามลำดับ

ภายหลังจบการแข่งขัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ โดยมีการจัดทำสรุปผลการแข่งขันหรือการรวบรวมผลการแข่งขัน มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาการแสดงควม

ขอบคุณแก่สื่อมวลชนที่ให้การประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และมีการบันทึกเหตุการณ์การแข่งขันทุกครั้งที่มีการถ่ายทอดรวมทั้งสปอร์ตโฆษณา ตามลำดับ

ความพึงพอใจของการควบคุมการแข่งขันกีฬาที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 โดยความคาดหวังกับการวางแผนรองรับปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น มีความแตกต่างกันมากที่สุด รองลงมาการประเมินผลการบริหารจัดการและความต่อเนื่องของการจัดการแข่งขันทั้ง 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 ท่าน ในประเด็นการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพในประเทศ กรณีศึกษา บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ใน 4 ประเด็น คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทยในปัจจุบัน ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ในกรณีการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (TPL) วิพากษ์ข้อเท็จจริงระหว่างการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติและการนำมาปรับใช้ในระบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย ความคาดหวังในอนาคตต่อรูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทยในปัจจุบัน สรุปได้ดังนี้

การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่า บทบาทของสื่อเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ในอดีตจากที่สื่อจะรายงานผลการแข่งขันอย่างเดียว และการเผยแพร่ข่าวไปยังประชาชนที่ต้องใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับสื่อ สื่อถึงจะช่วยให้ประชาชนได้รับรู้ มาปัจจุบันเป็นสื่อที่วิ่งเข้าหาเพื่อข่าวที่ประชาชนสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อสื่อเข้ามาช่วยขยาย

ข่าวออกไปสู่ประชาชน ก็ทำให้เกิดความนิยม และสร้างแฟนบอลจำนวนมากขึ้นมาสสนับสนุนกีฬานั้น ทำให้กีฬานั้นมีมูลค่านำมาซึ่งรายได้ทั้งจากแฟนบอลและสปอนเซอร์ที่เข้ามาสนับสนุน ส่งผลให้ทั้งองค์กรหรือสมาคมกีฬา รวมทั้งสโมสร นักกีฬา ตลอดจนบุคคลที่อยู่ในแวดวงกีฬาได้รับผลประโยชน์กันเป็นลูกโซ่ เป็นมาตรฐาน แต่ด้วยข้อจำกัดทั้งการขาดแคลนบุคลากรทรัพยากร และเครื่องมือ ทำให้บางองค์กรใช้การจ้างมืออาชีพเข้ามาบริหารแทน

สรุปและวิจารณ์ผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เป็นรูปแบบการบริหารจัดการที่มีต้นแบบการบริหารจัดการมาจากการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพ ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ จากผลการศึกษาพบว่า ไทยพรีเมียร์ลีกอยู่ภายใต้การดูแลสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งสมาคมเองได้รับแนวทางการบริหารจัดการมาจาก FIFA และ AFC ซึ่งเป็นมาตรฐานที่สมาชิกทุกประเทศต้องไปดำเนินการบริหารจัดการของไทยพรีเมียร์ลีกทำตามที่ต่างประเทศ หรือ FIFA และ AFC ดำเนินการ แต่คุณภาพการบริหารของไทยยังมีประสิทธิภาพด้อยกว่า เนื่องจากยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากสโมสรสมาชิก

สมมติฐานข้อ 2 การบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพ ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ เป็นรูปแบบที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับโดยสากลจากทั่วโลกซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ระบบของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ มีการจัดองค์กรระบบที่ชัดเจน และมีการเผยแพร่ให้สมาชิกนำไปใช้ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การแข่งขันฟุตบอลของไทยเพิ่งเริ่มแข่งมาไม่นาน เทียบกับประเทศในยุโรปและอเมริกา ที่มีการแข่งขันมานานมาก เราจึง

นำต้นแบบจากประเทศเหล่านั้นมาใช้ในการแข่งขันในประเทศไทย สมาคมฟุตบอลทุกประเทศที่สังกัด FIFA ต้องมีการบริหารจัดการระบบตามสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติกำหนด ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็จะเกิดปัญหาและไม่สามารถเข้าร่วมกับการแข่งขันที่ FIFA ดูแลได้ ดังนั้นระบบของ FIFA เน้นอนและดีที่สุด

สมมติฐานข้อ 3 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสื่อมวลชนกีฬาอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด สามารถสร้างประโยชน์ต่อวงการสื่อมวลชนการกีฬาอาชีพในประเทศไทยต่อไปในอนาคตจากผลการศึกษาพบว่า การบริหารสื่อมวลชนที่มีความก้าวหน้ามากขึ้น และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ทำให้การแข่งขันฟุตบอลมีมูลค่าทางการตลาดและนำมาซึ่งรายได้ต่อทุกภาคส่วนอันจะเป็นการสร้างมูลค่าให้กับสโมสร หากไทยพรีเมียร์ลีกมีการบริหารที่ดีขึ้น เป็นระเบียบมากขึ้น จะทำให้มีมูลค่ามากขึ้น โดยเฉพาะผลประโยชน์จากลิขสิทธิ์ ที่มีเม็ดเงินระดับปีละหมื่นล้านบาท ในอนาคตการแข่งขันกีฬาทุกประเภท จะขาดการสื่อสารมวลชนไม่ได้ เพราะมีผลในเรื่องขององค์กรสนับสนุนต่างๆ ถ้าขาดส่วนนี้ไปก็จะไม่สามารถเติบโตได้เร็ว ในปัจจุบันนั้นไทยพรีเมียร์ลีกได้ในเรื่องของสื่อสารมวลชนที่เข้ามามีบทบาทในการเติบโตและสนับสนุนวงการกีฬามากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารสื่อมวลชน กรณีศึกษาเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกเท่านั้น แต่สำหรับการแข่งขันในระดับรอง ซึ่งสโมสรส่วนใหญ่มีลักษณะโดยรวมที่เล็กกว่า ทีมในไทยพรีเมียร์ลีก จะมีข้อจำกัดมากกว่า ดังนั้นรูปแบบการบริหารสื่อมวลชนอาจจะแตกต่างไปจากการศึกษา

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะรูปแบบการบริหารสื่อมวลชน ไม่ได้ศึกษาครอบคลุมไปถึงการบริหารจัดการอื่นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขันและอาจส่งผลต่อการบริหารสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

อย่างเช่น บางสโมสรเป็นหน่วยงานเอกชน แต่บางสโมสรเป็นหน่วยงานกึ่งรัฐวิสาหกิจ ทำให้รูปแบบการบริหารงานแตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรศึกษารูปแบบการบริหารงานที่เหมาะสมและเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกทีมต่อไป

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบการบริหารสื่อมวลชนสำหรับการแข่งขันฟุตบอลเท่านั้น แต่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในการแข่งขันกีฬาอื่นๆ เช่น กีฬาวอลเลย์บอลที่เพิ่งจะเปิดการแข่งขันในระดับอาชีพ หรือกีฬาแบดมินตัน เป็นต้น ดังนั้นจึงควรศึกษารูปแบบการบริหารสื่อมวลชนในกีฬาอื่นๆ เทียบเคียงกับการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

4. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการประเมินเบื้องต้นต่อการออกแบบรูปแบบการบริหารสื่อมวลชนที่เหมาะสม

ซึ่งได้มีการนำเสนอการจัดตั้งโครงสร้างทีมบริหารขึ้น จึงเป็นโจทย์ที่สำคัญในอนาคต ที่ต้องมีการบริหารจัดการโครงสร้างและทรัพยากรบุคคลที่เกิดขึ้น ตั้งแต่กรอบแนวคิด ตัวแบบและการกำหนดทิศทางของทีม/โครงสร้างบริหาร (Lertchai Suthammanon, 2014) ให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อเนื่องและยั่งยืน

5. จากข้อเสนอที่ได้วางกรอบการดำเนินการไว้ 5 ปี หากได้นำผลการศึกษานำไปปรับปรุงการบริหารสื่อมวลชนสำหรับทีมในพรีเมียร์ลีกจริง ควรมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และในอนาคตอาจศึกษารูปแบบการบริหารสื่อมวลชนใหม่อีกครั้ง

บรรณานุกรม

- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2550-2554)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2554). *กีฬาเพื่อการอาชีพ*. สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2554, จาก <http://www.sat.or.th/th/sport-forprofessional/index.aspx>
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2555). *เกี่ยวกับ “ทีพีแอลซี”*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2555, จาก http://thaipremierleague.co.th/2015/about_tpl.php?nid=00643
- สรายุทธ มหวลีรัตน์. (2554). *อิทธิพลของสื่อต่อการเป็นปัจจัยดึงดูดให้ผู้ชมติดตามการแข่งขันฟุตบอล ไทยพรีเมียร์ลีก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักงานয়รัฐมนตรี. (2550). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สูตรไพศาล.
- Balliet, D. (2011). Communication and Cooperation in Social Dilemmas: A Meta-Analytic Review. *Journal of Conflict Resolution*, 54(1) 39-57.
- Cornelissen, S. & Stewart, K. (2011). The 2010 Football World Cup as a political construct: the challenge of making good on an African promise. *The Sociological Review*, (72)2, 80-85.
- Kitchen, P. J., Kim, I. & Schultz, D. E. (2008). Integrated Marketing Communications: Practice Leads Theory *Journal of Advertising Research*, December. 532-546.
- Suthammanon, L. (2014). The Role of University Council in Human Resource Management Phrase 1: Framework, Model and Direction. *Panyapiwat Journal*, 5(Special Issue), 145-155.
- Suthammanon, L. (2014). University Council Roles in Human Resource Management Phrase 2: Strategic, Human Resource Management. *Panyapiwat Journal*, 5(Special Issue), 156-168.

Translated Thai References

- Football Association of Thailand under Patronage of His Majesty the King. (2012). *About TPL Company*. Retrieved May 20, 2012, from http://thaipremierleague.co.th/2015/about_tpl.php?nid=00643 [in Thai]
- Mawaleerat, S. (2554). *The influence of media toward following football matches of the Thailand Premier League*. Bangkok: Sripatum University. [in Thai]
- Ministry of Tourism & Sports. (2554). *Fourth National Sports Development Plan (B.E 2550-2554)*. Bangkok: Ministry of Tourism & Sports. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister. (2550). *Tenth National Sports Development Plan. (B.E 2550-2554)*. Bangkok: Suthpaisal Publishing. [in Thai]
- Sports Authority of Thailand. (2554). *Professional sports*. Retrieved March 31, 2011, from <http://www.sat.or.th/th/sport-forprofessional/index.aspx> [in Thai]



Sarayuth Mahawaleerat received his Bachelor Degree in Business Administration (Marketing) from Bangkok University and Master Degree in Business Administration (Management) from Rangsit University. He is currently Managing Director of Siam Sport Media Management Company Limited. Also, He is Ph.D (Candidate) of Business Administration in Sports and Entertainment Management, Faculty of Business Administration, Sripatum University.



Asst. Prof. Dr. Vichit U-On

Dean Graduate College of Management Sripatum University Chairman of Board of Directors, Dollar Rich Co.,Ltd.

Educational Background

1998 Bachelor of Science (Agricultural Economics) Kasetsart University

1992 Master of Science (Master of Science) Kasetsart University

1998 D.B.A. (Marketing) The University of Sarasota, USA

2003 D.I.B.A. Nova Southeastern University, Florida, USA

Special Working Experience

- Director, Consumer Behavior Research Center, Faculty of Business Administration, Sripatum University
- Special lecturer, Master/s Degree, Chulalongkorn University
- MBA special lecturer for Executive MBA and Yong Executive MBA programs, Academic service, Ramkhamhaeng University
- Special lecturer, Ph.D. and MBA programs, daytime period and evening period, Sripatum University
- Special lecturer, Bachelor/s and Master/s degree, Thammasart University
- Special Lecturer, Master/s degree, Burapha University