



ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทย: กบฏบทบาทในกิจกรรมเศรษฐกิจของประเทศ เม็ดเงินหมุนเวียนกว่า 12,000 ล้านบาท

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2762

วันที่ 10 สิงหาคม 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- กระแสความนิยมของฟุตบอลไทยที่เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นผ่านจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันในสนาม เหนือสิ่งอื่นใดในช่วงของการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทั้งการแข่งขันระดับทีมชาติและไทยลีกเพิ่มขึ้น จากผลสำรวจพบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าจะมีการรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยทางทีวีเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 75.0 ขณะที่การรับชมเท่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 17.4 และการรับชมน้อยลงคิดเป็นร้อยละ 7.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบฟุตบอล
- ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 74.6 รับชมการถ่ายทอดการแข่งขันทั้งฟุตบอลลีกไทยและต่างประเทศทางทีวี โดยการแข่งขันฟุตบอลลีกที่มีการรับชมผ่านทางทีวี 3 อันดับแรก คือ การแข่งขันฟุตบอลไทยลีก (ร้อยละ 30.1) ขณะที่รองลงมา คือ การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ (ร้อยละ 29.8) และการแข่งขันฟุตบอลลา ลีกาลีกของสเปน (ร้อยละ 19.6)
- ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 62.8 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่านักเตะไทยมีคุณภาพมากขึ้น (ร้อยละ 37.4) รองลงมา คือ พัฒนาการของทีมฟุตบอลไทยดิวิชั่น 1 (ร้อยละ 29.3) มีการจัดการแข่งขันที่เป็นระบบเหมือนต่างประเทศ (ร้อยละ 14.8) และมีนักเตะต่างชาติเข้ามาเล่น (ร้อยละ 9.5) เป็นต้น
- ฟุตบอลนอกจากจะเป็นเรื่องของเกมการแข่งขันกีฬาแล้ว แต่เมื่อพิจารณาในอีกมิติหนึ่ง คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจ โดยส่งผ่านมายังธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างการลงทุนในการทำทีมฟุตบอล สื่อโทรทัศน์ อุปกรณ์กีฬา สินค้าเสื้อผ้าและของที่ระลึก ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง สถาบันสอนกีฬา กอปรกับยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และการเกิดขึ้นของอาชีพใหม่ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ จากการประเมินข้อมูลเบื้องต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2559 นี้ การเติบโตของฟุตบอลของไทยจะก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ประมาณ 12,000 ล้านบาท

ณ เวลานี้ คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทยยังพุ่งแรงต่อเนื่อง ทั้งในเกมการแข่งขันระดับทีมชาติที่สามารถทำผลงานได้ดีและประสบความสำเร็จในเกมการแข่งขันทั้งการแข่งขันในระดับภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย รวมถึงการทำฟุตบอลทีมชาติไทยสามารถผ่านเข้ารอบ 12 ทีมสุดท้ายของรอบคัดเลือกฟุตบอลโลกโซนเอเชีย ขณะที่การแข่งขันระดับทีมชาติสโมสรในประเทศอย่างการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกก็มีการเติบโตขึ้นทุกปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันในสนาม มูลค่าการประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการ

บริการทุกระดับประทับใจ

แข่งขันและเรตติ้งในช่วงของการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเพิ่มขึ้น สื่อโฆษณาที่ใช้นักฟุตบอลในการประชาสัมพันธ์สินค้า รวมถึงในโลกสังคมออนไลน์ที่มีการเผยแพร่ข่าวสารและการจัดตั้งแฟนเพจที่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกิจการไทย ได้ทำการสำรวจความนิยมของกีฬาฟุตบอลไทย โดยเน้นกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบและชมฟุตบอล เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมฟุตบอลไทย ความเชื่อมโยงของฟุตบอลที่มีต่อกิจกรรมเศรษฐกิจ โดยมีการกระจายแบบสอบถามจำนวน 1,200 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนกรุงเทพฯและต่างจังหวัด สำหรับผลการสำรวจสามารถสรุปได้ดังนี้

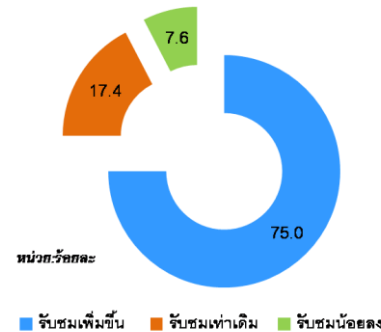


การรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยทางทีวีเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ เมื่อสอบถามถึงการรับชมการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลไทยผ่านทางทีวีในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีการรับชมการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลไทยเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 75.0 ขณะที่การรับชมเท่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 17.4 และการรับชมน้อยลงคิดเป็นร้อยละ 7.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบฟุตบอล

เห็นได้ว่า จากกระแสของฟุตบอลไทยที่มีความนิยมเพิ่มขึ้น มีส่วนทำให้สถานีโทรทัศน์ได้ให้ความสนใจเข้ามาแข่งประมูลสิทธิ์ในการถ่ายทอดฟุตบอลไทยทั้งเกมการ

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา การรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยทางทีวีเพิ่มขึ้น



ที่มา: รวบรวมข้อมูล ศูนย์วิจัยกิจการไทย

ต่อปี

แข่งขันระดับทีมชาติและการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ซึ่งมี ส่วนช่วยผลักดันให้มูลค่าลิขสิทธิ์ปรับตัวสูงขึ้น โดยใน ส่วนของการประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดฟุตบอลไทยลีก ในช่วงปี 2560-2563 มูลค่าลิขสิทธิ์สูงถึง 4,200 ล้านบาท หรือเฉลี่ยที่ 1,050 ล้านบาทต่อปี เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี 2557-2559 มูลค่าการประมูลลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลไทยลีกอยู่ที่ 1,800 ล้านบาท หรือเฉลี่ยที่ 600 ล้านบาท

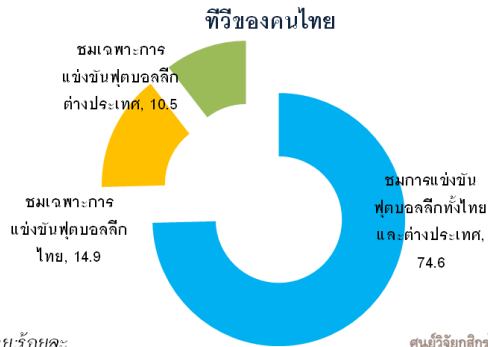
นอกจากนี้เมื่อสอบถามถึงพฤติกรรมการรับชมการแข่งขันย้อนหลัง พบว่า การรับชมเกมการแข่งขันฟุตบอลไทยย้อนหลังทางทีวีมีเพียงร้อยละ 19.9 ขณะที่ส่วนใหญ่รับชมทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 80.1 ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการรับชมเกมหรือไฮไลท์การแข่งขันย้อนหลัง ซึ่งสอดคล้องกับ ณ ขณะนี้ ที่ผู้ชมสามารถชมการแข่งขันและไฮไลท์ย้อนหลังผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยช่องทางที่มีการรับชมย้อนหลังทางช่องทางออนไลน์ อันดับแรก คือ YouTube (ร้อยละ 34.7) รองลงมา คือ Facebook ที่มีคลิปการแข่งขันย้อนหลัง (ร้อยละ 25.1) รับชมผ่านเว็บไซต์ หรือ Facebook ของทีมสโมสร (ร้อยละ 23.8) และช่องทางออนไลน์อื่นๆ (ร้อยละ 16.4)

บริการทุกระดับประทับใจ

⚽ การรับชมการแข่งขันฟุตบอลลีกทางทีวีของไทยมาเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับฟุตบอลลีกต่างประเทศ

คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อกล่าวถึงการแข่งขันฟุตบอลระดับสโมสร ผู้คนส่วนใหญ่จะนึกถึงการแข่งขันสโมสรต่างประเทศอย่างพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ชมฟุตบอลไทยมาช้านาน อย่างไรก็ตาม ในระยะ

การรับชมการแข่งขันฟุตบอลระดับสโมสรทั้งไทยและต่างประเทศทาง



หน่วย: ร้อยละ

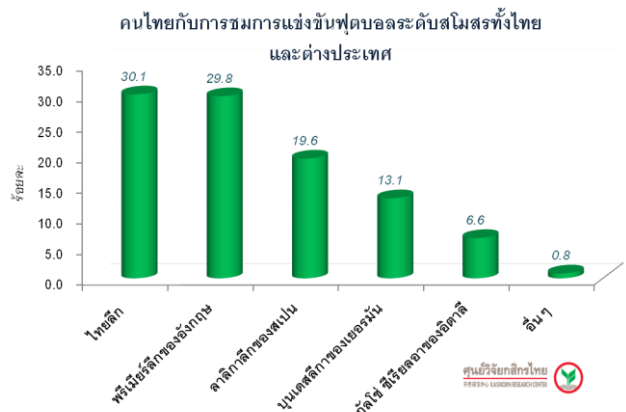
ศูนย์วิจัยกิจการไทย
THAI KASIAN RESEARCH CENTER

หลังการพัฒนาของระบบการจัดการแข่งขัน การพัฒนาของหลายๆสโมสรที่มีมาตรฐานขึ้น กอปรกับการถ่ายทอดการแข่งขันทางสื่อโทรทัศน์ ทำให้คนไทยได้รับชมการแข่งขันฟุตบอลลีกของไทยเพิ่มขึ้น

เมื่อสอบถามถึงการรับชมการแข่งขันฟุตบอลระดับสโมสร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 74.6 มีการรับชมการ

ถ่ายทอดทั้งการแข่งขันฟุตบอลลีกต่างประเทศและการแข่งขันฟุตบอลลีกในประเทศทางทีวี ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลลีกของไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.9 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมเฉพาะฟุตบอลลีกต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

เมื่อสอบถามการรับชมการแข่งขันฟุตบอลระดับสโมสรทั้งของไทยและของต่างประเทศทางทีวีที่มีการชมมากที่สุด 3 อันดับแรก พบว่า การแข่งขันฟุตบอลไทยลีกคิดเป็นร้อยละ 30.1 ขณะที่รองลงมา คือ การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 29.8 และการแข่งขันฟุตบอลลา ลีกาลีกของสเปน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.6 ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ศูนย์วิจัยกิจการไทย
THAI KASIAN RESEARCH CENTER

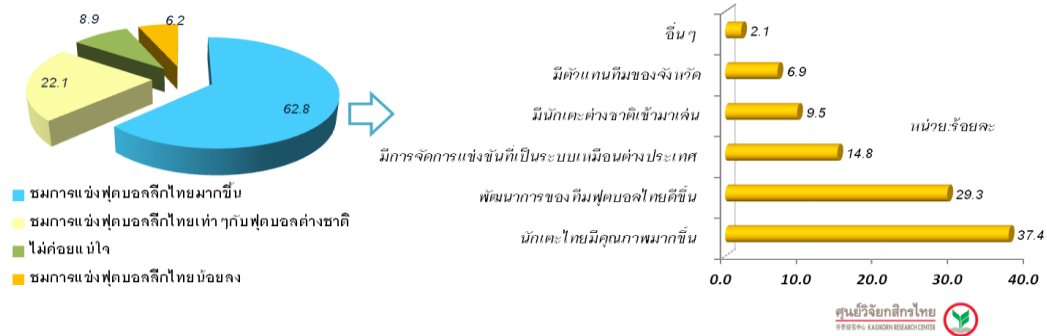
⚽ การรับชมฟุตบอลไทยเพิ่มขึ้น...จากพัฒนาการของนักเตะไทยและสโมสรที่มีคุณภาพมากขึ้น

เมื่อสอบถามผู้ที่ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเปรียบเทียบกับชมการแข่งขันฟุตบอลลีกต่างประเทศ พบว่า ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามหันมาชมฟุตบอลไทยลีกมากขึ้นกว่าฟุตบอลลีกต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.8 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเท่ากับฟุตบอลลีกต่างประเทศร้อยละ 22.1 และไม่แน่ใจร้อยละ 8.9 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกมากขึ้นกว่าฟุตบอลลีกต่างประเทศนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่านักเตะไทยมีคุณภาพมากขึ้น (ร้อยละ 37.4) รองลงมา คือ พัฒนาการของทีมฟุตบอลไทยดีขึ้น (ร้อยละ 29.3) มีการจัดการแข่งขันที่เป็นระบบเหมือนต่างประเทศ (ร้อยละ 14.8) และมีนักเตะต่างชาติเข้ามาเล่น (ร้อยละ 9.5) เป็นต้น

บริการทุกระดับประทับใจ

พัฒนาการของนักเตะและทีมสโมสรเหตุผลที่ทำให้คนไทยหันชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกมากขึ้น



🏆 การเดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลลีกของไทยที่สนามมีสัดส่วนร้อยละ 39.1...อย่างไรก็ดี เริ่มเห็นเทรนด์การเดินทางไปเชียร์ทีมที่ชื่นชอบยังสนามในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น

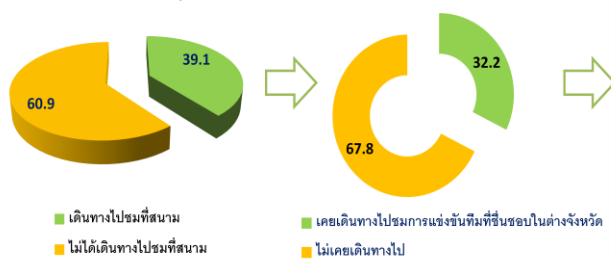
จากผลสำรวจพฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกที่สนามในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 39.1 เคยเดินทางไปชมการแข่งขันที่สนามแข่งขัน (โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 10.1 ตอบว่าไปดูทุกครั้งที่มีตนเองแข่ง ขณะที่ในสวนผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 23.6 จะไปบ่อยครั้งเมื่อมีเวลาว่าง และผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 66.3 ตอบว่านานๆ ครั้งถึงจะไป) ขณะที่ผู้ที่ยังไม่เคยเดินทางไปชมการแข่งขันทางสนามคิดเป็นประมาณร้อยละ 60.9 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อย่างไรก็ดี ในระยะหลังจะเห็นกลุ่มแฟนบอลมีการเดินทางไปเชียร์ทีมที่ชื่นชอบยังสนามแข่งในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการจัดทำแพคเกจเพื่อให้แฟนบอลเดินทางไปร่วมเชียร์ทีมโปรดยังต่างจังหวัด โดยแพคเกจรวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเช่นกัน สำหรับพฤติกรรมของผู้ที่เดินทางไปชมและเชียร์ทีมที่ชื่นชอบในต่างจังหวัด สรุปได้ดังนี้

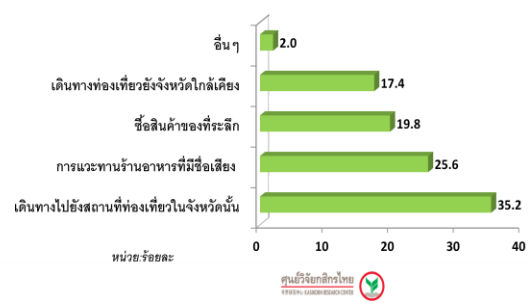
- จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยไปชมการแข่งขันที่สนาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 32.2 เคยเดินทางไปเชียร์ต่างจังหวัด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 67.8 ยังไม่เคยเดินทางไปเชียร์ในต่างจังหวัด
- โดยร้อยละ 54.0 จะมีการวางแผนล่วงหน้าประมาณ 7 วัน และร้อยละ 46.0 ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า
- โดยมีการค้างคืนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.5 ขณะที่ไม่แน่นอนแล้วแต่กรณีคิดเป็นร้อยละ 35.6 และไม่ค้างคืนคิดเป็นร้อยละ 27.9 ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปเชียร์ทีมฟุตบอลยังต่างจังหวัด
- กิจกรรมที่มีการทำระหว่างการเดินทางนอกจากจะไปชมการแข่งขันฟุตบอล อาทิ เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนั้น (ร้อยละ 35.2) การแวะทานร้านอาหารที่มีชื่อเสียง (ร้อยละ 25.6) ซื้อสินค้าของที่ระลึก (ร้อยละ 19.8) เดินทางท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียง (ร้อยละ 17.4) อื่นๆ (ร้อยละ 2.0)
- สำหรับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของการเดินทางอยู่ที่ประมาณ 2,500 บาทต่อคน

บริการทุกระดับประทับใจ

การเดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนาม



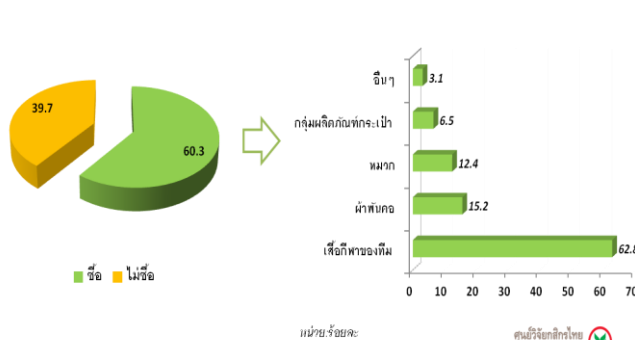
กิจกรรมระหว่างการเดินทางไปเชียร์ทีมที่ชื่นชอบต่างจังหวัด



ฟุตบอล ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 60.3 มีการจับจ่ายใช้สอยในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล ช่องทางการเพิ่มรายได้ให้กับทีม

เมื่อสอบถามถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า

การซื้อสินค้าและของที่ระลึกในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมา



ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 60.3 มีการซื้อสินค้า (โดยการซื้อสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติไทย ซื้อเฉพาะทีมสโมสรที่ชื่นชอบและซื้อของสโมสรอื่นๆ) ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 39.7 ไม่ได้ซื้อสินค้า

สำหรับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลสามารถสรุปได้ ดังนี้

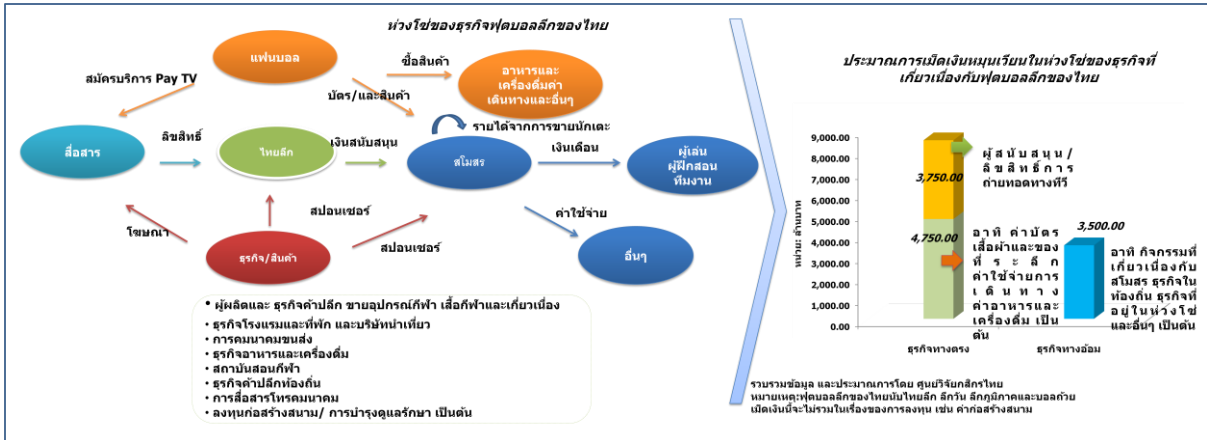
- สินค้าที่มีการซื้อมากที่สุด คือ เสื้อทีม (ร้อยละ 62.8) ผ้าพันคอ (ร้อยละ 15.2) และอื่นๆ (ร้อยละ 22.0) เช่น หมวก และกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋า เป็นต้น
- ซื้อทุกปีคิดเป็นร้อยละ 61.5 และไม่ได้ซื้อทุกปี คิดเป็นร้อยละ 38.5
- สำหรับวัตถุประสงค์ของการซื้อ ได้แก่ ต้องการใส่แบบล่าสุดของปีนั้น (ร้อยละ 46.7) ซื้อเพื่อเก็บเป็นของที่ระลึก (ร้อยละ 29.6) ซื้อเพื่อเป็นของขวัญ (ร้อยละ 20.7) และอื่นๆ (ร้อยละ 3.0)
- สำหรับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึกและเสื้อกีฬาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3,000 บาทต่อคน

ฟุตบอลไม่เพียงแต่เป็นเกมการแข่งขัน แต่ช่วยสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

ฟุตบอลนอกจากจะเป็นเรื่องของเกมการแข่งขันกีฬา การดูเพื่อความสนุกสนานแล้ว แต่เมื่อพิจารณาในอีกมิติหนึ่ง คือ การสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ โดยส่งผ่านมายังธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการลงทุนพัฒนาสนามแข่ง การลงทุนในการทำทีมฟุตบอล การสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจสินค้าที่เกี่ยวข้องอย่างอุปกรณ์กีฬาฟุตบอล ของที่ระลึกและเสื้อกีฬาของสโมสร นอกจากนี้ธุรกิจที่ยังได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของฟุตบอลอย่างธุรกิจโรงแรมและที่พัก ซึ่งในระยะหลังจะเห็นการจัดแพคเกจการเดินทางไปเชียร์ทีมโปรดยังต่างจังหวัดบ่อยมากขึ้น ซึ่งน่าจะส่งผลดีต่อเรื่องของการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องในท้องถิ่น เมื่อกีฬาฟุตบอลได้มีการพัฒนาเป็นอาชีพมากขึ้นก็ทำให้เกิดการจ้างงาน และการเกิดขึ้นของอาชีพใหม่ๆ และการส่งผ่านไปยังธุรกิจอื่นๆ ทางอ้อม

บริการทุกระดับประทับใจ

ทั้งนี้ จากการประเมินข้อมูลเบื้องต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าในปี 2559 นี้ การเติบโตของฟุตบอลลีกของไทยจะก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ประมาณ 12,000 ล้านบาท



สำหรับเม็ดเงินที่เกิดขึ้นในฟุตบอลลีกของไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.1 ของ

เม็ดเงินหมุนเวียนในฟุตบอลลีกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ



ที่มา: KPMG และรวบรวมข้อมูล โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ:

1. การนับเม็ดเงินของฟุตบอลลีกแต่ละประเทศ โดยนับฟุตบอลลีกของสเปน 2 ลีก , ฟุตบอลลีกของอังกฤษ The Premier League, ฟุตบอลลีกของเยอรมัน 3 ลีก, ฟุตบอลลีกของฝรั่งเศส 2 ลีก และฟุตบอลลีกของไทยนั้นไทยลีก ลีกวัน ลีกภูมิภาคและบอลถ้วย
2. การประเมินเม็ดเงินของฟุตบอลลีกต่างประเทศรวมในส่วนของการขายได้และค่าใช้จ่ายของกลุ่มธุรกิจข้างอ้อม เป็นต้น ขณะที่ประเทศไทยไม่ได้รวมเนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล
3. ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนให้กับเศรษฐกิจในอังกฤษมากกว่าสเปน แต่เนื่องจากมูลค่าเศรษฐกิจของอังกฤษมีขนาดใหญ่กว่าสเปน ทำให้สัดส่วนเม็ดเงินหมุนเวียนของฟุตบอลลีกสเปนต่อผลิตภัณฑ์รวมของประเทศสูงกว่าอังกฤษ
4. ข้อมูลมาจากสถาบันวิจัยหลายแห่งซึ่งจะมีเรื่องของรายละเอียดการเก็บข้อมูลที่ต่างกัน แต่การเปรียบเทียบนี้เพื่อให้เห็นถึงบทบาทของกีฬาฟุตบอลที่มีต่อเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ

อย่างพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ หรือลา ลีกาลีกของสเปนนั้น ต่างก็มีส่วนสำคัญในการสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ทั้งนี้ หากการพัฒนาฟุตบอลลีกของไทยยังคงรักษามาตรฐานการพัฒนาให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างให้เป็นลีกอาชีพที่เติบโตได้อย่างยั่งยืนก็จะช่วยหนุนธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่เชื่อมโยงกับกีฬา และอาจจะกลายเป็นส่วนสำคัญในบทบาทเศรษฐกิจของประเทศในระยะข้างหน้าต่อไปได้

ดังเช่นประเทศที่มีการพัฒนาการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพที่ได้มาตรฐานเป็นที่รู้จักทั่วโลก

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องให้ความสำคัญระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้อื่นๆ หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

