



# SSRU JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY

เหตุใดนักฟุตบอลอาชีพระดับซูเปอร์สตาร์จึงมีรายได้มหาศาล?  
วิเคราะห์ตลาดการชมกีฬาฟุตบอล  
และตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพโดยใช้หลักเศรษฐศาสตร์การกีฬา

# เหตุใดนักฟุตบอลอาชีพระดับซูเปอร์สตาร์จึงมีรายได้มหาศาล? วิเคราะห์ตลาดการชงมกีฬาฟุตบอล และตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพโดยใช้หลักเศรษฐศาสตร์การกีฬา

เขียนโดย ... ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ ศักดิ์ศิริฤทัย

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: siriwan.sak@ssru.ac.th

## มหกรรมฟุตบอล ความต้องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล กับค่าจ้างนักฟุตบอลระดับซูเปอร์สตาร์

มหกรรมฟุตบอลโลก 2022 (FIFA World Cup Qatar 2022) ที่จบไปเมื่อเดือนธันวาคม 2565 มีผู้ชมสะสมสำหรับการแข่งขันทุกนัดรวมทั้งหมด 5.4 พันล้านวิว นับว่ามีจำนวนผู้ชมมากที่สุด เทียบกับฟุตบอลโลกครั้งก่อนหน้า 2018 FIFA World Cup ที่มี 2.3 พันล้านวิว โดยเฉพาะในนัดชิงชนะเลิศระหว่างทีมชาติอาเจนตินาและทีมชาติฝรั่งเศสที่มีผู้ชมมากที่สุดถึง 242.8 ล้านวิว นับว่าเป็นการแข่งขันนัดที่มีผู้ชมจำนวนมากที่สุดเทียบกับการแข่งขันนัดชิงชนะเลิศในฟุตบอลโลกครั้งที่ผ่านมามี 154.8 ล้านวิว (beIN Sports, 2022) ในการแข่งขันครั้งดังกล่าว มีนักฟุตบอลระดับซูเปอร์สตาร์ระดับโลกเข้าร่วมแข่งขันหลาย คน รวมทั้งลิโอเนล เมสซี (Lionel Messi) คริสเตียโน โรนัลโด (Cristiano Ronaldo) และ คีเลียน เอ็มบัปเป้ (Kylian Mbappe) โดยเมสซีและเอ็มบัปเป้ได้ลงแข่งขันในนัดชิงชนะเลิศระหว่างทีมชาติอาเจนตินาและทีมชาติฝรั่งเศสด้วย

สำหรับนักฟุตบอลเหล่านี้คือนักฟุตบอลที่มีรายได้สูงที่สุดในโลก จากตารางที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลในปี 2566 คริสเตียโน โรนัลโดจัดเป็นนักฟุตบอลที่มีรายรับสูงที่สุดในโลกที่ 214 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการเข้าร่วมทีมสโมสรอัล นัศร์ (Al Nassr) ของประเทศซาอุดีอาระเบียช่วงเดือนธันวาคม 2565 ส่วนอันดับ 2 คือ คีเลียน เอ็มบัปเป้ ที่มีรายได้ 128 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ ลิโอเนล เมสซี มีรายได้สูงสุดเป็นอันดับ 3 ที่ 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Footballorbit, 2023)

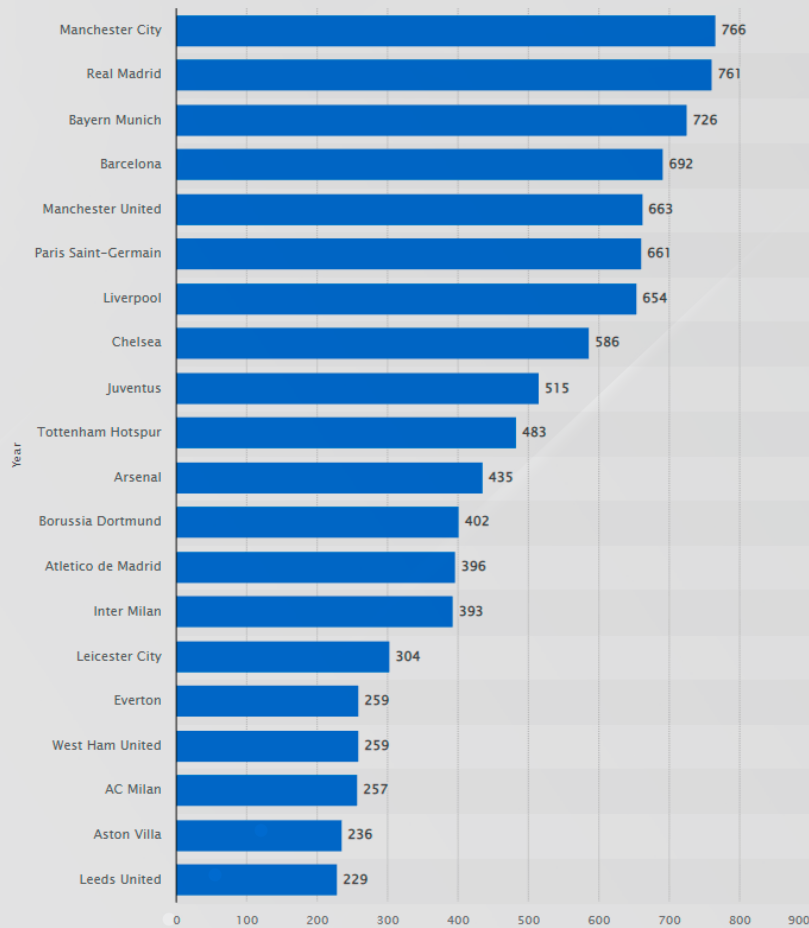
ตารางที่ 1 ข้อมูลรายรับของนักฟุตบอลสูงสุด 5 อันดับแรก เดือนมกราคม ปี 2566

อันดับที่	ชื่อนักฟุตบอล	สโมสร (ประเทศ)	รายรับต่อปี	รายรับต่อสัปดาห์
1	คริสเตียโน โรนัลโด (Cristiano Ronaldo)	Al Nassr (ซาอุดีอาระเบีย)	214 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	3.6 ล้าน ปอนด์สเตอร์ลิง
2	คีเลียน เอ็มบัปเป้ (Kylian Mbappe)	Paris Saint Germain (ฝรั่งเศส)	128 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	1 ล้าน ปอนด์สเตอร์ลิง
3	ลิโอเนล เมสซี (Lionel Messi)	Paris Saint Germain (ฝรั่งเศส)	120 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	9.6 แสน ปอนด์สเตอร์ลิง

อันดับที่	ชื่อนักฟุตบอล	สโมสร (ประเทศ)	รายรับต่อปี	รายรับต่อสัปดาห์
4	เนย์มาร์ (Neymar)	Paris Saint Germain (ฝรั่งเศส)	87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	7.8 แสน ปอนด์สเตอร์ลิง
5	โมฮาเหม็ด ซาล่าห์ (Mohamed Salah)	Liverpool (อังกฤษ)	53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	4 แสน ปอนด์สเตอร์ลิง

ที่มา: Footballorbit (2023, January 2). *Top 10 Highest Paid Footballers in the World 2023*. Retrieved from <https://www.footballorbit.com/top-10-highest-paid-footballers-world-2023/>

เมื่อพิจารณาถึงขนาดตลาดกีฬาฟุตบอลจากจำนวนผู้ชมแล้ว นับว่าขนาดตลาดของอุตสาหกรรมมีขนาดใหญ่มาก จากข้อมูลในปี 2564 ขนาดตลาดฟุตบอลรวมมีมูลค่า 3.02 พันล้านเหรียญสหรัฐ (BeIN Sports, 2022) สำหรับตลาดยุโรปเพียงภูมิภาคเดียว ในช่วงฤดูกาล 2019/20 รายรับรวมมีถึงประมาณ 25.2 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง (Statista, 2022) แม้ตลาดจะได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ไปบ้าง กีฬาฟุตบอลยังถือว่าเป็นกีฬาที่อยู่ในกลุ่มที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดชนิดหนึ่งและยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว (Keleş, 2020) ส่วนสโมสรฟุตบอลที่มีรายรับสูงสุดในปี 2565 คือ แมนเชสเตอร์ซิตี (Manchester City) ที่อยู่ในพรีเมียร์ลีก (Premier league) ของอังกฤษ ที่มีรายได้สูงถึง 766 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนทีมเรอัลมาดริดในลา ลีกา (LaLiga) ของสเปน และบาเยิร์น มิวนิค (Bayern Munich) ของเยอรมนีก็มีรายได้สูงเกิน 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐเช่นกัน ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รายรับของสโมสรฟุตบอลที่อยู่ในลีกอาชีพในปี 2565 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

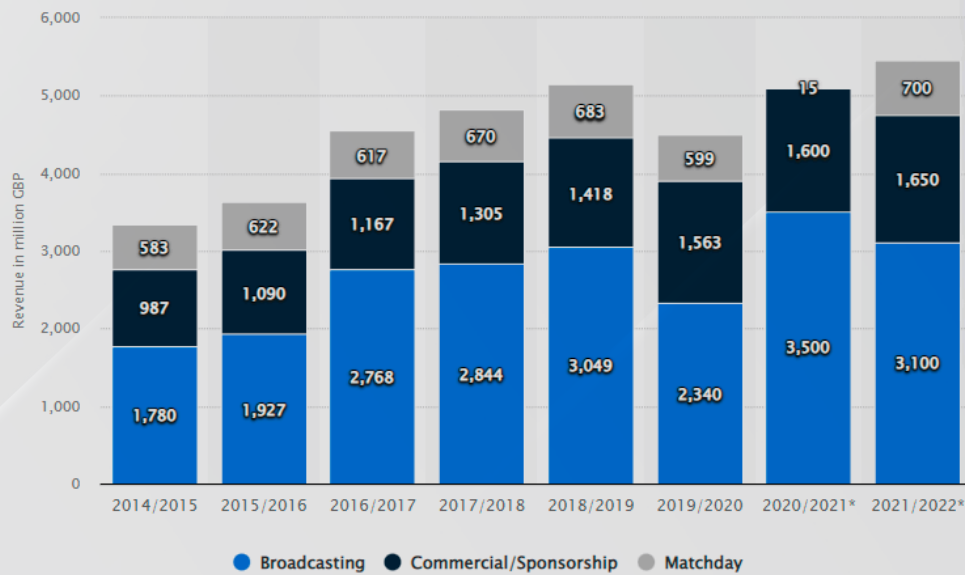
ที่มา: Statista. (2022). *Revenue of Professional League Football Clubs in 2022*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1231497/revenue-of-football-clubs-in-2021/>

จากการซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพด้วยจำนวนเงินที่สูงมาก มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมฟุตบอล ตลอดจนรายรับที่สูงมากของสโมสรฟุตบอลอาชีพนั้น ทำให้การศึกษาเรื่องอุปสงค์และอุปทานของกรกีฬาฟุตบอลนับว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอล ตลอดจนคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมฟุตบอลต่อไป

### แหล่งรายได้ของสโมสรฟุตบอล

แหล่งรายได้ของสโมสรฟุตบอลในแต่ละประเทศจะแตกต่างกันไปตามระดับของลีกในแต่ละประเทศ แต่โดยทั่วไปแล้ว รายได้จะแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดและการแข่งขันในรายการต่างๆ (Broadcasting Rights) รายได้จากผู้สนับสนุน (Sponsorship) กับรายได้จากการทำกิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Activities) และรายได้จากการขายตั๋ว

ในวันที่มีการแข่งขัน (Matchday & Ticketing) อย่างไรก็ตาม ยังมีแหล่งรายได้อีก 1 ช่องทางที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ รายได้จาก การซื้อขายนักเตะฟุตบอลในตลาดซื้อขายนักเตะอาชีพ (Transfer Market)



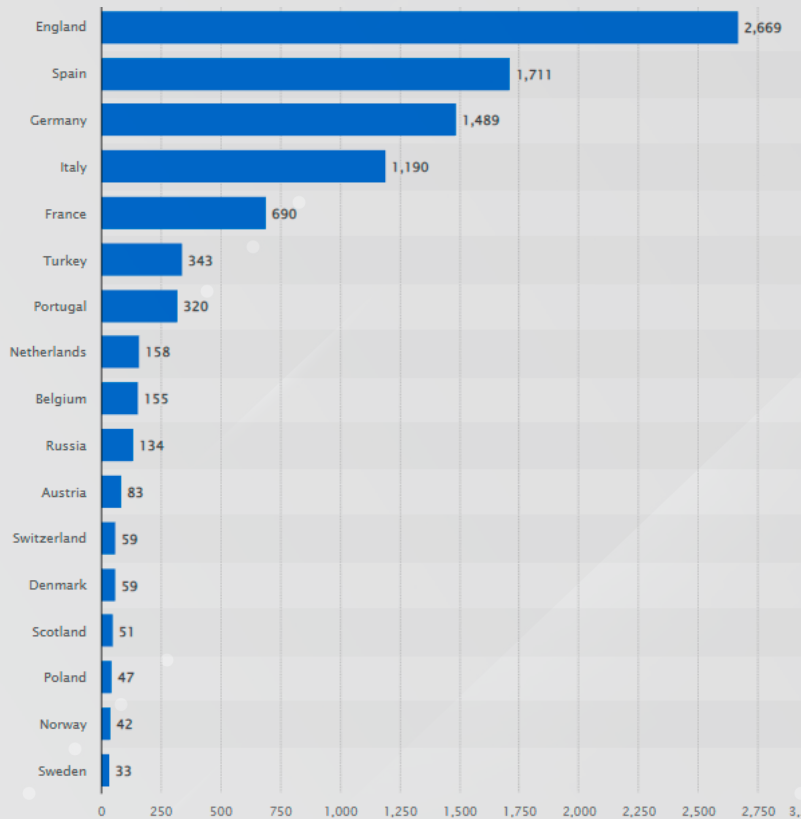
ภาพที่ 2 รายรับของสโมสรฟุตบอลในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ แบ่งตามประเภทของรายรับ ตั้งแต่ฤดูกาล 2014/15 ถึง 2021/22 (หน่วย: ล้านปอนด์สเตอร์ลิง)

ที่มา: Statista. (2021). *Premier League Soccer Club Revenue in England (UK) from season 2014/2015 to 2021/2022, by Revenue Stream*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/874020/revenue-of-premier-league-football-clubs-by-stream/>

รายได้ส่วนใหญ่ของสโมสรฟุตบอลจะได้รับการได้ส่วนแบ่งในการขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลของลีก ดังที่แสดงในภาพที่ 2 ที่เป็นรายได้ของสโมสรฟุตบอลในพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ทั้งนี้เนื่องจากช่องทางการถ่ายทอดการแข่งขันถือว่าเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้ชมจำนวนมากที่สุด และสามารถถ่ายทอดให้ผู้ชมทั่วโลกได้รับชมในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารและถ่ายทอดสดผ่านทางช่องทางต่างๆ ทางไซเบอร์มีเดียที่มีผลทำให้รายรับของสโมสรฟุตบอลเพิ่มสูงมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Majewska & Majewska, 2022) นอกจากนี้สโมสรจะมีรายได้จากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันแล้ว ยังมีรายได้จากผู้สนับสนุน (Sponsorship) รายได้จากการทำกิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Activities) และรายได้จากตั๋วเข้าชมการแข่งขัน (Matchday) ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 จนทำให้รายรับส่วนนี้ลดลงเป็นอย่างมากในช่วงฤดูกาล 2020/21 เหลือเพียง 15 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง ขณะเดียวกับรายรับจากการขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดการแข่งขันได้เพิ่มสูงขึ้นเพื่อเป็นการชดเชย

### 1. รายได้จากลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดและการแข่งขัน (Broadcasting Rights)

การที่ความนิยมในการชมการถ่ายทอดกีฬาฟุตบอลสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดอุปสงค์ในการชมกีฬาฟุตบอลเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอุปสงค์การชมฟุตบอลของลีกฟุตบอลที่เป็นที่นิยมอย่างลีกฟุตบอลในยุโรป โดยลีกดังกล่าวจะมีนักฟุตบอลที่มีทักษะสูงและมีชื่อเสียงเป็นนักกีฬาที่ดึงดูดผู้ชมจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับลีกฟุตบอลของประเทศในภูมิภาคอื่น และนักฟุตบอลที่มีทักษะสูงดังกล่าวถือเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความต้องการชมการแข่งขันฟุตบอลและค่าลิขสิทธิ์อันเป็นรายได้ของลีกและสโมสรฟุตบอล (Hoehn & Kastrinaki, 2012; Scelles *et al*, 2020) จึงกล่าวได้ว่าผลงานของทีมฟุตบอลอันมาจากระดับทักษะของนักฟุตบอลในทีมมีผลต่อจำนวนผู้ชมและรายรับจากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันโดยตรง (Brand Finance, 2022) จากภาพที่ 3 จะเห็นว่ารายรับจากการขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดของลีกฟุตบอลอังกฤษที่เป็นลีกมีความนิยมสูงสุด และมีนักฟุตบอลอาชีพที่มีชื่อเสียงเป็นผู้เล่นในสโมสรต่างๆ เป็นจำนวนมากนั้นมีมูลค่ารายรับที่สูงที่สุดสูงถึง 2,699 ล้านยูโร หรือประมาณ 3,028 ล้านบาทหรือสหรัฐ รายรับจากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดฟุตบอลดังกล่าวนับว่าเป็นรายรับส่วนที่มีสัดส่วนสูงที่สุด



ภาพที่ 3 รายรับจากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันของลีกฟุตบอลในยุโรปฤดูกาล 2019/20 (หน่วย: ล้านยูโร)  
ที่มา: Statista. (2021). *Revenue from Broadcasting Rights of European Soccer Leagues from in 2019-20*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/627306/broadcasting-big-five-european-football-league-revenues/>

การขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลนี้ได้สร้างรายรับให้กับลีกในประเทศต่างๆ ในยุโรปอย่างมากมาย โดยเฉพาะในลีกประเทศที่มีนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงและมีทักษะที่สูงล้วนอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้จากการขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันอยู่ใน 5 อันดับแรก คือ ลีกประเทศอังกฤษ สเปน เยอรมัน อิตาลี และฝรั่งเศส ซึ่งลีกทั้งหมดถือเป็นลีกที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วโลกเป็นอันดับต้นๆ ด้วย

## 2. รายได้จากการทำกิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Activities) และผู้สนับสนุน (Sponsorship)

รายได้จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์ของสโมสรฟุตบอลอันเป็นแหล่งรายได้สำคัญในปัจจุบันจะนิยมทำผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเป็นหลัก เช่น ทาง Facebook, Instagram, Twitter และ TIKTOK เป็นต้น การโพสต์ผ่านโซเชียลมีเดียมีผลต่อการสร้างความรับรู้ของผู้ชมฟุตบอลต่อสโมสร และสร้างชุมชนผู้ติดตาม (Followers) ในโซเชียลมีเดีย จำนวนผู้ติดตามที่มากขึ้นจะมีผลในการสร้างอิทธิพลของโพสต์ต่างๆ ของสโมสรให้เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการสร้างอิทธิพลของสโมสรในการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อการทำกิจกรรมเชิงพาณิชย์ด้วย (Balliau et al, 2020) นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่าการใช้โซเชียลมีเดียจะมีผลต่อการเพิ่มการรับรู้และผู้ติดตามอันเป็นช่องทางสำหรับการหารายได้ของสโมสรต่อไป โดยสโมสรฟุตบอลที่มีผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียจำนวนมากจะมีแนวโน้มที่จะมีรายรับจากทำกิจกรรมเชิงพาณิชย์เพิ่มมากขึ้น (KMPG, 2021 and Majewska & Majewska, 2022) สโมสรฟุตบอลสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผู้ติดตามจำนวนมากในการต่อยอดดึงดูดให้ได้รับเงินสนับสนุนในรูปแบบสปอนเซอร์ได้กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเชิงพาณิชย์ด้วย (Balliau et al, 2020)

ส่วนการได้รับการสนับสนุนหรือสปอนเซอร์ (Sponsorship) จากหน่วยงานต่างๆ นั้น ในมุมมองของผู้ให้สปอนเซอร์ จะสร้างการรับรู้ในแบรนด์หรือตราหือเพื่อต่อยอดในธุรกิจที่เชื่อมโยงกับฟุตบอลหรือไม่ก็ได้ ผู้ให้สปอนเซอร์จะประเมินผลกาเป็นผู้สนับสนุนโดยวัดจากการสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มผู้ติดตามและการตอบรับที่ได้หลังการเป็นสปอนเซอร์ให้กับสโมสรฟุตบอล (Untarabutr & Jarernsripornkul, 2021) สำหรับปัจจัยหลักที่มีผลให้สโมสรฟุตบอลได้รับการสนับสนุนในรูปแบบการเป็นสปอนเซอร์ก็คือ ชื่อเสียงของสโมสรและทีมฟุตบอลที่มีลักษณะดึงดูดความสนใจของผู้ชม (Prasertsakul & Remgrittirong, 2014) โดยปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจผู้ชมก็พาคือจะรวมถึงทักษะและความมีชื่อเสียงของนักฟุตบอลกับสโมสรด้วย

## 3. รายได้จากการจำหน่ายตั๋วในวันที่มีการแข่งขัน (Matchday & Ticketing)

รายได้จากการจำหน่ายตั๋วเข้าชมฟุตบอล (Matchday Revenue) รวมไปถึงรายรับจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้าชมฟุตบอลจะแสดงถึงความสามารถของสโมสรในการดึงดูดให้ผู้ชมเข้าชมการแข่งขันจากในสนามได้ ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถนี้คือ ขนาดของสนามกีฬา บรรยากาศภายในสนาม ความต้องการของผู้ชมในการนั่งทานอาหารและการผ่อนคลาย (Soyguden et al, 2019) สโมสรฟุตบอลที่มีทีมที่มี “แฟนคลับ” หรือผู้ชมที่มีความภักดีต่อทีมสูง อีกทั้งสามารถทำให้ผู้ชมมีการมีส่วนร่วมกับทีมอย่างมากก็จะส่งผลให้มีจำนวนผู้ชมซื้อตั๋วเข้าชมการแข่งขัน ณ สถานที่จัดแข่งขันได้มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (Paciello Silveira et al, 2018)

จะเห็นว่า ที่มาของรายได้ทั้ง 3 ทางของสโมสรฟุตบอลต่างๆ ที่รวมแล้วเป็นรายได้มหาศาลนั้น จะมากน้อยเท่าใดส่วนหนึ่งจะขึ้นกับชื่อเสียงของสโมสรและทีมฟุตบอล รวมไปถึงผลงานของทีมที่วัดจากการแข่งขันด้วย สโมสรหรือทีมฟุตบอลที่

ได้รับความนิยมน่าจะมีผลงานที่ดี มีนักฟุตบอลที่มีคุณภาพร่วมทีมจนกระทั่งสามารถดึงดูดให้ผู้ชมมาสนใจและกลายเป็นผู้ติดตามต่อไป สิ่งนี้เป็นภาระเน้นย้ำถึงความสำคัญของคุณภาพของนักฟุตบอล การมีนักฟุตบอลที่มีทักษะสูงจะเพิ่มโอกาสในการชนะการแข่งขัน อีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจของทีมและสโมสร ด้วยเหตุนี้ สโมสรฟุตบอลจึงพยายามดึงนักฟุตบอลทักษะสูงและมีชื่อเสียงเข้ามาร่วมทีม การพัฒนาคนให้เป็นนักฟุตบอลที่มีทักษะสามารถทำได้โดยการฝึกอบรม และการสั่งสมประสบการณ์ซึ่งจะใช้เวลานานหลายปี ฉะนั้น หลายๆ ครั้งสโมสรจึงเลือกที่จะหานักฟุตบอลที่มาร่วมทีมให้ทีมมีผลงานดีขึ้นจากตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market หรือ Transfer Window) สโมสรฟุตบอลที่ต้องการขายนักฟุตบอลในสโมสรให้กับสโมสรหรือทีมอื่นก็จะมีรายได้จากตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ ในทางกลับกัน หากสโมสรต้องการหานักฟุตบอลเพิ่มเติมเพื่อมาเสริมทีมของตนนั้น ก็สามารถซื้อจากสโมสรอื่นในตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพนี้เช่นกัน

#### 4. ตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market)

สำหรับตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ หรือที่เรารู้จักกันว่า “ตลาดซื้อขายนักเตะ” ในทางเศรษฐศาสตร์จัดว่าเป็น “ตลาดแรงงาน (Labor Market)” ชนิดหนึ่ง ประกอบด้วยอุปสงค์นักฟุตบอลอาชีพ และอุปทานนักฟุตบอลอาชีพ สำหรับ “อุปสงค์นักฟุตบอลอาชีพ” นั้น สโมสรฟุตบอลจะวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลจากอุปสงค์ในการเข้าชมฟุตบอลเป็นสำคัญ ฉะนั้น อุปสงค์นักฟุตบอลจะถือเป็น **อุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand)** กล่าวคือ ต้องมีอุปสงค์ความต้องการชมการแข่งขันก่อนจึงจะมีอุปสงค์นักกีฬาฟุตบอล ส่วนอุปทานนักฟุตบอลอาชีพในตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market) จะมาจากสโมสรที่ต้องการขายนักฟุตบอลที่ยังไม่หมดสัญญา เมื่อนักฟุตบอลถูกซื้อในตลาด Transfer Market แล้วก็ต้องย้ายทีมเพื่อเล่นฟุตบอลให้กับทีมที่ซื้อและรับโอนสัญญา

#### จากอุปทานในตลาดสินค้า (Market Supply) เป็นอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ในตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market)

อุปทานที่มาตอบสนองความต้องการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลได้จะกลายเป็นที่มาของอุปสงค์นักฟุตบอลอาชีพ ดังนั้น การจะพิจารณาว่าปัจจัยใดมีผลต่ออุปสงค์ในตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market) ซึ่งเป็นอุปสงค์สืบเนื่อง ก็จะต้องกลับไปพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การเข้าชมกีฬาฟุตบอล ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อที่จะชมการแข่งขันฟุตบอลมีหลายปัจจัย สำหรับสโมสรฟุตบอลแล้วก็ต้องการจ้างนักฟุตบอลที่ช่วยให้ทีมมีโอกาสที่จะชนะมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากทีมฟุตบอลที่มี “ผลงาน” ดีก็จะสามารถดึงดูดให้มีอุปสงค์ หรือความต้องการเข้าชมการแข่งขันของทีมมากขึ้น

สำหรับกีฬาฟุตบอลนั้น ผลงานตามที่กล่าวมาที่ใช้วัด “ความเก่ง” ในทางเศรษฐศาสตร์จะเรียกว่า “ผลิตภาพ (Productivity)” ของนักฟุตบอลโดยหลักจะถูกตัดสินจากปัจจัยที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นจำนวนประตูที่ยิงได้ (Number of Goals) จำนวนครั้งที่มีส่วนช่วยเหลือให้ทีมฟุตบอลได้ประตู (Number of Assists) รวมไปถึงจำนวนประตูที่ป้องกันได้ (Number of Saves) เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ระดับทักษะ ชื่อเสียง และ “ค่าจ้าง (Wage)” ของนักฟุตบอล



อีกทั้งสโมสรฟุตบอลจะมีอุปสงค์นักเตะฟุตบอลที่มีทักษะและผลิตภาพในระดับสูงจำนวนหลายคนเพราะสโมสรต้องการนักเตะฟุตบอลทักษะสูงจำนวนมากเพื่อมาร่วมทีมเพื่อเพิ่มโอกาสชนะการแข่งขัน

ในการแข่งขันฟุตบอลที่แต่ละสโมสรได้คาดหวังชัยชนะให้ได้มากที่สุด สโมสรฟุตบอลแต่ละสโมสรต่างจำเป็นที่จะต้องแข่งขันกันเพื่อชิง “นักเตะบอลอาชีพที่มีทักษะสูง” เข้ามาร่วมทีม การแข่งขันกันเพื่อชิงนักเตะบอลอาชีพที่มีทักษะสูงซึ่งมีจำนวนน้อยและจำกัดนี้ส่งผลต่อราคาหรือค่าจ้างของนักเตะบอลในตลาดต่อไป

### อุปทานตลาดซื้อขายนักเตะบอลอาชีพ: การแข่งขันกับค่าจ้างระดับซูเปอร์สตาร์

อุปทานซื้อขายนักเตะบอลอาชีพใน Transfer Market จะเป็นการซื้อขายนักเตะบอลที่สังกัดสโมสรและยังไม่หมดสัญญา เงินที่ซื้อขายนักเตะบอลอาชีพดังกล่าวนี้ตามหลักจะเป็น “ค่าชดเชย (Compensation)” ที่สโมสรที่ซื้อนักเตะบอลไปร่วมทีมต้องจ่ายให้ทีมเดิม การซื้อขายใน Transfer Market จะทำระหว่างสโมสรฟุตบอลด้วยกัน อย่างไรก็ตาม การซื้อขายนักเตะบอลแม้จะยังไม่หมดสัญญา นักเตะบอลสามารถเจรจาต่อรองในส่วนค่าจ้าง (Wage) ที่จะได้รับจากสโมสรใหม่ด้วย การซื้อขายนักเตะบอลใน Transfer Market จึงเป็นสัญญาที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงมากกว่าสองฝ่าย อย่างไรก็ตาม ทิศทางราคาซื้อขายนักเตะบอลระหว่างสโมสรกับค่าจ้างที่อยู่ในรูปแบบเงินเดือน หรือค่าจ้างต่อสัปดาห์ ทั้งหมดจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตลาดซื้อขายนักเตะบอลอาชีพ (Transfer Market) นี้หลาย ๆ ครั้งยังเป็นแหล่งรายได้มหาศาลแห่งหนึ่งของสโมสรฟุตบอล แต่ละสโมสรฟุตบอลเองก็มีความพยายามในการฝึกอบรมนักเตะบอลรุ่นใหม่ ๆ ด้วยการรับเด็กที่มีความสามารถในกีฬาฟุตบอลเข้าทีมเยาวชนของสโมสรเพื่อฝึกฝนและพัฒนาเป็นนักเตะบอลของทีมสโมสรต่อไป ทำให้สโมสรมีนักเตะบอลรุ่นใหม่เข้าร่วมทีมสโมสรอย่างต่อเนื่อง นักเตะบอลที่มีความสามารถโดดเด่นนอกจากจะช่วยสร้างผลงานให้กับทีมสโมสรแล้ว สโมสรยังสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยการขายนักเตะบอลเหล่านี้ใน Transfer Market ให้กับสโมสรที่สนใจจะซื้อนักเตะบอลเข้าร่วมทีมด้วย

จากการที่เป้าหมายสูงสุดของสโมสรฟุตบอลในฐานะขององค์กรที่ดำเนินธุรกิจคือการมีรายได้และกำไรสูงสุด การที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นจะต้องประสบความสำเร็จ ความสำเร็จหลักที่เป็นเป้าหมายของสโมสรทุกสโมสรคือ การชนะในการแข่งขันในแต่ละนัดที่จะนำไปสู่ผลงานของทีมในภาพรวม ผลการชนะการแข่งขันยิ่งมากก็จะยิ่งดึงดูดให้มีผู้เข้าชมการแข่งขัน และกลายเป็นผู้ที่มีความภักดีต่อทีม (Loyalty) มากขึ้น นำไปสู่โอกาสในการสร้างรายได้ให้สูงขึ้น และปัจจัยดังกล่าวนี้ทำให้สโมสรฟุตบอลนั้นจะมีความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ด้วยจำนวนเงินมากขึ้นสำหรับการดึงนักเตะบอลที่มีความสามารถสูงและโดดเด่นเข้าร่วมทีม ความรุนแรงในการแข่งขันกันเพื่อดึงดูดให้นักเตะบอลความสามารถสูงเข้ามาร่วมทีมทำให้ราคาซื้อขายนักเตะบอลอาชีพใน Transfer Market เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าจ้างนักเตะบอลอาชีพนั้นก็คือ มูลค่า (Valuation) ของนักเตะบอลแต่ละคน มูลค่าดังกล่าวจะวัดจาก “ความเก่ง” ซึ่งก็คือผลิตภาพ (Productivity) สำหรับผลิตภาพนักเตะบอลนับว่าเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้ชัดเจน ความสามารถเฉพาะตัวหรือพรสวรรค์ (Natural Ability) เป็นตัวชี้วัดสำคัญของผลิตภาพนักเตะบอลที่สามารถประเมินได้อย่างเป็นรูปธรรมจากผลงานของนักเตะบอล เช่น จำนวนการทำประตู การมีส่วนร่วมในการช่วยทำประตู และจำนวนประตูที่ป้องกันได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อมูลค่าของนักเตะบอล คือ ความเป็นที่นิยม (Popularity) อายุ (Age) นิสัยและ

พื้นอารมณ์ (Temperaments) จำนวนครั้งที่บาดเจ็บ (Injury) (Bali, 2012; Franck & Nüesch, 2012; Scarfe *et al*, 2021 และ Zhou, 2019) มูลค่าของนักฟุตบอลนี้จะมีความเชื่อมโยงกับมูลค่าตลาด (Market Value) ของนักฟุตบอลอย่างใกล้ชิด เนื่องจากมูลค่าตลาดจะวัดจากปัจจัยที่ใกล้เคียงกัน คือ ผลงานของนักฟุตบอล อายุ จำนวนครั้งการบาดเจ็บ เป็นต้น (Bali, 2012 และ Zhou, 2019)

ความสามารถเฉพาะตัวหรือพรสวรรค์จะสะท้อนให้เห็นโดยผลงานของนักฟุตบอลในตำแหน่งที่เล่น ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การยิงประตูหรือมีส่วนช่วยเหลือในการทำประตู และการป้องกันการยิงประตู ยิ่งนักฟุตบอลอายุมากขึ้นก็จะมีแนวโน้มที่จะได้รับค่าจ้างลดลง เพราะนักกีฬาฟุตบอลเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีแนวโน้มที่จะใช้พรสวรรค์ที่มีได้ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถจะขึ้นอยู่กับสภาพร่างกายของนักกีฬาด้วย ดังจะเห็นจากจำนวนครั้งที่บาดเจ็บจะแปรผกผันกับมูลค่าของนักฟุตบอล นิสัยและพื้นอารมณ์ของนักฟุตบอลจะมีผลในการลดโอกาสที่จะได้รับการเสนอค่าตอบแทนที่สูงจากการร่วมทีมฟุตบอลเช่นกัน การที่นักฟุตบอลมีลักษณะนิสัยตลอดจนพื้นอารมณ์ที่ไม่เป็นผลดีต่อทั้งพฤติกรรมนักฟุตบอลเองจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและการเล่นที่มสไมสร สิ่งนี้นับเป็นอุปสรรคที่ทำให้สไมสรต่างๆ มีอุปสงค์ที่แสดงความต้องการนักฟุตบอลที่มีปัญหาด้านพื้นอารมณ์และพฤติกรรมเข้าร่วมทีมลดลง เช่น การที่ดิเอโก มาราโดนา นักฟุตบอลที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นหนึ่งในนักฟุตบอลที่ดีที่สุดในโลกคนหนึ่งชาวอาร์เจนตินามีปัญหาด้านพฤติกรรมการใช้ชีวิตขณะที่อยู่ที่สไมสรนาโปลี (S.S.C. Napoli) ในอิตาลีนั้น กลายเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้หลายสไมสรเลือกที่จะไม่ยื่นข้อเสนอการซื้อมาราโดนาจากสไมสรนาโปลีทุกๆ ที่ผลงานของมาราโดนาดีเยี่ยมจนกระทั่งส่งผลให้สไมสรนาโปลีเป็นแชมป์ Serie A ลีกสูงสุดของอิตาลีได้ (Bali, 2012)

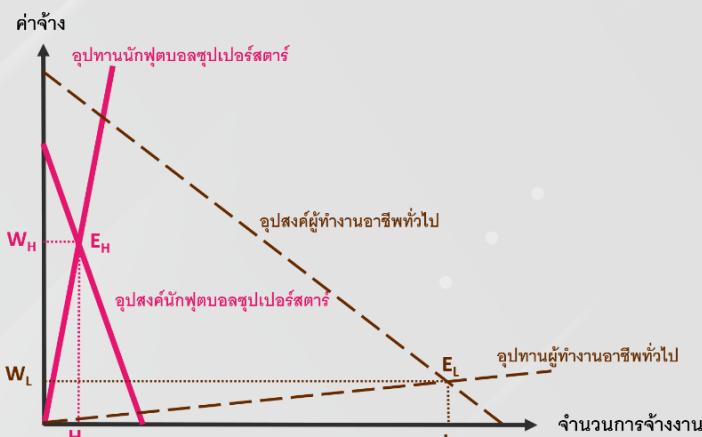
อย่างไรก็ตาม นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงระดับโลกและดังระดับซูเปอร์สตาร์จะมีราคาซื้อขายใน Transfer Market ในราคาที่สูงมากเมื่อเทียบกับนักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่ สำหรับนักฟุตบอลเหล่านี้จะมีชื่อเสียงและเป็นนักฟุตบอลเป็นที่นิยม (Popular) มักจะได้รับค่าจ้างสูงเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับนักฟุตบอลที่ยังไม่ได้มีชื่อเสียงระดับซูเปอร์สตาร์ ทั้งนี้เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้นักฟุตบอลซูเปอร์สตาร์เหล่านี้มีโอกาสเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากกว่า เช่น การที่ มีการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางต่างๆ ทำให้ผู้ชมเข้าถึงฟุตบอลที่มินิกฟุตบอลซูเปอร์สตาร์ลงแข่งขันอยู่ได้ และยังมีโอกาสในการสร้างรายได้ทางอื่นมากกว่า เช่น การเป็นพรีเซนเตอร์โฆษณาสินค้าและบริการ เป็นต้น ปรัชญาการที่นักฟุตบอลชื่อดังมากได้รับค่าจ้างที่สูงและแตกต่างจากผู้อื่นมากได้มีการอธิบายในเรื่อง “เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยซูเปอร์สตาร์ (Economics of Superstar)”

นอกจากมูลค่า (Value) ของนักฟุตบอลแล้ว อีกปัจจัยที่มีผลต่อราคาซื้อขายนักฟุตบอลใน Transfer Market ก็คือระยะเวลาที่เหลือในสัญญาฉบับเดิม ทั้งนี้เนื่องจากการซื้อขายนักฟุตบอลใน Transfer Market จะเป็นการซื้อขายนักฟุตบอลที่ยังไม่หมดอายุสัญญาจากสไมสรเดิม ยิ่งนักฟุตบอลมีระยะเวลาเหลือในสัญญายาวกว่าและมีแนวโน้มที่จะมีการซื้อขายในราคาที่สูงกว่า ขณะที่อีกสิ่งที่มีอิทธิพลต่อราคาซื้อขายนักฟุตบอลคือ จำนวนการค้นหาชื่อนักฟุตบอลในกูเกิ้ล (Google Search) ยิ่งมีจำนวนการค้นหาเกี่ยวกับนักฟุตบอลใดมากเท่าไรก็จะแสดงให้เห็นว่านักฟุตบอลนั้นเป็นผู้มีชื่อเสียง และมีโอกาสในการได้รับค่าจ้างหรือค่าตอบแทนมากขึ้น จากงานวิจัยพบว่า เชื้อชาติ (Race) ของนักฟุตบอลก็มีผลต่อราคาซื้อขายนัก

ฟุตบอลใน Transfer Market เช่นกัน นักฟุตบอลมีค่ามีแนวโน้มที่จะได้รับค่าตอบแทนสูงกว่าเพราะว่ามีสมรรถภาพทางร่างกายดีกว่าและนำไปสู่ความสามารถและผลงานที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับนักฟุตบอลเชื้อชาติอื่นๆ (Barbuscak, 2018)

### ตลาดการซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ: อุปสงค์ อุปทาน และค่าจ้าง

ดังที่กล่าวไปแล้วว่ามูลค่าตลาดของการเข้าชมกีฬาฟุตบอลที่สูงมากเป็นปัจจัยผลักดันให้มีอุปสงค์นักฟุตบอลอาชีพทักษะสูง ดังที่สะท้อนจากอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ในตลาดซื้อขายนักฟุตบอล อย่างไรก็ตาม นักฟุตบอลอาชีพที่มีความสามารถโดดเด่นจนเป็นที่สนใจของสโมสรฟุตบอลต่างๆ นั้นจะมีจำนวนค่อนข้างน้อย แสดงให้เห็นจากสัดส่วนนักฟุตบอลอาชีพน้อยกว่า 2% ที่ได้รับค่าจ้างต่อปีจำนวนเกิน 720,000 เหรียญสหรัฐ หรือ 10,217 ปอนด์สเตอร์ลิงต่อสัปดาห์ (FIFPro, 2016) จึงสามารถบอกได้ว่านักฟุตบอลส่วนใหญ่จะมีรายได้สูงเทียบเท่าหรือใกล้เคียงนักฟุตบอลที่มีทักษะสูงและชื่อเสียงระดับโลกที่นับเป็น “ซูเปอร์สตาร์” ตามตารางที่ 1



ภาพที่ 4: กราฟเปรียบเทียบเส้นอุปสงค์ เส้นอุปทาน ค่าจ้างและจำนวนการจ้างงานของตลาดซื้อขายนักฟุตบอลระดับซูเปอร์สตาร์ กับ อาชีพทั่วไป

ที่มา: ปรับปรุงจาก Butler, R. (2013). The Demand and Supply of Top Footballers. *The Economics of Sports*. Retrieved from <https://www.sportseconomics.org/sports-economics/the-demand-and-supply-of-top-footballers>

จากภาพที่ 4 จะเห็นว่าทั้งอุปสงค์และอุปทานของนักฟุตบอลที่มีความสามารถโดดเด่นจะมีลักษณะเส้นที่ชันกว่าอุปสงค์และอุปทานผู้ทำงานในอาชีพทั่วไป เพราะว่าสำหรับสโมสรฟุตบอลที่กำลังต้องการนักฟุตบอลที่มีความสามารถโดดเด่น หรือเป็นลักษณะนักฟุตบอลที่เป็นซูเปอร์สตาร์ สามารถสร้างให้ผู้ชมหรือผู้ติดตามการแข่งขันของทีมสโมสรมีความภักดีต่อทีม (Loyalty) เป็นอย่างสูงเพราะสำหรับสโมสรแล้ว การสร้างให้ผู้ชมเกิดความภักดีต่อทีมจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ทั้งจากการขายตั๋ว ขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันในราคาที่สูงขึ้น และโอกาสในการขายสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสโมสรและนักฟุตบอลต่อไป ส่วนนักกีฬาฟุตบอลที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ในความเป็นจริงมีจำนวนน้อยมากที่มีความสามารถโดดเด่นจนมีชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการของสโมสรอื่น ฉะนั้น เส้นอุปทานนักฟุตบอลระดับซูเปอร์สตาร์ที่มีจำนวนเพียง

เล็กน้อยก็จะมีลักษณะเส้นที่ชันกว่าอุปทานผู้ทำงานในอาชีพทั่วไป จึงปรากฏว่าฟุตบอลมืออาชีพที่มีความสามารถสูงจะมีค่าจ้างที่ดูโดยภาพสูงกว่า คือ  $W_H$  เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในอาชีพทั่วไปที่มีค่าจ้างอยู่ที่  $W_L$  เท่านั้น และแน่นอนว่าจำนวนอุปทานของนักฟุตบอลความสามารถโดดเด่นที่มีจำนวนน้อยกว่าก็จะทำให้การจ้างงานที่ดูโดยภาพจะมีจำนวนน้อยกว่าด้วย ( $H < L$ )

### **บทสรุป: ความเชื่อมโยงระหว่างตลาดการเข้าชมนักกีฬาฟุตบอล กับ ตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ สู่ค่าจ้างและค่าตอบแทนที่สูงลิบลิว**

จากการวิเคราะห์ด้วยหลักเศรษฐศาสตร์การกีฬา การที่ตลาดการชมนักกีฬาฟุตบอลที่มีอุปสงค์เป็นผู้บริโภคที่ต้องการชมนักกีฬาผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น การเข้าชมในสนามและการชมผ่านการถ่ายทอดกีฬา เป็นต้น และมีอุปทานคือสโมสรผู้จัดการแข่งขันที่ทำหน้าที่รวบรวมนักฟุตบอลและผู้ฝึกสอน จัดตั้งเป็นทีมฟุตบอลเพื่อแข่งขันกับทีมฟุตบอลอื่น เนื่องจากทักษะความสามารถ ตลอดจนชื่อเสียงของนักฟุตบอลมีผลต่อผลงาน (Performance) ของทีม รวมทั้งผลการแข่งขันด้วย ทำให้สโมสรฟุตบอลที่มีหน้าที่บริหารทีมของสโมสรต้องการนักฟุตบอลที่มีทักษะสูงเข้าร่วมทีมเพื่อให้ผลงานของทีมดีขึ้นและสามารถดึงดูดผู้ชมให้เข้าชมการแข่งขันผ่านช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การดึงดูดผู้ชมและสร้างความภักดีต่อทีมก็จะเป็นหนทางในการสร้างรายได้และกำไรให้กับสโมสรต่อไป เช่น การสร้างรายได้ผ่านการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสโมสร ทีมฟุตบอล และนักฟุตบอลในทีม ความต้องการนักฟุตบอลทักษะสูงเป็นที่มาของอุปสงค์นักฟุตบอลในตลาดซื้อขายนักฟุตบอลอาชีพ (Transfer Market) รายได้และกำไรที่จะได้สำหรับสโมสรที่สามารถดึงดูดผู้ชมมาเข้าชมและติดตามการแข่งขันเป็นแรงจูงใจสำคัญที่เพิ่มความเต็มใจจะจ่าย (Willingness to Pay) เพื่อดึงนักฟุตบอลทักษะสูงเข้ามาร่วมทีม จากมูลค่าตลาดที่สูงของกีฬาฟุตบอลและรายรับที่สโมสรจะได้ทำให้ราคานักฟุตบอลอาชีพที่ซื้อขายกันใน Transfer Market สูงเป็นอย่างมาก แม้ว่าการซื้อขายกันใน Transfer Market จะทำระหว่างสโมสรที่ต้องการซื้อนักฟุตบอลมาร่วมทีมและสโมสรฟุตบอลที่มีนักฟุตบอลที่ยังไม่หมดสัญญาแต่ราคาซื้อขายกันจะขึ้นกับปัจจัยหลายอย่างด้วย ไม่ว่าจะเป็นมูลค่าตลาด (Market Value) และผลิตภาพ (Productivity) ของนักฟุตบอล ส่งผลให้นักฟุตบอลที่ซื้อขายกันใน Transfer Market มีแนวโน้มที่จะได้ค่าจ้างสูงไปด้วย ดังนั้น จึงได้มีการซื้อขายนักฟุตบอลที่มีทักษะความสามารถและพรสวรรค์ดังเช่นคริสเตียโน โรนัลโด คีเลียน เอ็มบัปเป้ และลีโอนเนล เมสซีในราคาที่สูงลิบลิว อันสะท้อนจากข้อมูลค่าตอบแทนมหาศาลที่นักฟุตบอลระดับซูเปอร์สตาร์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในด้านทักษะและผลงานการแข่งขัน

### **บทส่งท้าย: มองสโมสรและนักฟุตบอลระดับโลก กับการพัฒนาคนและเศรษฐกิจไทยด้วยการกีฬา**

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีผู้นิยมและชมนักกีฬาเป็นจำนวนมาก มีคนไทยจำนวนมากถึง 43 ล้านคนที่เลือกชมนักกีฬา และมีคนไทยจำนวน 20 ล้านคนที่เข้าชมกีฬา (Nielsen, 2021) ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพอย่างมากในการพัฒนาตลาดกีฬา การมีมาตรฐานการจูงใจให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการกีฬา การสนับสนุนการกีฬาให้แก่เยาวชน เพื่อให้ได้พัฒนาทักษะความสามารถด้านกีฬาให้มีผลิตภาพเพิ่มขึ้น ก็จะเป็นแนวทางการสร้างอาชีพและรายได้ เพิ่มมูลค่าการตลาดของกีฬาไทย ซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไทยต่อไป

## รายการอ้างอิง (References)

- Bali, R. M. (2012). *An Analysis of the Link between Football Player Wages and the Degree of Transfer Market Competition between Football Clubs*. Center for Maritime Economics & Logistics. Retrieved from [https://www.academia.edu/7745547/Analysis\\_Football\\_Transfer\\_Market\\_Competition](https://www.academia.edu/7745547/Analysis_Football_Transfer_Market_Competition)
- Balliauw, M.; Onghena, E. & Mulkens, S. (2020). Identifying Factors Affecting the Value of Advertisements on Football Clubs' and Players' Social Media: A Discrete Choice Analysis. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. 22 (4), 652-676.
- Barbuscak, L. (2018). What Makes a Soccer Player Expensive? Analyzing the Transfer Activity of the Richest Soccer. *Augburg Hornors Review*. 11 (5), 64-83.
- BeIN Sports. (2022, December 26). *beIN SPORTS Announces Record-Breaking Cumulative Viewership of 5.4 Billion for FIFA World Cup Qatar 2022™* Retrieved from <https://www.beinsports.com/en/fifa-world-cup-qatar-2022/news/bein-sports-announces-record-breaking-cumulat/2011581>
- Brand Finance. (2022). *Football 50 2022: the Annual Report on the Most Valuable and Strongest Football Brands*. Retrieved from <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-football-50-2022-preview.pdf>
- Butler, R. (2013). The Demand and Supply of Top Footballers. *The Economics of Sports*. Retrieved from <https://www.sportseconomics.org/sports-economics/the-demand-and-supply-of-top-footballers>
- FIFPro. (2016). *2016 FIFPro Global Employment Report: Working Conditions Professional Football*. Retrieved from [https://footballmap.fifpro.org/assets/2016\\_FIFPRO\\_GLOBAL\\_EMPLOYMENT\\_REPORT.pdf](https://footballmap.fifpro.org/assets/2016_FIFPRO_GLOBAL_EMPLOYMENT_REPORT.pdf)
- Footballorbit (2023, January 2). *Top 10 Highest Paid Footballers in The World 2023*. Retrieved from <https://www.footballorbit.com/top-10-highest-paid-footballers-world-2023/>
- Franck, E. & Nüesch, S. (2012). Talent And/Or Popularity: What Does It Take To Be A Superstar? *Economic Inquiry* 50(1), 202-216.
- Hoehn, T. & Kastrinaki, Z. (2012). *Broadcasting and Sport: Value Drivers of TV Right Deals in European Football*. Retrieved from [https://www.city.ac.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0007/120130/Hoehn\\_Kastrinaki\\_Sports\\_Rights\\_Feb\\_2012.pdf](https://www.city.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0007/120130/Hoehn_Kastrinaki_Sports_Rights_Feb_2012.pdf)
- Keleş, A. (2020). Examination of the Relationship between the Sources of Income and the Sport Success of the Clubs in the International Football Leagues. *Sportmetre the Journal of Physical Education and Sport Sciences*. 18(4), 37-45.

- KPMG. (2021, March 30). Commercialization Supported by Social Media. *Football Benchmark*. Retrieved from [https://www.footballbenchmark.com/library/commercialization\\_supported\\_by\\_social\\_media](https://www.footballbenchmark.com/library/commercialization_supported_by_social_media)
- Majewska, A. & Majewska, A. (2022). Are Social Media Matter for the Football Club Finance? In 26th International Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information and Engineering System (KES 2022). *Procedia Computer Science*. 207 (2022), 2068–2076.
- Nielsen. (2021). *The Growth of Sport and E-Sport in Thailand*. Retrieved from <https://www.nielsen.com/news-center/2021/the-growth-of-sport-and-esport-in-thailand/>
- Paciello Silveira, M.; Vinicius Cardoso, M. & Quevedo-Silva, F. (2018). Factors Influencing Attendance at Stadiums and Arenas. *Marketing Intelligence & Planning*. 37(3). doi: 10.1108/MIP-02-2018-0048.
- Prasertsakul, D. & Remgrittirong, T. (2014). Understanding the Factors Influencing Soccer Team Identification and Its Impacts on Team Sponsors: An Evidence from Thailand Premier League. *Proceedings of International Academic Conferences 0702155*. International Institute of Social and Economic Sciences. Retrieved from <https://ideas.repec.org/p/sek/iacpro/0702155.html>
- Scarfe, R.; Singleton, C. & Telemo, P. (2021). Extreme Wages, Performance and Superstars in a Market for Footballers. *Industrial Relations*. 60 (1), 84-118. DOI: 10.1111/irel.12270
- Scelles, N.; Dermitt-Richard, N. & Haynes, R. (2020). What Drives Sports TV Rights? A Comparative Analysis of Their Evolution in English and French men's Football First Divisions, 1980–2020. *Soccer & Society*. 21 (5), 491-509.
- Soyguden, A.; Schneider, R.C.; Barut, Y. & Imamoglu, O. (2019). Factors Affecting Stadium Attendance of Professional Football Club Supporters. *Baltic Journal of Sport & Health Sciences*. 3 (114), 15–23.
- Statista. (2021). *Premier League Soccer Clubs Revenue in England (UK) from Season 2014/2015 to 2021/2022, by Revenue Stream*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/874020/revenue-of-premier-league-football-clubs-by-stream/>
- Statista. (2022). *Market Size of the European Professional Soccer Market from 2006/07 to 2019/20*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/261223/european-soccer-market-total-revenue/>
- Statista. (2022). *Revenue of Professional League Football Clubs in 2022*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1231497/revenue-of-football-clubs-in-2021/>
- Untarabutr, N. & Jarensiripornkul, S. (2021). Factors Influencing Sponsorship Management in Professional Football Leagues of Thailand. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)*. 10 (1), 180-193.
- Zhou, W. (2019). Which Factors Decide the Market Value of Soccer Players: An Empirical Evidence from

European League. *The First International Symposium on Economics, Management, and Sustainable Development (EMSD 2019)*. Retrieved from <https://www.clausiuspress.com/conferences/LNEMSS/EMSD%202019/19EMSD015.pdf>