



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)

ปริญญา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

The Model of Professional Football Agents in Thailand

นามผู้วิจัย นางสาววรรณชลี โนริยา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์สมชาย ประเสริฐศิริพันธุ์, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประเสริฐไชย สุขสะอาด, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราตรี เรืองไทย, Ed.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญจนา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

รูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

The Model of Professional Football Agents in Thailand

โดย

นางสาววรรณชลี โนริยา

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตรบัณฑิต)

พ.ศ. ๒๕๕๔

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วรรณชลี โนริยา 2554: รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ปรชญาดุษฎีบัณฑิต
(วิทยาศาสตร์การกีฬา) สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์, Ph.D. 280 หน้า

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาวิเคราะห์ และนำเสนอรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วยบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการทั่วไป ด้านการตลาดกีฬา ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรอง โดยผู้วิจัยใช้เทคนิค EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ในการศึกษาภาพอนาคต บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 27 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่ามัธยฐานและพิสัยควอไทล์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของ นักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับประเทศไทย ใช้ตัวอย่าง จำนวน 232 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมียุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการจัดการทั่วไป คุณสมบัติทั่วไป ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆ พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูง และมีความสอดคล้องสูงมาก 2 ประเด็น คือ เอเย่นต์ต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอลในปัจจุบัน ($IQ=0, Mdn=5.00$) และเอเย่นต์ต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศเป็นอย่างดี ($IQ=0, Mdn=5.00$) ส่วนด้านการจัดการการเงินและวางแผนอาชีพของนักฟุตบอล อาชีพ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพ ทั้งภายในภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ($IQ=0.25, Mdn=4.00$) ซึ่งมีความสอดคล้องสูงมาก

2) การจัดการด้านการตลาด กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องสูงมาก คือ ประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ ($IQ=0.25, Mdn=4.00$)

3) การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรอง ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องสูงทุกประเด็น ($IQ=1, Mdn=5$) คือ การทบทวนสัญญาจ้างงาน ข้อตกลงการย้ายทีม ให้คำปรึกษาประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญ ด้านกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา

จากการศึกษารูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยต้องมี กระบวนการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์ กฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดในการส่งเสริมนักกีฬาไปสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพได้อย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Wanchalee Noriya 2011: The Model of Professional Football Agents in Thailand. Doctor of Philosophy (Sports Science) Major Field: Sports Science, Interdisciplinary Graduate Program.
Thesis Advisor: Mr. Somchai Prasertsiripan, Ph.D. 280 pages.

The objective of the research was to study analyze and propose the model of professional football agents in Thailand. The conceptual framework of agents' roles and responsibilities consisted of three aspects, which were general management, sport marketing and contract negotiation. The researcher applied the EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) technique to study future roles and responsibilities of the professional football agents in Thailand. The 27 of experts in professional football agents were the sample in this study by using purposive sampling. The data were analyzed by using Median and Interquartile range. Besides, Survey Research method was applied in this study to collect professional football players' opinion about the roles and responsibilities of sports agents that fit the Thai culture. A sample size of 232 would be needed to represent a cross-section of the population. The researcher applied the Simple Random Sampling method. The football players' opinions were analyzed by using percentage, mean and standard deviation. According to the results, the professional football agents should apply role and responsibilities cover three aspects as follows;

1) General management: the experts' opinions were highly congruence on the General Qualification ,Knowledge, Skill and other characteristics. The highest congruence level were "the agents must thoroughly understand the current football regulation "and "the agents must be well rounded of local and international football"(IQ=0,Mdn=5.00). Beside, in financial and career planning perserspective, The highest congruence level was "the agents should recommend the best option for the player for the career and post-career planning" (IQ=0.25,Mdn=4.00).

2) Sport marketing: the highest congruence of experts' opinions was "the agents should evaluate the player's marketing potential" (IQ=0.25,Mdn=4.00).

3) Contract Negotiation: the experts' opinions were highly congruence in all question (IQ=1,Mdn=5) as follows; An agents should review a contract with a club or transfer agreement , seeking legal experts or handling all legal process and an agents must prepare all required document such as employment contract .

Apart from the study of The Model of Professional Football Agents fits the Thai context , there must be an educational process that educates the roles and responsibilities of the agents and the regulations involved in a move to achieve the ultimate goal of systematically promoting the athletes to become the efficient professional football players

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตา กรุณาและการช่วยเหลือ จากอาจารย์ ดร.สมชาย ประเสริฐศิริพันธ์ และผศ.ดร.ประเสริฐไชย สุขสอาด ที่ให้โอกาส ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ รวมทั้งการเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านมาโดยตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นอกจากนี้ท่านยังคอยให้กำลังใจเป็นอย่างดีในการใช้ชีวิต ในการศึกษาปริญญาเอก ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ นอกจากนี้ ยังได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รศ.ดร.สุพิตร สมาชิกโต ประธานในการสอบ และอาจารย์ ดร. ไหวพจน์ จันทร์เสม ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ในการร่วมให้ความคิดเห็นเพื่อพัฒนางานให้มีความ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่าน ที่ให้การประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ และเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมาโดยตลอด ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ทุกคนในคณะที่ให้การช่วยเหลือและประสานงานเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ นายกและเลขาธิการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก ผู้จัดการทีม เลขาทีมสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก นักวิชาการด้านการบริหารจัดการ นักฟุตบอลอาชีพที่สังกัดสโมสรและเข้าร่วมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ปี พ.ศ 2552 ที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

นอกจากนี้ที่จะขาดมิได้ ขอขอบคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่คอยให้กำลังใจ ให้ความเมตตา คำชี้แนะ คำแนะนำ ความช่วยเหลือ มาโดยตลอด จนถึงความสำเร็จในวันนี้

ความสำเร็จในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีคุณค่าอันใหญ่หลวงต่อการเรียนรู้ของผู้วิจัย และความดีที่จะเกิดจากคุณค่าของงานวิจัยนี้ ขอมอบแด่บิดา มารดา ญาติ พี่น้อง คณาจารย์ เพื่อน ร่วมงานที่ได้มีส่วนร่วมในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

วรรณชลี โนริยา

กรกฎาคม 2554

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
การจัดการทั่วไปสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ	9
การตลาดกีฬาสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ	53
การทำสัญญาและการเจรจาต่อรองสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ	66
เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research)	98
แนวคิด วิวัฒนาการเกี่ยวกับฟุตบอลอาชีพไทย	101
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	120
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	129
การวิจัยด้วยเทคนิค EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research)	129
การวิจัยเชิงสำรวจ	134
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิจารณ์	139
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	139
การวิจารณ์	192

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	212
สรุปผลการวิจัย	212
ข้อเสนอแนะ	227
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	228
ภาคผนวก	239
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	240
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญโดยเทคนิค EDFR	242
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญโดยเทคนิค EDFR	245
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	247
ภาคผนวก จ ข้อบังคับตามกฎหมายสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ	253
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	280

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย	168
2	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย	172
3	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย	175
4	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย	177
5	จำนวนและค่าร้อยละของนักฟุตบอลอาชีพจำแนกตามสถานภาพ	180
6	แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	182
7	แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	183

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
8	แสดงค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็น ของนักฟุตบอลอาชีพต่อการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผน อาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	186
9	แสดงค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็น ของนักฟุตบอลอาชีพต่อการจัดการด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	188
10	แสดงค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็น ของนักฟุตบอล อาชีพต่อการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรอง ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	190

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ความมุ่งมั่นในการเจรจากับอำนาจต่อรอง	84
2	การเจรจาต่อรองโดยใช้เอเจนต์	94
3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	128
4	แสดงแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย	138
5	แสดงรูปแบบของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	210

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อาชีพนักกีฬาเป็นอาชีพที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างสูงในระยะเวลาที่ผ่านมา เพราะนอกจากจะเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ และยังสร้างชื่อเสียง ความภาคภูมิใจให้กับนักกีฬาเอง องค์กรที่สังกัด และประเทศชาติได้แล้วนั้น นักกีฬายังเป็นตัวแทนของการประกอบสัมมาชีพเป็นตัวอย่างแก่เยาวชน และเป็นองค์ประกอบทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมประเทศ ฟุตบอลเป็นกีฬาอีกชนิดหนึ่งที่ได้รับการนิยมนิยมอย่างสูงในปัจจุบันจากบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและนอกประเทศ ซึ่งเป็นกีฬาสากลที่นิยมอย่างแพร่หลาย นักฟุตบอลอาชีพเป็นอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งถือได้ว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้สูงไม่ต่างจากกีฬาอาชีพอื่นๆ จะเห็นได้จาก นักฟุตบอลอาชีพที่มีรายได้สูงที่สุดของโลก คือ เดวิด เบคแคม หัวหน้าที่ทีมชาติอังกฤษ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนจากสโมสร รีล มาดริด เป็นจำนวน 92,000 ปอนด์ต่อสัปดาห์ (ประมาณ 6.44 ล้านบาทต่อสัปดาห์) และได้รับโบนัสจากสโมสรอีกปีละ 1 ล้านปอนด์ (ประมาณ 70 ล้านบาท) นอกจากนั้นยังมีรายได้จากการเป็นพรีเซ็นเตอร์รับรองสินค้า รวมรายได้หลักทั้งหมด เดวิด เบคแคม มีรายได้ประมาณปีละ 18 ล้านปอนด์ (1,260 ล้านบาท) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรายได้ที่อาชีพนักฟุตบอลสามารถได้รับและเป็นแบบอย่างในการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ

จากกระแสความนิยมของฟุตบอลที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลก ทำให้การแข่งขันฟุตบอลได้มีการปรับเปลี่ยนในเชิงธุรกิจมากขึ้น เช่น ฟุตบอลลีกของประเทศอังกฤษ ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน ประเทศเยอรมันนี รวมทั้งฟุตบอลลีกแถบเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสิงคโปร์ และประเทศเวียดนาม ซึ่งสมาคมฟุตบอลของแต่ละประเทศจะมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการจัดตั้งสโมสรที่มีระบบบริหารจัดการในเชิงธุรกิจกีฬา มีการพัฒนานักกีฬามูลค่าสูงให้เป็นมืออาชีพ เกิดเป็นรายได้ผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลสำเร็จต่อเกมการแข่งขันมากขึ้น การแข่งขันฟุตบอลโลกมิได้มีฐานะเป็นเพียงบริการนันทนาการ แต่ยังมีฐานะเป็น “ตลาด” สำหรับการซื้อขายด้วยการทำกีฬาฟุตบอลให้เป็นอาชีพ นักฟุตบอลมีความต้องการค่าตัวราคาแพง ซึ่งค่าตัวขึ้นอยู่กับศักยภาพในการแข่งขัน นักฟุตบอลอาชีพ จึงมีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงโอกาสเข้าแข่งขันฟุตบอลโลกเพราะเป็นโอกาสอันดีในการแสดง

ศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งจะปรากฏทุกมุมโลกผ่านการถ่ายทอดโทรทัศน์ จึงช่วยในการโฆษณา หรือเปิดตลาดนักฟุตบอลและผู้จัดการทีมฟุตบอล ทำให้มีสโมสรจำนวนมากทำการเสนอซื้อตัว นักกีฬาทีมดังกล่าว โดยจะมีค่าตัวที่มีราคามเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นสโมสรต้นสังกัดยังมีรายได้เกิดขึ้น เช่นเดียวกัน (รังสรรค์ ชนะพรพันธุ์, 2544) กีฬาฟุตบอลอาชีพส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจ คือ ฟุตบอล อาชีพมีการสร้างงานให้กับนักฟุตบอลและผู้ที่เกี่ยวข้อง มีการกระจายรายได้และความเจริญสู่ชุมชน มีการส่งออกนักกีฬา นำเงินตราเข้าประเทศ นอกจากนั้นรัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษี มีการผลิต สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอล ส่วนที่ส่งผลต่อสังคม คือ ค่านิยมต่อกีฬาเปลี่ยนไป ลดค่าใช้จ่ายทางด้านสาธารณสุขและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า อาชีพนักฟุตบอลสามารถทำรายได้เป็นจำนวนมาก (กรุงเทพธุรกิจ, 2551) สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันมีนักกีฬาหลายชนิดที่ประสบความสำเร็จจากการเป็นนักกีฬาอาชีพ เช่น กีฬาอล์ฟ นักกีฬาผู้ที่สามารถทำเงินรางวัลสูงสุดของประเทศไทย คือ ชงชัย ใจดี ทำรายได้ 700,000 ยูโร (ประมาณ 33 ล้านบาท) ไม่รวมถึงสปอนเซอร์ส่วนตัวในขณะที่ ชัชชัย นิราษ มีรายได้ 442,325 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 15 ล้านบาท) ประหยัด มากแสง มีรายได้ในเอเชีย นักรบ 358,623 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 12 ล้านบาท) พรหม มีสวัสดิ์ 311,308 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 10.5 ล้านบาท) ถาวร วิรัตน์จันทร์ 256,914 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 8.7 ล้านบาท) และ ชินรัตน์ ผดุงศิลป์ มีรายได้ 181,980 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 6.1 ล้านบาท) ส่วนในกีฬาเทนนิส ภราดร ศรีชาพันธุ์ อดีตนักกีฬาเทนนิสอันดับหนึ่งของเอเชีย ซึ่งในปีที่ผ่านมาไม่สามารถทำรายได้มากนัก เนื่องจากมีอาการบาดเจ็บ ทำให้ลงแข่งขันได้เพียงไม่กี่รายการ ซึ่งมีรายได้ 36,880 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 1.2 ล้านบาท) รัชฎาภย์ วิโลโรจน์ นักแข่งรถจักรยานยนต์ อายุ 19 ปี มีชื่อเสียงจากการแข่งขัน ชิงแชมป์ประเทศญี่ปุ่นเมื่อปี พ.ศ.2549 ได้ชัยชนะเป็นอันดับ 2 มีรายได้ เป็นจำนวนมาก (ไทยรัฐ, 2551)

อย่างไรก็ตาม นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยยังนับว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ที่ยังไม่สามารถที่จะหาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ด้วยการประกอบอาชีพนักกีฬาโดยอาศัยรายได้จากการเล่นกีฬาเพียงอย่างเดียว นอกจากนั้น ยังมีนักกีฬาที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเซ็นสัญญา เช่น นักฟุตบอลไทย สุริย์ สุขะ เกียรติประวุฒิ สายแวว และ ชีรศิลป์ แดงดา หลังจากทำการเซ็นสัญญากับ สโมสรฟุตบอลแมนเชสเตอร์ ซิตี้ นักฟุตบอล ทั้ง 3 คน ได้ประสบปัญหาในด้านต่างๆ การไม่มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ รายละเอียดในสัญญาพร้อมกับการรับเงินเดือนตามกำหนด ทำให้นักฟุตบอล ที่ไปเล่นนอกประเทศไม่สามารถได้รับผลประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ พร้อมทั้งเกิดปัญหาด้านของ

ความล่าช้าของการได้รับใบอนุญาตการทำงานอีกด้วย (คม ชัด ลึก, 2551) ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้มีสาเหตุจากการที่นักกีฬาไม่มีเอเจนต์คอยดูแลในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการเจรจาต่อรองด้านการวางแผนการเงิน ทำให้นักกีฬาไม่สามารถควบคุมการใช้จ่ายเงิน หรือติดต่อสื่อสารกับผู้ว่าจ้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะไม่มีระบบของการบริหารจัดการเกี่ยวกับกีฬาอาชีพโดยผ่านเอเจนต์นักกีฬา ซึ่งเอเจนต์นักกีฬา จะเข้ามาดูแลนักกีฬาในด้านการบริหารและการจัดการ ทำหน้าที่เป็นเอเจนต์ของนักกีฬา คอยแนะนำชี้แนะเพื่อการก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายได้อย่างรวดเร็วและมีขั้นตอนโดยไม่เสียเวลา และดูู้การทำงานให้แก่ลูกค้าหรือนักกีฬาเพื่อให้ลูกค้าหรือนักกีฬาได้แสดงความสามารถหรือศักยภาพของตัวเองในการแข่งขัน ได้เต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้นักกีฬาประสบความสำเร็จในการแสดงความสามารถของตนเองรวมทั้งช่วยให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดจากการเป็นนักกีฬาอาชีพทั้งในด้านการเงินและด้านอื่นๆ (Covell et al., 2007) หรือเป็นผู้ให้คำปรึกษา จัดหาข้อมูลหรือจัดตารางการแข่งขันและวางรูปแบบ การฝึกซ้อม การจัดหาโค้ช ผู้จัดการทีมที่ดี ให้เหมาะสม ต้องติดตามข่าวสารข้อมูลและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมกีฬาที่สำคัญยังให้คำปรึกษาด้านการเงินหรือการวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมถึงการทำสัญญาต่างๆ ในส่วนของธุรกิจกีฬาเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกับนักกีฬา และเป็นไปตามเงื่อนไขในสัญญา (Greenberg 1993; Lester 1990) สำหรับเอเจนต์นักกีฬาในประเทศไทยอาจยังไม่เป็นที่ต้องการของนักกีฬามากนัก เนื่องจากนักกีฬายังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีเอเจนต์ ทำให้เอเจนต์นักกีฬา (Sports Agents) ในประเทศไทยยังไม่มีบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนเหมือนเช่นประเทศที่กีฬาอาชีพเจริญก้าวหน้าไปมากแล้ว

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย เนื่องจาก เอเจนต์นักกีฬา เปรียบเสมือนกลไกหนึ่งที่เกิดการขับเคลื่อนของนักกีฬาอาชีพให้สามารถบรรลุไปสู่เป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว การที่เอเจนต์ฟุตบอลมีบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนทำให้นักฟุตบอลอาชีพประสบความสำเร็จทั้งอาชีพการงานและเรื่องส่วนตัว อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาเรื่องดังกล่าวทั้งภายในและนอกประเทศ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักฟุตบอลเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนนักกีฬาไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพในระดับนานาชาติอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีคำถามเพื่อการวิจัยดังนี้

1. บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยและต่างประเทศปัจจุบันเป็นอย่างไร

2. บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษารoles บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ โดยศึกษาภายในขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษา วิเคราะห์ รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทยครอบคลุมการศึกษารoles บทบาทและหน้าที่ 3 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ 2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ 3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารoles บทบาทของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ประกอบด้วย เลขาธิการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก ผู้จัดการทีมหรือเลขานุการทีมสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์ในด้านเอเย่นต์นักกีฬา นักวิชาการด้านการบริหารจัดการ นักฟุตบอลอาชีพที่เคยทำสัญญาสังกัดสโมสรในต่างประเทศ และนักกีฬาฟุตบอลที่สังกัดสโมสรและเข้าร่วมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ปี 2552

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บข้อมูลการวิจัยอยู่ระหว่าง มีนาคม - ตุลาคม 2552

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนนักฟุตบอลของประเทศไทย ไปสู่การเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ ในระดับนานาชาติอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นิยามศัพท์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ ไว้ดังนี้

บทบาท หมายถึง แนวทางการปฏิบัติ หรือการแสดงออกของบุคคลตามสถานภาพในการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

เอเย่นต์ หมายถึง ตัวแทน ผู้แทน หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายหรือบุคคลที่ปฏิบัติดูแลให้คำปรึกษา และทำการแทนแก่นักกีฬา

เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ หมายถึง บุคคลที่ตกลงปฏิบัติหน้าที่หรือทำการแทนนักฟุตบอลอาชีพและเป็นบุคคลที่มีใบอนุญาตที่ออกโดยสมาคมฟุตบอลที่เป็นสมาชิกของ FIFA ที่สามารถทำหน้าที่ต่อสโมสร หรือนักฟุตบอลอาชีพ ในเรื่องของการเจรจาหรือทบทวนการเจรจาสัญญาจ้างงาน ข้อตกลง และการจดทะเบียนหรือการทำธุรกรรม เพื่อรักษาผลประโยชน์ของนักกีฬา และ/หรือสโมสรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับที่กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ

สโมสรฟุตบอล หมายถึง สโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ประจำปี 2552 ดังนี้ ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล ทีโอที สโมสรฟุตบอลเมืองทองยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลชลบุรีเอฟซี สโมสรฟุตบอลจุฬายูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลพัทยา ยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลสมุทรสงคราม สโมสรฟุตบอลบางกอกกลาส สโมสร

ฟุตบอล ทีทีเอ็ม สมุทรสาคร สโมสรฟุตบอลโอสถสภา เอ็ม150 สโมสรฟุตบอลการท่าเรือไทย เอฟซี สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน สโมสรฟุตบอลเบงค็อก ยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลราชนาวิ-
ระของ สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้า

กีฬาอาชีพ หมายถึง กีฬาที่เล่นเป็นอาชีพโดยนักกีฬาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีรายได้หรือ
สามารถยึดเป็นอาชีพได้และเป็นที่ได้รับความนิยมนับว่าหลายทั้งผู้ชมและผู้เล่น นักกีฬา
มีความสามารถสูง มีการจัดระบบการแข่งขันที่เป็นมาตรฐาน มีองค์กรกีฬาอาชีพมีพระราชบัญญัติ
กีฬาอาชีพ

นักฟุตบอลอาชีพ หมายถึง นักฟุตบอลที่สังกัดสโมสรฟุตบอลและเข้าร่วมแข่งขันไทย
พรีเมียร์ลีกประจำปี 2552 โดยปฏิบัติตามกฎระเบียบภายใต้องค์กรกีฬานั้นๆ และเล่นกีฬาเพื่อมี
รายได้เป็นค่าครองชีพและต้องเสียภาษีจากรายได้

ฟรีเซ็นเตอร์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการรับรองสินค้าในตัวสินค้า หรือทำหน้าที่เป็น
ตัวแทนโฆษณา ประชาสัมพันธ์ขายสินค้าและการบริการของอุตสาหกรรมของบริษัทหรือ
หน่วยงานที่เป็นผู้ว่าจ้าง

ฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย หมายถึง รายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพที่สมาคมฟุตบอลแห่ง
ประเทศไทยฯจัดการแข่งขันประกอบด้วยไทยพรีเมียร์ลีก ดิวิชั่น 1 ดิวิชั่น 2

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกีฬา หมายถึง นักกีฬาอาชีพ เอเจนต์ สมาคมนักกีฬา โค้ช ผู้จัดการ
กีฬา สมาคมกีฬา สโมสร ผู้สนับสนุน ฝ่ายโฆษณา สื่อออนไลน์ และผู้ชมหรือแฟนคลับกีฬา
ฟุตบอล

รูปแบบ หมายถึง รูปแบบที่กำหนดขึ้นเป็นหลักหรือเป็นแนวทางซึ่งเป็นที่ยอมรับในที่นี้
เป็นรูปแบบบทบาทและหน้าที่ของเอเจนต์นักกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย แบบแผนที่แสดง
โครงสร้างทางความคิด และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ซึ่งรูปแบบบทบาทและหน้าที่ของ
เอเจนต์ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย 3 ด้าน

ด้านการจัดการทั่วไป หมายถึง เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีคุณสมบัติทั่วไปที่เหมาะสม มีความรู้ ทักษะและคุณลักษณะอื่นๆและทำหน้าที่ในการดูแลให้คำปรึกษาด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เช่นการวางแผนการเดินทางเพื่อการแข่งขัน การจองตั๋วเครื่องบิน จัดตารางแข่งขัน และครอบคลุมขั้นตอนในการทำงานประมาณ การวางแผนด้านภาษี และการลงทุนของนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมกับให้คำแนะนำด้านอาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการตลาดกีฬา หมายถึง เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ทำหน้าที่ด้านการตลาดเพื่อการสร้างตราสินค้าสำหรับนักฟุตบอลอาชีพให้เป็นที่รู้จัก พร้อมกันนั้นต้องมีการรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพและสนับสนุนการเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อรับรองสินค้าในอุตสาหกรรมกีฬาและอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อนักฟุตบอลอาชีพ

ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรอง หมายถึง เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ต่อนักฟุตบอลอาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ดูแลเรื่องสัญญาและการเจรจาต่อรองในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเจรจาต่อรองสัญญาด้านการตลาด และเจรจาต่อรองข้อสัญญาของนักกีฬาที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตภายในสโมสรเดียวกันหลังจากที่สัญญาเดิมของนักกีฬาหมดอายุลง พร้อมทั้งดูแลด้านกฎหมายกรณีมีการฟ้องร้องคดีความทางแพ่งหรือทางอาญา เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสามารถให้ความช่วยเหลือและปฏิบัติหน้าที่แทนนักฟุตบอลอาชีพ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัย “รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ โดยค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

การจัดการทั่วไปสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ
2. แนวคิด ความหมาย บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักกีฬา
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนอาชีพ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนด้านการเงิน

การตลาดกีฬาสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

1. แนวคิดการสร้างตราสินค้า

การทำสัญญาและการเจรจาต่อรองสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

1. บทกฎหมายเอเย่นต์นักกีฬาและสัญญา
2. แนวคิดและทฤษฎีการเจรจาต่อรอง

การวิจัยด้วยเทคนิค EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research)

แนวคิด วิชาการเกี่ยวกับฟุตบอลอาชีพไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการทั่วไปสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

ความหมายของสมรรถนะ

ก่อนที่จะได้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ ใคร่ขอทำความเข้าใจกับความหมายของคำว่า สมรรถนะ พอสังเขป ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency) เกิดขึ้นในช่วงต้นของศตวรรษที่ 1970 โดยนักวิชาการชื่อ David McClelland ได้ทำการศึกษาวิจัยว่าทำไมบุคลากรที่ทำงานในตำแหน่งเดียวกันจึงมีผลงานที่แตกต่างกัน McClelland จึงทำการศึกษาวิจัยโดยแยกบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีออกจากบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานพอใช้ แล้วจึงศึกษาว่าบุคลากรทั้ง 2 กลุ่มมีผลการทำงานที่แตกต่างกันอย่างไร ผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่า บุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีจะมีสิ่งหนึ่งที่เรียกว่า สมรรถนะ (Competency) (จิรประภา อัครบวร, 2549: 58)

Boyatzis (1982: 58) ได้ให้นิยามว่า สมรรถนะ หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งถือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร และทำให้บุคคลมุ่งมั่นสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ

Parry (1997) ได้ให้นิยามว่า สมรรถนะ คือกลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงาน

Klemp (n.d. สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ, 2548: 16) ผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรบุคคลให้ความหมายของ สมรรถนะ คือ บุคลิกลักษณะที่อยู่ภายในบุคคล ซึ่งมีผลต่อความมีประสิทธิภาพ หรือผลการการทำงานที่เป็นเลิศ

Shermon (n.d. สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ, 2548: 16) ได้กล่าวถึงความหมายของสมรรถนะ 2 ความหมาย ความหมายที่ 1 สมรรถนะ หมายถึง ความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะสามารถ

ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในขอบเขตงานที่ตนรับผิดชอบ ความหมายที่ 2 สมรรถนะ หมายถึง คุณสมบัติที่บุคคลจำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Mitrani, Dalziel and Fitt (1992: 11) กล่าวถึง สมรรถนะ เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่มีความเชื่อมโยงกับประสิทธิผลหรือผลการปฏิบัติงานในการทำงานซึ่งสอดคล้อง กับความหมายของ Spencer and Spencer (1993: 9) ที่ให้ความหมายของสมรรถนะว่าเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลต่อความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้และ/หรือการปฏิบัติงานที่ได้ผลการทำงานที่ดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ Spencer and Spencer (1993: 11) ได้ขยายความหมายของสมรรถนะว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของแต่ละบุคคล (Underlying Characteristic) ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลจากความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้ (Criterion Reference) และ/หรือการปฏิบัติงานที่ได้ผลงานสูงกว่ามาตรฐาน (Superior Performance)

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานอื่นๆ ในองค์กร

จากที่นำเสนอมาข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าสมรรถนะ(Competency) หมายถึง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะของบุคคล (Attributes) ซึ่งบุคคลนั้นจะแสดงออกเป็นวิธีคิดและพฤติกรรมในการทำงานที่จะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ที่ทำให้บุคคลผู้นั้นทำงาน ในความรับผิดชอบของตนได้ดีกว่าผู้อื่น

องค์ประกอบของสมรรถนะ

สำหรับองค์ประกอบที่สำคัญมีผู้ทำการศึกษาให้แนวคิดองค์ประกอบของสมรรถนะ ดังนี้

McClelland (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสมรรถนะไว้ 5 ส่วน ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ เป็นต้น

2. ทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ทักษะทางการถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น ทักษะที่เกิดขึ้นนั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้ และสามารถปฏิบัติได้อย่างแคล่วคล่องว่องไว

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self – Concept) คือ เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น ความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น

4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ หรือมีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

5. แรงจูงใจ / เจตคติ (Motives / Attitude) เป็นแรงจูงใจ หรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

จากสมรรถนะทั้ง 5 ส่วนนี้ พบว่า สมรรถนะดังกล่าวสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่สามารถสังเกตและวัดได้ง่าย คือ ความรู้ ทักษะ และ ความสามารถ ซึ่งเป็นส่วนที่ชัดเจน elliต่อการสังเกต การพัฒนาและการประเมิน มีความเกี่ยวข้องกับงานและบุคคล ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self - Concept) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Traits) และแรงจูงใจ (Motives) นั้นเป็นส่วนที่สังเกตและวัดได้ยากกว่า อย่างไรก็ตาม เมื่อรวมทั้ง 2 ส่วนเข้าด้วยกัน พบว่า สมรรถนะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคลหรือเจตคติ (Attribute) ซึ่งโดยนัยนี้ จึงสามารถจัดแบ่งสมรรถนะได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold Competencies) อันหมายถึงความรู้ หรือทักษะพื้นฐานที่จำเป็นของบุคคลที่ต้องมีเพื่อให้สามารถทำงานที่สูงกว่าหรือซับซ้อนกว่าได้ 2) สมรรถนะที่ทำให้เกิดความแตกต่าง(Differentiating Competencies) อันหมายถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานที่ดีกว่าหรือสูงกว่ามาตรฐาน สูงกว่าคนทั่วไป จึงทำให้เกิดความสำเร็จที่แตกต่างกัน

สมรรถนะและ KSAO

จากความหมายและองค์ประกอบของสมรรถนะที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า“สมรรถนะ” หรือ Competency ไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) และคุณลักษณะอื่น ๆ (Other Characteristics) ที่ได้พูดถึงกันมานานแล้ว ซึ่งในการศึกษาจิตวิทยาที่

เกี่ยวกับการคัดเลือกบุคลากร มักใช้คำว่า KSAO เป็นคำย่อที่แสดงคุณลักษณะของบุคคลที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

K หมายถึง Knowledge (ความรู้) ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นพื้นฐานที่จะทำให้เกิดความสามารถ หรือ ทักษะ เป็นข้อมูลความรู้ต่างๆ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และขบวนการ ซึ่งนำมาใช้จะทำให้มีผลการปฏิบัติงานดี

S หมายถึง Skill (ทักษะ) การทำงานได้อย่างง่ายดาย และถูกต้องแม่นยำ โดยทั่วไป หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของร่างกาย แขน มือ การใช้สายตา (Psychomotor)

A หมายถึง Ability (ความสามารถ) เป็นความสามารถทางสมองที่จำเป็นสำหรับการทำงาน ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับการนำความรู้มาประยุกต์ใช้

O หมายถึง Other Characteristics คุณสมบัติอื่นๆ เช่น ความเต็มใจที่จะทำงานภายใต้สถานการณ์ที่อันตราย และคุณสมบัติส่วนบุคคลที่ช่วยให้การทำงานบางอย่างได้ เช่น ลักษณะการไม่ท้อถอยง่าย การอดทนต่อความคิดเห็นของผู้อื่น

บางคนอาจใช้คำว่า KSA แทนโดย Knowledge คือ ความรู้ Skill คือ ทักษะและคุณลักษณะ Attributes คือ คุณลักษณะของบุคคล ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับ KSA และ KSAO ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากในสมัยใหม่เราเรียกแนวคิดทั้งสองว่า “สมรรถนะ” คือ ลักษณะเชิงพฤติกรรม (รัชนิวรรณ วินิชย์ถนอม, 2548)

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด KSA เพื่อโดยที่ศึกษาบทบาทหน้าที่ของเอเยนต์ นักฟุตบอลอาชีพ โดยเฉพาะบทบาทด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

คุณสมบัติของเอเยนต์นักกีฬา

ทักษะที่จำเป็นในการเป็นเอเยนต์นักกีฬา (Key Skills required of Sports Agents)

Masteralexis, Barr and Hums (2008) โดยพื้นฐาน เอเยนต์ด้านกีฬาต้องมีความรู้ด้านการทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ความรู้ลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับการทำงานในอุตสาหกรรมกีฬา เอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรม (เช่น สัญญา นโยบาย กฎและข้อบังคับ บทบัญญัติต่างๆ ข้อตกลง การต่อรองเป็นหมู่คณะ) และเครือข่ายการติดต่อในอุตสาหกรรม ถึงแม้ทักษะที่จำเป็นของเอเยนต์ด้านกีฬาจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ การให้บริการ แต่เอเยนต์ทุกคนต้องมีทักษะในการฟังและการให้คำปรึกษาที่ดี เอเยนต์ทำงานให้กับนักกีฬาและต้องทำความรู้จักนักกีฬาในระดับส่วนตัว ซึ่งจะช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นขึ้นระหว่างสองฝ่าย เอเยนต์ต้องตัดสินใจโดยอ้างอิงจากความปรารถนาและเป้าหมายของนักกีฬา เอเยนต์ควรกระทำการใดๆภายหลังจากที่ได้ปรึกษากับนักกีฬา และต้องดำเนินการเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของนักกีฬา

ทักษะที่เอเยนต์ใช้ในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสารนั้นสำคัญยิ่ง เพราะเอเยนต์จะต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้แทนของนักกีฬาในการประชุม หน้าที่หลายๆประการของเอเยนต์ต้องการทักษะการเจรจาต่อรองที่ประณีตละเอียดอ่อน เอเยนต์ยังต้องซื่อสัตย์กับนักกีฬาและเข้มแข็งพอที่จะเป็นเกราะป้องกันให้กับนักกีฬาจากสื่อ นักกีฬาอาชีพเหมือนกับเอ็นเตอร์เทนเนอร์ที่พบว่าชีวิตของตนเองถูกขูดค้ำและตรวจสอบอย่างละเอียดโดยสื่อมวลชนและเอเยนต์ต้องช่วยนักกีฬาปรับตัวกับความกดดันที่มาพร้อมกับชื่อเสียง และแนะนำนักกีฬาให้ประสานงานกับสื่ออย่างเหมาะสมเมื่อนักกีฬาต้องเจรจาต่อรองเรื่องสัญญา หรืออยู่ในกระบวนการทางศาลกับทีมของพวกเขา ความสัมพันธ์จะกลายเป็นปฏิปักษ์ต่อกันซึ่งไม่ใช่สถานการณ์ที่ดีนักสำหรับนักกีฬาอาชีพผู้ซึ่งกระบวนการทางจิตวิทยามีบทบาทสำคัญในความสำเร็จบนเส้นทางอาชีพของพวกเขา เอเยนต์ต้องป้องกันนักกีฬาจากคำกล่าวเกี่ยวกับนักกีฬาที่เสียหายในการประชุมหรือในศาล เพราะบ่อยครั้งที่คำกล่าวเหล่านั้นทำลายความมั่นใจของนักกีฬา

แนวคิด ความหมาย บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักกีฬา

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบทบาท ได้มีผู้นำ ความหมายของคำว่า บทบาท (Role) ไว้สอดคล้องกันพอสรุปได้ ดังนี้

คำว่า “บทบาท” (Role) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ซึ่งแต่ละอย่างมีความหมายที่ไม่แตกต่างกันมากนัก นักจิตวิทยาสังคมได้กล่าวถึงที่มาของบทบาทว่า มาจากคำเต็มว่า “บทบาททางสังคม” (Social Role) ซึ่งหมายถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่คาดหวังของบุคคลสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ดำรงตำแหน่งนั้นอยู่ อีกฝ่ายหนึ่งคือ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตำแหน่งนั้น

ราชบัณฑิตยสถาน (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า บทบาท หมายถึง การกระทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ นั่นคือเมื่อสังคมกำหนดสิทธิและหน้าที่ในสถานภาพใดอย่างใดแล้วบุคคลในสถานภาพนั้นจะต้องประพฤติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นอาจจะตรงหรือไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้เกี่ยวข้องก็ได้

วิทยากร เชียงกูล (2547) ได้กล่าวว่า บทบาท (Role) ของคนในองค์กร เป็นหน่วยพื้นฐานขององค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรยังคงอยู่ได้ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงตัวสมาชิกหลายครั้งตามกล่าวคือ บทบาท หมายถึง พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับคนอื่นที่เป็นที่คาดหวังของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง บางครั้งยังใช้กับองค์กรหรือที่ทำงานด้วย

Cohen (1979) ได้ให้คำอธิบายเรื่องบทบาทไว้ ดังนี้ การที่สังคมได้กำหนดเฉพาะเจาะจงให้เราปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทใดบทบาทหนึ่งนั้นเรียกว่า เป็นบทบาทที่ถูกกำหนด (Prescribed Role) ถึงแม้ว่า บุคคลบางคนจะไม่ได้ประพฤติปฏิบัติตามบทบาทที่คาดหวังโดยผู้อื่น เรายังคงยอมรับว่า จะต้องปฏิบัติตามบทบาทที่สังคมกำหนดให้ ส่วนบทบาทที่ปฏิบัติจริง (Enacted Role) เป็นวิธีการที่บุคคลได้แสดง หรือปฏิบัติออกมาจริงตามตำแหน่ง ความไม่ตรงกันของบทบาทที่ถูกกำหนดกับบทบาทที่ปฏิบัติจริงนั้น อาจมีสาเหตุมาจาก

1. บุคคลขาดความเข้าใจในส่วนของบทบาทที่ต้องการ (Lack of Understanding)
2. ความไม่เห็นด้วย (Not to Conform) หรือไม่ลงรอยกับบทบาทที่ถูกกำหนด
3. บุคคลไม่มีความสามารถ (Inability) ที่จะแสดงบทบาทนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธงชัย สันติวงษ์ และ ชัยยศ สันติวงษ์ (2542) กล่าวว่า บทบาทเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างตัวบุคคลกับองค์กร พฤติกรรมของบุคคลในองค์กรจะแสดงออกมาที่ระบบของบทบาทมีผลกระทบมาจากองค์กรที่เป็นทางการ องค์กรที่ไม่เป็นทางการ เทคโนโลยี และความคาดหวัง

ของสมาชิกภายในองค์กร ระบบของบทบาทจะเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ ในองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไปเสมอ

Hoy and Miskel (1991) กล่าวถึงลักษณะบางประการที่จะอธิบายธรรมชาติของบทบาท ดังนี้

1. บทบาทแสดงถึงตำแหน่ง สถานะ (Status) ภายในองค์กร ในสถานศึกษาประกอบด้วย ตำแหน่งต่างๆ เช่น อาจารย์ใหญ่ ครู อาจารย์ นักเรียน เป็นต้น
2. บทบาทถูกกำหนดโดยความคาดหวังและหน้าที่ของตำแหน่งนั้นๆ ความคาดหวังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่เหมาะสมของแต่ละตำแหน่ง เมื่อบุคคลได้แสดงพฤติกรรมตามหน้าที่ของตำแหน่งนั้นๆ
3. บทบาทเป็นตัวแปร คือ สามารถแปรเปลี่ยนไป ทั้งนี้เพราะว่า ความคาดหวังบางอย่างจำเป็นต้องกระทำตาม แต่ความคาดหวังอีกบางอย่างอาจมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติก็ได้
4. บทบาททั้งหลายในองค์กรมีความคาบเกี่ยวกันและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เช่น เป็นการยากที่จะอธิบายเฉพาะบทบาทของครูหรือเฉพาะบทบาทของนักเรียนโดยไม่ต้องอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการกำหนดบทบาทขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและสังคม ดังนั้นบุคคลจะกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความสอดคล้องกันของความต้องการของตนเองและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง

สรุปความหมายของบทบาทได้ว่า บทบาทมีองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับงานและคนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของคนที่ประสบความสำเร็จ การแสดงออกเช่นนี้เป็นความเกี่ยวพันกันระหว่างความคิดของผู้ดำรงตำแหน่งเองกับความคิดหวังของผู้อื่น ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันกับการใช้อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ บทบาทจึงมีความหมายแยกออกเป็นสองส่วนคือ

1. บทบาทที่ได้มาพร้อมกับตำแหน่ง เป็นบทบาทที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับตำแหน่งเมื่อบุคคลดำรงตำแหน่งใดก็ต้องแสดงบทบาทตามกฎหมาย ภาระหน้าที่ตามกฎหมาย ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบและสิทธิหน้าที่ที่กำหนดไว้เป็นบรรทัดฐาน

2. บทบาทที่เป็นความคาดหวังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นบทบาทที่บุคคลที่เกี่ยวข้องคาดหวังว่าบุคคลที่เข้าไปดำรงตำแหน่งนั้น จะต้องมีความประพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะสอดคล้องกับแบบแผนที่กำหนดไว้หรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยม ทศนคติ ประสพการณ์และการศึกษาอบรมของผู้เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีบทบาท (Role Theory)

การศึกษารั้วนี้ กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีบทบาท (Role Theory) การเข้าใจทฤษฎีบทบาทจะทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมมนุษย์ได้ ดังนั้น สมาชิกทุกคนในสังคม จึงควรที่จะเรียนรู้บทบาทของตนและกันว่าเมื่อไร เวลาไหน และที่ใด บุคคลควรจะแสดงบทบาทอย่างไรจึงจะเหมาะสมอันเป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่าย

ทฤษฎีของราล์ฟ ลินตัน (Ralph Linton's Role Theory) ราล์ฟ ลินตัน เป็นนักมานุษยวิทยาที่มีชื่อเสียง กล่าวว่า “ตำแหน่ง สถานภาพ เป็นผู้กำหนดบทบาท ผู้ที่มีตำแหน่งจะปฏิบัติหน้าที่ได้สมบทบาทหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น บุคลิกภาพของผู้สมบทบาท ลักษณะของสังคม ตลอดจน ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมนั้นด้วย” (พิทยา เพชรรักษ์ , 2541)

ทฤษฎีบทบาทของโฮมันน์ (Homann's Role Theory) อ้างถึงใน พิทยา เพชรรักษ์ (2541) กล่าวว่า บุคคลจะเปลี่ยนบทบาทไปตามตำแหน่งเสมอ เช่น ตอนกลางวันแสดงบทบาทสอนหนังสือ เพราะเป็นครู พอตอนเย็นต้องแสดงบทบาทดูแลเลี้ยงดูบุตรเพราะเป็นพ่อแม่ เป็นต้น

ทฤษฎีบทบาทของพาร์สัน (Parson's Role Theory) อ้างถึงใน พิทยา เพชรรักษ์ (2541) กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคม ทำให้มนุษย์ต้องเพิ่มบทบาทของตน เช่น บุคคลที่มีเพื่อนมากต้องแสดงบทบาทมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

ทฤษฎีบทบาทของกูด (Good's Role Theory) อ้างถึงใน พิทยา เพชรรักษ์ (2541) กล่าวว่า บทบาทคือแบบแผนของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของแต่ละบุคคล และบทบาทดังกล่าวควรเป็นไปตามข้อตกลงที่มีต่อสังคมนั้น ๆ

ดังนั้น บทบาท หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล ซึ่งอยู่ในฐานะ ตำแหน่งหรือ มีสถานภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสังคมได้กำหนดให้มีหน้าที่ต้องปฏิบัติบทบาทและสถานภาพเป็น สิ่งที่ควบคู่ สถานภาพจะกำหนดว่าบุคคลนั้นๆ มีหน้าที่ต้องปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างไร ส่วนบทบาทเป็น การปฏิบัติตามหน้าที่ที่สังคมได้กำหนดไว้ ในแต่ละสถานภาพ การแสดงบทบาทจะสอดคล้องกับ บรรทัดฐานของสังคม ในสถานภาพหนึ่งๆ บุคคลอาจจะต้องแสดงบทบาทมากมาย

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีบทบาท หมายถึง แนวปฏิบัติของพฤติกรรมการแสดงออกตาม สถานภาพของแต่ละบุคคลในขณะปฏิบัติหน้าที่นั้นๆ

ความหมายและบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักกีฬา

เอเยนต์นักกีฬา (Sports Agents) คือ ผู้จัดการส่วนตัวหรือเอเยนต์ของนักกีฬา ซึ่งมีหน้าที่ หาช่องทางการทำงานแก่นักกีฬาเพื่อให้นักกีฬาได้แสดงความสามารถออกมาอย่างเต็มความสามารถ และยังมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้านักกีฬาสามารถแสดงความสามารถในการ แข่งขันได้เต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่น หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของเอเยนต์คือการเจรจาต่อรอง สัญญาระหว่างลูกค้านักกีฬากับโค้ช องค์กรกีฬา และองค์กรธุรกิจต่างๆ (Williams, 2005)

หน้าที่ของเอเยนต์นักกีฬา ประกอบด้วย การจัดการกับสื่อ การเจรจาสัญญา และการตลาด ภาพลักษณ์ของนักกีฬา นอกจากนี้ เอเยนต์นักกีฬายังทำหน้าที่ การจัดการในเรื่องทั่วไป เช่น การ คัดเลือกรายการที่จะลงแข่งขัน ประเภทของกิจกรรมที่นักกีฬาควรมี และผู้สนับสนุนหรือทีมใดที่ ดีที่สุดสำหรับนักกีฬา (Epstein, 2003)

เอเยนต์นักกีฬา คือ ผู้จัดการส่วนตัวและเอเยนต์ของนักกีฬาซึ่งมีหน้าที่หาช่องทางการทำงาน แก่ลูกค้านักกีฬาเพื่อให้เขาได้แสดงความสามารถออกมาให้ได้มากที่สุด และยังมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้าน อื่นๆเพื่อให้ลูกค้านักกีฬาสามารถแสดงความสามารถในการแข่งขันได้เต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่น ทว่าหน้าที่ที่สำคัญที่สุดของเอเยนต์ คือ การเจรจาต่อรองสัญญาระหว่างลูกค้านักกีฬากับโค้ช องค์กรกีฬา และองค์กรธุรกิจต่างๆ (Covell, etc. 2007)

การบริการของเอเจนต์นักกีฬา ประกอบด้วย การให้คำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น เรื่องภาษี การลงทุน การทำประกัน และการจัดการเงิน การหาและต่อรองสัญญาโฆษณาต่างๆ การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและการฝึกซ้อม การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย การให้คำปรึกษาถึงแผนชีวิตหลังจากจบอาชีพการเล่น การให้คำปรึกษากับนักกีฬาเกี่ยวกับการปฏิบัติตนต่อสื่อ และการให้คำปรึกษากับนักกีฬาเรื่องการใช้ชีวิตประจำวัน บริการทั้งหมดนี้และที่มากกว่านี้เป็นสิ่งที่นักกีฬาอาชีพในปัจจุบันต้องการ โดยมีระดับความต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้ที่นักกีฬาเซ็นสัญญาเอเจนต์ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงที่ระบุไว้ระหว่างนักกีฬาและเอเจนต์ เอเจนต์บางคนจะสร้างหน้าที่ในทันทีที่การเจรจาสัญญาของนักกีฬาเสร็จสิ้นและพวกเขาได้รับค่าจ้างเรียบร้อยแล้ว ในขณะที่เอเจนต์บางคนยังคงรักษาความสัมพันธ์โดยให้บริการตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริการด้านการเงิน งานโฆษณาและการให้คำปรึกษา (Kenneth and Timothy, 2003)

เอเจนต์นักกีฬามักจะเรียกตัวเองว่าเป็น ผู้ดูแลนักกีฬา (Athlete Representatives) หรือนักกฎหมายด้านกีฬา (Sport Lawyers) ในความคิดของบางคน คำว่าเอเจนต์ด้านกีฬา (Sports Agents) มีความหมายในเชิงลบ

นักวิชาการชี้ให้เห็นว่าการต่อรองเงินเดือนของนักกีฬานั้นเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ควรใช้เอเจนต์มาทำหน้าที่ ในบทความชื่อ (เราควรใช้เอเจนต์เมื่อใด การเจรจาโดยตรงหรือผ่านเอเจนต์) (“When Should We Use Agents? Direct vs. Representative Negotiation”) เจฟฟรีย์ ซี รูบิน และแฟรงค์ อี เอ แชนเดอร์ สรุปว่า เป็นความเหมาะสมอย่างยิ่งที่ต้องใช้เอเจนต์ “เมื่อต้องใช้ความชำนาญพิเศษ เทคนิค ความยืดหยุ่น นอกจากนั้นที่สำคัญ คือ การเซ็นสัญญาเป็นการก่อให้เกิดการเผชิญหน้ามากกว่าความร่วมมือ”

เอเจนต์บิล สตริกแลนด์ แสดงความเห็นในเรื่องขอบข่ายของงานของเอเจนต์โดยรวมๆ ว่า เอเจนต์จะทำหน้าที่ในการช่วยเหลือนักกีฬา เช่น ขับรถบรรทุกของ เก็บของและย้ายเฟอร์นิเจอร์ขึ้นลงรถบรรทุก ซึ่งเป็นกรณีที่ไม่ได้พบบ่อยนัก จัดการข้อตกลงก่อนสมรสและคดีข่มขืน ฟ้องร้องสมาชิกครอบครัวของนักกีฬา ไปงานศพ ให้กำลังใจนักกีฬา นั่งอยู่กับแม่ๆ ผู้ปกครอง ของพวกเขา และบุคคลสำคัญอื่นๆ ที่อาจไม่เข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นกับนักกีฬา ผมทำทุกอย่างเลยก็ได้” (Kenneth and Timothy, 2003)

เอเยนต์ทำหน้าที่ในการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ ของเอเยนต์ คือ การเป็นเอเยนต์ของ นักกีฬาและมุ่งเน้นในการแนะนำอาชีพ ทุกๆอย่างในเป้าหมายระยะยาว สำหรับนักกีฬาแต่ละคน และหาหนทางที่ดีที่สุดของการบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในความก้าวหน้าของ อาชีพนักกีฬา นอกจากนี้ยังสามารถทำให้เกิดผลกำไรหรือผลประโยชน์ระยะสั้น

การบริการของเอเยนต์ต้องมีการเตรียมความพร้อมให้กับลูกค้าตามที่คาดหวังเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักกีฬา ขณะเดินทางไปต่างประเทศ ก่อนลงแข่งขัน ช่วงระยะเวลาของการแข่งขัน โดยบทบาทและหน้าที่เอเยนต์ดังนี้ (Group C Sports law, 2007)

1. การวางแผนด้านอาชีพ
2. มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาว
3. มีข้อตกลง หรือ สัญญาที่ดี มีผลประโยชน์ทางด้านรายได้มาก
4. มีกฎหมายคุ้มครอง
5. มีความเป็นอยู่ที่ดี และ ให้คำแนะนำด้านครอบครัว
6. ให้คำแนะนำด้านการเงิน

เอเยนต์นักกีฬามิชอบบทบาท ด้านการตลาดนักกีฬาหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ในการส่งเสริมอาชีพของนักกีฬาทั้งเพศหญิงและเพศชาย นอกจากนั้นเอเยนต์ยังทำหน้าที่ในการดูแล นักกีฬาในการพบปะกับเจ้าของทีม ผู้จัดการ โค้ช ซึ่งจะใช้เวลาในแต่ละวันในการสร้างเครือข่าย พูดคุยกับนักกีฬาอาชีพ และดูแล แนวความคิดและข้อมูล ด้านผลกระทบในการตัดสินใจของ เอเยนต์เพื่อแนะนำด้านต่างๆ ให้กับนักกีฬาหรือการเจรจาต่อรอง ทำสัญญาในสิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดของนักกีฬา หมายถึง การได้เงินเดือนที่ดีกว่า การทำข้อตกลง ตามบทบัญญัติในกฎหมาย หรือพูดคุยหาทางเลือก ที่สามารถให้เงินเดือนสูงขึ้นหรือ การแนะนำให้แก่ นักกีฬา พร้อมหาทางเลือกที่ดีที่สุด และทางเลือกนั้นจะต้องดีกว่าในระยะยาว โดยมีบทบาทหน้าที่ดังนี้

1. พบปะนักกีฬา โค้ช เจ้าของทีมและผู้จัดการตามที่ต้องการ การมีเครือข่ายงานที่มั่นคง คือสิ่งจำเป็นสำหรับอาชีพนี้
2. จัดเตรียมสัญญา การต่อรอง การเตรียมข้อเสนอแนะนำนักกีฬาในสิ่งที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

3. วิเคราะห์ด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในสัญญาหรือเงินเดือนที่ได้รับ การเสนอ และการจัดหาข้อมูล จัดตารางในการแข่งขันและวางรูปแบบให้ถูกต้อง
4. เดินทางไปตามที่ต่างๆ เพื่อเสนอนักกีฬา ในการทำสัญญาและต่อรอง
5. แข่งสถานะ แนวโน้มของกระแสนักกีฬานั้น หรือสถานที่แข่งขันกีฬา
6. การจัดการ และการทำการตลาดให้บริการนักกีฬาทั้งชายและหญิง ให้กับนักกีฬาอื่นๆ หรือองค์กรเพื่อเพิ่มลูกค้า
7. เก็บเอกสารการเงินหรือค่าธรรมเนียม ตาราง ในการติดต่อระหว่างเอเยนต์นักกีฬา หรือ ตารางในการทำงานของนักกีฬา

นอกจากนั้น Masteralexis, Barr and Hums (2008) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของเอเยนต์ด้านกีฬาว่า เอเยนต์บางแห่งอาจปฏิบัติหน้าที่เพียงอย่างเดียว ในขณะที่บางแห่งอาจมีพนักงานจำนวนมาก ปฏิบัติหน้าที่นี้ให้แก่ลูกค้า ความสามารถในการให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมนั้นขึ้นอยู่กับ การศึกษา ทักษะและการฝึกอบรมของเอเยนต์ หน้าที่หลักที่สำคัญ 8 ประการที่ดำเนินงานโดย เอเยนต์ด้านกีฬามีดังต่อไปนี้

1. การเจรจาต่อรองและบริหารจัดการสัญญาของนักกีฬา (Negotiating and Administering the Athlete's Contract)

1.1 สัญญาของนักกีฬา

การเจรจาต่อรองสัญญาจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับเอเยนต์เจรจาสัญญาให้นักกีฬารายบุคคลเพื่อเข้าร่วมในมหกรรมหรือการแข่งขันต่างๆ หรือเจรจาสัญญาให้นักกีฬาแบบทีม เมื่อเจรจาต่อรองสัญญาให้นักกีฬารายบุคคล เอเยนต์จะต้องคุ้นเคยกับกีฬาและกฎเกณฑ์ต่างๆ ขอบข่าย และการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อเจรจาต่อรองให้นักกีฬาแบบทีม เอเยนต์ต้องเข้าใจคุณค่าของบริการของนักกีฬา มีความรู้เกี่ยวกับกีฬา และทราบข้อตกลงเกี่ยวกับการต่อรองเป็นหมู่

คณะ (Collective Bargaining Agreement) สัญญานักกีฬาแบบมาตรฐาน (Standard or Uniform Player Contract) และข้อบัญญัติของลีก (The League's Constitution)

ตัวอย่างบางประการที่ต่อรองได้สำหรับนักกีฬาแบบทีม มีดังต่อไปนี้

- โบนัส: การลงนาม การรายงานตัว (ต่อค่ายฝึกซ้อม) การเข้าร่วม สิ่งจูงใจ
- รายได้ที่จะจ่ายให้นักกีฬาหลังจากปลดเกษียณ
- การประกันรายได้ คือ รายได้ที่รับประกันว่าจะถูกจ่ายให้กับนักกีฬาแม้ว่าเขาจะปลดเกษียณแล้วก็ตาม
- ทุนการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย
- บัญชีรายชื่อของกีฬา (โดยทั่วไปมักจะไม่มี แต่ 40 ตำแหน่งแรกในบัญชีรายชื่อของเบสบอลจะสามารถเจรจาต่อรองได้)
- หลังจากเจรจาต่อรองสัญญาเรียบร้อยแล้ว งานของเอเยนต์ก็เริ่มต้นดำเนินการต่อเนื่องทันที เอเยนต์ต้องบริหารจัดการสัญญา

2. การทำการตลาดนักกีฬา (การสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า)

เอเยนต์นักกีฬาควรพัฒนาแผนงานการเป็นพรีเซ็นเตอร์ผู้รับรองสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ที่สม่ำเสมอกับปณิธานและเป้าหมายระยะยาวของนักกีฬา ในขณะเดียวกันเอเยนต์ต้องระลึกอยู่เสมอว่าอาชีพของลูกค้าหรือนักกีฬา และความเป็นคนของประชาชนอาจจะมีระยะเวลาสั้น ดังนั้น “ทุกๆ โอกาสควรจะได้รับ การประเมิน โดยอ้างอิงจากศักยภาพของโอกาสนั้นที่จะเพิ่มรายได้สูงสุดให้นักกีฬาและนำเสนอออกมาตลอดอาชีพของพวกเขา” เอเยนต์ด้านกีฬายังต้องทำความเข้าใจกับการควบคุมที่อาจจะจำกัดโอกาสทางการตลาดของนักกีฬาได้ การควบคุมรวมถึงการกำหนดการจำกัดค่าตอบแทน โดย NCAA (Nation Collegiate Athletic Association) หน่วยงานควบคุมดูแล

ระดับชาติ ข้อบังคับของนักกีฬาอาชีพ โปรแกรมใบอนุญาตแบบกลุ่ม และกฎที่ห้ามการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้าแอลกอฮอล์และบุหรี่

“โปรแกรมการทำใบอนุญาตเป็นกลุ่ม (Group Licensing Program) เป็นที่นิยมมากในสหภาพนักกีฬาอาชีพ ที่ส่วนแบ่งหลักๆของรายได้ในสมาคมนักกีฬามาจากข้อตกลง การซื้อขาย หรือสำนักงานสาขาต่างๆ ด้านการตลาด เช่น NFLPA’s Player’s, Inc. ภายใต้โปรแกรมใบอนุญาตเป็นกลุ่มเหล่านี้ นักกีฬารวมกลุ่มกันเพื่อเพิ่มพลังในการต่อรองของพวกเขาและควบคุมแหล่งการทำใบอนุญาตในการแลกเปลี่ยนให้เป็นสัดส่วนที่เหมาะสมกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีการอนุญาตให้ผู้ถือใบอนุญาตแบบครบวงจรให้การสนับสนุนของนักกีฬารอบด้าน (Multiplayer) คำจำกัดความของกลุ่มจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลีก นักกีฬาส่วนมากเห็นด้วยที่จะเข้าร่วมในโปรแกรมหากล่าวนี้ ยกเว้น Michael Jordan (NBA), Barry Bonds (MLB) และ LaVar Arrington (NFL)”

เอเจนต์ทำหน้าที่ในการหาการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ผู้ใช้สินค้า (สินค้าที่จำเป็นสำหรับนักกีฬาในการเล่น : product endorsement) ก่อนที่จะหาการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ที่ไม่ต้องใช้สินค้า เพราะว่าหาได้ง่ายกว่า แต่ก่อนที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังของการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ เอเจนต์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักกีฬา ก่อน การประเมินควรตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและรวมอยู่ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การวิเคราะห์ประเมินการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักกีฬาทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมทั้งความปรารถนาของนักกีฬาในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ความยินดีที่จะปรากฏตัว ความชอบ/ไม่ชอบต่อตัวผลิตภัณฑ์ และจุดอ่อน/จุดแข็ง ของนักกีฬา

- การพิจารณารายจ่ายให้กับองค์กรประกอบที่จับต้องไม่ได้ในศักยภาพทางการตลาดของนักกีฬา ได้แก่ ภาพลักษณ์ของพวกเขา ชื่อเสียง ความดึงดูดทางภูมิศาสตร์ ความสำเร็จทั้งในและนอกสนาม ทักษะที่เป็นเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ ความสามารถในการพูดในที่ชุมชน และลักษณะทางกายภาพการสร้างและรักษาภาพลักษณ์สามารถช่วยเพิ่มการตัดสินใจ

เอเจนต์ควรจัดทำกรวิเคราะห์ประเมินทางการตลาด เอเจนต์บางคนมีการพัฒนาเครือข่ายการติดต่อที่ดีกับอุตสาหกรรมกีฬาและอุตสาหกรรมอื่นๆในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์

โดยมี 4 ขั้นตอน ของเอเย่นต์นักกีฬาในการวิเคราะห์และประเมินการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักกีฬา

- 1) เลือกประเภทของสินค้าและตัดสินใจว่าผู้ผลิตรายใดทำการตลาดสินค้า
- 2) รวบรวมลิสต์รายชื่อของผู้ผลิตสินค้าเหล่านั้น
- 3) ตัดสินว่าบริษัทใดที่จ่ายเงินให้กับการนำนักกีฬามาเป็นฟรีเซ็นเตอร์
- 4) เรียนรู้เกี่ยวกับบริษัทเป้าหมายที่มีศักยภาพ

การทำตลาดนักกีฬาหรือโค้ชอาจรวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ต่อสาธารณชนที่ผ่านการขัดเกลาอย่างประณีตให้กับบุคคลผู้นั้น การที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว เอเย่นต์บางคนได้เริ่มจ้าง “โค้ชด้านสื่อกีฬา” (Sport -Media Coaches) เพื่อฝึกฝนนักกีฬาหรือโค้ชในการพบปะกับสื่อมวลชนหรือสาธารณชน

อีกประการหนึ่งคือ การได้รับการป้องกันและสนับสนุนจากบริษัท Sports Identity ที่เรียกกันว่า BrandMatch® เป้าหมายคือ เพื่อสร้างโปรไฟล์ของนักกีฬาเพื่อค้นหาสิ่งที่พวกเขาเป็น จากนั้นใช้ภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์นั้นเพื่อทำการตลาดให้นักกีฬาอย่างมียุทธวิธีบนพื้นฐานของอาชีพและส่วนตัว เมื่อใดที่ภารกิจนั้นลุล่วง นักการตลาดด้านกีฬาต้องสามารถจะจับคู่ นักกีฬากับตราสินค้า (Brand) ที่จะสร้างโอกาสและประสบการณ์ให้แก่ นักกีฬา

เอเย่นต์นักกีฬามีหน้าที่ตัดสินใจกำหนดมูลค่าทางการตลาดของนักกีฬา มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าทางการตลาดของนักกีฬา อันได้แก่ ทักษะ ความสำเร็จในการเล่นกีฬา ลักษณะเฉพาะตัว (ภาพลักษณ์ ความสามารถในการโน้มน้าวใจ ลักษณะทางกายภาพและบุคลิกภาพ) องค์กรณ์ที่ต้องการนักกีฬาแค่ไหน และปัจจัยด้านลบต่างๆ (อาชญากรรม การใช้ยาเสพติด เรื่องอื้อฉาว)

3. การเจรจาต่อรองสัญญาการตลาดและการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักกีฬา

เนื่องจากจำนวนเงินเดือนที่สูงที่สุดและอัตราค่าตอบแทนสำหรับนักกีฬาอาชีพที่ลงแข่งขันเป็นครั้งแรก ความสามารถของเอเย่นต์ที่จะเสริมเงินเดือนของทีมด้วยสัญญาการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ที่ได้กำไรนั้นได้มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมากในการเป็นเอเย่นต์ของนักกีฬา ในทาง

เศรษฐศาสตร์ ค่าเดินทางของเอเย่นต์นั้นจัดว่าดีกว่าค่าตอบแทนที่เอเย่นต์จะเรียกได้จากการตลาดมาก ขณะที่ข้อตกลงที่เฉพาะเจาะจงทางการตลาดดำเนินไป อย่างแรก เอเย่นต์ต้องรู้ข้อจำกัดขอบเขตทุกอย่างที่มีผลต่อความสามารถของนักกีฬาในการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์ เช่น เมเจอร์ลีกของกีฬาอาชีพทั้งหมดห้ามใช้ชื่อและโลโก้ทีมในการเป็นพรีเซ็นเตอร์ และลีกกีฬาอาชีพเกือบทั้งหมดจะแบนการเป็นพรีเซ็นเตอร์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ เอเย่นต์ที่ดูแลนักกีฬาประเภทเดี่ยว เช่น กอล์ฟ เทนนิส แร็กเก็ตบอล สเก็ตน้ำแข็ง และแข่งรถ ควรตรวจสอบกฎ กติกา และข้อบังคับของชนิดกีฬานั้นๆ ด้วยข้อบังคับต่างๆ จะแตกต่างกันไปตั้งแต่ข้อเรียกร้องธรรมดาๆ ของพีจีเอ ทัวร์ PGA Tour ที่การเป็นพรีเซ็นเตอร์ควร “มีรสนิยมที่ดี” ไปจนถึงข้อจำกัดเจาะจงในกีฬาเทนนิสและแร็กเก็ตบอลที่จำกัดจำนวนและขนาดของแผ่นที่ปะโลโก้บนเสื้อของนักกีฬาและบนกระเป๋ากุญแจ

เมื่อเจรจาต่อรองสัญญาการเป็นพรีเซ็นเตอร์ เอเย่นต์ควรแน่ใจว่าได้รักษาสภาพส่วนบุคคลของลูกค้าและการควบคุมภาพลักษณ์รวมถึงการเป็นพรีเซ็นเตอร์ผลิตภัณฑ์ เอเย่นต์ยังต้องทำความเข้าใจความคุ้นเคยกับคำดังต่อไปนี้ที่มักจะพบทั่วไปในสัญญาการเป็นพรีเซ็นเตอร์

- ใช้สินค้าที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ (Endorsed Product)
- ขอบข่ายสัญญา (Contract Territory)
- ระยะเวลาของสัญญา (Term Length)
- ค่าตอบแทนพื้นฐานรายปี (Annual Base Compensation)
- โบนัส (Bonus Compensation)
- สวัสดิการในรูปสิ่งของ (In - Kind Compensation)
- ผลิตภัณฑ์ที่มีลายเซ็น (Signature Products)
- การส่งเสริมการขายของบริษัท (Promotional Efforts to be Made by Company)

- การปรากฏตัว (Personal Appearances)
- การอนุมัติของนักกีฬาต่อโฆษณาของบริษัท (Athlete's Approval of Company Advertising)
- นักกีฬาใช้หรือสวมใส่ผลิตภัณฑ์ (Athlete to Use/ Wear Product)
- การปกป้องนักกีฬาที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ของบริษัท (Company Protection of Athlete Endorsement)
- สิทธิที่จะยุติสัญญาโดยนักกีฬาหรือบริษัท (Rights of Termination by Athlete or Company)
- การประกันความเสียหายและการประกันภัย (Indemnity and Insurance)
- การอนุมัติงานที่ได้รับมอบหมายต่างๆ (Approval of Assignment)

4. การวางแผนการเงิน (Financial Planning)

การวางแผนการเงินครอบคลุมกิจกรรมจำนวนมาก เช่น การธนาคารและการบริหารจัดการการหมุนเวียนเงินสด การวางแผนเรื่องภาษี ให้คำปรึกษาเรื่องการลงทุน วางแผนเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ การจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงประการที่หนึ่ง คือ การผิดพลาดในการลงทุน นักกีฬามักจะได้รับหนังสือเชิญชวนให้ซื้อหุ้นและลงทุนโดยตัวเองไม่ได้เรียกร้อง แล้วนักกีฬาหลายคนก็สูญเสียเงินไปในการลงทุนธุรกิจที่ผิดพลาด ดังนั้น นักวางแผนมักจะแนะนำให้นักกีฬาดูแผนธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร และให้มีมืออาชีพวิเคราะห์แผนนั้นก่อนลงทุน และถึงแม้ว่าการลงทุนนั้นจะดูว่าคุ้มค่า นักวางแผนก็ยังแนะนำให้ให้นักกีฬาทำสัญญาไม่เกิด 5-20 เปอร์เซ็นต์

ความเสี่ยงประการที่สอง คือ การทำให้วิถีชีวิตพื้นฐานเปลี่ยนแปลงไป “เอเยนต์ใน NBA Curtis Polk เล่าตัวอย่างของประเด็นนี้ว่า: สำหรับลูกค้าที่หาเงินได้ 10 ล้านดอลลาร์ต่อปี เขาให้งบประมาณแก่นักกีฬา 1 ล้านดอลลาร์ต่อปี และลงทุน 4 ล้านดอลลาร์ โดยเหลือ 5 ล้านดอลลาร์ไว้สำหรับภาษีท้องถิ่น รัฐ และรัฐบาลกลาง”

ความเสี่ยงประการที่สาม คือ ความรู้สึกผิด (Guilt) ที่มักจะทำให้นักกีฬาให้ครอบครัวหรือเพื่อนยืมเงิน หรือไม่ก็จ้างเอเยนต์เป็นผู้ติดตาม (Entourage) ในการเอาชนะความรู้สึกผิดที่ปรึกษาแนะนำให้นักกีฬายกเงินให้การกุศล

การประกันภัยได้มีบทบาทสำคัญในการวางแผนการเงินของนักกีฬา เหล่านักกีฬาดาวเด่นในทีมหลักของกีฬาอาชีพมักจะลงทุนแผนการประกันที่จะให้เงินแก่ผู้เอาประกันที่พิการและไม่สามารถทำงานได้ เพื่อป้องกันตนเองจากการบาดเจ็บที่ทำให้ต้องสิ้นสุดในอาชีพ ในการเจรจาต่อรองสัญญากับทีมกีฬาอาชีพ เอเยนต์อาจเจรจาให้ทีมดูแลค่าใช้จ่ายสำหรับนโยบายนี้ด้วย นักกีฬาในกีฬารายบุคคลก็ทำประกันประเภทการบาดเจ็บเหล่านี้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทประกันภัยหลายแห่งจะรับทำประกันให้กับนักกีฬาหลังจากที่นักกีฬาบรรลุระดับรายได้ที่มั่นคง

5. การวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพ (Career and Post Career Planning)

เอเยนต์ต้องช่วยเหลือนักกีฬาในการเปลี่ยนแปลงไปสู่อาชีพการเป็นนักกีฬาอาชีพ และอีกครั้งหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงในการเกษียณตัวเองออกจากวงการกีฬา ระยะเวลาเฉลี่ยของอาชีพนั้นแตกต่างกันไปตามชนิดกีฬา แต่โดยทั่วไปแล้วจะต่ำกว่า 5 ปี ดังนั้น เอเยนต์ต้องเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของนักกีฬาให้มากที่สุด ทั้งในระหว่างและภายหลังอาชีพของนักกีฬา ขณะเดียวกัน เอเยนต์ต้องป้องกันการเปิดเผยภาพลักษณ์ของนักกีฬา เอเยนต์จะต้องปรับความต้องการที่จะเปิดเผยให้ได้มากที่สุด ให้สมดุลกับการทำงานให้มากที่สุด ทั้งในแง่ส่วนตัวและในความเป็นมืออาชีพของนักกีฬา

การวางแผนนั้นอาจรวมถึงการลงทุนเวลาการลงแรงหรือกำลังและเงินของเอเยนต์ในอาชีพของนักกีฬาระหว่างที่นักกีฬากำลังฝึกฝนอยู่ในไมเนอร์ลีกหรือในรายการแข่งขันต่างๆ หรือในโอลิมปิก ระหว่างที่อยู่ในไมเนอร์ลีกหรือขณะที่กำลังพยายามเข้าสู่อันดับในอาชีพ นักกีฬจำนวนมากคาดหวังให้เอเยนต์รับผิดชอบดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า การฝึกหัดบางส่วนและการเดินทาง

การคาดหวังนี้เกิดขึ้นเนื่องจากหลายปัจจัย ในบรรดานักกีฬาที่คาดหวังการดูแลในระดับที่แน่นอน และการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เอเยนต์พยายามที่จะหาลูกค้าด้วยการนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก

อีกแง่มุมหนึ่งของการวางแผนอาชีพที่เอเยนต์ต้องจัดการ คือ การก่อตั้งค่ายกีฬา (Sports Camps) หรือองค์กรการกุศลภายใต้ชื่อของนักกีฬา ทั้งสองสิ่งนี้สร้างผลดีหลายประการแก่นักกีฬาค่ายกีฬาให้รายได้เสริมแต่นอกเหนือจากนั้น ค่ายและการกุศลยังได้สร้างความรู้สึที่ดีให้กับชื่อของนักกีฬาและภาพลักษณ์ของเขา สร้างการติดต่อกับชุมชน ให้บางสิ่งกลับคืนแก่เด็ก ๆ และชุมชน ที่ควรแก่การยกย่อง ให้ทางออกที่มีประโยชน์แก่พลังและเวลาของนักกีฬาในช่วงจบฤดูกาล และอาจช่วยลดหย่อนภาษีที่มหาศาล ค่ายและการกุศลนี้ยังอาจเป็นกิจกรรมที่นักกีฬาได้ทำภายหลังสิ้นสุดอาชีพอีกด้วย ระหว่างการเปลี่ยนแปลงออกจากอาชีพกีฬา เอเยนต์ต้องแสดงศักยภาพการวางแผนการเงินที่เหมาะสมซึ่งรวมถึงการลงทุนรายได้ ความครอบคลุมของประกันภัย และการทำสัญญาเงินบำนาญ จะช่วยลดความเสี่ยงต่างๆ นอกเหนือจากแง่มุมด้านการเงินนักกีฬายังต้องคำนึงแห่งเป้าหมายของบริษัท (A Sense of Purpose) การเข้าร่วมในกีฬาได้อธิบายชีวิตและภาพลักษณ์ส่วนตัวของนักกีฬา และเอเยนต์สามารถช่วยเหลือนักกีฬาสำหรับความยากลำบากทางจิตวิทยาที่อาจตามมาหลังการปลดเกษียณ ด้วยการสำรวจโอกาสในอาชีพและธุรกิจทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการกีฬา เอเยนต์สามารถช่วยนักกีฬาให้ประสบความสำเร็จ

6. การเป็นที่ปรึกษาด้านกฎหมาย (Legal Counseling)

เอเยนต์ด้านกีฬาที่เป็นนักกฎหมาย เอเยนต์อาจให้คำแนะนำด้านกฎหมาย คำแนะนำดังกล่าวอาจประกอบไปด้วยการเจรจาต่อรอง การเป็นเอเยนต์ด้านกฎหมายในศาล ดำเนินการเรื่องการตัดสินใจชี้ขาดที่เกี่ยวข้องกับกีฬา การวางแผนเรื่องอสังหาริมทรัพย์ และการเตรียมแบบฟอร์มภาษีกับการประกันภัย อย่างไรก็ตามธรรมชาติของงานด้านกฎหมาย จำเป็นที่จะต้องใช้นักกฎหมายที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางซึ่งเหมาะสมกว่าการให้บริการด้านกฎหมายทั่วไป

“ยกตัวอย่างเช่น เอเยนต์ด้านกีฬาคนหนึ่งอาจจะมีความมั่นใจที่ในการเจรจาต่อรองด้านสัญญาและการให้คำปรึกษาหลายๆ เรื่องในชีวิตของนักกีฬา แต่เอเยนต์คนเดียวกันนี้อาจจะไม่ใช่ นักกฎหมายที่ดีที่สุดในการรับมือกับกระบวนการการหย่าร้างของลูกค้า ในสถานการณ์ความขัดแย้ง

เช่นนี้ คำแนะนำที่ดีที่สุดที่เอเยนต์จะให้ คือ การส่งเสริมให้ลูกค้าหาทนายความที่มีประสบการณ์สูงในกระบวนการหย่าร้าง”

7. การดูแลเรื่องส่วนตัวและการคลี่คลายข้อขัดแย้ง (Personal Care and Dispute Resolution)

ภาระหน้าที่ที่จำเป็นภายใต้หน้าที่ เป็นเรื่องส่วนตัว ซึ่งรวมถึงหน้าที่รับผิดชอบ เช่น การช่วยเหลือเมื่อนักกีฬาถูกซื้อตัว จัดการเรื่องการเดินทาง จัดหาและตกแต่งบ้านหรือพาร์ทเมนท์ สำหรับฤดูกาลหรือในค่ายฝึกหัด ซื้อมอเตอร์ และช่วยเหลือครอบครัวรวมทั้งเพื่อนๆ ของนักกีฬา

นอกจากนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบของเอเยนต์นักกีฬา ในการคลี่คลายข้อขัดแย้งของนักกีฬาหรือโค้ชที่อาจมีขึ้นได้กับลีก ทีม เพื่อนร่วมทีม แฟนๆ ผู้ตัดสิน สื่อมวลชน บริษัทเจ้าของสินค้า เป็นต้น เอเยนต์เบสบอล Dennis Gilbert เปรียบเทียบบทบาทของเอเยนต์กับเกราะป้องกัน (Shield) โดยอธิบายว่า เป็นหน้าที่ของเอเยนต์ที่จะปกป้องนักกีฬาจากปัญหาและอุปสรรคทั้งหลายที่มาพร้อมกับการคลี่คลายข้อขัดแย้งต่างๆ เกราะป้องกันนี้จะช่วยให้นักกีฬามุ่งไปที่การเล่นหรือการเป็นโค้ชแต่เพียงอย่างเดียว โดยปราศจากสิ่งรบกวนที่จะทำให้ไขว้เขว เพื่อที่จะคลี่คลายข้อขัดแย้งนั้น

การเป็นเอเยนต์นักกีฬารายบุคคล (Representing Individual Athletes)

การเป็นเอเยนต์นักกีฬารายบุคคลนั้นแตกต่างจากกับการเป็นเอเยนต์นักกีฬาแบบทีม ซึ่งรายได้โดยมากของนักกีฬารายบุคคลขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขัน ค่าธรรมเนียมในการแข่งขัน และความสามารถในการส่งเสริมและทำการตลาดภาพลักษณ์ ดังนั้น เอเยนต์ของนักกีฬารายบุคคลจึงมักต้องเดินทางไปกับนักกีฬา เพื่อที่จะให้นักกีฬาสามารถมุ่งไปที่ชัยชนะเพียงอย่างเดียวได้

ภาระหน้าที่ในการบริหารจัดการรวมถึงการจองตั๋วงานมหกรรมการแข่งขันต่างๆ และการแข่งขันรายการพิเศษ ที่จะเป็นส่วนเสริมให้เกิดชัยชนะของนักกีฬาในการแข่งขันปกติหรือการแข่งขันติดต่อกัน (Circuit Events) ขณะเดียวกันก็ต้องบริหารจัดการการฝึก (Training) การเดินทาง การจัดหาที่พัก และชีวิตส่วนตัวของนักกีฬา แต่สำหรับนักกีฬาแบบทีม ผู้เชี่ยวชาญของทีมจะทำหน้าที่ในการดูแลรายละเอียดเหล่านี้แทบทั้งหมด อย่างไรก็ตามอาจมีการเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย

เพราะการแข่งขันในการครอบครองและรักษาลูกค้านั้นส่งผลให้บรรดาเอเยนต์ต้องนำเสนอบริการที่เพิ่มขึ้น เอเยนต์บางรายแสดงบทบาทเชิงรุกมากขึ้นที่ครอบคลุมการฝึกของนักกีฬา โดยการจัดให้เกิดการเข้าถึงผู้ฝึกสอนและโค้ช หรือแม้แต่เซ็นสัญญาเป็นพันธมิตรกับหน่วยงานการแพทย์ด้านกีฬา (Sports Medicine) และสถาบันด้านสมรรถภาพ (Performance Institute) เพื่อช่วยให้นักกีฬาเข้าถึงเกณฑ์ในตำแหน่งที่สูงขึ้น

จุดแตกต่างหลักๆ ระหว่างบริษัทที่เป็นเอเยนต์นักกีฬารายบุคคลกับบริษัทที่เป็นเอเยนต์นักกีฬาแบบทีม คือ บริษัทที่เป็นนักกีฬารายบุคคล จะเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดในทุกแง่มุมเกี่ยวกับกีฬาจากการดำเนินการในทัวร์นาเมนต์ไปจนถึงการแพรวาทางโทรทัศน์ ซึ่งการเข้าไปเกี่ยวข้องดังกล่าวนี้อาจสร้างความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้

การทำการตลาดนั้นคล้ายคลึงกันสำหรับเอเยนต์ของนักกีฬาแบบรายบุคคลและเอเยนต์ของนักกีฬาประเภททีม การตลาด (Marketing) นั้นถูกพิจารณาโดยนักกีฬารายบุคคลที่ต้องขึ้นอยู่กับสัญญาการเป็นผู้สนับสนุนเพื่อที่จะได้ใช้สินค้าและหาค่าใช้จ่ายจากการเดินทางและการฝึกซ้อม ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่การพัฒนาขึ้นมาใหม่ แต่ปัจจุบันมีการเน้นการสร้างตราสินค้ากันอย่างกว้างขวางในหมู่นักกีฬา แม้ว่าการสร้างตราสินค้าจะไม่ได้ผูกขาดเฉพาะนักกีฬารายบุคคล แต่โอกาสในการสร้างตราสินค้านั้นโดยมากขึ้นอยู่กับสมรรถภาพโดยธรรมชาติของนักกีฬาเฉพาะบุคคล

Brian Dubin ผู้เชี่ยวชาญด้านตราสินค้าให้นักสเก็ตบอร์ด Tony Hawk กล่าวว่า “การสร้างตราสินค้านั้นอาจไม่เหมาะกับลูกค้าทุกคน สิ่งสำคัญของการหาลูกค้าที่มีความสนใจในการสร้างตราสินค้าจากชื่อ จาก ลักษณะและภาพลักษณ์ที่นักกีฬาแสดงออก ลูกค้าของคุณมีสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) คือ ชื่อ ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ คุณลักษณะทั้งหมดนี้อาจนำมาผสมเข้ากับอะไรบางอย่างเพื่อสร้างตราสินค้า เมื่อสิ่งเหล่านี้เปลี่ยนไปเป็นสินค้าหรือบริการ เมื่อนั้นจึงจะกลายเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Tangible Assets)” อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการสร้างตราสินค้าในนักกีฬา ตัวอย่างเช่น ถ้าโฆษณาและสินค้านั้นไม่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของนักกีฬาหรือไม่ได้ช่วยในการยกระดับภาพลักษณ์ของนักกีฬา อาจจะส่งผลตรงกันข้ามต่อการทำงานของนักกีฬา ตัวอย่าง เหยาหมิง (Yao Ming) ที่การสร้างตราสินค้าของเหยาหมิงถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า ไม่ได้ควบคุมภาพลักษณ์ของเหยาหมิง นอกประเทศจีน เนื่องจากได้ผ่านงานโฆษณาที่เพิ่มทัศนคติทั่วไปของกลุ่มสังคมทางวัฒนธรรม (Cultural Stereotype) ให้กับ VISA

Check Card และวางตำแหน่งให้เขาเป็นคนสูงที่แปลกประหลาด ในโฆษณาของ Apple Computer แทนที่จะเป็นตำแหน่งนักกีฬาชั้นนำ (Masteralexis, Barr and Hums, 2008)

การจะเปลี่ยนการรับรู้ นักการตลาดบางคนและผู้เชี่ยวชาญการสร้างตราสินค้า Wendy Newman ได้แนะนำวิธีการที่เรียกว่า (1) “Person Centered Branding” ที่จะกลายเป็นตราสินค้าอย่างแท้จริงที่สร้างขึ้นจากพื้นฐานตัวตนที่เขาเป็น โดยเน้นไปที่ความโดดเด่นของตัวบุคคลเพื่อที่จะสร้างตราสินค้าที่ยั่งยืน ซึ่งตรงข้ามกับ (2) การใช้ประโยชน์ระยะสั้นจากการแข่งขันหรือสมรรถภาพของนักกีฬา หรือการสร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสินค้า กลยุทธ์แรก คือ การสร้างคำสัญญาที่คงอยู่ไปชั่วชีวิตส่วนกลยุทธ์ที่สองดูเหมือนจะจางหายไปพร้อมกับการสิ้นสุดของอาชีพนักกีฬา (Masteralexis, Barr and Hums, 2008) ความท้าทายอีกอย่างหนึ่งที่เกิดจากการสร้างตราสินค้านักกีฬา คือ แม้จะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนของภาพลักษณ์อันน่าดึงดูดใจ แต่มันก็อาจถูกโจมตีได้ง่ายจากการยอมรับในบุคลิกภาพดังกล่าวของสาธารณชน

การคิดค่าธรรมเนียมโดยเอเย่นต์นักกีฬา (Fees Charged by Sports Agents)

(Masteralexis, Barr and Hums, 2008) กล่าวถึง การคิดค่าธรรมเนียมโดยเอเย่นต์นักกีฬาแตกต่างกันไป เนื่องจากค่าธรรมเนียมเป็นการขับเคลื่อนตลาดและขึ้นอยู่กับสมาคมกีฬากำหนดอัตราค่าธรรมเนียมหรือไม่ ค่าธรรมเนียมนั้นมักจะอยู่ใน 1 ใน 4 วิธีการต่อไปนี้

- 1) การคิดอัตราค่าบริการแบบราคาเดียว (Flat Fee),
- 2) การหักเปอร์เซ็นต์จากรายได้ (The Percentage of Compensation),
- 3) การคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมง (Hourly Rate)
- 4) การผสมผสานระหว่างการคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมงกับการหักเปอร์เซ็นต์

(Combination)

วิธีแรก การคิดอัตราค่าบริการแบบราคาเดียว (Flat Fee) ขอให้ให้นักกีฬาจ่ายเงินจำนวนที่ตกลงกันไว้ให้กับเอเย่นต์ก่อนที่เอเย่นต์จะเริ่มดำเนินงานให้กับนักกีฬา

วิธีที่สอง การหักเปอร์เซ็นต์จากรายได้ (The Percentage of Compensation) ดูเหมือนจะเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด แม้ว่าวิธีนี้จะถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำให้ราคาสูงขึ้น มีข้อเสีย

อยู่ประการหนึ่งของสูตรการหักเปอร์เซ็นต์อยู่เหมือนกัน คือ ไม่มีการการันตีใดๆ เอเยนต์จะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง เนื่องจากเอเยนต์จะได้รับเงินเมื่อนักกีฬาหาเงินได้

วิธีที่สาม การคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมง (Hourly Rate) นั้นไม่ค่อยใช้กันด้วยหลายๆ เหตุผลที่อธิบายโดย Leigh Steinberg ก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม สำหรับเอเยนต์อิสระที่ดูแลนักกีฬาระดับซูเปอร์สตาร์ McAleenan แนะนำว่าการคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมงเป็นอัตราค่าธรรมเนียมที่ต่ำที่สุด

วิธีที่สี่ การผสมผสานระหว่างการคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมงกับการหักเปอร์เซ็นต์ (Combination) นักกีฬากังวลว่าเอเยนต์อาจจะแจ้งจำนวนชั่วโมงที่เป็นเท็จและทำให้ค่าธรรมเนียมสูงขึ้น ทางเลือกนี้นำเสนอการคิดอัตราค่าบริการรายชั่วโมง ซึ่งขอยกข้อยกเว้นทั้งหมดจะไม่สูงเกินกว่าการหักเปอร์เซ็นต์จากค่าตอบแทนของนักกีฬาที่เรียกว่า The Percentage Cap

อย่างไรก็ตาม การจำกัดค่าธรรมเนียมจะเกิดขึ้นเฉพาะกับค่าธรรมเนียมที่เอเยนต์นักกีฬาสามารถเรียกเก็บสำหรับการเจรจาต่อรองสัญญาของนักกีฬา ในความพยายามแข่งขันเพื่อลดราคา บางโอกาสเอเยนต์บางรายจะคิดเปอร์เซ็นต์ค่าธรรมเนียมการเจรจาต่อรองทางการตลาดในอัตราเดียวกับเปอร์เซ็นต์ที่คิดสำหรับการเจรจาต่อรองสัญญานักกีฬา ซึ่งไม่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากค่าธรรมเนียมด้านการตลาดโดยทั่วไปจะอยู่ที่ระดับระหว่าง 15 – 33 เปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่าอัตรานี้จะสูงกว่าค่าตอบแทนการเจรจาต่อรองสัญญาแบบทีม ข้อตกลงที่น่าพอใจในการลงทุนจะช่วยให้การสร้างภาพลักษณ์สำหรับนักกีฬาในสื่อ และการขายภาพลักษณ์นั้นให้กับนักการตลาดของบริษัทที่สร้างความเหมาะสมในแง่บวกให้แก่ักกีฬาและสินค้า

นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการทำการตลาด เอเยนต์สามารถคิดค่าธรรมเนียมจากบริการอื่นๆ ได้อีก เช่น การวางแผนเรื่องภาษี การวางแผนการเงินและการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน สำหรับนักกีฬานิคอื่นๆ ไม่มีข้อบังคับใดๆ เกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการจ้าง ดังนั้น ค่าธรรมเนียมจึงมีแนวโน้มที่สูงขึ้น เอเยนต์จะเจรจาต่อรองค่าธรรมเนียมนี้เป็นรายบุคคล ดังนั้น ค่าธรรมเนียมจึงจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ทางการตลาดและอำนาจในการต่อรอง

4. ปัญหาและอุปสรรค สถานการณ์ปัจจุบันของอาชีพเอเยนต์นักกีฬา

พฤติกรรมที่ไร้ศีลธรรม (Unethical Behavior)

เอเยนต์ที่ดีจำนวนมากที่ดำเนินธุรกิจของตนแบบมืออาชีพ อย่างไรก็ตาม ได้มีกรณีของพฤติกรรมที่ไร้จริยธรรมและรายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นจุดอ่อนในภาพลักษณ์ของวิชาชีพ ยิ่งไปกว่านั้น แวดวงเอเยนต์ด้านกีฬาที่คนภายนอกรับรู้ว่าเป็นวงการที่หาเงินได้ง่ายและรวดเร็ว และเป็นวงการที่ถูกค่านับหายาก เมื่อ 2 องค์ประกอบนี้มาผสมกันทำให้เกิดการฉ้อโกงในวิชาชีพได้

Sobel (1990) กล่าวว่า มีปัญหาหลักๆ อยู่ 5 ประการในวิชาชีพ คือ 1. การบริหารรายได้ที่ผิดพลาด 2. การไร้ความสามารถ 3. ความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ 4. การคิดค่าธรรมเนียมมากเกินไป และ 5. การเข้าหาลูกค้าแบบก้าวร้าวเกินเหตุ

จากทั้ง 5 ปัญหานี้ “การบริหารรายได้ที่ผิดพลาด” ได้สร้างความเสียหายให้นักกีฬามากที่สุด เนื่องจากเอเยนต์มักจะต้องเกี่ยวข้องกับรายได้ของนักกีฬา จำนวนที่สูญเสียไปอาจเป็นจำนวนที่มากและเป็นเรื่องยากที่นักกีฬาจะสามารถเรียกคืนจำนวนเงินที่สูญเสียไปจากเอเยนต์ได้ ในกรณีต่างๆ

การปฏิบัติหน้าที่ของตนเองด้วยความไร้ความสามารถ ขณะที่อุตสาหกรรมนี้ซับซ้อนมากขึ้น เอเยนต์บางคนกำลังประสบกับปัญหาเพราะเอเยนต์ ไม่สามารถค้นหาคุณค่าของนักกีฬา ต้องทำงานกับเอกสารที่จำเป็นในการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ หรือไม่อาจปฏิบัติตามภารกิจที่เอเยนต์ได้สัญญากับนักกีฬาไว้ว่าจะทำ ดูเหมือนว่าปัญหานี้จะซับซ้อนมากขึ้นด้วยการแข่งขันในอุตสาหกรรม เอเยนต์อาจจะให้สัญญาในสิ่งที่ทำไม่ได้เพราะกลัวจะเสียลูกค้าไปหรืออาจโอ้อวดเกินเหตุตอนพยายามหาลูกค้า

ความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ ความไว้น้อยเชื่อใจในหน้าที่ ความซื่อสัตย์ของเอเยนต์ นักกีฬาทั้งหมดภายใต้กฎหมายเกี่ยวกับเอเยนต์ ความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จะเกิดขึ้นถ้ามีสถานการณ์ที่ผลประโยชน์ของเอเยนต์นักกีฬาอาจก้าวเข้าไปในผลประโยชน์ของลูกค้า เอเยนต์ทำงานให้นักกีฬา แม้จะเป็นที่ชัดเจนว่าในสภาพธุรกิจได้มีการขัดแย้งด้านผลประโยชน์อยู่เสมอ

ถ้าเอเยนต์เปิดเผยความขัดแย้งอย่างเต็มที่และอนุญาตให้นักกีฬาให้คุยกับเอเยนต์ได้โดยตรง หรือในบางกรณีแนะนำให้นักกีฬาจ้างฝ่ายที่เป็นกลางเพื่อเฝ้าดูนักกีฬาลดช่วงความขัดแย้ง เอเยนต์จะไม่ตัดความสัมพันธ์กับหน้าที่ของตนเอง ความขัดแย้งอีกประการอาจเกิดขึ้นเมื่อเอเยนต์ดูแลนักกีฬาสองรายในทีมเดียวกันหรือนักกีฬาที่อาจแข่งขันเพื่อชิงตำแหน่งเดียวกันในทีม เป็นที่ชัดเจนว่า ในสถานการณ์เหล่านี้ เอเยนต์มีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจนักกีฬาที่ดูจะให้ผลประโยชน์กับเอเยนต์มากกว่าอีกคน

การคิดค่าธรรมเนียมเกินจริงนั้นเกิดขึ้น เมื่อเอเยนต์คิดค่าธรรมเนียมที่ไม่สมเหตุสมผลกับเวลา ความพยายาม และทักษะของพวกเขา การร้องเรียนนี้ถูกกล่าวถึงโดยข้อบังคับของสมาคมกีฬา และโดยการแข่งขันของตลาด การแข่งขันเรื่องลูกค้านั้นบีบบังคับให้เอเยนต์บางคนในตลาดลดค่าธรรมเนียมของตัวเองลงเพื่อชักจูงใจลูกค้า

การร้องเรียนอีกเรื่องหนึ่ง คือ การคิดเงินค่าธรรมเนียมจากลูกค้าในทุกๆ การกระทำที่เอเยนต์ทำให้ขณะที่ลูกค้าอาจคิดว่าบริการทั้งหมดนั้นรวมอยู่ในการเจรจาต่อรองสัญญาแล้ว ซึ่งก่อให้เกิดความสับสน ดังกล่าวอาจเพิ่มมากขึ้นเพราะเอเยนต์บางคนไม่ได้ใช้ข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะนำเสนอเรื่องค่าธรรมเนียมและคำสัญญาตามที่ได้ตกลงกันไว้อย่างชัดเจน ปัญหาที่ถูกจัดการได้ด้วยการที่สมาคมกีฬายืนยันให้นักกีฬาใช้รูปแบบมาตรฐานของข้อตกลงที่แสดงรายละเอียดในสัญญาอย่างชัดเจน

การเข้าหาลูกค้าแบบก้าวร้าวเกินเหตุ นั้นเป็นปัญหาที่ระบาดในการหาลูกค้าสมัครเล่นในระดับมหาวิทยาลัย ปัญหาแรก อาจเป็นการสร้างความโกรธแค้นของ NCAA เพราะพวกเขาขาดคุณสมบัติที่เข้าเกณฑ์ถ้าเซ็นสัญญากับเอเยนต์ด้านกีฬาหรือยอมรับมูลค่าใดๆ จากเอเยนต์ ในการแข่งขันเรื่องลูกค้า เอเยนต์หลายคนใช้เทคนิคสกปรก เช่น ให้เงินนักกีฬาเพื่อสนับสนุนให้เซ็นสัญญากับเอเยนต์เร็วๆ ความยากลำบากในการเป็นเอเยนต์หรือการหาลูกค้าทำให้บางคนใช้วิธีจู่ใจ

การเติบโตของเอเยนต์ด้านกีฬา

ในช่วงปลายของยุค 1970s เกือบทุกส่วนของอุตสาหกรรมกีฬาต่างรับรู้ถึงบทบาทของเอเยนต์ในแวดวงกีฬาอาชีพ Sobel (1990) กล่าวว่า มี 5 องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเติบโตของ

เอเยนต์ด้านกีฬา ได้แก่ วิวัฒนาการของสมาคมนักกีฬา, ระบบสงวนสิทธิ์, ความต้องการของนักกีฬา ด้านที่ปรึกษาการเงิน, การพัฒนาของลีกแข่งขันและโอกาสการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ที่เพิ่มขึ้น

วิวัฒนาการของสมาคมกีฬา (Evolution of Players Associations) ในการอธิบาย องค์ประกอบต่างๆที่ Sobel กล่าวไว้ เราจะเริ่มประเมินจากวิวัฒนาการของสมาคมกีฬาในช่วงปลาย ยุค 1960s และช่วงต้นของยุค 1970s ที่ได้เริ่มเปิดประตูสำนักงานต้อนรับเอเยนต์ด้านกีฬา สมาคม นักเบสบอลในเมเจอร์ลีก (Major League Baseball Players Association: MLBPA) ได้เคลื่อนไหว สำหรับการเจรจาต่อรองข้อตกลงร่วมกันเป็นหมู่คณะครั้งที่สอง (The Second Collective Bargaining Agreement)

ในการเจรจาต่อรองให้กับนักกีฬาได้รับการรับประกันเป็นลายลักษณ์อักษรเรื่องสิทธิที่จะใช้เอเยนต์ในการเจรจาต่อรองเรื่องสัญญา กับฝ่ายบริหาร นอกจากนี้ในการเจรจาต่อรองกับสภา บริหารเบสบอลเมเจอร์ลีก (Major League Baseball's Management Council) ทางสมาคมนักเบสบอลในเมเจอร์ลีก (Major League Baseball Players Association: MLBPA) ได้สิทธิที่จะร่วมในการ ตัดสินชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานอีกด้วย (Labor Grievance Arbitration) ซึ่งระบบนี้จะยินยอมให้ทั้ง ฝ่ายนักกีฬาและฝ่ายบริหารได้จัดการข้อขัดแย้งที่เกี่ยวกับงานในการพิจารณาดีให้เสร็จสิ้นก่อนที่จะมีการตัดสินชี้ขาดจากตุลาการที่เป็นกลาง

นักกีฬาได้ใช้เอเยนต์อย่างอิสระโดยการตัดสินชี้ขาดดังกล่าวในปี 1975 ซึ่งความสำเร็จ ในการให้อิสระแก่เอเยนต์ได้เปิดโอกาสให้เอเยนต์ด้านกีฬาเจรจาต่อรองเพื่อให้ได้ข้อเสนอสัญญาที่ดี สมาคมกีฬาเปิดโอกาสให้เอเยนต์ได้มีอำนาจมากขึ้น และเอเยนต์นักกีฬามักจะสังเกตการณ์และ ทำงานร่วมกับเอเยนต์ในการเจรจาต่อรองและการตัดสินชี้ขาด เนื่องจากทั้งสมาคมและเอเยนต์ต่าง ดูผลประโยชน์ของนักกีฬาทั้งคู่ ความแตกต่างของทั้งสองหน่วยงานนี้ คือ สมาคมดูแลเรื่อง ผลประโยชน์ให้นักกีฬาเฉพาะรายใดรายหนึ่ง ดังนั้น ทางสมาคมจึงได้เจรจาสัญญาเพื่อนักกีฬา ทั้งหมดในลีกที่เรียกว่า ข้อตกลงในการต่อรองเป็นหมู่คณะ (Collective Bargaining Agreement) และเอเยนต์เป็นผู้เจรจาสัญญาให้นักกีฬาที่พวกเขาดูแลอยู่ หรือที่เรียกว่า สัญญาสำหรับนักกีฬาที่เป็นมาตรฐาน (Standard or Uniform Player Contract)

ในการต่อรองเป็นหมู่คณะ สมาคมกีฬาจะจัดตั้งเงินเดือนและผลประโยชน์ขั้นต่ำ แล้ว เอเยนต์จะเจรจาต่อรองให้ได้เงินเดือนกับผลประโยชน์ที่มากขึ้น และจะมากขึ้นไปอีกสำหรับ

นักกีฬาที่อยู่ในสัญญาของพวกเขา ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของวงการกีฬาและวงการบันเทิง เพราะในความสัมพันธ์ทั้งหมดของแรงงาน สหภาพเป็นเอเยนต์ที่ดูแลพนักงานทั้งหมดสมาคมกีฬาจะคอยสนับสนุนเอเยนต์โดยการแบ่งปันให้ทราบเรื่องข้อตกลงในเงินเดือนและข้อมูลเกี่ยวกับสัญญา เพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรองสัญญาและให้คำแนะนำที่มีค่าเกี่ยวกับเงินเดือนและกฎหมายแรงงาน

ระบบสงวนสิทธิ์ (The Reserve System)

ช่วงกลางยุค 1970s นักกีฬาในเมเจอร์ลีกเบสบอล (Major League Baseball: MLB) มีพันธะทางกฎหมายอย่างต่อเนื่องกับทีมของพวกเขาด้วยระบบสงวนสิทธิ์ (Reserve System) แต่ละลีกจะใช้ระบบที่เข้มงวดเพื่อจำกัดเสรีภาพ ทำให้เจ้าของทีมต้องรักษาสិทธิของนักกีฬาและเงินเดือน ระบบสงวนสิทธิ์ของกีฬาเบสบอลนับเป็นตัวอย่างแรกที่ดีมาก ระบบนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ มาตราในการสงวนสิทธิ์ (Reserve Clause) และลิสต์ที่สงวนสิทธิ์ (Reserve List)

มาตราในการสงวนสิทธิ์ ในสัญญานักกีฬาที่เป็นมาตรฐาน จะให้ตัวเลือกกับทีมในการต่อสัญญานักกีฬาในฤดูกาลถัดไป แต่ละสัญญาประกอบไปด้วย มาตราต่างๆในการสงวนสิทธิ์ ดังนั้น นักกีฬาจึงสามารถต่อสัญญาตามฤดูกาลที่เป็นตัวเลือกจากทางทีมได้

ลิสต์ที่สงวนสิทธิ์ เป็นลิสต์รายชื่อที่ส่งไปให้แต่ละทีมในลีก ตามกฎของลีกซึ่งได้ให้สิทธิแต่ละทีมที่จะใส่นักกีฬาที่ต้องการสงวนสิทธิ์เอาไว้ในลิสต์ และทุกทีมจะมีสัญญาลูกผู้ชาย (Gentlemen's Agreement) ที่จะไม่เสนอสัญญาให้กับนักกีฬาที่ถูกสงวนไว้ในลิสต์นั้น

ระบบที่มีทั้งสองส่วนประกอบนี้ทำให้นักกีฬาถูกผูกมัดกับทีมซึ่งเงินเดือนของนักกีฬาและมีอิทธิพลในการต่อรองด้วย

ธุรกิจเอเยนต์ด้านกีฬาเติบโตขึ้นเมื่อการให้อิสระแก่เอเยนต์เกิดขึ้นในปี 1976 โดยการตัดสินใจขาดของ Messersmith-McNally ที่ประสบความสำเร็จในการทำลายระบบสงวนสิทธิ์ของกีฬาเบสบอล เมื่อการให้อิสระแก่เอเยนต์เริ่มเข้าสู่กีฬาเบสบอล

ความต้องการของนักกีฬาด้านที่ปรึกษาการเงิน (Athletes' Need for Financial Planning)

เมื่อเงินเดือนของนักกีฬาเพิ่มมากขึ้น การวางแผนเรื่องภาษี การวางแผนการเงิน และรูปแบบอื่นๆ ในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจกลายมาเป็นเรื่องสำคัญในความสำเร็จด้านการเงินของนักกีฬา เอเยนต์จะช่วยนักกีฬาเจรจาต่อรองให้ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น การแบ่งลดภาษีและรายได้หลังยุคอาชีพที่น่าพอใจ Shropshire (1990) กล่าวว่า เอเยนต์สามารถทำให้เกิดความเท่าเทียมกันระหว่างนักกีฬาและทีม กิจกรรมการแข่งขันกีฬาหรือผู้ให้การสนับสนุนที่เอเยนต์นักกีฬาเจรจาต่อรอง ทีมต่างๆ หรือผู้ที่บริหารจัดการแข่งขันมีประสบการณ์ในการเจรจาต่อรองในสัญญาหลายฉบับต่อปี ในขณะที่นักกีฬาแต่ละคนอาจมีเพียงแค่อีกาสเดียวที่จะเจรจาต่อรอง ดังนั้น จึงควรจ้างเอเยนต์ที่มีประสบการณ์ในการเจรจาต่อรอง ประเด็นนี้จะสำคัญเป็นพิเศษเมื่อเจอกับระบบที่ซับซ้อน อย่างเช่น ระดับเงินเดือนที่มากที่สุดเข้ามาเกี่ยวข้อง

โดยมากแล้วนักกีฬาแทบทั้งหมดจะไม่เคยได้เห็นสัญญานักกีฬามาก่อน โดยเห็นแต่ข้อตกลงการต่อรองเป็นหมู่คณะ และถ้าไม่ได้รับความช่วยเหลือจากเอเยนต์นักกีฬาอาจต้องเสียเปรียบอย่างมหาศาล บรรดาเอเยนต์ยังได้ช่วยให้ นักกีฬามุ่งความสนใจไปที่ประสิทธิภาพในการแข่งขันแต่เพียงอย่างเดียว โดยเอเยนต์จะทำตัวเป็นเกราะป้องกัน สิ่งกวนใจภายนอกให้กับนักกีฬา อันได้แก่ ภาษี แบบฟอร์มประกันภัย การชำระใบเสร็จต่างๆ การนัดหมายการเดินทาง สื่อมวลชน และความท้าทายทางอารมณ์ในการเป็นนักกีฬาอาชีพ นอกเหนือจากนี้ Grossman (2002) กล่าวว่า ความสำเร็จระยะยาวด้านการเงินของนักกีฬานั้นต้องการการแปลงรายได้ปัจจุบันไปสู่แหล่งการเงินระยะยาว การเปลี่ยนแปลงนี้เช่นอาชีพนักกีฬานั้นทำเงินได้ในการปรากฏตัวครั้งแรกอยู่ในอัตราที่เหนือกว่าคนวัยเดียวกันที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น บ่อยครั้งที่นักกีฬาอาจเปลี่ยนสภาพจากความขัดสนไปเป็นเศรษฐีได้ในเพียงชั่วข้ามคืน แต่ยังไม่มีความพร้อมและวุฒิภาวะเพียงพอที่จะควบคุมการใช้จ่ายและการออมเพื่ออนาคต Grossman (2002) แนะนำว่า ทีมการเงินของนักกีฬาประกอบไปด้วย ที่ปรึกษาด้านบัญชีหรือภาษี ทนายความธุรกิจ นายธนาคาร ที่ปรึกษาการลงทุน ผู้เชี่ยวชาญการประกันภัย และนักกฎหมายเรื่องอสังหาริมทรัพย์ แต่ละบุคคลนี้แยกจากเอเยนต์ที่ดูแลผลประโยชน์ของนักกีฬาในการเจรจาต่อรองสัญญาหรือการตลาด

การพัฒนาของลีกแข่งขัน

การพัฒนาของลีกแข่งขันต่างๆ ตั้งแต่ช่วง 1960s จนถึงช่วง 1980s ได้ส่งเสริมการเจริญเติบโตของธุรกิจเอเยนต์ด้านกีฬา ลีกแข่งขันต่างๆ เช่น The American Football League (1960-1966), The American Basketball Association (1967-1976), The World Hockey Association (1972-1978) และ The United States Football League (1982-1986) ได้เสนอเงินเดือนที่สูงกว่าเพื่อจูงใจนักกีฬาระดับแถวหน้าให้เข้าร่วมในลีกและข้อเสนอเหล่านี้ยังให้อำนาจในระหว่างการเจรจาต่อรองสัญญาด้วย เมื่อนักกีฬาเข้าสู่ลีกแข่งขัน เงินเดือนของนักกีฬาก็เพิ่มสูงขึ้น ในทำนองเดียวกันเงินเดือนของนักกีฬาที่เจ้าของพยายามที่จะรักษาให้อยู่ในลีกเดิมเพิ่มขึ้นด้วย เอเยนต์มักจะมึบบทบาทสำคัญยิ่งในการกำหนดผลประโยชน์ของทีมในลีกใหม่ โดยกลั่นกรองข้อเสนอของนักกีฬา และเจรจาต่อรองในสัญญา แนวคิดนี้ถือได้ว่าเป็นอีกก้าวหนึ่งของวงการกีฬาที่กลายเป็นปรากฏการณ์สากลตลอดช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ด้วยการที่นักกีฬาย้ายเข้าสู่ทีมกีฬาในตลาดทั่วโลก เอเยนต์ที่พร้อมด้วยความเข้าใจในลีกและทีมในระดับโลกและการติดต่อระหว่างประเทศนั้นก็มีส่วนให้บรรดานักกีฬามีโอกาสการเล่นในประเทศอื่นๆ ด้วย

โอกาสการเป็นพรีเซ็นเตอร์ที่เพิ่มขึ้น (Growth of Product Endorsement Opportunities)

ขณะที่วงการกีฬาอาชีพเติบโตขึ้นในธุรกิจโทรทัศน์ระดับชาติและมูลค่าทางการบันเทิงที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับนักกีฬา ที่จะเพิ่มรายได้ด้วยการเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้า

Martin Blackman ผู้บุกเบิกการเจรจาต่อรองสัญญาการเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับนักกีฬาด้วยข้อตกลงของเอเยนต์กับนักกีฬาที่ปลดเกษียณแล้วให้เป็นนักแสดงนำในซีรีส์ทางโทรทัศน์ของ Miller Lite ในปัจจุบัน นักกีฬามากมายจ้างผู้เชี่ยวชาญการตลาดด้านกีฬาช่วยพวกเขาสร้างภาพลักษณ์ ทำการตลาดด้านภาพลักษณ์และบริการ รวมถึงการเจรจาต่อรองข้อตกลงการเป็นพรีเซ็นเตอร์ (Shropshire, 1990)

นอกเหนือไปจากการเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า บรรดานักกีฬายังเข้ามาเกี่ยวข้องในการเจรจาเพื่อนำภาพลักษณ์ของตนเข้าสู่วงการบันเทิง นักกีฬาบางคน เช่น Rich Fox, Reggie

Jackson, Michael Jordan, O.J. Simpson และ Shaquille O'Neal ได้เป็นดารานำในภาพยนตร์ ในขณะที่คนอื่นๆ อันได้แก่ Barry Bonds, Bobby Bonilla, Rick Fox, Mike Piazza, Peyton Manning, Derek Jeter และ Serena Williams ได้ปรากฏตัวในรายการโทรทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนอาชีพ

อาชีพ (Career) หมายถึง งานหรือภาระหน้าที่ที่มนุษย์ต้องทำมาเสมอด้วยความถนัด ความสนใจ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ หรือการฝึกฝนจนเชี่ยวชาญโดยมีผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ความพึงพอใจของบุคคลที่ได้กระทำความสำเร็จของตนเองหรือกลุ่มหรือในรูปของค่าตอบแทนที่เป็นเงินหรือสิ่งของต่างตอบแทน หรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน หรือ การได้รับการยกย่องมีชื่อเสียงและเครือข่ายเพื่อนฝูงในสังคม

การวางแผนอาชีพ (Career Planning) คือ กระบวนการวางแผนความก้าวหน้าในชีวิตการทำงานของบุคคลซึ่งแต่ละบุคคลกำหนดเป้าหมายของอาชีพและกำหนดหนทางไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายนั้น (Mondy and Premeaux, 1999) อาจกล่าวได้ว่า การวางแผนอาชีพเป็นการกำหนดสิ่งที่อยากจะเป็นหรืออยากจะทำในอนาคตข้างหน้า ซึ่งจะมีทั้งแผนระยะยาว (5 ปี/10 ปี) และแผนระยะสั้น (1 ปี/2 ปี) การวางแผนอาชีพเป็นการจุดประกายความหวัง และเป็นแรงผลักดันให้มีความรู้สึกรู้สิดำเนินอยู่ตลอดเวลา และที่สำคัญจะทำให้บุคคลากรได้มองเห็นคุณค่าของตนเองจากการทำงานนั้นๆ (อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์, 2548)

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2543) กล่าวถึง การบริหารจัดการงานอาชีพว่าเป็นการจัดการงานในหน้าที่ของตนอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จในอาชีพ เป็นการนำเอาแนวความคิด ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์ มาช่วยจัดการงานหน้าที่ของตนให้ประสบความสำเร็จโดยมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์กับการบริหารงานโดยยึดวัตถุประสงค์ (MBO) และสัมพันธ์โดยตรงกับการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ยึดผลลัพธ์เป็นเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จของงาน เมื่อมีความสำเร็จในงานนั้นก็หมายความว่าเริ่มมีความสำเร็จในงานอาชีพแล้วส่วนหนึ่ง ดังนั้นการจัดการงานอาชีพได้ดีหรือไม่จำเป็นต้องมีเป้าหมายมุ่งหวังที่ชัดเจน การจัดการงานอาชีพมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. การจัดการงานอาชีพโดยองค์กร ซึ่งองค์กรต้องสร้างสายอาชีพการงานให้มีเกียรติมีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพของพนักงานเพื่อจะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจงานและเหมาะสม

กับความรู้ ความสามารถ ดังนั้น การจัดการงานอาชีพโดยองค์กรนั้น เป็นภารกิจของฝ่ายบุคคลที่ จะต้องมีการจัดองค์การออกแบบโครงสร้างการบริหารออกแบบโครงสร้างตำแหน่งและโครงสร้าง เงินเดือนรวมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ขององค์กรภายใต้ขอบข่ายของการสรรหา เพื่อสร้างความพึงพอใจในอาชีพองค์กร

2. การจัดการงานอาชีพโดย เริ่มต้นจากการคิดวางแผนบนพื้นฐานความรู้ความสามารถ ของตนเอง การที่คนเราจะยึดอาชีพใดในเบื้องต้นนั้นต้องคิดถึงข้อดีข้อเสียทุกด้านอย่างรอบคอบ และที่สำคัญต้องตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับองค์กร เพราะเมื่อเข้าไปสังกัดแล้วมี โอกาสประสบความสำเร็จและล้มเหลวพอๆ กัน ซึ่งความสำเร็จส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบ ของแต่ละคนว่าจะจัดการสายอาชีพของตนเองอย่างไร อีกทั้งตำแหน่งงานในองค์กรนั้นมีจำกัด ทำ ให้องค์กรไม่สามารถหยิบยื่นความก้าวหน้าในอาชีพให้ใครก็ได้ ถ้าพนักงานคนๆ นั้นไม่มี ความสามารถ

ซึ่งในการบริหารจัดการงานอาชีพนั้นต้องอาศัยแนวคิดในเรื่องของการวางแผนอาชีพ (Career Planning) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะเป็นไปตามแผนการที่วางไว้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. พื้นฐานของตัวบุคคล เช่นครอบครัว สังคม ระดับการศึกษา
2. โอกาสความก้าวหน้า
3. สภาพเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจแบบเปิดจะให้โอกาสกับทุกเศรษฐกิจขยายตัว สอดคล้องกับปริมาณแรงงานที่เข้าสู่ตลาดหรือตลาดเป็นของแรงงานเหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อโอกาส ของอาชีพ

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2548) กล่าวว่า การวางแผนอาชีพ เป็นเครื่องมือช่วยในการกำหนด ความก้าวหน้าในการงาน และกำหนดหนทางไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมาย ดังนั้นวิธีการนี้จึงมีจุด มุ่งไปยังบุคลากรให้มีความตระหนักต่อความสนใจ คุณค่า จุดอ่อน จุดแข็งของตนเอง การได้รับ สารสนเทศ เกี่ยวกับความก้าวหน้าในหน่วยงาน การวิเคราะห์เป้าหมายในอาชีพ และการกำหนด แผนปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายในอาชีพ

องค์ประกอบของการวางแผนงานอาชีพ (Career Planning)

ธงชัย สันติวงศ์ (2546) กล่าวว่า การวางแผนงานอาชีพมีองค์ประกอบหลักอยู่ 2 ส่วน คือ

1. Individual Career Planning การกำหนดเป้าหมายในอาชีพว่าตนเองจะบรรลุเป้าหมายในระดับใด
2. Organization Career Planning องค์การเป็นผู้กำหนดเส้นทางอาชีพ มี 4 แบบ คือ
 - 2.1 Traditional Career Path แบบดั้งเดิมกำหนดความเติบโตเป็นแนวตั้ง เช่น ระบบราชการ เป็นต้น
 - 2.2 Network Career Path หมุนเวียนรับตำแหน่งในระดับเดียวกัน จนมั่นใจในความรู้ความสามารถ แล้วจึงเลื่อนในระดับสูงขึ้น
 - 2.3 Lateral Skill Path กำหนดความเติบโตในแนวตั้ง แต่ยอมให้มีการแทรกเข้าด้านข้างได้
 - 2.4 Dual Career Path แบบคู่ขนาน เช่น สายวิชาการกับสายบริหาร ในสถานศึกษา

แนวคิดที่เกี่ยวกับการวางแผนด้านการเงิน

Financial Service Academy (2550) ได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการวางแผนด้านการเงินไว้ดังนี้

ขอบเขตและจุดมุ่งหมายของการบริหารการเงินบุคคล

สุภาใจ น้าผุด และ อนุชนาฏ เจริญจิตกรรม (2551) ให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการบริหารการเงินบุคคลว่าเป็นการบริหารเงินในส่วนของบุคคลให้บรรลุจุดมุ่งหมาย (Objective) ที่วางไว้คนเราทุกคนย่อมปรารถนาพบกับความสำเร็จในชีวิต ซึ่งความหวังของแต่ละคนย่อมมีต่างกันบางคนต้องการมีการศึกษา มีอาชีพก้าวหน้าสามารถหารายได้ได้มากจนสร้างความมั่นคงมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว แต่สำหรับบางคนต้องการเพียงเพื่อให้ชีวิตพออยู่ได้ให้ครอบครัวมีกินมีใช้ไม่ลำบากและมีความสุขสบายในบั้นปลายของชีวิตก็เพียงพอ แต่ไม่ว่าความปรารถนาของบุคคลจะเป็นอย่างไรก็

ตาม”เงิน” เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้บุคคลได้รับในสิ่งที่ตนหวังไว้ ดังนั้นการเรียนรู้ในการจัดระเบียบการเงินของตนเองและครอบครัวอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นโดยเริ่มต้นวางแผนการเงินสำหรับตนเองและครอบครัวแต่เนิ่นๆ แล้วค่อยทำให้ทุกคนมีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิตได้

การบริหารการเงินบุคคลครอบคลุมถึงการจัดการการเงินที่สำคัญๆ ของบุคคล ใน 6 ลักษณะ

1. การสร้างฐานะความมั่นคงทางการเงินหรือสุขภาพทางการเงิน (Financial Health) ซึ่งได้แก่ การมีงานทำที่เหมาะสม ก่อให้เกิดรายได้ที่มั่นคง รู้จักการวางแผนใช้จ่าย ท่างประมาณ ตลอดจนการรู้จักเลือกใช้บัตรเครดิตเพื่อเสริมฐานะความเป็นอยู่ของชีวิต
2. การรู้จักใช้เงินอย่างฉลาด (Spendind Money Wisely) โดยใช้เงินเป็นทุกด้านไม่ว่าเรื่องอาหาร สุขภาพ เครื่องนุ่งห่ม การคมนาคม และอื่นๆ
3. การใช้เงินเพื่อที่อยู่อาศัย (Home and Other Real Estate) เพื่อให้มีที่อยู่แบบสุขสบายและปลอดภัย และเป็นการลงทุนที่ไม่เสียหาย
4. การสร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินด้วยการทำประกันภัย (Insurance Program)
5. การลงทุนประเภทต่างๆ (Inversified Investment Portfolio) โดยเลือกหลักทรัพย์ลงทุนและสถาบันที่จะลงทุนที่เหมาะสม
6. การวางแผนการเงินสำหรับอนาคตยามปลดเกษียณ (Retirement) เพื่อความมั่นคงและสุขสบายตลอดชั่วอายุขัยของบุคคล

Financial Service Academy (2550) การวางแผนด้านการเงินจะช่วยให้รู้ถึงสถานการณ์ด้านการเงินทำให้รู้ถึงเป้าหมายทางการเงินในอนาคต พร้อมกับวิธีการบรรลุเป้าหมาย นอกจากนั้นการวางแผนการเงินที่ดีจะช่วยประหยัดรายจ่ายภาษี มีเงินใช้ยามเกษียณ สามารถเตรียมการรองรับกับอัตราเงินเฟ้อได้ และที่สำคัญ ทำให้มีเงินฉุกเฉินนอกเหนือจากค่าธรรมเนียมประกันชีวิตและสุขภาพ และจะช่วยในยามที่ต้องประสบกับความเจ็บป่วยหรือค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดฝัน

1. ความหมายของการบริหารการเงินบุคคลได้มีผู้ให้ความหมายของการบริหารการเงินบุคคลไว้ต่างกัันดังนี้

การบริหารการเงินบุคคล (Personal Finance) หมายถึง การจัดระเบียบการเงินของบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการรู้จักจัดหาเงินเข้ามา และใช้จ่ายออกไปอย่างถูกต้อง ก่อให้เกิดผลดีจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

การบริหารการเงินบุคคล หมายถึง การบริหารทรัพยากรทางการเงินที่บุคคลมีอยู่หรือได้มา (Personal Financial Resource) ให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้อย่างดีที่สุด คือ ให้ได้รับความมั่งคั่งสูงสุด อันจะนำมาซึ่งความสุขและความมีเสถียรภาพทางการเงินของบุคคลนั้น

กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล (Strategic Personal Finance Management) หมายถึง การบริหารการเงินของบุคคล ด้วยการนำหลักและวิธีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการตัดสินใจจนทำให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องการบริหารด้านการเงินโดยทั่วไป รายได้และการบริหารรายได้ของบุคคล การบริหารรายจ่ายต่างๆ ของบุคคล การบริหารความเสี่ยงและการประกันความมั่งคั่งของบุคคล การบริหารด้านการลงทุนของบุคคล ตลอดจนการวางแผนเพื่อเกษียณอายุและพินัยกรรม

2. บทบาทและความสำคัญของการบริหารการเงินบุคคล การบริหารการเงินเป็นเรื่องที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับในชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคนและในทุกช่วงชีวิต นอกจากจะมีผลต่อความมั่งคั่งของบุคคลและครอบครัวแล้วยังส่งผลต่อความมั่นคงของสังคมและเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

ประโยชน์ของการบริหารการเงินบุคคลมีดังนี้

1. ให้บุคคลได้มีแนวทางในการวางแผนการเงินของตนเองและครอบครัวได้อย่างถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดหา การใช้จ่าย การเก็บออมไว้ตลอดจนการลงทุน การรู้จักวางแผนและป้องกันสำหรับชีวิตและทรัพย์สินของตน อันจะนำมาซึ่งความมั่นคงและความผาสุกสำหรับบุคคลและครอบครัว

2. ส่งเสริมให้บุคคลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้จ่ายเงินอย่างถูกต้องในทุกแง่มุมของชีวิต เนื่องจากมีหลายสิ่งที่คุณน่าจะยังไม่ค่อยคำนึงถึง เช่น การใช้จ่ายเพื่อสุขภาพ การใช้จ่ายเพื่อพักผ่อนท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นการช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้มีความสุขและเป็นอยู่ที่ดี สุขสบายอย่างสมบูรณ์แบบ และได้มีโอกาสใช้เงินที่ตนอุตส่าห์ทำมาหาได้มาตลอดชีวิตให้มีความสุข เป็นอยู่ที่ดี สุขสบายอย่างสมบูรณ์แบบ และได้มีโอกาสใช้เงินที่ตนอุตส่าห์ทำมาหาได้มาตลอดชีวิตให้เกิดผลจนคุ้มค่าอย่างแท้จริง

3. การศึกษาวิชาการบริหารการเงินบุคคล จะก่อให้เกิดบุคลากรที่มีความรู้ทางการเงิน วางแผนการเงินส่วนบุคคล ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการวางแผนการเงิน และการลงทุนของบุคคลโดยเฉพาะ สามารถให้คำแนะนำและช่วยวางแผนให้แก่ลูกค้าที่ต้องการลงทุนในสถาบันการเงินต่างๆ เป็นต้นว่า ธนาคาร บริษัทประกันชีวิต บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทจัดการลงทุน ตลอดจนกิจการซึ่งทำหน้าที่ดูแลรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า นอกจากนั้น วิชาการบริหารการเงินบุคคลยังเป็นประโยชน์แก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายการพนักงานของบริษัทต่างๆ ที่จะเข้าใจถึงความต้องการของบุคคลซึ่งจะช่วยให้การให้คำปรึกษาและจัดสวัสดิการต่างๆ ให้กับบุคลากรในหน่วยงานของตนได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

4. การศึกษาทางด้านการบริหารการเงินบุคคล ยังเป็นรากฐานความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ เพราะเมื่อการบริหารการเงินของครัวเรือนได้ผลดีมีประสิทธิภาพประชาชนมีเงินใช้ ส่งผลให้เกิดการออมและการลงทุนของประเทศมาก นอกจากนั้นเมื่อประชาชนส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่ที่ดี สุขสบายก็เป็นการช่วยรัฐประหยัดค่าใช้จ่ายทางด้านสวัสดิการสังคมลงไปได้อีกทางหนึ่ง

การวางแผนการเงินบุคคล (Personal Finance Program)

1. รูปแบบการวางแผนทางการเงินของบุคคล

Financial Service Academy (2550) ได้กล่าวถึงรูปแบบการวางแผนทางการเงินของบุคคลไว้หลายรูปแบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 สินเชื่อส่วนบุคคล เมื่อคุณเริ่มมีวงเงินสินเชื่อ ก็สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน ได้ภายในวงเงินที่ระบุไว้ สินเชื่อประเภทนี้เป็นประเภทไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน วงเงินของสินเชื่อ ประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับรายได้และประวัติทางการเงินของคุณ สินเชื่อประเภทนี้มีตั้งแต่บัตรเครดิตไป จนถึงวงเงินเกินบัญชีที่อนุญาตให้จ่ายเช็คจากบัญชีกระแสรายวันแม้ไม่มีเงินในบัญชี คุณสามารถใช้ สินเชื่อได้ตราบเท่าที่คุณยังไม่ได้เงินเกินวงเงินที่ได้รับ ตัวอย่างของสินเชื่อ บัตรเครดิตธนาคาร (Credit Card) บัตรเครดิตแบบชำระเต็มทั้งจำนวน (Charge Card)

1.2 การวางแผนการประกันชีวิต หลายครอบครัวได้มีการประสบปัญหาได้หากผู้นำ ครอบครัวเกิดเสียชีวิตอย่างกะทันหันไม่เพียงแต่ความตายเท่านั้น แต่ความพิการการเจ็บป่วยเป็น ระยะเวลาาน หรืออุบัติเหตุอาจจะทำให้ครอบครัวของคุณตกอยู่ในที่นั่งลำบากได้ คุณอาจจะลด ความเสี่ยงได้โดยการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขลักษณะและเรียบง่ายและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่เป็นอันตราย ทั้งปวงแต่การกระทำเช่นนี้สามารถช่วยป้องกันความเสี่ยงได้เพียงบางส่วนเท่านั้นแต่ไม่ทั้งหมด

การประกันภัยมีหน้าที่ในการบรรเทาความรุนแรงของเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การเจ็บป่วย พิการเป็นเวลานาน อุบัติเหตุ ผู้นำครอบครัวเสียชีวิต เป็นต้น ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ ผู้คนตัดสินใจซื้อประกันชีวิต หลายคนพยายามหลีกเลี่ยงที่จะพูดถึงมันโดยการเลื่อนการซื้อประกัน ชีวิตที่จำเป็นออกไปเรื่อยๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากการประกันภัยมีประโยชน์หลายอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดอะไรขึ้นกับชีวิต ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่การพิจารณาว่าจำเป็นจะต้อง มีประกันชีวิตหรือไม่ และถ้าหากจำเป็น ก็ควรจะพิจารณาเลือกซื้อกรมธรรม์โดยด่วนเลย

1.3 การวางแผนภาษี ระบบการจ่ายภาษีแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1) การปฏิบัติตาม กฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้อง ในส่วนที่สอง จะเกี่ยวข้องกับการวางแผนภาษี (Planning) ซึ่งจะเป็นส่วนที่ เกี่ยวข้องกับการวางแผนอนาคตเพื่อที่จะหาหนทางในการลดภาษี การลดภาระภาษีเป็นการใช้สิทธิ หักลดหย่อนและข้อยกเว้นทางภาษีต่างๆ ตามประมวลกฎหมายรัษฎากรเพื่อลดภาระภาษี แต่การ หลีกเลี่ยงภาษีเป็นการจงใจไม่จ่ายภาษี ซึ่งถือเป็นเรื่องผิดกฎหมาย เช่น การแจ้งยอดเงินได้ไม่ครบ หรือหักลดหย่อนมากกว่าที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งรายการที่จะใช้เพื่อลดภาระภาษี ประกอบด้วย เงินสะสม เข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เบี้ยประกันชีวิต เงินลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ เงินลงทุนใน กองทุนรวมหุ้นระยะยาว เงินกู้ยืมเพื่อจัดหาที่อยู่อาศัย และเงินสมทบกองทุนประกันสังคม

1.4 การวางแผนเกษียณ คนส่วนใหญ่มักจะเลื่อนการวางแผนเพื่อเกษียณออกไปจนกระทั่งใกล้วัยเกษียณ คนส่วนใหญ่โดยเฉพาะในวัย 20-30 ปี มีภาระทางการเงินที่บีบบังคับอยู่มาก ในการซื้อบ้าน ซื้อมอเตอร์ หรือการเลี้ยงดูลูก ยิ่งกว่านั้นการเกษียณยังต้องรอไปอีก 20-30 ปี จึงเป็นกับดักสำคัญที่ทำให้มีการวางแผนเกษียณล่าช้าเกินไป ยิ่งเลื่อนการเตรียมตัวเข้าสู่วัยเกษียณออกไปนานเท่าไร ก็จะต้องทำให้มีเงินพอใช้หลังเกษียณได้ยากขึ้นเท่านั้น เพราะจะมีเวลาน้อยลงในการเก็บออมเงินจำนวนที่คุณต้องการ และต้องยอมรับความเสี่ยงสูงในการลงทุน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงๆ กลับมา รายได้ในช่วงเกษียณจะมาจากสินทรัพย์ที่สร้างรายได้ กรมธรรม์ประกันชีวิตเงินออม และแหล่งที่มาอื่นๆ อีกมากมาย การประกันชีวิตและการลงทุน ซึ่งจะเป็นแหล่งที่มาหลักของรายได้ในช่วงเกษียณแหล่งที่มาที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งก็คือ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

นอกจากนั้น องค์ประกอบที่สำคัญในการวางแผนการเกษียณ คือ การรักษามูลค่าสินทรัพย์ของตัวเองไว้ ถ้าหากไม่มีการวางแผนที่เหมาะสมในการรักษามูลค่าของสินทรัพย์ที่จะแบ่งสรรปันส่วนภายหลังจากที่ได้เสียชีวิตไปแล้วทายาทและผู้รับประโยชน์มีแนวโน้มว่าจะได้รับเพียงแค่บางส่วนของสินทรัพย์ทั้งหมดเท่านั้น ที่เหลือจะตกไปเป็นภาษีและค่าดำเนินการอื่นๆ ดังนั้น การวางแผนมรดกจะช่วยให้อายุของสินทรัพย์ลดลงน้อยที่สุด ในขณะที่ตัวเองสามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงินของคุณได้ด้วย

กระบวนการวางแผนเพื่อการเกษียณ เริ่มจากการตั้งเป้าหมายเกษียณของตัวเองก่อน ใช้เวลาคิดว่าต้องการอะไรเมื่อหยุดทำงานและมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ต้องการ เป้าหมายเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางแผน อย่างไรก็ตาม แผนการเกษียณของอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาเมื่อสถานการณ์และเงื่อนไขเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกันกับเป้าหมายอื่นๆ ขั้นตอนต่อมาคือ กำหนดขนาดของเงินทุนเพื่อการเกษียณที่คุณต้องการ และ ขั้นตอนสุดท้าย คือ กำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายของตัวเอง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการมีแผนการออมเงินและระบุถึงประเภทของการลงทุน การวางแผนภาษีและแผนการลงทุนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับแผนการเกษียณ แผนการลงทุนจะเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การมีเงินสะสมเพื่อการเกษียณในเวลาเดียวกัน การลดภาระภาษีให้ต่ำที่สุดจะช่วยทำให้เงินทุนภายหลังการเกษียณมีจำนวนมากขึ้นอีกด้วย

1.5 การวางแผนจัดการมรดก การวางแผนจัดการมรดกเกี่ยวข้องการส่งผ่านทรัพย์สินของเจ้ามรดกไปให้ทายาทหรือผู้รับผลประโยชน์ตามความต้องการของเจ้ามรดกในบางประเทศที่มี

กฎหมายมรดก ผู้รับผลประโยชน์ต้องเสียภาษีเมื่อได้รับมรดกด้วย ทำให้การวางแผนจัดการมรดก เกี่ยวข้องกับการใช้เทคนิค เพื่อลดภาษีที่ผู้รับผลประโยชน์จะต้องจ่ายและการจัดทำพินัยกรรม แต่ ในประเทศไทยซึ่งยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับภาษีมรดก ทรัพย์สินที่ได้รับจากเจ้ามรดกจึงไม่ต้องเสีย ภาษี (อย่างไรก็ตาม หากต้องไปจดทะเบียนโอนทรัพย์สิน ก็ต้องเสียค่าธรรมเนียมการโอน และเมื่อ ได้ครอบครองทรัพย์สินนั้นแล้วก็ต้องเสียภาษีที่เกี่ยวข้อง เช่น หากมรดกเป็นที่ดิน ต้องเสียภาษีที่ดิน หากมรดกเป็นอพาร์ทเมนต์ให้เช่า ต้องเสียภาษีเงินได้จากรายรับค่าเช่าอพาร์ทเมนต์) ดังนั้น เรื่อง การวางแผนจัดการมรดกในประเทศไทยจึงเกี่ยวข้องกับการจัดทำพินัยกรรมเป็นหลัก ว่าทำอย่างไร ทรัพย์สินจึงจะตกเป็นของบุคคลตามที่เจ้ามรดกต้องการจริงๆ

2. รูปแบบของการบริหารการเงินบุคคล(Personal Financial Management Model)

การบริหารการเงินบุคคล มีองค์ประกอบและความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหลายสิ่งเป็นต้นว่าอาชีพ (Career Choice) รายได้ (Income) และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล (Life Style) การเลือกอาชีพ และรายได้ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลผู้มีอาชีพที่มีรายได้สูง ย่อมจะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่หรูหราและสะดวกสบายมากกว่าผู้มีรายได้น้อยและเช่นเดียวกันทุกคน ย่อมที่จะสามารถกำหนดเป้าหมายทางการเงิน (Financial Goal) ของตนให้สูงกว่าได้ด้วยแต่ทุกคน ไม่ว่าจะมียกระดับรายได้และความเป็นอยู่อย่างไรก็ตามควรจะมีการกำหนดเป้าหมายทางการเงินของ ตนไว้ซึ่งการตั้งเป้าหมายนี้ให้กำหนดในระดับที่เหมาะสมและคิดว่าตนเองสามารถทำได้และจะ บรรลุผลสำเร็จตามที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางการเงินนั้นควรมีทั้งเป้าหมายระยะสั้นและ ระยะยาวกล่าวคือ ถ้าหวังให้ตนเองและครอบครัวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีในปัจจุบันควรจะต้องมีการ กำหนดเป้าหมายทางการเงินในระยะสั้น (Shot-Term Financial Planning) ไว้แต่ถ้ามุ่งหวังจะได้ ครอบครัวมีรากฐานที่มั่นคงและตนเองก็มีความสุขสบายในบั้นปลายชีวิตก็ต้องเตรียมการวางแผน การเงินระยะยาว (Long-Term Financial Planning) ไว้ด้วย ในการวางแผนทางการเงินที่ดีนั้นผู้ วางแผนควรมีความเข้าใจในทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งรู้จักนำเครื่องมือต่างๆ ในการบริหาร การเงิน (Financial Management Tools) มาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้การวางแผนดังกล่าวถูกต้อง สมเหตุสมผลและมีทางเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

แผนระยะสั้น (Shot-Term or Current Planning) แผนระยะสั้นส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ การบริหารสินทรัพย์สภาพคล่อง (Liquid assets) เช่นเงินสด เงินฝากต่างๆ รวมทั้งการใช้เงินกู้หรือ เครดิตอื่นๆสำหรับเรื่องการใช้เงินเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยนั้นเป็นได้ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาวเพราะ เราอาจใช้วิธีเช่าหรือซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองก็ได้ เช่นเดียวกับการทำประกันชีวิตก็อาจจัดไว้ได้

ทั้งในแผนระยะสั้นและระยะยาว เพราะบางคนอาจใช้วิธีทำประกันแบบเฉพาะกาล หรือบางคนอาจจะทำประกันแบบตลอดชีวิต (Whole Life Insurance)

แผนระยะยาว (Long-Term Planning) การวางแผนระยะยาวส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการสร้างความมั่งคั่งให้กับคนในอนาคต เช่น การวางแผนการเงินเพื่อเกษียณอายุ การซื้อสังหาริมทรัพย์เพื่อสะสมไว้ ตลอดจนการจัดการมรดกและโอนทรัพย์สินเหล่านี้ไปให้กับทายาทหรือผู้อื่น เป็นต้น

กระบวนการวางแผนทางการเงิน

วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ (2552) กล่าวว่า การที่จะบรรลุเป้าหมายทางการเงินหรือไม่ขึ้นอยู่กับแผนที่วางไว้ด้วย กระบวนการวางแผนการเงินประกอบด้วยกระบวนการวางแผนหลายอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นขั้นตอนดังแสดงในรูปต่อไปนี้

1. ตั้งเป้าหมายทางการเงิน
2. วางแผนการเงินและวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย
3. ลงมือทำตามแผนและวิธีการที่กำหนดไว้
4. ติดตามและควบคุมความคืบหน้าของแผน
5. ประเมินผลเพื่อทบทวนหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมาย

1. ตั้งเป้าหมายทางการเงิน การตั้งเป้าหมายทางการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาวเป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญในกระบวนการวางแผนทางการเงิน หากไร้ซึ่งเป้าหมายคงเป็นการยากหรืออาจจะเป็นไปไม่ได้เลยในการบริหารเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพการมีจุดมุ่งหมายจะทำให้เราสามารถทำการวางแผนที่ดีในการบรรลุเป้าหมายเหล่านั้นได้

การตั้งเป้าหมายทางการเงิน ควรตั้งเป้าหมายที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดที่เป็นไปได้ และเป็นเป้าหมายที่สมเหตุสมผล เป็นไปได้ และต้องเขียนออกมาเป็นจำนวนเงิน เป้าหมายทางการเงินควรมีรายละเอียดที่เจาะจงและแน่นอนว่าต้องการมีเงินเก็บเท่าไรและเก็บไปเพื่ออะไร การตั้งเป้าหมายที่ต่ำเกินไปจะทำให้ไม่สามารถสะสมเงินได้มากพอที่จะทำอะไรได้ แต่ถ้าเป้าหมายที่ตั้งนั้นสูงเกินไป ก็อาจจะไม่สามารถทำตามแผนนั้นได้เช่นกัน และสุดท้ายก็จะทิ้งแผนการการเงินนั้น

ไปเลยก็ได้ หลังจากนั้น จะต้องลำดับความสำคัญของเป้าหมายเหล่านั้น โดยพิจารณาว่าเป้าหมายใด เป็นเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว โดยอาจกำหนดวันที่ในการที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านั้น

2. วางแผนการเงินและวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย หลังจากที่ได้วางแผนเป้าหมายทางการเงิน เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนในการวางแผนการเงิน ซึ่งเป้าหมายที่ต่างกันก็ต้องการแผนการ และวิธีการที่ต่างกัน การวางแผนทางการเงินนั้น จะต้องพิจารณาถึง การจัดการด้านสินเชื่อ การจัดให้มีประกันที่เหมาะสม การจัดการการลงทุน การวางแผนเกี่ยวกับภาษี การเกษียณและการจัดการมรดก

3. ลงมือทำตามแผนและวิธีการที่กำหนดไว้ หลังจากที่ได้วางแผนเป้าหมายและวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านั้นอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว ลำดับต่อไปเราจะปฏิบัติตามแผนการเงินที่วางไว้อย่างเคร่งครัด ในกรณีที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงแผนทางการเงิน ผู้วางแผนทางการเงินควรมีเหตุผลที่ดีพอในการที่จะเปลี่ยนแปลงแผนการเงินและต้องสำรวจว่าตั้งเป้าหมายไว้สูงเกินไปหรือไม่ ซึ่งในการตั้งเป้าหมายทางการเงินนั้น จะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในครอบครัวและทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อเงินด้วย ดังนั้นเมื่อมีสมาชิกใหม่ในครอบครัว ควรสำรวจว่าแผนการได้เพื่อความต้องการของพวกเขาไว้ด้วยหรือไม่ ในการลงมือปฏิบัติตามแผนทางการเงินนั้น การสื่อสารกันอย่างเปิดเผยเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง นอกจากนั้น วิธีหนึ่งในการที่จะช่วยให้ดำเนินตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การจัดให้มีการประชุมทางการเงินในครอบครัวขึ้นเป็นประจำ เพื่อที่จะประเมินความคืบหน้าของแผนร่วมกัน และควรจะให้เด็กๆ ได้มีส่วนร่วมในการประชุมด้วย เพราะพวกเขาจะมีส่วนทำให้แผนการเงินมีโอกาสสำเร็จมากขึ้นอีกวิธีหนึ่งที่จะเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายตามแผนการเงิน คือ การระบุความสามารถและมอบหมายความรับผิดชอบในแต่ละด้านของแผนการเงินให้สมาชิกในครอบครัวแต่ละคน โดยอาจเลือกที่จะให้พวกเขารับผิดชอบในหน้าที่ที่เหมาะสมกับความสนใจ ทักษะ และวิธีการจับจ่าย การระบุความสามารถและความสนใจของสมาชิกแต่ละคนนั้นเป็นส่วนสำคัญในการนำแผนการเงินออกมาใช้

หากไม่มีเวลาในการจัดการเรื่องการเงินด้วยตัวเอง อาจจะต้องจ้างที่ปรึกษาทางการเงินเพื่อออกแบบและช่วยปฏิบัติตามแผนการเงิน ที่ปรึกษาจะให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงการวางแผนทางการเงินที่ครอบคลุมความต้องการทุกด้านหรือเฉพาะในบางด้าน เช่น การวางแผนภาษี การลงทุน เป็นต้น

4. **ติดตามและควบคุมความคืบหน้าของแผน** สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งในกระบวนการวางแผนทางการเงิน คือ การติดตามและควบคุมความคืบหน้าของแผน ซึ่งหากไม่มีการควบคุมรายรับรายจ่ายที่ดี อาจทำให้ประสบปัญหาจากการไม่มีเงินเพียงพอที่จะดำเนินแผนการเงิน ในการติดตามและควบคุมความคืบหน้าของแผนอาจทำได้โดยการทำงานรายรับรายจ่ายงบการเงินนี้เพื่อบันทึกข้อมูลรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเวลาหนึ่ง เช่น อาจจะเป็นงบรายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี และเปรียบเทียบรายจ่ายจริงกับงบรายจ่ายที่กำหนดไว้ หากมีความแตกต่างกันมาก จะได้อะไรทางแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง

5. **ประเมินผลเพื่อทบทวนหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมาย** จากหลักการและแนวคิดที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ห้บทบาและหน้าที่ของเอเย่นต์นักกัฟาทางด้านการวางแผนการเงินให้กับบุคคลในการดูแลของเอเย่นต์ ทั้งในด้านการวางแผนด้านสินเชื่อ การวางแผนด้านการประกันชีวิต การวางแผนด้านหลังเกษียณ การวางแผนภาษีเนื่องจากนักกัฟาทางจะมีผู้คอยให้คำปรึกษา แนะนำในการวางแผนด้านการเงินอย่างถูกต้องเพื่อให้ นักกัฟาทางสามารถบริหารจัดการรายได้ของตนเองให้ได้ประโยชน์สูงสุด

การวางแผนการเงินสำหรับการปลดเกษียณ (Petirement Program)

การปลดเกษียณเป็นภาวะที่บุคคลถอนตัวเองออกจากงานประจำที่ทำอยู่ เมื่อก้าวเข้าไปสู่วัยหนึ่งแล้ว ซึ่งโดยทั่วไปวาระนี้จะมาถึงเมื่อบุคคลมีอายุระหว่าง 55 ปีถึง 60 ปีหรือกว่านั้น

สุใจ น้าผุด และ อนุชนาญ เจริญจิตกรรม (2551) กล่าวว่า การปลดเกษียณ เป็นการสิ้นสุดวาระของการทำงานที่เคยให้ผลประโยชน์ ทั้งนี้เพราะเมื่อบุคคลถอนตัวออกจากงานประจำที่ทำอยู่ย่อมทำให้รายได้ที่เคยได้รับอย่างเต็มที่ต้องหมดไป

การกำหนดอายุที่ปลดเกษียณของบุคคลมีต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอาชีพและระเบียบข้อบังคับของแต่ละหน่วยงาน สำหรับผู้ที่รับราชการตามระเบียบข้าราชการพลเรือน กำหนดให้ข้าราชการปลดเกษียณอายุเพื่อรับบำเหน็จบำนาญเมื่อมีอายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ ส่วนในหน่วยงานเอกชนอาจกำหนดให้พนักงานออกจากงานเมื่อมีอายุครบ 55 ปีหรือ 60 ปี หรือบางแห่งยังยอมรับบุคคลที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีทำงานต่อไปอีกก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของ

คนๆ นั้น เพราะบุคคลบางคนแม้จะมีอายุมากแต่เป็นผู้มีความชำนาญและประสบการณ์ดี จึงยังเป็นที่ต้องการของหน่วยงานนั้นอยู่บางคนที่มีสุขภาพดีแข็งแรงก็ย่อมปฏิบัติงานต่อไปได้

กล่าวโดยสรุป กำหนดเวลาเกษียณอายุที่เหมาะสมที่สุดสำหรับบุคคล คือ เมื่อบุคคลนั้นคิดว่าตนพร้อมแล้วที่จะอยู่อย่างสุขสบายโดยไม่ต้องทำงาน และสมาชิกในครอบครัวก็ไม่เดือดร้อน อีกทั้งขณะนี้พร้อมในเรื่องเวลาและเงินทองพอที่จะให้ความช่วยเหลือเหลือเฟือกับสังคมได้บ้าง

1. การเตรียมความพร้อมเพื่อปลดเกษียณ

“ถ้าเราออกจากงานวันนี้ เราจะมีเงินเพียงพอสำหรับเลี้ยงตัวเองและครอบครัวหรือไม่” ตั้งคำถามกับตนเองว่า เราพร้อมหรือยังที่จะออกจากงาน ครอบครัวจะเอาเงินที่ไหนมาใช้จ่ายเมื่อเราต้องปลดเกษียณ การวางแผนเพื่อเตรียมรับสภาพเกษียณเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ที่รู้จักมองการณ์ไกลและมีการวางแผนทางการเงินไว้ล่วงหน้าสำหรับวาระแห่งการเกษียณอายุที่จะมาถึง ย่อมใช้ชีวิตในวัยชราได้อย่างมั่นคง ปราศจากความกังวล แต่สำหรับผู้ที่ไม่ได้มีการเตรียมวางแผนทางการเงินไว้เมื่อวัยเกษียณอายุมาถึง จะทำให้เขาขาดความมั่นคงมีความวุ่นใจและรู้สึกว้าเหว่ ชีวิตในวัยชราที่ช่างไม่มีอะไรเหลือจริงๆ มีแต่ความวุ่นวายใจเท่านั้นคงจะนั่งรำพึงรำพันกับตัวเองว่า”

2. ภาวะความเปลี่ยนแปลงเมื่อปลดเกษียณ

2.1 รายได้และการใช้จ่าย เมื่อบุคคลต้องปลดเกษียณ รายได้หลักที่เคยได้จากการทำงานจะหมดไป รายได้ที่มีอยู่บ้างก็ได้จากเงินออมที่สะสมไว้ ดอกผลอันเกิดจากหุ้นหรือทรัพย์สินต่างๆ ที่มีอยู่ บางคนอาจจะมีเงินบำนาญบำนาญ เงินประกันสังคม เงินจากกรมธรรม์ประกันชีวิต หรือมีรายได้จากการทำงานอดิเรกเล็กๆ น้อยๆ อย่างไรก็ตามรายได้ที่ได้ย่อมลดลงจากช่วงที่เคยทำงานอย่างเนิ่นนาน ซึ่งในช่วงนี้ถ้าวาระความรับผิดชอบของบุคคลนั้นเสร็จสิ้นไปแล้ว กล่าวคือ ลูกๆ สำเร็จการศึกษาและมียานทำงานแล้วก็จะไม่เป็นปัญหาแก่เรา ส่วนด้านการใช้นั้น การใช้จ่ายโดยทั่วไปจะลดลงเนื่องจากส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับบ้าน จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการแต่งกายหรือการเข้าสังคมมากนัก การใช้จ่ายในครอบครัวจะลดลงเนื่องจากลูกเติบโตทำงานช่วยเหลือตัวเองได้แล้ว อย่างไรก็ตามจะมีรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นบ้าง ได้แก่ รายจ่ายค่าหมอค่ายา รายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นต้น

2.2 เวลา เมื่อออกจากงานแล้วจะทำให้มีเวลามากขึ้นดังนั้นจึงอาจจะใช้เวลาที่มีอยู่ คิดอ่านทำหลายสิ่งหลายอย่างให้เกิดประโยชน์ได้ เช่น ทำสิ่งที่เคยคิดอยากจะทำ (ขณะทำงานอยู่) แต่ไม่อาจทำได้เนื่องจากไม่มีเวลา ทำงานอดิเรกซึ่งให้ทั้งความเพลิดเพลินและรายได้การท่องเที่ยว ตลอดจนการช่วยงานกุศลและสงเคราะห์ต่าง ๆ ดังนั้น ช่วงเวลานี้จึงเป็นโอกาสที่ดีที่สามารถใช้เวลาทำสิ่งที่อยากทำหรือมีความตั้งใจว่าจะทำได้เต็มที่ซึ่งหากใช้เวลาให้ถูกต้องก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ความเพลิดเพลิน และเสริมสร้างสุขภาพได้ แต่ถ้าปล่อยเวลาให้ล่วงไปโดยไม่ใช้ประโยชน์ก็อาจก่อให้เกิดความสูญเสีย ทั้งโอกาส รายได้และเป็นผลกระทบต่อสุขภาพจิตได้เหมือนกัน ดังนั้น จึงอยู่ที่ว่าเราจะรู้จักเลือกใช้เวลาในช่วงนี้อย่างไร

2.3 ภาวะจิตใจการปลดเกษียณเป็นสาเหตุให้บุคคลได้รับความกระทบกระเทือนทางด้านจิตใจอย่างรุนแรง สาเหตุเนื่องจากรายได้ที่เคยได้รับเปลี่ยนแปลงไปอย่างฉับพลัน บางคนจะรู้สึกว้าวุ่นเมื่อเดือนที่แล้วเรามีรายได้เดือนละหมื่นบาท แต่มาเดือนนี้ วันนี้เรากลายเป็นคนไม่มีงานทำไม่มีรายได้ไปเสียแล้วหรือ ความรู้สึกเช่นนี้จะทำให้เกิดผลกระทบต่อจิตใจได้อย่างไร ก็ตามสำหรับผู้ที่ทำงานซึ่งได้บำเหน็จบำนาญ เงินสะสม เงินเลี้ยงชีพ เงินประกันสังคมบ้างก็จะช่วยให้ภาวะที่กระทบต่อจิตใจลดน้อยลง

นอกจากนั้น บางคนอาจเกิดความรู้สึกว่าตัวเองหมดความสำคัญหมดความหมายไปเสียแล้วเพราะเมื่อเขาหันกลับไปเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูง ณ สถานที่เก่าที่ตนเคยทำงานอยู่ เขาจะรู้สึกว่าแม้ไม่มีตัวเขา งานทุกอย่างก็ยังคงดำเนินไปได้ด้วยดี เมื่อเป็นเช่นนี้เขาจะรู้สึกว่าตัวเองยังหมดความสำคัญไปแล้วจริงๆ แต่ในทางกลับกันบางคนกลับรู้สึกว่าตนเองยังมีคุณค่าขึ้น เพราะแม้ว่าบุคคลนั้นจะมีอายุมากออกจากงานไปแล้ว สังคมยังให้ความสำคัญและยอมรับเขาอยู่ เพราะเชื่อในวัยวุฒิ ความสามารถ ประสบการณ์ และฐานะทางการเงิน ดังนั้น บุคคลหลายคนแม้ว่าจะเกษียณอายุแล้ว ยังเป็นที่ยอมรับ โดยได้รับการเชิญเชิญให้เป็นวิทยากรที่ปรึกษาอาวุโส ที่ปรึกษาพิเศษขององค์การรัฐบาล หน่วยงานธุรกิจ ตลอดจนวัดวาอารามหรือองค์การกุศลต่างๆ

การปลดเกษียณใช้ว่าชีวิตจะไร้ค่าหรือเริ่มต้นทำอะไรใหม่ๆ ไม่ได้มีบุคคลหลายคน ที่มาทำธุรกิจหลังเกษียณอายุ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เช่น ผู้พันแซนเดอร์ (Colonel Sanders) มาทำธุรกิจไก่ทอด (Kentucky Fried Chicken) เมื่อมีอายุได้ 66 ปี ดังนั้น การปลดเกษียณยังเป็นโอกาสที่ดีแก่บุคคลได้เสมอ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับผู้สูงอายุที่สุขภาพจิตเป็นเรื่องสำคัญ การมีสุขภาพจิตดีย่อมส่งผลดีต่อสุขภาพ และสุขภาพที่แข็งแรงย่อมเป็นการประหยัดค่าหมอค่ายา

ได้ ดังนั้นในวัยปลดเกษียณการรู้จักสร้างภาวะจิตใจที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยควรรู้จักตระหนักถึงคุณค่าของตนเองอยู่เสมอ

2.4 สุขภาพ ผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุนั้นเป็นการแน่นอนว่าสุขภาพร่างกายย่อมทรุดโทรมลงไปบ้างเนื่องจากไม่สามารถทำงานที่ใช้กำลัง หรือใช้สมองได้มากเหมือนเมื่อตอนวัยรุ่นนอกจากนั้นโรคภัยไข้เจ็บของคนสูงอายุก็น่าจะตามมา ดังนั้นการรู้จักรักษาสุขภาพที่ดี เช่น การออกกำลังกาย การลดอาหารประเภทไขมันลงบ้างย่อมจะช่วยให้มีสุขภาพดี และหากได้มีการทำประกันสุขภาพ (Health Plan) ตามแนวคิดสมัยใหม่มีผู้ให้คำแนะนำ การวางแผนเพื่อเกษียณอายุมีความสำคัญยิ่งสำหรับทุกคนและทุกวัยในยุคปัจจุบัน ต้องกำหนดเป้าหมายสำหรับเรื่องนี้ไว้และทำตามเป้าหมาย โดยไม่ชักช้าอันตรายที่เกิดขึ้นกับผู้เกษียณบางราย

1. เริ่มต้นวางแผนเพื่อเกษียณอายุเมื่อสายเกินไปเพราะคนหนุ่มสาวส่วนใหญ่คิดว่าจะต้องใช้เงินในการสร้างฐานะก่อน เช่น ซื้อบ้าน ค่าการศึกษาของบุตรจึงไม่ได้คิดคำนึงเรื่องเกษียณอายุแต่อย่างใดก็ตาม ถ้าทำได้ควรจัดเงินสักส่วนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายยามเกษียณไว้ตั้งแต่เนิ่นๆ เพราะถ้าเริ่มต้นเก็บออมเพื่อเกษียณอายุเร็วเท่าไร ก็จะมีเงินออมจำนวนยิ่งมากขึ้นเท่านั้นเห็นได้ชัดในเรื่องการออมโดยทำประกันชีวิต ถ้าเริ่มต้นทำประกันเร็วเท่าไรจะเสียเบี้ยประกันน้อยเท่านั้น การลงทุนก็เช่นกัน ถ้าเก็บออมแบบกองทุนรวมสำรองเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund) ให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี ซึ่งเป็นการประหยัดค่าภาษีของตนเองได้มากเท่านั้น อีกทั้งวิกฤติความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นกับบุคคลในระหว่างช่วงชีวิตก่อนเกษียณ ซึ่งอาจมีปัญหาไม่คาดคิดเกิดขึ้นไม่ว่าเรื่องปัญหาสุขภาพ ทุพพลภาพ การหย่าร้าง ตลอดจนการเสียชีวิตของคู่สมรส ดังนั้นเงินที่ได้จัดเตรียมไว้สำหรับเกษียณอายุก็สามารถนำมาใช้พยุกรายได้ พยุงชีวิตในช่วงวิกฤติต่างๆ เหล่านั้นได้

3. การเริ่มต้นเก็บออมเพื่อเกษียณอายุเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งโดยสามัญสำนึกของคนทั่วไปมักคิดว่าการเกษียณอาจเป็นเรื่องอีกยาวไกล ค่อยเก็บค่อยออมไปก็ได้ จึงเริ่มออมเล็กน้อยไปก่อนแต่แท้ที่จริงแล้ว ในช่วงวัยหนุ่มสาวเป็นโอกาสที่ดีที่บางครั้งคนเราก็น่าจะทำงานใหญ่ ประสบความสำเร็จมีรายได้สูง จึงเป็นโอกาสที่จะเจียดเงินก้อนนี้ไว้เพื่อเกษียณอายุด้วย (เช่น การได้รับรางวัล โบนัสพิเศษเป็นเงินก้อนใหญ่) ถ้าหาทางลงทุนแบบที่จะฝากไว้เพื่อได้รับคืนในยามเกษียณ เงินประกันชีวิตแบบบำนาญสงเคราะห์โดยมอบให้สถาบันการเงินนำไปบริหาร เมื่อถึงเวลา

ต้องการจะได้เงินก้อนนี้กลับคืนมาพร้อมค่าเลี้ยงดูรายเดือนตลอดชีวิต ดังนั้น กรณีได้เงินก้อนใหญ่ หรือทำรายได้ได้มากเป็นพิเศษก็ให้แบ่งส่วนหนึ่งเตรียมไว้เพื่อใช้จ่ายยามเกษียณอายุได้ทันที

3. การลงทุนเพื่อความงอกเงยของเงินเกษียณอายุ คนทั่วไปมักมีแนวคิดแบบเก่า คือถ้าเป็นเงินเกษียณอายุต้องปลอดภัยไว้ก่อน เงินต้นต้องไม่สูญหายและมีรายได้อย่างสม่ำเสมอ จึงมักจะเป็นการฝากธนาคารและลงทุนในตราสารหนี้ ซึ่งได้ดอกเบี้ยต่ำมากเงินก้อนนี้กว่าจะเติบโต งอกเงยก็ช้ามาก ในเรื่องนี้ควรต้องพิจารณาว่า ได้เริ่มเก็บออมตั้งแต่เมื่อใดถ้าเริ่มเก็บออมตั้งแต่อายุ ไม่มาก เงินที่สะสมไว้อย่างพอนำไปลงทุนในทางเสี่ยงและให้ผลตอบแทนสูงกว่าได้บ้าง เพื่อจะมี โอกาสให้เงินงอกเงยเต็มที่และได้ผลตอบแทนมากกว่านี้ แต่อย่างไรก็ตามยิ่งเมื่ออายุมากขึ้น ยิ่งใกล้ เกษียณมากเท่าไรการลงทุนต้องยิ่งถือหลักความปลอดภัยให้สูงไว้มากเท่านั้น

ด้านการตลาดกีฬาสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

แนวคิดการสร้างตราสินค้า

ความหมายตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) คือ การสร้างความแตกต่างให้กับชื่อหรือสัญลักษณ์ ได้แก่ สัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนสินค้าหรือบริการที่สามารถบ่งบอกความ เป็นสินค้าและบริการของผู้ขายที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นได้ (Aaker, 1996)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบหรือส่วนผสม ของสิ่งเหล่านั้นที่เป็นการระบุถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขายและทำให้สินค้าของ ตัวเองแตกต่างจากคู่แข่ง (Kotler, 2000)

Scott (2000) กล่าวว่า ตราผลิตภัณฑ์ คือ กลุ่มของความคาดหวัง และความเชื่อมโยงที่เกิด จากประสบการณ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริษัท ซึ่งตราผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ลูกค้า ลูกจ้าง ผู้ถือหุ้น ได้รับรู้และมีประสบการณ์

นอกจากนี้ สมาคมการตลาดอเมริกา (AMA: American Marketing Association) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่า “ตราสินค้า” คือ ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่จำแนกสินค้าหรือบริการของผู้ขายรายหนึ่งให้แตกต่างจากผู้ขายรายอื่นๆ

คำกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตราสินค้าเป็นสิ่งที่นักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาดมีสูงขึ้น ความแตกต่างของสินค้านั้นน้อย ดังนั้น สิ่งหนึ่งที่นักการตลาดจะต้องทำ คือ การสร้างตราสินค้าอย่างจริงจัง ซึ่งการสร้างตราสินค้าจะเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบกันเพื่อสร้างความหมายให้แก่สินค้า และเป็นความหมายที่อยู่ในใจและความรู้สึกของผู้บริโภค ดังนั้น ตราสินค้ามีความสำคัญต่อเจ้าของตราสินค้าในระดับที่แตกต่างกันคือ

1. ตราสินค้าทำให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดี (Consumer Loyalty) จะทำให้เกิดเป็นทรัพย์สินสมบัติ (Asset) ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตมั่นใจได้ว่าจะมีปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนทางธุรกิจ และป้องกันไม่ให้เกิดการบุกรุกของกลุ่มแข่งขันอันจะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในระยะเวลาดำเนินมา

2. ตราสินค้าก่อให้เกิดความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Strategic Importance) แนวทางที่ตราสินค้าสามารถทำงานให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการซึ่งผู้ผลิตสามารถข้ามผู้ค้าปลีกเพื่อขายตรงไปยังผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ ตราสินค้ายังช่วยเพิ่มคุณค่าที่แท้จริงต่อผู้บริโภค คือ ตราสินค้าจะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วยความมั่นใจ เพราะตราสินค้าทำให้เกิดการประกันคุณภาพคุณค่าและความพอใจในผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค ตราสินค้าที่ยังคงสิ่งดีๆ เหล่านั้นไว้ได้ ผู้บริโภคจะให้การสนับสนุนต่อไป แต่ตราสินค้าที่ผู้บริโภคยังไม่รู้สึกชอบตราสินค้าหรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการ และผู้บริโภคอาจหันไปซื้อตราสินค้าอื่นแทน

ประเภทของตราสินค้า

Aaker (1996) ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product Brand) ตราสินค้าที่อยู่ในประเภทนี้ ได้แก่ ตราสินค้าของสิ่งของที่จับต้องได้ มีลักษณะชัดทางกายภาพ

ตราสินค้าบริการ (Service Brand) เป็นประเภทของตราสินค้าที่จับต้องไม่ได้ เวลาซื้อหรือบริโภคตราสินค้าอาจจะไม่ได้เป็นสิ่งที่จับต้องได้กลับไป อาทิ บริการสายการบิน เราคงไม่สามารถเอาเครื่องบินกลับไปได้ หรือไม่สามารถนำมาแอร์โฮสเตสกลับไปให้บริการที่บ้านได้ ตราสินค้ากลุ่มนี้ อาทิ การบินไทย ธนาคาร ตราสินค้ากิจกรรม

ตราสินค้ากิจกรรม (Event Brand) เป็นการปั้นหรือสรรค์สร้างกิจกรรมขึ้นมาให้มีความน่าสนใจจนกลุ่มเป้าหมายติดตามตริ่งใจเป็นกิจกรรมที่เขาจะต้องรอชมทุกปี อย่างตราสินค้าของกีฬาโอลิมปิก ฟุตบอลโลก กิจกรรมอย่าง Academy Fantasia หรือ The Star ที่จัดขึ้นทุกปี และมีคนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นทุกวัน

ตราสินค้า สถานที่หรือภูมิศาสตร์ (Geographic Brand or Place Brand) ซึ่งถือเป็นการให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้าของสถานที่ อาทิ จังหวัด อำเภอ หรือพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เช่น พัทยา ก็สร้างตราสินค้าผ่านกิจกรรมอย่าง พัทยามิวสิก เฟสติวัล หรือ งานพีชสวนโลก ก็ทำให้เชียงใหม่เป็นที่รับรู้และรู้จักมากขึ้น

ตราสินค้าบุคคล (Personal Brand) ศาสตร์และศิลป์ด้านของตราสินค้ายังสามารถนำมาใช้กับบุคคลยังได้หลายๆครั้งบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักซึ่งจะมีความโดดเด่นจากบุคลิกภาพ ลักษณะส่วนบุคคลทำให้เป็นที่จดจำได้

ตราสินค้าองค์กร (Corporate or Organization Brand) การสร้างตราสินค้าผลิตภัณฑ์บริการอย่างเดียวยังไม่พอบริษัทบางบริษัท องค์กรบางองค์กร มีผลิตภัณฑ์มากมายแต่อาจไม่น่าเชื่อถือ เพราะตราสินค้าองค์กรไม่ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างจริงจัง เพราะบางครั้งคนชอบผลิตภัณฑ์มาจากการชื่นชอบองค์กรนั้นด้วย และในทางตรงกันข้าม คนชอบองค์กรจะนำไปสู่การชื่นชอบผลิตภัณฑ์เมื่อมีการสร้างตราสินค้าองค์กรอย่างจริงจังอาจนำไปสู่การเต็มเต็มความภาคภูมิใจให้กับคนในองค์กรเอง

องค์ประกอบของตราสินค้า

Aaker (1996) แบ่งองค์ประกอบของตราสินค้าออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนประกอบ

แรกของตราสินค้า คือ สินค้า (Product) ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) ประกอบไปด้วย

ขอบเขตของสินค้า (Product Scope) คือ การเชื่อมโยงตราสินค้ากับประเภทของสินค้า ซึ่งหากการเชื่อมโยงนั้นมีความแข็งแกร่งพอ ตราสินค้านั้นก็จะสามารถถูกระลึกได้ (Recall) เท่ากับว่าตราสินค้านั้นมีความแข็งแกร่งในใจ ผู้บริโภคนั่นเอง องค์ประกอบต่อมาคือ คุณลักษณะของสินค้า (Attributes) หมายถึง การที่สินค้านั้นสามารถให้คุณประโยชน์ทั้งทางด้านประโยชน์ใช้สอยและอารมณ์แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางด้านอารมณ์มากกว่าผลประโยชน์ที่ได้จากประโยชน์ใช้สอยแต่เพียงอย่างเดียว คุณภาพของสินค้า (Quality) คือ การที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพที่ดีของสินค้าและบริการนั้น ซึ่งการที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพที่ดีของสินค้าแล้วนั้นจะทำให้เกิดเป็นสินค้าที่มีคุณค่าในใจของผู้บริโภคได้ องค์ประกอบสุดท้ายของสินค้า คือ การใช้สินค้า (Uses) ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเภทของการใช้หลายประการไม่ว่าจะเป็นโอกาสในการใช้ วงจรการใช้ตามฤดูกาลต่างๆ หรือดูที่ปริมาณการใช้ของผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นใช้มาก ใช้ปานกลาง หรือใช้น้อย เป็นต้น (Aaker, 1996)

ส่วนประกอบที่สอง คือ องค์ประกอบรอบนอกที่ไม่สามารถจับต้องไป (Intangible) ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ของผู้ใช้สินค้า (User Imagery) เป็นการกำหนดตำแหน่งและบุคลิกภาพให้กับตราสินค้า เพื่อบอกถึงกลุ่มผู้ใช้หรือผู้ซื้อว่าเป็นใคร ซึ่งจะเป็นตัวสะท้อนภาพลักษณ์ของกันและกัน ถิ่นกำเนิดของสินค้า (Country of Origin) คือ แหล่งกำเนิดของสินค้าซึ่งมีความสำคัญกับตราสินค้าในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้านั้นๆ ได้หากสินค้าใดมีแหล่งกำเนิดจากประเทศที่มีทรัพยากรหรือมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าประเภทนั้น ทำให้สินค้านั้นมีคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้า บุคลิกภาพของตราสินค้า (Brand Personality) คือ การนำตราสินค้ามาเปรียบเทียบกับเป็นบุคคล โดยมีบุคลิกภาพที่หลากหลาย เช่น เป็นคนน่าเชื่อถือ สนุกสนานกระตือรือร้น มีอารมณ์ขัน ฉลาดหลักแหลม อ่อนโยน สุภาพ เป็นต้น ซึ่งบุคลิกภาพตราสินค้าจะเป็นเหมือนสิ่งที่เชื่อมโยงให้ผู้บริโภคสามารถแสดงตัวตนออกมาผ่านตราสินค้าได้ โดยที่บุคลิกภาพตราสินค้ายังสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า และเป็นตัวสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์หรือคุณลักษณะของตราสินค้า อันจะส่งผลให้ตราสินค้ามีความแข็งแกร่งขึ้น (Aaker, 1996)

สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ทุกสิ่งที่เป็นตัวแทนของตราสินค้า นับได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ให้แก่ตราสินค้าทั้งสิ้น ถ้าตราสินค้าใดมีสัญลักษณ์ที่แข็งแกร่งก็จะสามารถช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำและระลึกถึงตราสินค้านั้นได้ง่ายขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค (Brand Customer Relationships) เป็นการสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อ ผู้บริโภค โดยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกด้านบวกกับตราสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้ตราสินค้านั้นอย่างต่อเนื่องและเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้า

ความเป็นตัวเอง (Self-expressive Benefits) คือ การใช้สินค้าเพื่อบ่งบอกถึงตัวตนของผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่ตนเองเป็นจริงๆ หรือลักษณะที่ตนเองอยากให้คนอื่นมองว่าเป็นอย่างไร (Aaker, 1996)

นอกจากนี้ Blair *et al.* (2005) ได้กล่าวเสริมถึงการบริหารตราสินค้าที่ดีจะต้องใส่ใจในทุกรายละเอียดและการจัดการที่มั่นคงได้กับองค์ประกอบตราสินค้าทุกอย่าง ทั้งในลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งองค์ประกอบทุกอย่างมีผลต่อชื่อเสียงของตราสินค้า แม้กระทั่งเรื่องที่เกี่ยวข้องเป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ อาจมีผลต่อความทรงจำโดยรวมของผู้บริโภคได้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตราสินค้าที่แท้จริงนั้น คือ การรวมกันของหลายๆ องค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นชื่อตราสินค้า คำขวัญ สัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน ทั้งจากลักษณะทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) และลักษณะทางด้านอารมณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible)

การสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า (Brand Identity)

การสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะสำหรับตราสินค้านั้นๆ คือ การกำหนดมาตรฐานในการใช้เครื่องหมาย ตราสัญลักษณ์ให้โดดเด่นและชัดเจนเพื่อใช้ในการพัฒนาและสื่อสารให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบและเข้าใจว่าตราสินค้านั้นมีจุดยืนอย่างไร มีความแตกต่างอย่างไรและมีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์อย่างไร รวมทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ข้อมูลต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นตราสินค้าได้มีโอกาสพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านสินค้า (Auken, 2004)

นอกจากนี้ Aaker (1996) กล่าวว่า เอกลักษณ์ตราสินค้า หมายถึง ส่วนประกอบต่างๆ ของตราสินค้าที่บ่งบอกว่า ตราสินค้าของเราคืออะไร และยังเป็นตัวช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคในแง่ของการยื่นข้อเสนอด้านผลประโยชน์และ ด้านการแสดงความภาคภูมิใจในตัวเอง โดยแบ่งเอกลักษณ์ตราสินค้าออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ประกอบไปด้วย แก่นของตราสินค้า (Core Identity) และส่วนขยายตราสินค้า (Extended Identity)

ส่วนประกอบเอกลักษณ์ตราสินค้า

แก่นของเอกลักษณ์ตราสินค้า (Core Identity) หมายถึง ศูนย์กลางหรือแกนสำคัญของตราสินค้าที่ติดแน่นอยู่กับตราสินค้าตลอดไปไม่ว่าจะผ่านไปนานเท่าใดส่วนนี้ยังคงมีลักษณะคงที่อันจะแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของตราสินค้า (Aaker, 1996) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดของตราสินค้า และเป็นตัวนำทางให้แก่ส่วนอื่นๆ ของตราสินค้าว่าควรมีลักษณะหรือควรสื่อสารออกมาแนวทางใด สำหรับ ส่วนขยายเอกลักษณ์ตราสินค้า (Extended Identity) หมายถึง องค์ประกอบอื่นๆ ที่ทำให้ช่วยเสริมรายละเอียดตัวตนอันเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าให้มีความชัดเจน และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารตัวตนของตราสินค้าสู่สาธารณะ เช่น การใช้ชื่อตราสินค้า (Brand Name) การใช้สัญลักษณ์ตราสินค้า (Logo) และการใช้คำขวัญ (Slogan) โดยส่วนขยายเอกลักษณ์ตราสินค้าจึงไม่ควรหยุดนิ่งกับที่และสามารถเปลี่ยนแปลงได้แต่การเปลี่ยนแปลงยังคงต้องคำนึงถึงแก่นของเอกลักษณ์ตราสินค้าไว้เป็นหลักทั้งนี้เพื่อให้ตราสินค้าเกิดความแข็งแกร่งของตราสินค้ามากขึ้น

นอกจากนี้ Upshaw (1995) ได้กล่าวว่า ส่วนสำคัญหรือแก่นของเอกลักษณ์ตราสินค้า คือ ตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning) และบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) โดยตำแหน่งตราสินค้าถูกกำหนดโดยใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกว่าส่วนใดมีความโดดเด่นเพียงพอต่อการนำมาใช้วางตำแหน่งตราสินค้า สำหรับบุคลิกภาพตราสินค้าจะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค เพราะบุคลิกภาพตราสินค้าเกิดขึ้นจากการนำลักษณะของมนุษย์มาเชื่อมโยงกับตราสินค้า แล้วนำมาสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยและเหมาะสม ดังนั้นทั้งตำแหน่งตราสินค้าและบุคลิกภาพของตราสินค้าเป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดองค์ประกอบอื่นๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นชื่อของตราสินค้า (Brand Name) การส่งเสริมการตลาดให้สินค้าอื่น (Promotion Merchandise) สัญลักษณ์ตราสินค้า (Logo/Graphic) กลยุทธ์การขาย (Selling Strategy) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications) และการ

กระทำต่อตัวสินค้าหรือบริการ (Product/Service) เครื่องมือในการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เพิ่มความแข็งแกร่งของตราสินค้าได้และเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) โดยทั่วไปการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าจะต้องแสดงให้เห็น ถ้อยคำเฉพาะ (Owned Word) คำขวัญ (Slogan) สีต้น (Color) สัญลักษณ์ (Symbol) สัญลักษณ์ตราสินค้า (Logo) และชุดของเรื่องราว (A Set of Stories) (Kotler, 1999)

การกำหนดชื่อตราสินค้า (Brand Naming) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญลำดับต้นในการสร้างตราสินค้า เพื่อบอกความหมาย และคำมั่นสัญญาที่ต้องสร้างขึ้นจากการทำงานของเอกลักษณ์ตราสินค้านั้นๆ (Kotler, 2000) ซึ่งชื่อตราสินค้าจะเป็นพื้นฐานของตราสินค้าที่จะทำให้เกิดการรับรู้และการสื่อสารไปยังผู้บริโภค โดยชื่อตราสินค้าจะเป็นแก่นสารแรกที่เปิดประเด็นให้เกิดการสร้างแก่นสารตัวต่อไปของตราสินค้าได้ ดังนั้น แล้วในการตั้งชื่อตราสินค้าหรือบริการ บริษัทสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นชื่อบุคคล สถานที่ตั้ง คุณภาพรูปแบบชีวิต หรือชื่อที่ตั้งขึ้นเอง เป็นต้น จึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการเลือกชื่อตราสินค้า อันประกอบไปด้วย 6 แนวทางคือ 1) ง่ายต่อการเรียนรู้และจดจำ 2) ง่ายต่อการเรียนรู้และจดจำ 3) สามารถนำเสนอสินค้านั้นได้ 4) สอดคล้องและสนับสนุนกับสัญลักษณ์ (Logo) และคำขวัญ (Slogan) 5) มีความแตกต่างจากคู่แข่ง 6) มีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันกับความต้องการ และ 6) ไม่ขัดแย้งต่อกฎหมาย (Aaker, 1996)

สัญลักษณ์ (Symbols) เป็นสื่อแทนภาพลักษณ์ที่ปรากฏออกมาเป็นรูปภาพอันก่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย ดังนั้นสัญลักษณ์ คือ ภาพที่เป็นสื่อแทนองค์กร สัญลักษณ์แบ่งออกเป็น สองชนิดด้วยกันคือ ส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นหนังสือ

ตราสัญลักษณ์ (Logo) คือ ภาพสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรอ่านออกเสียงเป็นคำหรือเป็นประโยค หมายถึง ชื่อสินค้า โดยหลักการของการออกแบบภาพสัญลักษณ์จำเป็นต้องคำนึงถึงความคิดรวบยอด (Concept) ให้ชัดเจน ออกแบบให้สามารถติดตามได้ง่ายโดยใช้อิทธิพลของสีต้นและรูปทรงเข้าช่วย รูปแบบที่ออกมาต้องไม่ซับซ้อนและยุ่งยากเกินกว่าที่จะทำความเข้าใจ และควรคำนึงถึงความเป็นสมัยนิยมและผู้รับสาร (Aaker, 1996)

คำขวัญ (Slogans) คือ ข้อความสั้นๆ ที่กินใจ สามารถใช้เป็นคติหรือคำปลุกใจโดยเป็นการใช้คำหรือวลี เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการจดจำ คำขวัญหากมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันแก่นสารของชื่อและสัญลักษณ์จะเพิ่มการจดจำในตัวสินค้าและองค์กรได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นแล้วคำขวัญ

ที่ดีควรมีลักษณะคือ 1) ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ 2) ควรมีชื่อตราสินค้าปรากฏอยู่ในคำขวัญ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำชื่อตราสินค้าไปพร้อมกับคำขวัญ 3) การใส่ความแตกต่างของตราสินค้าเหนือคู่แข่ง 4) การใส่บุคลิกภาพสำคัญในตัวตนของตราสินค้าไว้ในคำขวัญ และ 5) สามารถนำมาใช้งานโฆษณาได้และสามารถใส่ลูกเล่นต่างๆ ที่น่าสนใจได้ (Aaker, 1996)

สี (Color) เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถช่วยให้ตราสัญลักษณ์ (Logo) เป็นที่น่าสะดุดตาและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ตราสินค้าเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่าเอกลักษณ์ตราสินค้าที่ดีควรมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงความโดดเด่นของตราสินค้าได้ทันที และสามารถนำมาใช้สื่อสารแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งนักการตลาดจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับแก่นของตราสินค้าที่จะสื่อสารออกไปอย่างละเอียดและมีความชัดเจนเสียก่อน เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน และจะนำจุดที่แตกต่างของตราสินค้ามาใช้เป็นแนวทางในการวางตำแหน่งให้แก่ตราสินค้า ซึ่งเป็นวิธีการที่จะทำให้ตราสินค้าเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภค

การวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning)

การวางตำแหน่งของตราสินค้าจะแสดงให้เห็นถึงคุณค่าซึ่งเป็นข้อเสนอของสินค้าในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค (Aaker, 1996) โดยการวางตำแหน่งของตราสินค้าจะเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด การวางตำแหน่งคือ แรงขับ (Ego) ของตราสินค้าซึ่งคล้ายกับแรงขับของมนุษย์ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นจากความเป็นตัวตนของตราสินค้าแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ตราสินค้าจะถูกกำหนดโดยการดำรงอยู่บนพื้นฐานการรับรู้ในตราสินค้า รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่นๆ และผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคหากมีการเปลี่ยนตำแหน่งของตราสินค้าซึ่งความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมีผลกระทบโดยตรงต่อเอกลักษณ์ตราสินค้า (Upshaw, 1995)

นอกจากนี้ Auken (2004) ได้กล่าวว่า การวางตำแหน่งของตราสินค้า หมายถึง การกำหนดจุดยืนของตราสินค้า หรือทิศทางของตราสินค้าที่กำหนดขึ้นมาจากตราสินค้าเป็นอย่างไร ซึ่งในการวางตำแหน่งตราสินค้าจะต้องมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นจุดที่สินค้าสามารถนำเสนอได้และตราสินค้าจะต้องมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร รวมทั้งต้องเป็นจุดที่ ผู้บริโภคต้องการและเป็นจุดที่ไม่มีตราสินค้าใดสามารถสนองความต้องการได้ดีเท่ากับตราสินค้าของเราได้

จากความหมายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การวางตำแหน่งของตราสินค้าจะเริ่มจากขั้นตอนทางการตลาดในการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร และมีความต้องการอย่างไรบ้าง อีกนัยหนึ่งการวางตำแหน่งของตราสินค้า หมายถึงตำแหน่งที่อยู่ในใจผู้บริโภคโดยขึ้นอยู่กับสิ่งที่เจ้าของตราสินค้าต้องการให้เป็น เมื่อผู้บริโภคนึกถึงคุณประโยชน์ของสินค้าสามารถนึกถึงตราสินค้านั้นได้นั้นคือตราสินค้าต้องเข้าถึงและมีความเกี่ยวพัน มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และที่สำคัญที่สุดคือการมีคุณค่าในตราสินค้า

กล่าวโดยสรุป คือ การวางตำแหน่งตราสินค้านั้นมีความสำคัญในการตอบสนองแนวคิดหลักทางการตลาด คือ การตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค เนื่องจากการวางตำแหน่งตราสินค้านั้นเป็นการสะท้อนถึงเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) และการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค

การกำหนดบุคลิกภาพของตราสินค้า (Brand Personality)

บุคลิกภาพของตราสินค้า เป็นการกำหนดบุคลิกลักษณะเฉพาะของคนเข้าเชื่อมโยงกับตราสินค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม อาชีพ รายได้ ฯลฯ ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะต้องบ่งบอกถึงความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน (Aaker, 1996)

ในการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าจะเกิดขึ้นหลังจากการวางตำแหน่งของตราสินค้าเพื่อสร้างความแปลกใหม่และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งเป็นการสร้างแก่นของตราสินค้าอันเป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างความแตกต่าง (Upshaw, 1995)

Aaker (1996) ได้ให้แนวทางการกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้า โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ การกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและการกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้า

ประการแรก การกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้า (Product Related Characteristic) คือ การกำหนดโดยนำคุณลักษณะต่างๆ ที่โดดเด่นของสินค้ามาผสมผสานให้เข้ากับสินค้าได้อย่างเหมาะสม อาจจะเป็นสิ่งที่ติดตัวสินค้ามาตั้งแต่แรกหรือเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ เพื่อใช้

เป็นแนวทางในการกำหนดบุคลิกภาพของตราสินค้า เช่น ชนิดหรือประเภทของสินค้า บรรจุภัณฑ์ ราคา คุณสมบัติพิเศษของตัวสินค้า จนเกิดเป็นบุคลิกภาพของตราสินค้า

ประการที่สอง การกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้า (Nonproduct-Related Characteristic) เป็นการกำหนดบุคลิกภาพของตราสินค้าจากภาพลักษณ์ของใช้นอกจากนี้ Aaker (1996) ได้กำหนดลักษณะของบุคลิกภาพของตราสินค้า เช่นเดียวกับการแบ่งลักษณะบุคลิกภาพของมนุษย์ที่เรียกว่า “Big Five” ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerity) ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพความเรียบง่าย (Down-to-Earth) ความซื่อสัตย์ (Honest) ความดีงาม (Wholesome) ความรื่นเริง (Cheerful)
2. บุคลิกภาพน่าตื่นเต้นกระตือรือร้น (Excitement) ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพกล้า ท้าทาย (Daring) ความมีชีวิตชีวา (Spirited) ช่างจินตนาการ (Imaginative) ความทันสมัย (Up-to-Date)
3. บุคลิกภาพความสามารถความมีอำนาจ (Competence) ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ (Reliable) ฉลาด (Intelligent) ประสบความสำเร็จ (Successful)
4. บุคลิกภาพลุ่มลึก (Sophistication) ได้แก่ ความมีระดับ (Upper Class) ความมีเสน่ห์ (Charming)
5. บุคลิกภาพแข็งแกร่ง (Ruggedness) ได้แก่ ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor) แกร่ง บึกบึน (Tough)

จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพตราสินค้ามีความสำคัญยิ่งที่จะช่วยเสริมให้เอกลักษณ์ตราสินค้ามีความชัดเจนยิ่งขึ้น และช่วยเชื่อมโยงให้ผู้ซื้อรู้สึกว่ามีความสัมพันธ์และเกิดความรู้สึกผูกพันกับตราสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าอันจะเป็นประโยชน์โดยตรง

ดังนั้น การสร้างตราสินค้าให้กับบุคคลไม่ใช่เพียงแค่การสร้างภาพลักษณ์ หรือการทำประชาสัมพันธ์ให้บุคคลนั้นๆ แต่เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่มีชื่อเสียง หรือมีความดังมาก่อน แต่ต้องมีศักยภาพที่โดดเด่น ในบางแง่มุม

การสร้างตราสินค้า

การสร้างตราสินค้าจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า (Product) ที่ต้องมีคุณภาพ และมีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค การตั้งราคา (Pricing) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ชื่อตราสินค้า (Brand Name) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยเหล่านี้จะต้องมีลักษณะดึงดูดใจผู้บริโภคและต้องมีความแตกต่างไม่ซ้ำรูปแบบใคร เพื่อให้ตราสินค้าสามารถเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคได้

Knapp (2000) ได้อธิบายถึง ขั้นตอนการสร้างตราสินค้าด้วย D.R.E.A.M. Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ขั้นตอนแรกของการสร้างตราสินค้า เป็นการแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภครับรู้ถึงจุดเด่นที่ไม่เหมือนคู่แข่ง 2) การสร้างความเชื่อมโยงเกี่ยวกับผู้บริโภค (Relevance) เป็นการนำลักษณะบางอย่างของตราสินค้าที่คิดว่ามีส่วนคล้ายคลึงกับผู้บริโภคมาทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกผูกพันกับตราสินค้าและให้ตราสินค้ากลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างตราสินค้า 3) การสร้างความเชื่อถือ (Esteem) คือ การสร้างคุณค่าหรือยกย่องตราสินค้าให้อยู่ในใจ ผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการเชื่อถือในตราสินค้า เกิดความมั่นใจ และยอมรับตราสินค้านั้น 4) การสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า (Awareness) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้ในความแตกต่างของตราสินค้า ตลอดจนคุณค่าของตราสินค้า และขั้นตอนสุดท้าย คือ 5) การสร้างความจดจำในจิตใจ (Mind's eye) หมายถึง การทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีเกิดความประทับใจในตราสินค้าซึ่งความจดจำนี้จะเป็นผลรวมจากสิ่งที่สร้างให้เกิดเป็นตราสินค้าไม่ว่าจะเป็น การตระหนักรู้ความเชื่อถือ และผูกพันกับตราสินค้าจนสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิด การจดจำและเก็บตราสินค้านั้นไว้ในใจได้

นอกจากนี้ Blair *et al.* (2005) ได้กล่าวถึง กฎเหล็กของ 360 องศาในการสร้างตราสินค้าแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของตราสินค้า (Brand Scan) เป็นขั้นตอนการตรวจสอบทั่วไปของตราสินค้า โดยเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ 6 ประการ คือ ด้านของตัวสินค้าที่มีประสิทธิภาพสนับสนุนตราสินค้าดีแค่ไหน ภาพลักษณ์ของตราสินค้าแข็งแกร่งและมีเสน่ห์ดึงดูดเพียงใด ความผูกพันระหว่างตราสินค้ากับลูกค้าแข็งแกร่ง ตราสินค้ามีความได้เปรียบในสนาม

การค้ำมากน้อยเพียงใด รูปลักษณ์ของตราสินค้าชัดเจนเสมอต้นเสมอปลาย และโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่ ตราสินค้าได้รับการยอมรับสนับสนุนทั้งภายในองค์กรหรือผู้มีอิทธิพลทางความคิด และจากชุมชนที่ตราสินค้าดำเนินธุรกิจอยู่เพียงใด

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตราสินค้าโดยละเอียด (Brand Audit) คือ การรวบรวม ข้อมูลทั้งหมดในลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อนำมากำหนด กลั่นกรองและเผยความสัมพันธ์อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวระหว่างตราสินค้าและกลุ่มลูกค้าออกมาลักษณะที่จับต้องได้ของตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ราคา หน้าตา หรือขนาด ส่วนลักษณะที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ คุณค่าที่เป็นเหตุเป็นผล (เช่น ดับกระหาย เพิ่มพลังงาน หรือให้บริการลับไว) คุณค่าทางอารมณ์ (เช่น ทำให้คุณรู้สึกดีใจ รื่นเริง รู้สึกเท่ หรือมีความสุขที่ได้ไปร่นเปรอตัวเอง) คุณค่าทางจิตวิทยา (เช่น ทำให้คุณรู้สึกมั่นคง ฉลาด หรือมั่นใจในตนเองมากขึ้น) สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำหรือความสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคแต่ละคนมีต่อตราสินค้า นั้นหมายถึง การสร้างตราสินค้าขึ้นในจิตใจของผู้บริโภคนั่นเอง

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดแก่นแท้ที่เป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Print) คือ ข้อความสั้นๆ ที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ตราสินค้ามีต่อลูกค้าโดยนำมาถ่ายทอดและทำการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ทุกรูปแบบ

ขั้นตอนที่ 4 จุดสัมผัสระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค (Point of Contact) เป็นกระบวนการสุดท้ายในการสร้างตราสินค้า โดยการประเมินหาจุดต่างๆ ทุกจุดที่ลูกค้าจะมีปฏิสัมพันธ์ต่อตราสินค้าได้ โดยระยะเวลา สถานที่ พฤติกรรม และทัศนคติที่เหมาะสมที่สุดออกมา เพื่อนำตราสินค้าเข้าไปผูกพันเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้บริโภค

จากการขั้นตอนการสร้างตราสินค้าที่กล่าวข้างต้น เพื่อให้ตราสินค้านั้นมีความยิ่งใหญ่และสามารถครอบครองความคิดที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตราสินค้าก่อให้เกิดภูมิทัศน์ขึ้นในใจของผู้บริโภค Blair *et al.* (2005) ได้กล่าวเพิ่มเติมถึงวิธีการสร้างตราสินค้าให้มีความยิ่งใหญ่ทั้งหมด 11 ประการสำคัญ คือ

- ตราสินค้าต้องเป็น “สากล” ทั้งในแง่ของขนาดและความรู้สึก
- ตราสินค้านั้นสามารถเสริมคุณค่าให้กับประสบการณ์บนพื้นฐานที่แข็งแกร่งของสินค้า

- ตลาดสินค้าสร้างขึ้นจากกิจกรรมสำคัญที่คนทั้งโลกยอมรับร่วมกัน ซึ่งจะกลายมาเป็นสิ่งที่ประสานความเข้าใจร่วมกันในตัวตลาดสินค้า
- ตลาดสินค้าสามารถบรรลุถึงความสำเร็จในการสื่อสารเชื่อมโยงหลายๆ องค์ประกอบเข้าด้วยกัน ตามจุดสัมผัส (Points of Contact) ต่างๆ หลากหลายจุด
- ตลาดสินค้าสามารถดูแลรักษารูปแบบของค่านิยมต่างๆ ที่สร้างไว้ให้ต่อเนื่องไปได้ในระยะยาวและในทุกๆ สื่อ
- ตลาดสินค้านั้นแสดงให้เห็นจุดยืนร่วมกันในทุกส่วนผสมทางการตลาด
- ตลาดสินค้าจะต้องคงรูปลักษณะที่สดใหม่ ร่วมสมัย ง่ายต่อการจดจำ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความเชื่อถือในตลาดสินค้า
- ตลาดสินค้ามีลักษณะการแสดงออกในเชิงบวก ในแง่ดี ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีขึ้น
- ให้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดสินค้าแก่ผู้บริโภคอย่างคงเส้นคงวา
- รักษาตำแหน่งผู้นำด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งในตลาดในชุมชนและกับหลากหลายหน่วยงานที่มีอิทธิพลต่อสังคม
- เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้แสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมในตลาดสินค้าด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

จะเห็นได้ว่า การสร้างตลาดสินค้านั้นถือได้ว่าเป็นกระบวนการทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในตลาด อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่ารวมไปถึงการรักษาสัญญาที่ตลาดสินค้านี้ต่อผู้บริโภคด้วยสิ่งสำคัญในการสร้างตลาดสินค้า คือ การสร้างความแตกต่าง เพื่อให้ผู้บริโภคได้สังเกตเห็นถึงความโดดเด่นของตลาดสินค้าของเราเหนือกว่าคู่แข่งนอกจากนี้ตัวสินค้าเองต้องรักษาคุณภาพที่ดีไว้ต้องสร้างความ

ตระหนักรู้ ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถระลึกถึงตราสินค้าและเกิดความภักดีต่อตราสินค้าในที่สุดการที่ตราสินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง

ด้านการทำสัญญาและการเจรจาต่อรองสำหรับเอเย่นต์นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

กฎหมายเอเย่นต์นักกีฬาและสัญญาที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของสัญญา

บุญเพราะ แสงเทียน (2550) ได้กล่าวว่า สัญญา คือ นิติกรรมที่เกิดจากการแสดงเจตนาของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่จะก่อให้เกิดผลผูกพันตามกฎหมาย โดยฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาเป็นคำเสนอ และอีกฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาเป็นคำสนอง เมื่อคำเสนอและคำสนองถูกต้องตรงกันก็เกิดเป็นสัญญาขึ้น

สัญญาเป็นป่อเกิดแห่งหนึ่งที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นเรื่องของความสมัครใจและความยินยอมของคู่กรณี

2. ความหมายของสัญญาตัวแทน

บุญเพราะ แสงเทียน (2550) กล่าวว่า สัญญาซึ่งให้บุคคลคนหนึ่ง เรียกว่า ตัวแทน มีอำนาจทำการแทนบุคคลอีกคนหนึ่งเรียกว่า ตัวการ และตัวแทนตกลงจะทำการนั้นแทนตัวการ (มาตรา 797)

3. ลักษณะสำคัญของสัญญา

สัญญาต้องประกอบด้วยลักษณะสำคัญ ดังนี้

3.1 สัญญาต้องมีบุคคลตั้งแต่ 2 ฝ่ายขึ้นไป แต่ละฝ่ายจะมีคนเดียวหรือหลายคนก็ได้

3.2 สัญญาต้องมีการแสดงเจตนาตกลงกัน โดยฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาทำสัญญาก่อน เรียกว่า เป็นฝ่ายทำ คำเสนอ ที่จะทำสัญญา คำเสนอนี้ต้องเป็นการแสดงเจตนาโดยชัดแจ้งและมี

ข้อความชัดเจนแน่นอน ฝ่ายที่ทราบคำเสนอและประสงค์จะเข้าทำสัญญาด้วยจะต้องทำ คำสนอง คำสนอง คือ การแสดงเจตนาของผู้รับคำเสนอที่แสดงต่อผู้เสนอ เพื่อตกลงรับทำสัญญาตามคำเสนอ คำสนองนี้จะต้องปราศจากเงื่อนไข หรือข้อจำกัด หรือข้อเพิ่มเติมใดๆ เพราะถ้าคำสนองไม่ตรงกับ คำเสนอสัญญาก็ยังไม่เกิดขึ้น แต่คำสนองเช่นนั้นจะกลายเป็นคำเสนอขึ้นใหม่ กรณีนี้หาก ผู้เสนอ เดิมต้องการทำสัญญาด้วยก็อาจต้องเป็นฝ่ายทำคำสนองให้ตรงกับคำเสนอใหม่นั้น สัญญาจึงจะ เกิดขึ้นได้

3.3 สัญญาต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชอบด้วยกฎหมาย คือ คู่สัญญาต้องมีวัตถุประสงค์ที่จะ ทำสัญญาและวัตถุประสงค์นั้นไม่ขัดต่อกฎหมาย ไม่เป็นการฝ่าฝืน หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

ตามหลักกฎหมายตัวแทน-นายหน้า ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการด้านต่างๆ ในฐานะ ของผู้ว่าจ้าง (อาจเป็นนักกีฬาหรือโค้ชก็ได้) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยในการทำสัญญา ตัวแทน คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้ว่าจ้างจะต้องทำตามเงื่อนไขใน สัญญาจ่ายค่าตอบแทนและชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ คืนแก่ ตัวแทน ในขณะที่ตัวแทนก็ต้องทำตาม ความประสงค์ของผู้ว่าจ้าง ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ คอยแจ้งเรื่องต่างๆ ให้ผู้ว่าจ้างทราบ และ คอยดูแลผู้ว่าจ้างตามความเหมาะสม (Yasser et al., 1997)

4. ลักษณะสำคัญของสัญญาตัวแทน

บุญเพราะ แสงเทียน (2550) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของตัวแทนไว้ดังนี้

4.1 ลักษณะสำคัญของสัญญาตัวแทน เป็นนิติกรรม 2 ฝ่าย คือ ตัวการ และตัวแทน

ตัวการ คือ บุคคลที่ตกลงให้บุคคลอื่นกระทำการในนามของตน

ตัวแทน คือ บุคคลที่ตกลงจะทำการแทนตัวการ ภายใต้การควบคุมสั่งการของ ตัวการ

4.2 วัตถุประสงค์ของสัญญาต้องชอบด้วยกฎหมาย เช่น คำตั้งแฉ่งเป็นตัวแทนไปซื้อขาย เสพติดให้โทษสัญญาตัวแทนนี้ย่อมเป็นโมฆะ เพราะการซื้อขายเสพติดให้โทษขัดต่อกฎหมาย

4.3 ความเป็นตัวแทนนั้นจะเป็น โดยแต่งตั้งแสดงออกชัด หรือโดยปริยายก็ได้ เช่น คำวานให้แดงช่วยดูแลร้านขายของชำของคำแทนคำขณะคำไปต่างประเทศ แดงขายของชำแทนคำ และซื้อของชำมาขายเพิ่มเติม เมื่อคำกลับมาคำก็รับเงินค่าขายของชำและรับของชำที่แดงซื้อมาได้ ถือว่าคำได้ตั้งแดงเป็นตัวแทนขายของชำโดยปริยาย

5. ความระงับสิ้นไปแห่งสัญญาตัวแทน

บุญเพราะ แสงเทียน (2550) กล่าวว่า สัญญาตัวแทนจะระงับไปเพราะเหตุดังนี้

ตัวการถอนตัวแทนหรือตัวแทนบอกเลิกเป็นตัวแทน(มาตรา 826 วรรคหนึ่ง)

5.1 เมื่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตาย ตกเป็นผู้ไร้ความสามารถ หรือล้มละลาย (มาตรา 826 วรรคสอง)

5.2 เมื่อคู่สัญญาตกลงเลิกสัญญากัน

5.3 เมื่อตัวแทนทำการเสร็จตามวัตถุประสงค์ในสัญญาแล้ว

5.4 เมื่อวัตถุประสงค์หมดไปตามเงื่อนไขแห่งสัญญาแล้ว

แนวคิดของตัวแทนทั่วไป

1. ประเภทของตัวแทน

บุญเพราะ แสงเทียน (2550) กล่าวว่า ตัวแทนมี 2 ประเภท คือตัวแทนได้รับมอบอำนาจ เฉพาะการได้แก่ ตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจให้กระทำการเฉพาะสิ่งเฉพาะอย่าง ตัวแทนประเภทนี้ต้องมีอำนาจกระทำการแทนตัวการ เฉพาะกิจการที่ตัวการมอบหมายเท่านั้น (มาตรา 800)

ตัวแทนได้รับมอบอำนาจทั่วไปได้แก่ตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจจากตัวการให้ทำการแทนตัวการได้ทุกอย่าง เว้นแต่กิจการ ต่อไปนี้ คือ

- 1) ขายหรือจำนองอสังหาริมทรัพย์
- 2) ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์กว่า 3 ปี ขึ้นไป
- 3) ให้
- 4) ประนีประนอมยอมความ
- 5) ยื่นฟ้องต่อศาล
- 6) มอบข้อพิพาทให้อนุญาโตตุลาการพิจารณา (มาตรา 801)

2. หน้าที่และความรับผิดชอบของตัวการต่อตัวแทน

ตัวการมีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อตัวแทน

2.1 ต้องจ่ายเงินทดรองให้กับตัวแทนตามจำนวนที่จำเป็น เพื่อใช้จ่ายในการทำการอันตัวการได้มอบหมายแก่ตัวแทน (มาตรา 815)

2.2 ต้องจ่ายดอกเบี้ยในเงินที่ตัวแทนได้ทดลองจ่ายหรือใช้จ่ายไปเพราะมีเหตุจำเป็น (มาตรา 816 วรรคหนึ่ง)

2.3 ต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้ตัวแทน ถ้าตัวแทนต้องเสียหายเพราะทำกิจการของตัวการ โดยมีเหตุเป็นเพราะความผิดของตัวแทน (มาตรา 816 วรรคสาม)

2.4 ต้องจ่ายบำเหน็จให้แก่ตัวแทนถ้ามีข้อตกลงในสัญญาตัวแทนว่ามีบำเหน็จ หรือเมื่อในทางประพฤดิหรือเคยเป็นทำเนียมว่าต้องมีบำเหน็จ (มาตรา 803)

การจ่ายบำเหน็จหากไม่มีข้อตกลงกันเป็นอย่างอื่น ตัวการต้องจ่ายบำเหน็จให้ตัวแทนเมื่อการเป็นตัวแทนได้สิ้นสุดลงแล้ว (มาตรา 817)

2.5 ตัวแทนมีสิทธิที่จะยึดหน่วงทรัพย์สินของตัวการที่อยู่ในครอบครองของตัวแทนไว้จนกว่าตัวแทนจะได้รับเงินที่ค้างชำระเพราะการเป็นตัวแทน(มาตรา 819)

หลักกฎหมายของการเป็นตัวแทนทั่วไป

Epstein (2003) กล่าวว่า กฎหมายของการเป็นเอเยนต์ปรากฏให้เห็นมาได้หลายร้อยปี หลักสำคัญของกฎหมาย คือ เพื่ออนุญาตให้บุคคลใดๆปฏิบัติงานในนามของ ผู้ว่าจ้าง ยกตัวอย่าง เช่น ลูกจ้างผู้ที่ปฏิบัติงานภายใต้ “ขอบเขตปฏิบัติการว่าจ้างเขาหรือเธอ” ที่จะส่งเสริมความมุ่งมั่นในธุรกิจใดๆของผู้ว่าจ้าง โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่บังคับใช้ได้ทางกฎหมายที่สามารถยึดเหนี่ยวให้ผู้ว่าจ้างรับผิดชอบต่อการกระทำใดๆของลูกจ้าง คำที่ว่า “ขอบเขตปฏิบัติการว่าจ้าง” มักจะถูกพาดพิงถึงคำในภาษาละตินที่ว่า Respondeat Superior หมายถึง “ให้เจ้านายเป็นผู้ตอบ”

ในขณะที่ความสัมพันธ์ของ “เจ้านาย-คนรับใช้” ถูกแทนที่ด้วยถ้อยคำที่ลดความหยาบแรงลงด้วย “ผู้ว่าจ้าง-ตัวแทน” หรือ “นายจ้าง-ลูกจ้าง” ในด้านหน้าที่ของทั้งคู่ยังคงเหมือนเดิม เอเยนต์นักกีฬาจะแสดงความจำนงค์เพื่อเข้าร่วมในข้อตกลงการเป็นเอเยนต์กับทางผู้ว่าจ้างเพื่อส่งเสริมความน่าสนใจในตัวของผู้ว่าจ้าง เอเยนต์นักกีฬาจะทำการดูแลตามความสามารถนี้แม้ว่าใครๆ จะไม่มองว่าความสัมพันธ์ระหว่างเอเยนต์นักกีฬากับลูกจ้างของเขาหรือเธอเป็นแบบ “นายจ้าง-ลูกจ้าง”

หลักกฎหมายด้านสัญญาทั่วไป

เนื่องจากการแข่งขันและความต้องการสำหรับตัวนักกีฬานั้นยังคงทำให้มูลค่าของสัญญากีฬาเพิ่มมากขึ้น บุคคลและองค์กรมากมาย รวมไปถึงองค์กรด้านกฎหมายได้พยายามเพิ่มมูลค่าในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบของสัญญากีฬาและแข่งขันกันเสนอราคาเพื่อการใช้บริการ โดยได้กล่าวถึงสัญญา (Epstein, 2003) ดังนี้

1. สัญญา คือ ข้อตกลงผูกมัดทางกฎหมาย สัญญาแสดงถึงการพบกันของจิตใจ (Meeting of The Minds) ของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สัญญาในการกีฬาอยู่ภายใต้หลักการเดียวกันของการพัฒนารูปแบบสัญญาเช่นเดียวกับรูปแบบอื่นใดของข้อตกลงการว่าจ้าง ผู้ช่วยทางด้านกฎหมายนั้นดูเหมือนว่าจะเล่นในบทบาทที่แตกต่างกันหลายอย่างในการช่วยเหลือทนายความด้านการกีฬาในธรรมเนียมการปฏิบัติงานด้านเอเยนต์กีฬา แม้ว่าการเจรจาต่อรองจะดูเหมือนว่าไม่ได้เป็นหนึ่งในนั้นก็ตาม อย่างไรก็ตามการเข้าใจโดยทั่วๆ ไปของกฎหมายด้านสัญญาและสัญญานักกีฬามาตรฐาน

จะรองรับต่อการช่วยเหลือใดๆ ได้เป็นอย่างดีอย่างแน่นอนในเรื่องของการเข้าใจธรรมชาติและผลกระทบของเงื่อนไขของสัญญา

2. การเสนอและการยอมรับสิ่งที่ถือเป็นหัวใจของความสัมพันธ์ทางธุรกิจทุกรูปแบบ คือ สัญญา มีการให้คำจำกัดความของสัญญาไว้ว่า เป็นข้อตกลงระหว่างคู่สัญญา 2 ฝ่ายที่มีผลบังคับใช้ตามกฎหมายไม่ว่าในรูปของคำพูดหรือเป็นลายลักษณ์อักษร เนื้อหาสัญญาเกี่ยวกับการสัญญาจะกระทำการบางอย่างร่วมกันในอนาคตโดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อเสนอ คือ สัญญาแบบมีเป็นเงื่อนไขที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งตกลงจะทำตามหากอีกฝ่ายทำตามเงื่อนไข

2.2 คำสนองตอบรับ คือ การที่คู่สัญญาฝ่ายที่ได้รับคำเสนอตกลงที่จะทำตามคำเสนอนั้นการ

2.3 ตอบแทน คือ สิ่งตอบแทนในการปฏิบัติตามสัญญาที่คู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องให้แก่อีกฝ่าย

สัญญาเป็นโมฆะต่อเมื่อเนื้อหาในสัญญาผิดกฎหมาย (เช่น สัญญาระบุข้อตกลงในการฆาตกรรม เป็นต้น) หรือต่อเมื่อผู้รับคำเสนอไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาในสัญญาเนื่องจากมีความบกพร่องทางร่างกายหรือสติปัญญา หรือผู้รับคำเสนอมีความต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ อนึ่งการที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ทำตามข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญา เรียกว่า การฝ่าฝืนสัญญา ซึ่งแก้ไขได้โดยการจ่ายเงินชดเชยหรือทำการแก้ไขตามที่สัญญาระบุไว้ (Berry and Wong, 1993)

3. การพิจารณาปัจจัยการพิจารณา คือสิ่งที่น่าสนใจที่สุดในสัญญา ก็เพราะเนื่องจาก “ราคาของการสัญญา” อาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับด้านการเงินอย่างสูงสุด แม้ว่าสัญญาทุกฝ่ายต่างก็ต้องมีเพื่อวัตถุประสงค์ทางกฎหมาย เช่นเดียวกันกับสัญญาใดๆ ที่สามารถบังคับใช้ได้ เรื่องที่เป็นประเด็นสามารถเกิดขึ้นได้กับรูปแบบด้าน “กำลังความสามารถ” ทางกฎหมายในการลงนามของผู้เยาว์ในสัญญา ก็พาดพิงมาตึก ว่าชนั้ และเทนนิสมักจะเกี่ยวข้องกันประเด็นทางด้านสัญญาที่เกี่ยวข้องกับผู้เยาว์ ข้อพิสูจน์ของกำลังความสามารถทางกฎหมายอาจต้องการลายมือชื่อของพ่อแม่หรือผู้ปกครอง แม้ว่าผู้เยาว์จะเข้าไปสู่การเตรียมการทางด้านสัญญา ผู้เยาว์ยังถือครองความสามารถใน

การกระทำเช่นการทำสัญญาให้เป็นโมฆะได้ตามที่พวกเขาเลือก อย่างไรก็ตามอีกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องถูกแทนที่ในตำแหน่งเดียวกันก่อนหน้าการเข้าร่วมในข้อตกลงหรืออย่างน้อยก็ในตำแหน่งที่ไม่ค่อยไปกว่า

สัญญาอีกส่วนใหญ่เป็นสัญญาที่มีความชัดเจน; นั่นคือมีความชัดเจนว่าไม่มีสัญญาที่แสดงเป็นนัยในวงการกีฬา เป็นเหมือนผลลัพธ์จากการให้บริการทางด้านการอาชีพที่เพิ่มขึ้นโดยทุนความและเอเจนต์นักกีฬา เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างมากของเงินดอลลาร์ที่ได้ผ่านเข้าไปสู่โลกของการกีฬา นักกีฬาก็เช่นเดียวกันที่จะมีประสบการณ์มากเพียงพอที่จะไว้วางใจได้เกือบทั้งหมดในข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่เกี่ยวข้องในกีฬารองอาชีพของพวกเขา

4. กฎข้อบังคับของการหลอกลวง ตามกฎทั่วไปแล้ว สัญญาอาจเป็นไปได้ทั้งด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษร อย่างไรก็ตามในทางกฎหมายต้องการข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรในสถานการณ์เฉพาะ สำหรับสัญญาที่ด้วยเงื่อนไขของมันแล้วจะมีอายุมากกว่าหนึ่งปี กฎข้อบังคับของการหลอกลวงจะถูกนำไปใช้และต้องการให้เป็นลายลักษณ์อักษร เช่นเดียวกันกับทุกสัญญาสำหรับการขายอสังหาริมทรัพย์, สัญญาที่เกี่ยวกับการขายสินค้าที่มีต้นทุนสูงกว่า 500 ดอลลาร์และการสัญญาที่จะตอบรับสำหรับหนี้สินของอีกฝ่ายหนึ่ง (เช่น ผู้ลงนามร่วม) ต้องเป็นลายลักษณ์อักษร

5. ใช้ได้ตามกฎหมาย, เป็นโมฆะ, ทำให้เป็นโมฆะได้ ทุกๆสัญญานั้นใช้ได้ตามกฎหมาย (Valid), เป็นโมฆะ (Void), หรือทำให้เป็นโมฆะได้ (Voidable) ด้วยการที่สามารถทำให้เป็นโมฆะได้ สัญญากฎหมายจะถูกห่อหุ้มด้วยเงื่อนไขของ “ความสามารถทำให้เป็นโมฆะได้ (Voidability)” โดยเฉพาะเมื่อนักกีฬาได้มาถึงเป้าหมายที่ชัดเจนและอยู่ภายในเงื่อนไขของผลงาน เป้าหมายนั้นมักจะอ้างอิงถึงในฐานะสิ่งกระตุ้นชั่วคราวและสามารถเป็นหนทางที่ยอดเยี่ยมในการตอบแทนรางวัลแก่นักกีฬาสำหรับผลงานที่ดีเด่น ยิ่งไปกว่านั้นผู้เยาว์ (บุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี) อาจโมฆะสัญญาในขณะที่ยังเป็นผู้เยาว์อยู่แต่ต้องใส่ฝ่ายที่เกี่ยวข้องคนอื่นลงไปแทนที่ในตำแหน่งที่อยู่ก่อนล่วงหน้าการทำสัญญา แม้ว่าลูกจ้างส่วนใหญ่ จะไม่ได้รับสัญญาที่เป็นทางการและมีความชัดเจนอย่างเป็นทางการจากนายจ้างของพวกเขา สัญญากฎหมายเกือบจะทุกครั้งที่จะอยู่ในรูปลายลักษณ์อักษรและมักจะแสดงถึง “การพบกันของจิตใจ” ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ระหว่างนายจ้างหรือผู้เสนอการรับรองและนักกีฬา เมื่อนักกีฬาและนายจ้างหรือผู้อุปถัมภ์สนับสนุนได้เพียงแค่ลงนามข้อตกลงก่อนหน้าการสร้างผลงาน การทำข้อตกลงเช่นนั้นจัดว่าเป็นการดำเนินการที่เต็มรูปแบบ

และใช้ได้ทางกฎหมายแม้ว่าในวงการอื่นๆเงื่อนไขนี้แสดงนัยว่าแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้แสดงอย่างเต็มที่ถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ

6. หมวดหมู่ของสัญญา สัญญากีฬาสามารถแบ่งออกได้โดยทั่วไปเป็นสามหมวดหมู่:

- (1) สัญญาการบริการด้านงานอาชีพ (Professional Services Contracts) บางครั้งเรียกว่า สัญญานักกีฬามาตรฐาน (Standard Player Contracts) หรือ การบริการส่วนบุคคล (Personal Services),
- (2) สัญญาการให้การรับรอง (Endorsement Contracts), และ (3) สัญญาการปรากฏตัว (Appearance Contracts) ถ้านักกีฬาแต่ละรายเป็นสมาชิกของทีม สัญญาของนักกีฬาอาจถูกผลกระทบโดยสมาชิกคนอื่นๆของทีมนั้นเนื่องจากช่วงค่าตอบแทนของสโมสรหรือโครงสร้างอื่นๆ ไม่มีขีดจำกัดของจำนวนเงินดอลลาร์ที่นักกีฬาแต่ละรายอาจเรียกร้องสำหรับการให้การรับใช้ของนักกีฬาในสัญญาการให้การรับรองและสัญญาการปรากฏตัว

7. สัญญาทีมกับสัญญาบุคคล ถ้านักกีฬาอาชีพคนหนึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทีม นักกีฬามักจะได้รับสัญญานักกีฬามาตรฐาน เพียงแค่ข้อแตกต่างระหว่างสัญญาของเขาและสมาชิกคนอื่นๆของทีมมักจะเป็นในเรื่องของค่าตอบแทน, โบนัสต่างๆ, และทางเลือกในการเจรจาใหม่อีกครั้ง นักกีฬาของทีมที่เป็นข้อยกเว้นหรือ “นักกีฬาดาวเด่น” จะยังคงสามารถรักษาข้อตกลงที่เป็นส่วนตัวเอาไว้ได้อย่างมั่นคงปลอดภัยกับทางแต่ละบริษัทสำหรับสัญญาการให้การรับรองและสัญญาการปรากฏตัว

8. สัญญาการบริการด้านงานอาชีพ (สัญญานักกีฬามาตรฐาน Standard Player Contract :SPK) มักจะอยู่ในรูปแบบเอกสาร “ต้นแบบ (Boilerplate)” ไม่ว่านักกีฬาจะเกี่ยวข้องในสโมสรหรือสมาคมกีฬาหรือไม่ก็ตาม สัญญานั้นมักจะถูกเสนอต่อนักกีฬาและนักกีฬาคนอื่นๆด้วยเงื่อนไขที่เหมือนกันทั้งหมดที่นอกเหนือไปจากค่าตอบแทนและโบนัสต่างๆ ในขณะที่ทุกๆ สัญญาอาจถูกเจรจาต่อรอง หลายๆ ข้อตกลงจะใช้แบบเอกสารสัญญาที่เป็นมาตรฐานกับจำนวนเงินดอลลาร์ที่แตกต่างกันเพียงแต่ขึ้นอยู่กับ “มูลค่า” ของนักกีฬาแต่ละบุคคล สัญญานี้มักจะเป็นผลผลิตที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่ได้มาอย่างไม่ตั้งใจของประวัติการเจรจาต่อรองระหว่างสโมสรและนักกีฬาต่างๆในสโมสรนั้นและถูกระบุไว้ในข้อตกลงการร่วมเจรจา Collective Bargaining Agreement (CBA) ของสโมสรนั้น กีฬาหลายประเภท เช่น กรีกา สเกตน้ำแข็ง วายน้ำ และยิมนาสติกไม่ได้อยู่ภายใต้สถานะของ “สโมสร” เพราะฉะนั้นสัญญาการให้บริการด้านงานอาชีพมักจะถูกแทนที่ด้วยสัญญาการให้การรับรองโดยผู้อุปถัมภ์สนับสนุนของทีมหรือบุคคลเป็นพิเศษ เช่นเดียวกันสัญญานี้

อาจเป็นต้นแบบในลักษณะธรรมชาติถ้าทั้งผู้เสนอและผู้รับเสนอตกลงต่อเงื่อนไขที่เฉพาะเจาะจง และคล้ายคลึงอย่างสอดคล้องกันนั้น

9. สัญญาการให้การรับรองไม่เหมือนกับสัญญาการให้บริการด้านงานอาชีพ สัญญาการให้การรับรอง (Endorsement Contract) มักจะไม่ถูกจัดการตามความสัมพันธ์แบบนายจ้าง-ลูกจ้าง ถ้าจะพูดให้ถูกต้องมันเป็นหนึ่งในผู้ทำสัญญา-ผู้ทำสัญญาที่อิสระไม่ขึ้นกับผู้ใด อย่างเช่นการหักภาษี ณ ที่จ่าย, ประกันภัย, และการจ่ายค่าตอบแทนแรงงานมักจะไม่มีอยู่ในการจัดเตรียมการให้ สัญญาการให้การรับรองเป็นสัญญาที่มีส่วนสำคัญที่ให้สิทธิผู้อุปถัมภ์สนับสนุนหรือผู้รับการรับรองในการใช้ (เช่น ใบอนุญาต) ชื่อ ภาพลักษณ์ หรือความเหมือนกันของนักกีฬาในการเชื่อมโยงกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการของผู้รับการรับรองในกีฬาอาชีพส่วนใหญ่ สโมสรจะห้ามนักกีฬาให้การรับรองเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มากกว่าการประกาศณรงค์ต่อสาธารณะ เช่น “อย่าดื่มและขับ” ยิ่งไปกว่านั้น NFL เพิ่งได้ตั้งนโยบายไปเมื่อไม่นานมานี้ว่านักกีฬาไม่อาจให้การรับรองกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสารอาหารได้

เงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ของสัญญาการให้การรับรองนั้นเป็นที่ชัดเจนว่าทิ้งไว้ให้ขึ้นอยู่กับแหล่งทางการเงินของผู้รับการรับรองหรือผู้อุปถัมภ์สนับสนุนและการสร้างสรรค์ของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่มีกฎเกณฑ์หรือตัวแปรที่ดึงเอาไว้สำหรับข้อตกลงเช่นนั้นมากไปกว่าที่ว่าพวกมันต้องถูกต้องตามกฎหมาย โดยทั่วไปจะยึดหลักการที่ว่ายังผู้รับการรับรอง (หรือผู้อุปถัมภ์สนับสนุน) รู้ดีกว่าการอุปถัมภ์สนับสนุนนักกีฬาสามารถช่วยเหลือในการขายของสินค้าเฉพาะนั้นๆ ได้มากเท่าใด ความเป็นไปได้ของโครงสร้างค่าจ้างและโบนัสก็จะยิ่งสูงมากยิ่งขึ้น ข้อสมมติฐานที่สำคัญคือ การที่ผู้อุปถัมภ์สนับสนุนหวังที่จะเพิ่มยอดขายหรือส่วนแบ่งตลาดสินค้าของพวกเขาเองโดยการผลักดันนักกีฬาที่มีตัวตนและเป็นที่ยอมรับในสายตาไปอยู่ส่วนหน้าของการเผยแพร่โฆษณา

10. สัญญาการปรากฏตัว รูปแบบสุดท้ายของสัญญากีฬาอาชีพคือ สัญญาการปรากฏตัว Appearance Contract การจัดเตรียมมันได้ทำการจ่ายค่าตอบแทนให้กับนักกีฬาสำหรับการปรากฏตัวตามที่กลุ่มของงาน, กลุ่มคน, หรือการชุมนุมอภิปรายเพื่อชี้แนะ บางครั้งการปรากฏตัวถูกรวมไปในสัญญาการให้การรับรอง นักกีฬามักได้ค่าธรรมเนียมที่ดีสำหรับการปรากฏตัวและผู้สนับสนุนของงานแสดงนั้นมักจะจ่ายค่าตอบแทนให้กับนักกีฬาเป็นค่าตัวเครื่องบินหรือการเดินทางอื่นๆ ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายต่างๆ ในระดับปานกลาง มีเพียงแค่นักกีฬาที่ดีที่สุดในการเล่นเฉพาะนั้นๆ ที่ต้องการให้มาปรากฏตัวเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าธรรมเนียม อย่างไรก็ตามควรรู้เอาไว้ว่านักกีฬาหลาย

คนให้การปรากฏตัวของของนักกีฬาโดยปราศจากค่าธรรมเนียมเพื่อตัวของพวกเขาเองหรือทีมของพวกเขา

11. สัญญากีฬา สัญญาในวงการกีฬาไม่ได้มีความแตกต่างไปจากสัญญาต่างๆ ใน

ชีวิตประจำวัน: นักกีฬาถูกจ่ายค่าตอบแทนสำหรับการให้การใช้ของพวกเขาในฐานะลูกจ้างหรือผู้ร่วมสัญญา การจะพิจารณาถึงธรรมชาติของสัญญาการให้บริการส่วนตัวของนักกีฬาอาชีพอย่างไรก็ตามแม้ว่านักกีฬาสมัครเล่นยังต้องเผชิญกับสัญญาที่สำคัญในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักกีฬาสมัครเล่นมักจะต้องการเลือกที่ยากลำบากเกี่ยวกับการเปลี่ยนสถานะของพวกเขาจาก “สมัครเล่น” ไปเป็น “มืออาชีพ” ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเรื่องของเงินที่อาจสามารถหามาได้ในกีฬาของพวกเขา นักกีฬาอาชีพบางคนถูกจ่ายเงินให้อย่างมากมายในปีหนึ่งๆ มากกว่าที่คนส่วนใหญ่เคยได้รับในช่วงเวลาของนักกีฬา การเข้าร่วมในกีฬาเพื่อค่าตอบแทนทางการเงินเป็นข้อแตกต่างพื้นฐานระหว่างนักกีฬาอาชีพและนักกีฬาสมัครเล่น ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทกีฬา นักกีฬาอาจมีตลาดที่ใหญ่โตหรือศักยภาพที่จะคุ้มครองความมั่นคงปลอดภัยให้กับสัญญาเนื่องจากธรรมชาติของเกมการแข่งขันในระดับนานาชาติ (หรือระดับชาติเท่านั้น) การเข้าใจถึงการพัฒนารูปแบบของสัญญาและเงื่อนไขโดยทั่วไปของสัญญาให้ชัดเจนจะเป็นประโยชน์แก่ทุกๆ ฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในความสัมพันธ์ทางด้านสัญญา

12. เอเยนต์นักกีฬาและสัญญา เอเยนต์นักกีฬาให้การรับใช้ในบทบาทที่มีคุณค่าในเงื่อนไข

ของการทำให้สัญญามีความมั่นคงปลอดภัยและการเจรจาสัญญาเพื่อนักกีฬาอาชีพ ทนายความที่เป็นเอเยนต์ให้กับนักกีฬาได้ถูกฝึกฝนมาในเรื่องหลักพื้นฐานของการร่างสัญญาและการพัฒนารูปแบบและควรที่จะมีความคุ้นเคยกับมูลค่าทางการตลาดในปัจจุบันของลูกค้าของพวกเขาที่เกี่ยวข้องต่อนักกีฬาคนอื่นๆ ภายในวงการกีฬาเดียวกัน อย่างไรก็ตามมันควรถูกบันทึกเอาไว้ว่าไม่ได้มีความจำเป็นที่จะต้องทำการว่าจ้างทนายความ (หรือแม้แต่เอเยนต์นักกีฬาซักคน) ในการทำให้ข้อตกลงมีความมั่นคงปลอดภัยสำหรับนักกีฬา นักกีฬาบางคนไม่ได้หวังที่จะว่าจ้างเอเยนต์ด้วยหลากหลายเหตุผลรวมไปถึงการต้องจ่ายค่าคอมมิชชั่นหรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการเป็นเอเยนต์นั้น

อย่างไรก็ตามมันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าเมื่อนักกีฬาต้องการนำเสนอด้วยตัวของนักกีฬาเอง อาจมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างนักกีฬาและทีมหรือผู้สนับสนุนในการดูแลการเข้าถึงวัตถุประสงค์ในการเจรจาต่อรองสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกของครอบครัวที่มีความสนิทสนมใกล้ชิดเป็นเอเยนต์เพื่อผลประโยชน์ของนักกีฬา นี่อาจเป็นผลให้เกิดความตึงเครียดเพิ่มมากขึ้นในระหว่างการพัฒนาแบบสัญญาเนื่องจากแรงกดดันของครอบครัวหรือบุคคล

(ที่ต่อต้านการเป็นมืออาชีพ) ยิ่งไปกว่านั้นการที่บุคคลหนึ่งต้องการพิจารณาด้วยปฏิบัติในเรื่องของกฎหมายโดยที่ไม่ได้รับอนุญาตและมีความเป็นไปได้ถ้าบุคคลหนึ่งนั้นกระทำการในฐานะผู้แทนในทางกฎหมายเพื่ออีกบุคคลหนึ่งแต่ไม่ได้มีใบอนุญาตทางกฎหมายในการกระทำเช่นนั้น

13. ธรรมชาติของการให้บริการส่วนบุคคลของสัญญากีฬา เนื่องจากนักกีฬามีพรสวรรค์, ความสามารถ, และทักษะที่เป็นเอกลักษณ์ สัญญาสำหรับการให้บริการรับใช้ของนักกีฬาถูกจัดหมวดหมู่ว่าเป็นสัญญาการให้บริการส่วนบุคคล (Personal Services Contracts) และไม่อาจมอบให้อีกบุคคลหนึ่งกระทำการแทน ยกตัวอย่างเช่น, นักกีฬาเทนนิสอาชีพที่ถูกอุปถัมภ์สนับสนุนโดยบริษัทรองเท้า, เสื้อผ้า, และไม้เทนนิส ไม่สามารถมอบหมายหรือมอบสิทธิหน้าที่ให้นักกีฬาอีกคนหนึ่งกระทำการแทนได้เนื่องจากพรสวรรค์นั้นเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร อย่างไรก็ตามหลายๆ สัญญาในวงการกีฬาไม่ได้เกี่ยวข้องกับสัญญาการให้บริการส่วนบุคคลของนักกีฬาอาชีพ สัญญาเช่นนั้นอาจเกี่ยวข้องกับการส่งมอบสินค้าหรือข้อกำหนดของการบริการและถูกดูแลไม่แตกต่างไปจากสัญญาในวงการอื่นๆ

14. ธรรมชาติทางด้านสาธารณะของสัญญากีฬา แม้ว่าหลักของสัญญาโดยทั่วไปอาจถูกนำมาใช้ในสัญญากีฬา สัญญานั้นมักจะมีความสำคัญต่อ สโมสร, วงการ, หรือชุมชนที่มีแรงกดดันต่อการเจรจาหรือการเจรจาใหม่อีกครั้งมักจะกลายเป็นเรื่องของการโต้แย้งถกเถียงทางสาธารณะ มากไปกว่านั้น “อัตราก้าวหน้า” สำหรับการให้บริการรับใช้ของนักกีฬามักจะกลายมาเป็นหัวข้อการพูดคุยของสาธารณะซึ่งขึ้นอยู่กับกีฬานั้นๆ

อาชีพการงานของ “นักกีฬา”

Epstein (2003) กล่าวว่า อาชีพการงานของ “นักกีฬาอาชีพ” ได้กลายมาเป็นที่นึกถึงว่าเป็นหนึ่งในงานอาชีพที่ได้รางวัลค่าตอบแทนทางการเงินสูงที่สุดในประเทศ แม้ว่ามันได้กลายมาเป็นการไม่ชัดเจนที่เพิ่มมากขึ้นว่าใครคือมืออาชีพและใครคือมือสมัครเล่น เนื่องจากผู้สนับสนุนต่างๆ มักจะผูกมัดเงินหลายพันดอลลาร์เข้าไปในการให้เงินอุดหนุนนักกีฬาในการโฆษณาสินค้าหรือบริการของพวกเขาเอง สัญญากีฬาจึงมักจะมีผลกระทบกับหลายต่อหลายชีวิต สัญญาของนักกีฬานับหนึ่งอาจมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของทั้งองค์กรในวงการกีฬาในทั้งกีฬาประเภททีมและประเภทบุคคล

อย่างไรก็ตาม แม้แต่นักกีฬาสมัครเล่นในวันนี้ยังต้องเผชิญกับเรื่องที่โหดร้าย เช่นการยังคงต้องแข่งขันในฐานะนักกีฬาสมัครเล่นหรือถูกดึงตัวออกไปด้วยเงินเพื่อให้ยอมรับเงินรางวัลสำหรับผลงานโดยการกลายมาเป็นมืออาชีพในระหว่างปีที่สองหรือปีที่สามในชีวิตการศึกษาในวิทยาลัย แม้ว่าไม่ใช่ทั้งหมดของนักกีฬาสมัครเล่นที่จะอยู่ในวิทยาลัยและอยู่ภายใต้บังคับของกฎและระเบียบข้อบังคับของ NCAA ด้วยความสมัครใจ กีฬาระดับวิทยาลัย เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล เบสบอล และฮอกกี้น้ำแข็งจะถูกพิจารณาว่าเป็นพื้นฐานที่พิสูจน์ให้เห็นได้สำหรับสโมสรกีฬาอาชีพหลายๆอย่าง

เนื่องจากการแข่งขันและความต้องการสำหรับตัวนักกีฬานั้นยังคงทำให้มูลค่าของสัญญากีฬาเพิ่มมากขึ้น บุคคลและองค์กรมากมายรวมไปถึงองค์กรด้านกฎหมาย ได้พยายามเพิ่มมูลค่าในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบของสัญญากีฬาและแข่งขันกันเสนอราคาเพื่อการใช้บริการของพวกเขา นักกีฬาที่ยังเป็นนักเรียนนักศึกษาหลายคนถูกกระตุ้นให้ละทิ้งสถานะนักกีฬาสมัครเล่นเพื่อให้ได้ค่าตอบแทนในการให้การใช้ของพวกเขาในฐานะนักกีฬาอาชีพ อย่างไรก็ตาม นี่อาจไม่ใช่หลักสูตรของการกระทำที่ดีที่สุดเสมอไป โดยเฉพาะถ้านักกีฬาไม่ได้ถูกกราฟตัวเข้าสู่สโมสรอาชีพในภายหลังที่จะเป็นการรับประกันถึงรายได้บางอย่างในรูปแบบของค่าตอบแทนหรือโบนัสการลงนาม

แนวคิดและความหมายของการเจรจาต่อรอง

การเจรจาต่อรอง (Negotiation) สิ่งสำคัญอยู่คู่กับชีวิตประจำวันของคนมาช้านานแท้จริงแล้วคำว่า การเจรจาต่อรอง (Negotiation) ในภาษาละติน แปลว่า การดำเนินธุรกิจ และในภาษาสเปนสมัยใหม่ คำว่า “Negocios” แปลว่า ธุรกิจ

การเจรจาต่อรอง เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นในแวดวงธุรกิจ ในชีวิตประจำวันและในโลกของการทำงาน และการดำเนินชีวิต ผลประโยชน์ที่เราจะได้รับจาก “การเจรจาต่อรอง” ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากและมักจะเกิดขึ้นเป็นอันดับแรกๆ เมื่อเราจะต้องประสานงานกับผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นการเจรจาต่อรองกับผู้ที่เราจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยหรือแม้แต่การเจรจาต่อรองที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในมิติอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน เพียงแต่ว่าเรื่องนั้นควรต่อรองหรือไม่ คุ่มหรือไม่กับการต่อรอง

การเจรจาต่อรองเป็นบทบาทหนึ่งที่สำคัญสำหรับการเป็นเอเย่นต์นักกีฬา ได้มีนักวิชาการหลายคนได้ให้นิยามเกี่ยวกับความหมายของการเจรจาต่อรองไว้ ดังนี้

สมหวัง วิทยาปัญญานนท์ (2546) กล่าวว่า การเจรจาต่อรอง หมายถึง การหาข้อตกลงร่วมกันระหว่าง 2 ฝ่าย ขึ้นไป โดยใช้สันติวิธี เน้นไปที่การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ และลดเงื่อนไขกันบ้าง จนหาข้อยุติปัญหาและข้อขัดแย้งได้

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2545) กล่าวว่า เจรจาต่อรอง (Negotiation) หมายถึง กระบวนการแก้ไขปัญหาหรือความขัดแย้งระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องมากกว่า 2 ฝ่าย ขึ้นไป โดยวัตถุประสงค์ผู้เข้าร่วมเจรจาทันทีต้องการที่จะหาข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย เช่นเดียวกับ Greenberg and Baron (1997) ซึ่งกล่าวว่า การเจรจาต่อรอง (Negotiation) หมายถึง กระบวนการที่คนสองคนหรือมากกว่าสองคนเจรจาแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ซึ่งอาจเป็นวัตถุประสงค์ของหรือบริการ โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามหาข้อยุติที่ยอมรับร่วมกัน มีคำศัพท์ 2 คำที่พบว่า ใช้แทนกันอยู่เสมอ คือ คำว่า Negotiation (การเจรจาต่อรอง) กับคำว่า Bargaining (การต่อรอง)

นอกจากนี้ยังอาจกล่าวได้ว่า การเจรจาต่อรอง หมายถึง การสื่อสารความคิดระหว่างบุคคล โดยอาศัยการสร้างสัมพันธภาพที่ดีอันจะนำไปสู่ข้อตกลงร่วมกัน ในปัญหาความขัดแย้งต่างๆ โดยอาศัย ปัจจัยหลัก คือ การมีทักษะในการตั้งใจฟัง (Active Listening Skill) การรวมและวิเคราะห์ข้อมูล การค้นหาปัญหาต่างๆ การระดมหาทางเลือกต่าง ๆ ร่วมกัน การสร้างสัมพันธภาพที่ดี และหาข้อยุติอันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย รวมทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ

1. ความขัดแย้งหรือความเห็นที่ไม่ตรงกันหรือมีช่องว่างในการสื่อสารระหว่างผู้เข้าร่วมการเจรจาต่อรอง
2. เจตจำนงของผู้ที่เข้าร่วมเจรจาในการหาข้อสรุปร่วมกัน
3. ผลจากการเจรจาต่อรอง ซึ่งฝ่ายหนึ่งอาจได้ประโยชน์ และอีกฝ่ายหนึ่งเสียประโยชน์ หรืออาจได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย

ในส่วนของแนวคิดในการเจรจาต่อรองนั้น สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2545) กล่าวว่า การเจรจาต่อรองนั้นมี 3 แนวคิดใหญ่ๆ คือ

แนวคิดที่ 1 มองว่าการเจรจาต่อรองเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เจรจาได้ในสิ่งที่ตนต้องการ โดยไม่คำนึงถึงวิธีการที่ใช้ ตามแนวคิดนี้ผู้เจรจายจะใช้กลยุทธ์และกลวิธีทุกอย่างเพื่อเอาชนะในการเจรจาต่อรองและทำให้คู่เจรจาต้องยอมรับข้อเสนอที่หยิบยื่นให้การเจรจาต่อรองตามแนวคิดนี้ เรียกว่า การเจรจาต่อรองแบบแข่งขัน (Competitive Negotiation)

แนวคิดที่ 2 มองว่าการเจรจาต่อรองเป็นเรื่องของการสร้างความร่วมมือระหว่างคู่เจรจา ผลสำเร็จของการเจรจาต่อรอง ไม่ได้อยู่ที่การเอาแพ้เอาชนะในการเจรจา แต่อยู่ที่การหาข้อยุติ ซึ่งทำให้ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงานร่วมกันต่อไปการเจรจาตามแนวคิดนี้เรียกว่า การเจรจาต่อรองแบบร่วมมือ (Integrative Negotiation)

แนวคิดที่ 3 มองว่าการเจรจาต่อรองเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ ดังนั้น แม้จะไม่ได้ประโยชน์สูงสุดในการเจรจาต่อรอง แต่หากได้ความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่เจรจา ก็จะส่งผลให้การเจรจาต่อรองในครั้งต่อไปง่ายขึ้น และเกิดประโยชน์ร่วมกันได้มากขึ้น ตามแนวคิดนี้ผู้เจรจามองคู่เจรจาเป็นเหมือนลูกค้าตลอดชีพ และจะมีการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้กระชับมากขึ้น เมื่อความสัมพันธ์ใกล้ชิดขึ้นแล้ว ก็ใช้เงื่อนไขความสัมพันธ์นั้นเองเป็นประโยชน์ในการเจรจาต่อรอง การเจรจาต่อรองตามแนวคิดนี้ เรียกว่า การเจรจาต่อรองแบบสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Negotiation)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรอง

1. ทฤษฎี H.M.L. ในการเจรจาต่อรองทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการวิเคราะห์การเจรจาต่อรอง โดยถือว่าทุกคนมีหน้าที่เจรจาต่อรอง จะกำหนดเป้าหมายในใจของตนไว้เป็น 3 ระดับ คือ

“H” (High) เป็นการบรรลุผลสูงสุดตามเป้าหมายที่วางไว้ 100เปอร์เซ็นต์ในการเจรจาต่อรอง ซึ่งถือเป็นเป้าหมายในอุดมคติ (Ideal Position)

“M” (Medium) เป็นเป้าหมายระดับกลาง ซึ่งแม้ไม่บรรลุเป้าหมายสูงสุด แต่หากได้เป้าหมายระดับกลาง ก็ถือว่าบรรลุผล 75เปอร์เซ็นต์

“L” (Low) เป็นจุดต่ำสุด (Bottom Line) ที่คู่เจรจาจะรับได้ ถือว่าได้อย่างน้อย 50 เปอร์เซ็นต์ และถือเป็นระดับต่ำสุดที่จะยอมรับได้ การเจรจาต่อรอง หากบรรลุผลต่ำกว่านี้ จะไม่ยินยอมตกลงด้วย

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2545) ในการกำหนด H.M.L. หรือเป้าหมายในการเจรจาของคู่เจรจาไว้ล่วงหน้าทั้งสำหรับตัวเองและคู่เจรจาจะเป็นประโยชน์ในแง่ที่ว่า จะรู้ว่าการเจรจาจะไปบรรลุที่จุดไหน และการเจรจาจะมีความสำเร็จได้หรือไม่ ในกรณีที่คู่เจรจานั้นไม่สามารถพบจุดร่วมที่จะเป็นข้อยุติในการเจรจา โดย เมื่อพิจารณาจากทฤษฎี H.M.L. หมายถึง จุดต่ำสุดของทั้งสองฝ่ายนั้นต้องมีความคาบเกี่ยวกัน ซึ่งจุดร่วมนั้นคือจุดที่อยู่ระหว่างขีดจำกัดของ A และ B ถ้าเกินขีดจำกัดก็หมายความว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นผู้เสียมากกว่า และฝ่ายนั้นก็จะไม่เจรจาด้วย ส่วนช่วงระหว่างขีดจำกัด คือ จุดใดนั้น ขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองและความชำนาญในการเจรจา ถ้า A มีอำนาจต่อรองสูงกว่า ก็สามารถที่จะดึงเกมห่างจากจุดจำกัดของตัวเอง ในช่วงระหว่างขีดจำกัด (Limit) ของ A กับ B เราเรียกว่า “บริเวณที่หาข้อยุติได้” (Bargaining Arena) เป็นบริเวณที่คู่เจรจาต่างก็ได้ด้วยกันทั้งคู่ (Win-Win) หรือเป็นบริเวณที่เรียกว่า “เกมบวก” (Positive Sum Game) ส่วนใครจะได้มากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองและความชำนาญในการเจรจาต่อรองดังที่กล่าวไว้

อย่างไรก็ตาม การเจรจาต่อรองนั้น คู่เจรจาอาจมีการปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการเจรจาต่อรองได้ ถ้าเห็นว่าอีกฝ่ายมีการเสนอเงื่อนไขในการเจรจาอย่างผ่อนปรนมากเกินไป อาจทำให้เห็นว่าสามารถจะเรียกร้องจากคู่เจรจาได้เพิ่มขึ้นกว่าที่คาดไว้ แต่ถ้ามีการเรียกร้องมากขึ้นเกินกว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะยอมรับได้

ในการเจรจาต่อรองนั้นการที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งยอมต่อเงื่อนไขในการเจรจาเร็วเกินไป แทนที่จะนำไปสู่การเจรจาที่รวดเร็วและราบรื่นอาจจะสร้างปัญหาในการเจรจา ในกรณีที่ A อ่อนเกินไป และไม่มี ความชำนาญในการเจรจาสิ่งที่ B จะประสบความสำเร็จ คือ สามารถดึงข้อสรุปมาสู่จุด 100 เปอร์เซ็นต์ หรือสิ่งที่ตั้งเป้าไว้สูงสุดซึ่งเป็นจุดเดียวกับขีดต่ำสุดของ A แต่ในกรณีที่ A นั้นยอมผ่อนปรนเร็วเกินไป B เองแม้ว่าจะได้ 100 เปอร์เซ็นต์ อาจนึกคิดว่า A สามารถผ่อนปรนได้มากกว่านี้และอาจเป็นการมองเกมผิดและอาจเป็นการเลื้อนตนเองในตำแหน่งที่เรียกว่า “ตำแหน่งที่อยากได้เหลือเกิน” โดยคาดว่าจะสามารถเรียกร้องจาก A ได้เพิ่มขึ้น นั่นคือปรับจาก 100 เปอร์เซ็นต์ อาจขยายเป็น 200 เปอร์เซ็นต์ กรณีดังกล่าวนี้ อาจนำไปสู่การหาข้อยุติไม่ได้ เพราะเมื่อเกิดจุดนั้นไปแล้วก็เกินเงื่อนไขที่จะรับได้สำหรับ A และความล้มเหลวในการเจรจาดังกล่าวนี้เป็นผลมาจากฝ่าย

A ขอมผ่อนปรนมากเกินไป และเป็นการส่งสัญญาณผิดๆให้กับฝ่าย B ตีความว่ายังมีเงื่อนไขที่ผ่อนปรนต่อไป

2. ทฤษฎีปัจจัยในการเจรจาต่อรอง (Exchange Factors) มองว่าการเจรจาต่อรองไม่ได้มีปัจจัยการต่อรองเพียงปัจจัยเดียว อาจมีได้หลายปัจจัย เช่น ราคา ปริมาณ เวลา ชื่อเสียงความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและความต้องการของคู่เจรจา และปัจจัยในการเจรจาต่อรองนั้นมีทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Factors) และปัจจัยที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Factors) บางปัจจัยก็คิดคำนวณเป็นจำนวนเงินได้ ขณะที่บางปัจจัยไม่สามารถคำนวณเป็นเงินได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายในการเจรจาต่อรองของแต่ละฝ่าย

3. ทฤษฎีทางเลือกในการเจรจาต่อรอง (BATNA–Best Alternative to Negotiated Agreement) นี้เห็นว่าในการเจรจาต่อรองให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้เจรจาต้องมีทางเลือกหลายๆ ทางและสามารถใช้ทางเลือกที่ดีที่สุดในการเจรจาต่อรองหากไม่สามารถตกลงกันได้ก็ยังมีทางเลือกอื่นไว้สำรองใช้ โดยมีข้อเสนอแนะในการเจรจาต่อรอง แก่ผู้เจรจาต่อรอง ดังนี้

- 1) หาทางเลือกอื่นในการเจรจาต่อรองเสมอ
- 2) พยายามคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่ต้องใช้ในการเจรจาต่อรอง ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้
- 3) สร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองของฝ่ายตนเองให้เพิ่มมากขึ้น
- 4) จัดลำดับความสำคัญของหัวข้อที่ต้องการในการเจรจาต่อรอง อย่าให้หัวข้อที่ไม่สำคัญมาทำลายหัวข้อที่สำคัญ หรือทำลายการเจรจาต่อรองทั้งหมด
- 5) อย่ามองเพียงผลประโยชน์ระยะสั้น ให้มองผลประโยชน์ระยะยาว หรือผลต่อเนื่องที่อาจเกิดจากการเจรจาต่อรองนั้นด้วย
- 6) สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการเจรจาต่อรอง

กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง

1. การเจรจาต่อรองแบบกระจาย (Distributive Negotiation) เป็นการมุ่งความสำคัญที่ชนะ-แพ้ (Win-Lose) ของแต่ละฝ่าย โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่ตนพึงพอใจหรือการเจรจาต่อรองซึ่งแต่ละคนพยายามเรียกร้องผลประโยชน์ในส่วนที่ต้องการ ทักษะการเจรจาต่อรองแบบกระจายสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1.1 การเจรจาต่อรองแบบกระจายแบบเข้มข้น (Hard Distributive Negotiation) วิธีนี้เกิดขึ้นเมื่อแต่ละฝ่ายยึดถือหลักและวิธีการปฏิบัติของตนเอง โดยพยายามแสวงหาความโดดเด่นที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่งและตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลให้ได้มากที่สุด ทักษะการเจรจาต่อรองแบบเข้มข้น (Hard Approach) นี้ จะนำไปสู่ผลลัพธ์แบบชนะ-แพ้ (Win-Lose Outcome) ซึ่งฝ่ายที่โดดเด่นจะได้รับผลประโยชน์ ซึ่งจะนำไปสู่ทางตัน

1.2 การเจรจาต่อรองแบบกระจายแบบนุ่มนวล (Soft Distributive Negotiation) วิธีนี้เกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งเต็มใจที่จะยินยอมให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ในกรณีนี้ฝ่ายหนึ่งพยายามที่จะหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง การเจรจาต่อรองในลักษณะนี้จะนำไปสู่การประนีประนอม ซึ่งฝ่ายหนึ่งจะทำหน้าที่ประนีประนอม เพื่อทำให้เกิดการตกลงกันได้ ในกรณีนี้ความไม่พึงพอใจน้อยที่สุดที่จะมีการพัฒนาออกมาแม้ว่าผลลัพธ์แบบนุ่มนวลนี้จะป็นลักษณะการประนีประนอม ตัวอย่างเช่น การแยกความแตกต่างระหว่างตำแหน่งที่เท่าเทียมกัน ความไม่พอใจ (Dissatisfaction) จะปรากฏขึ้น เนื่องจากแต่ละฝ่ายยังคงไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง การเจรจาต่อรองในลักษณะนี้จะนำไปสู่การประนีประนอม ซึ่งฝ่ายหนึ่งจะทำหน้าที่ประนีประนอม เพื่อทำให้เกิดการตกลงกันได้ ในกรณีนี้ความไม่พึงพอใจน้อยที่สุดที่จะมีการพัฒนาออกมาแม้ว่าผลลัพธ์แบบนุ่มนวลนี้จะป็นลักษณะการประนีประนอม ตัวอย่างเช่น การแยกความแตกต่างระหว่างตำแหน่งเบื้องต้นที่เท่าเทียมกัน ความไม่พอใจ (Dissatisfaction) จะปรากฏขึ้น เนื่องจากแต่ละฝ่ายยังคงไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ แรกเริ่มอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นมากกว่าที่จะเรียกร้องสิทธิในผลประโยชน์นั้นๆ การเจรจาที่ประนีประนอมบางครั้งเรียกว่า การเจรจาต่อรองโดยใช้หลักเกณฑ์ (Principled negotiation) ซึ่งมุ่งที่หลักศีลธรรม (Merits) ทุกคนที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามขยายผลมากกว่าที่จะมุ่งที่การได้สิทธินั้น

2. วิธีการตกลงแบบประนีประนอม (How to gain integrative agreements) ในอีกแนวคิดหนึ่ง การเจรจาต่อรองแบบผสมผสาน (Integrative negotiation) จะเกี่ยวข้องกับการเลือกสรร (Selective avoidance) ทั้งสองฝ่ายจะยึดหลักว่ามีสิ่งที่มีค่ามากขึ้น โดยจะมุ่งที่เวลาและความสนใจจากเวลา

พลังและความพยายามที่จำเป็นในการเจรจาต่อรองที่จะไม่มีค่ามากกว่ารางวัล การประนีประนอมจะแสดงบทบาทในทักษะของการประสมประสาน (Integrative approach) ซึ่งจะต้องมีหลักเกณฑ์ที่ทำนาย สิ่งนี้จะเกิดขึ้นเมื่อการประนีประนอมเกี่ยวข้องกับแต่ละฝ่ายในการให้บางสิ่งของคุณค่าส่วนบุคคลที่รับรู้ เพื่อให้มีคุณค่ามากขึ้นขั้นสุดท้ายของการเจรจาต่อรองแบบประสมประสานจะเกี่ยวข้องกับการร่วมมือที่เป็นจริงซึ่งในกรณีนี้ฝ่ายต่างๆ ในการเจรจาต่อรองนี้จะเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาเพื่อให้ได้ข้อตกลงร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในองค์การทักษะแบบประสมประสาน (Integrative approach) และทักษะแบบหลักเกณฑ์ (Principle approach) เป็นการเจรจาต่อรองโดยถือเกณฑ์ความชอบธรรมในสถานการณ์ต่างๆ พื้นฐานของการได้ข้อตกลงแบบประสมประสานร่วมกันในทัศนคติที่มีการสนับสนุน (Supportive attitudes) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Constructive behaviors) และข้อมูลสารสนเทศที่ดี (Good information)

คุณลักษณะของนักเจรจาต่อรอง

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2551) การเป็นนักเจรจาต่อรองจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบพื้นฐาน 2 ประการ คือ บุคลิกลักษณะ และการพัฒนาและการฝึกฝน อย่างไรก็ตามปัจจัยพื้นฐานหลายปัจจัยที่ควรต้องพิจารณาเพื่อให้เข้าใจตนเอง และเข้าใจคู่เจรจาฝ่ายตรงข้าม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง โดยเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับเพศบุคลิกลักษณะ รูปแบบ การบริหาร ค่านิยม และทัศนคติของคนที่เกี่ยวข้องการเจรจาต่อรอง

ดังนั้น ผู้ที่จะเป็นนักเจรจาต่อรองที่ดีและประสบความสำเร็จควรต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

- สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- สามารถประนีประนอม หรือหาทางออกเพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้
- เชื่อมมั่นในแนวคิดเอาชนะร่วมกัน
- มีความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความขัดแย้ง
- พร้อมที่จะหาข้อมูลและวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน
- มีความอดทนต่อความชั่วร้ายและความก้าวร้าว
- มีความอดกลั้นสูงในการเผชิญความเครียด
- เป็นผู้ฟังที่ดี
- มีความหนักแน่น ไม่ตื่นเต้นตกใจง่ายกับการใช้กลยุทธ์ของฝ่ายตรงข้าม

- สามารถสรุปประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรองได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนั้น อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะ 7 ประการของนักเจรจาต่อรองที่ดี มีดังนี้

1. มีความเชี่ยวชาญในการวางแผน
2. มีความสามารถในการคิดภายใต้แรงกดดัน
3. มีความเฉลียวฉลาด
4. มีความสามารถในการสื่อสารด้วยการพูด
5. มีความรู้ในเรื่องที่เจรจา
6. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เมื่อต้องเจรจาเป็นทีม
7. มีความสามารถในการใช้อำนาจต่อรองและการเผชิญกับการใช้อำนาจ

อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของนักเจรจาต่อรอง คือ ความมุ่งมั่นในการเจรจาต่อรอง ซึ่งผู้เจรจาต่อรองที่มีความมุ่งมั่นในการเจรจาต่อรอง ย่อมได้เปรียบในการเจรจาต่อรองมากกว่าผู้ที่ขาดความมุ่งมั่น นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นในการเจรจากับอำนาจต่อรองสามารถอธิบายได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความมุ่งมั่นในการเจรจากับอำนาจต่อรอง

จากภาพที่ 1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ผู้ที่มีความมุ่งมั่นสูงจะได้รับผลตอบแทนสูง
2. ผู้ที่มีความมุ่งมั่นสูงจะสามารถเอาชนะผู้ที่มีความมุ่งมั่นต่ำในการเจรจาต่อรองได้
3. ผู้ที่มีความมุ่งมั่นสูงและมีความเชี่ยวชาญในการเจรจาต่อรองจะประสบความสำเร็จในการเจรจาแม้ว่าจะไร้อำนาจต่อรอง

4. ผู้เจรจาต่อรอง ที่มีความเชี่ยวชาญหากมีอำนาจในการเจรจาต่อรองด้วยก็จะประสบ
ความสำเร็จมากขึ้นเมื่อต้องเจรจาต่อรองกับผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองแต่ขาดความเชี่ยวชาญ

4. ผู้เจรจาต่อรองต้องมีความเข้าใจในคู่เจรจา และสามารถนำจุดอ่อนของคู่เจรจามาใช้เป็น
ประโยชน์ในการเจรจาต่อรองได้ การเจรจาต่อรองจึงจะเกิดผลสำเร็จ

กระบวนการในการเจรจาต่อรอง

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2551) กระบวนการในการเจรจาต่อรองเป็นกระบวนการที่เริ่มต้น
เมื่อคู่เจรจาเข้าสู่โต๊ะเจรจาหรือมีการติดต่อเพื่อเจรจาต่อรองกันกระบวนการนี้จึงประกอบด้วย
4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการให้ข้อเสนอ

ในการเริ่มต้นการเจรจาต่อรอง จึงจำเป็นต้องเริ่มด้วยการติดต่อกันด้วยคำนำหมาย เพื่อการพบปะ
และให้ข้อเสนอเพื่อเริ่มต้นการเจรจาต่อรอง

2. ขั้นตอนการเจรจาต่อรอง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

ขั้นตอนเริ่มต้น ผู้เจรจาควรเริ่มต้นด้วยการทำความรู้จักกันสร้างบรรยากาศที่ดีในการ
เจรจา และพยายามสร้างพื้นที่ร่วมเพื่อเป็นโอกาสที่จะตกลงกัน

ขั้นตอนการเจรจาต่อรอง เป็นเรื่องของการเสนอและการสนองโดยอาจมีการ
แลกเปลี่ยนข้อมูล การใช้เหตุผล รวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปหรือ ข้อยุติที่เป็น
ข้อตกลงซึ่งประกอบด้วย

1) การสื่อความ เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและคำโต้แย้งของแต่ละฝ่าย การสื่อ
ความอาจเป็นการเขียน การพูด การสื่อด้วยน้ำเสียง หรือกิริยาอาการก็ได้

2) การฟัง นักเจรจาต่อรองที่ดีต้องมีทักษะในการฟังเพื่อให้สามารถสรุปประเด็นข้อโต้แย้งและจับเหตุผลของฝ่ายตรงข้ามได้

3) การจัดความขัดแย้ง เป็นวิธีการเพื่อลดความแตกต่างของการเสนอและการสนอง และ สร้างพื้นที่ร่วมในการเจรจาต่อรอง

4) การพูดโน้มน้าวใจ นักเจรจาต่อรองที่มีความสามารถในการโน้มน้าวใจจะสามารถทำให้อีกฝ่ายยอมรับข้อเสนองานของตน ซึ่งนำไปสู่ข้อตกลงได้ง่าย

5) การอ่านภาษากาย ถือเป็นทักษะสำคัญของนักเจรจาต่อรอง เพื่อให้สามารถอ่านความหมายที่แท้จริงจากฝ่ายตรงข้าม เพื่อประเมินความจริงจากการเจรจา

ขั้นตอนการแยกแยะ เป็นการพยายามที่จะลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเจรจาต่อรองการดำเนินการในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนในประเด็นที่เจรจา และทดสอบจุดยืนของกลุ่มเจรจาพยายามที่จะจัดข้อขัดแย้ง ใช้การแยกแยะเรื่องขององค์การออกจากงานส่วนตัวแยกความขัดแย้งในการเจรจาออกจากความเป็นศัตรูระหว่างบุคคลการแยกแยะประเด็นอย่างเหมาะสมจะช่วยแก้ปัญหาการหยุดชะงักในการเจรจาช่วยหลีกเลี่ยงการลดหย่อนในเนื้อหาของ การเจรจาและช่วยควบคุมกระบวนการเจรจาต่อรองให้อยู่ในประเด็นและเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

ขั้นตอนการรวมกัน เป็นขั้นตอนที่ผู้เจรจาพยายามหาพื้นที่ร่วมของการเจรจาต่อรอง เปลี่ยนจุดยืนที่สร้างความขัดแย้งไปเป็นจุดยืนที่สร้างความร่วมมือ ในการแก้ปัญหาที่มีการตรวจสอบรูปแบบการเจรจาต่อรองของกลุ่มเจรจามีแนวทางสร้างความร่วมมือได้หรือไม่ พยายามมุ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์ในระยะยาวเพื่อขยายความสัมพันธ์จากอดีตและปัจจุบันไปสู่อนาคต และเป็นการสร้างทางเลือกที่ทำให้เกิดข้อตกลงโดยการอาศัยการให้ข้อลดหย่อนและการแลกเปลี่ยน

3. ขั้นตอนการสรุปผลเพื่อการทำข้อตกลง

เมื่อคู่เจรจาทั้งสองฝ่ายสามารถเข้าสู่ขั้นตอนการรวมกันแล้วการเจรจาต่อรองก็สามารถเดินเข้าสู่ขั้นตอนการสรุปผลเพื่อการทำข้อตกลงได้การทำข้อตกลงจะเริ่มด้วยการสรุปย่อประเด็นหรือความเห็นที่ตรงกันมีการยื่นข้อเสนอสู่ท้ายเพื่อหาข้อยุติในการเจรจา จากนั้นก็สร้างข้อตกลง

เบื้องต้นที่ผู้ผูกพันทั้งองค์การและคู่เจรจารวมทั้งกระบวนการแก้ไขข้อขัดแย้งในการปฏิบัติตามข้อตกลงด้วย

4. ขั้นตอนการติดตามผลของการเจรจาต่อรอง

กระบวนการในการติดตามผลของการเจรจาต่อรองนี้เป็นขั้นตอนเพื่อสร้างความมั่นใจว่าแต่ละฝ่ายจะปฏิบัติตามสัญญาและใช้ข้อตกลงดังกล่าวเป็นบันไดไปสู่การสร้างความสัมพันธ์หรือการทำข้อตกลงอื่นๆ ต่อไป

นอกจากนั้น ขั้นตอนในการเจรจาต่อรอง ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนหลักๆ คือ

1. ขั้นตอนในการเตรียมการ ซึ่งมีวิธีการดังนี้

1.1 การสะสมข้อมูล (Information Collection) การได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวเราเองและคู่เจรจาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ และต้องพิจารณาถึง ความจำเป็นในการป้อนข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองให้กับคู่เจรจา เพื่อให้คู่เจรจาของตนได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับนิสัยของตัวเราในระดับหนึ่ง

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ที่อยู่ในใจของคู่เจรจา ว่าต้องการอะไรจากเรา หลังจากนั้นต้องจัด H.M.L ของคู่เจรจา ว่าวัตถุประสงค์ หรือสิ่งที่คู่เจรจาของเราอยากได้จากเราสูงสุด (H) ความต้องการระดับกลาง (M) ของเขาคืออะไร และวัตถุประสงค์ระดับต่ำสุด (L) ของเขาคืออะไร

1.3 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) เป็นการพยายามที่จะเตรียมเนื้อหาเป้าหมายตลอดจนแนวทางในการเจรจาเพื่อดึงดูดให้คู่เจรจานั้นไปสู่แนวทางที่กำหนดไว้

1.4 การกำหนดบทบาทหน้าที่ คือการกำหนดบทบาทของผู้เข้าร่วมการเจรจา โดยจัดตั้งทีมในการเจรจาจะมีอยู่ 3 คน ที่มีบทบาทแตกต่างกันไป ผู้เจรจาเรียกว่าผู้นำ ผู้ร่วมเจรจา และผู้สังเกตการณ์ ในการเจรจาที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่รวมตัวกันเป็นทีมในการเจรจา ต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ในการดึงเกมการเจรจานั้นไปสู่แนวทางเพื่อหาข้อยุติในการเจรจา

2. ขั้นตอนในการดำเนินการเจรจา

เป็นขั้นตอนที่ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มพบตลอดจนช่วงระยะเวลาในการเจรจาต่อรอง โดยตลอด ขั้นตอนนี้ ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มแนะนำตัวในการเริ่มเจรจาต่อรองตลอดจนช่วงพูดคุยปรึกษาหารือ ในบางกรณีอาจเรียกขั้นตอนนี้ว่าเป็นขั้นตอนของการได้การม ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างความเชื่อมั่นระหว่างกัน ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเริ่มกลยุทธ์ตั้งแต่พบกันครั้งแรก การที่จะเสนอตัว การที่จะนำเสนอสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ตลอดจนถึงขั้นตอนของการพูดคุยตลอดเวลานั้น โดยในการเจรจานั้นจะต้องพยายามในการดึงคู่เจรจาให้เข้ามาใกล้กับตำแหน่งหรือข้อเรียกร้องที่เรากำหนดไว้ และในการที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้ องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งก็คือการสร้างบรรยากาศความเชื่อมั่นระหว่างกัน

3. ขั้นตอนในการส่งสัญญาณ

ขั้นตอนของการส่งสัญญาณจึงเป็นขั้นตอนที่คาบเกี่ยวหรือคู่ขนานไปกับขั้นตอนของการปรึกษาหารือ เพียงแต่ว่าในขั้นตอนของการปรึกษาหารือนั้นจะมีบางช่วงที่นอกจากจะเป็นการปรึกษาหารือแล้ว จะเป็นส่วนของการส่งสัญญาณให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้เพื่อนำไปสู่การหาข้อยุติในการเจรจาต่อรองนั้น

4. ขั้นตอนในการทำข้อเสนอ

เป็นขั้นตอนที่ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนการเจรจา หมายถึง การทำขั้นตอนการกำหนดวาระการประชุม (Agenda) ตลอดจนเป็นขั้นตอนของการทำข้อเสนอเป็นรายละเอียดต่อคู่เจรจาในช่วงของการเจรจาต่อรองหรือในช่วงหลังจากมีการประมินสถานการณ์มีการส่งสัญญาณ จนกระทั่งรู้ท่าทีของฝ่ายตรงข้ามจนเพียงพอที่จะเป็นสาระในการกำหนดข้อเสนอที่เป็นรูปธรรม ที่อาจจะนำไปสู่ข้อยุติได้ในอนาคต

5. ขั้นตอนในการรวบรวมและสรุปประเด็น

เป็นการนำเอาสัญญาณต่างๆ และข้อเสนอตลอดจนกระทั่งการตอบสนองของคู่เจรจามาประมิน ภายหลังจากการเจรจาที่มีองค์ประกอบมากมายและการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ใน

แต่ละองค์ประกอบนั้น คู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถที่จะริเริ่มการทำข้อเสนอสรุป ซึ่งเท่ากับเป็นการนำเอาข้อเสนอต่างๆ เหล่านี้มารวมกันโดยคำนึงถึงผลได้หรือผลประโยชน์ของคู่เจรจาร่วมกัน โดยนำเสนอข้อสรุปที่ได้มาจากการประเมินข้อเสนอและปฏิกิริยาของอีกฝ่ายหนึ่งต่อข้อเสนอในประเด็นต่างๆ และมารวมกันเป็นการนำเสนอที่คำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อจะผลักดันให้การเจรจาต่อรองนั้นไปสู่แนวทางเพื่อหาข้อยุติได้ ซึ่งคู่เจรจาหรือตัวเราจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ 3 ประเด็น ประเด็นแรก ต้องถามว่าสิ่งที่เราขอมเขา (Concession) นั้นเป็นสิ่งที่คู่เจรจาเราเห็นคุณค่าหรือไม่ มิใช่เราเห็นอยู่ฝ่ายเดียวต้องเป็นคุณค่าที่เขามองเห็นและรู้สึก ประการที่สอง ต้องมาประเมินว่าสิ่งที่เราขอมเขานั้นมีต้นทุนสำหรับเรามากแค่ไหน คู่หรือไม่ที่เราขอมเพื่อให้อีกฝ่ายพอใจ กับประการที่สาม ถ้าเราขอมเขาแล้วเขาเห็นคุณค่าสิ่งที่เราต้องคิดแล้วเราได้อะไรจากการขอมเขา เราต้องมีอะไรแลกเปลี่ยนเพื่อให้การเจรจานั้นเราไม่ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบ เพราะฉะนั้นในขั้นตอนของการรวบรวมและสรุปประเด็น (Packaging) การที่จะนำเอาตัวแปร (Variable) เพื่อสามารถแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ (Tradable) จะต้องเป็นลักษณะของการเจรจาแลกเปลี่ยนหรือการเจรจาในลักษณะที่เป็นการโอนอ่อนในมิติต่างๆ แต่เป้าหมายสุดท้ายเราต้องไม่ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบและขณะเดียวกันเราต้องไม่เป็นฝ่ายเอาเปรียบคู่เจรจา เพื่อให้การเจรจานั้นสามารถไปสู่เป้าหมายแห่งการไว้วางใจ เป็นเป้าหมายแห่งการลดช่องว่าง และเป็นเป้าหมายแห่งการทำให้โอกาสหาข้อยุติที่จะเป็นประโยชน์ต่อกันและกันมีสูงขึ้นในอนาคตนั่นเอง (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2545)

6. ขั้นตอนในการต่อรองขั้นสุดท้าย

ขั้นตอนของการต่อรองขั้นสุดท้าย (Final Bargaining) เป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยความชำนาญและเทคนิคในการเจรจาที่ค่อนข้างจะละเอียดอ่อนพอสมควร เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต่างฝ่ายต่างหันหน้าเข้ามาหาจุดที่เป็นผลประโยชน์ร่วมกันได้ เป็นขั้นตอนของการเซาะหรือแทรกเข้าสู่ช่องที่เราสามารถเข้าหากันได้นั่นเอง ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองของแต่ละฝ่ายอันวัดได้จากผลได้กับผลเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งก็คือ การเทียบผลได้และผลเสียที่ตัวเราเองได้รับกับอีกฝ่ายหนึ่งได้รับว่ามันมีสัดส่วนต่างกันแค่ไหน ย่อมจะขึ้นอยู่กับความสามารถในขั้นตอนของการต่อรองในช่วงนี้นั่นเอง โดยอาศัยหลักการ คือ การพูดคุยทุกอย่างจะต้องมีลักษณะเป็นการกำหนดเงื่อนไข (Conditional) นั่นคือเราจะต้องกำหนดว่า ถ้าเราขอมที่จุดใดจุดหนึ่งต้องหมายความว่าเราต้องยอมรับอีกส่วนหนึ่งด้วย (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2545)

7. ขั้นตอนในการปิดการเจรจาต่อรอง

การปิดการเจรจาหรือการหาข้อยุติในการเจรจาต่อรอง (Closing) เป็นส่วนหนึ่งของความชำนาญและการเข้าใจถึงเงื่อนไขเวลาในการหาข้อยุติ กล่าวคือ เงื่อนไขเวลาในการหาข้อยุตินั้นจะเป็นตัวตัดสินว่าข้อยุตินั้นเป็นผลประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่ายร่วมกัน แต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าฝ่ายใด ฝ่ายหนึ่งได้มากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง ถ้าผู้ที่เจรจาต่อรองนั้นมีความชำนาญเท่ากัน เงื่อนไขเวลาในการยุติการเจรจาต่อรองมักจะตรงกับเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ที่ใกล้เคียงกันต่อทั้งสองฝ่าย ขั้นตอนในการปิดการเจรจาหรือการหาข้อยุติในการเจรจาต่อรอง (Closing) จึงนับว่าเป็นขั้นตอนที่แม้ว่าจะดูแล้วใกล้ชิดกับแต่ก็เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะในบางครั้งการปิดการเจรจาในลักษณะผิดเวลาอันสมควรไป อาจทำให้กระบวนการในการเจรจาตั้งแต่ต้นนั้นล้มเหลวได้เช่นกัน เพราะฉะนั้นเงื่อนไขเวลาในการหาข้อยุตินั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะต้องเป็นเงื่อนไขเวลาที่เหมาะสมที่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ใกล้เคียงหรือเท่าเทียมกันทั้งสองฝ่าย

ในการที่จะปิดการเจรจานั้นต้องอาศัยกระบวนการของการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีมาแต่ต้นตั้งแต่ช่วงของการเตรียมการ การปรึกษา การทำข้อเสนอ เพื่อจะนำรายละเอียดต่างๆ เหล่านี้มาย่อและกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของประเด็นในการแลกเปลี่ยนเพื่อหาข้อยุติที่เป็นประโยชน์ต่อกันนั่นเอง (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2545)

8. ขั้นตอนในการทำข้อตกลง

ขั้นตอนในการหาข้อยุติในการเจรจา (Close) นั้นเป็นขั้นตอนที่กล่าวได้ว่าเกือบจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายของขั้นตอนในการเจรจาต่อรองทั้งหมด โดยต้องทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร เพราะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นการป้องกันมิให้ข้อสรุปในวันนี้กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นแห่งปัญหาในวันหน้า

อาจจะกล่าวได้ว่าขั้นตอนในการทำข้อตกลงอย่างเป็นทางการนั้นเป็นขั้นตอนที่ดูทั่วไปแล้วน่าจะเป็นขั้นตอนที่ง่ายที่สุด แต่อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการไม่ประมาทขั้นตอนนี้แม้ว่าจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายซึ่งจะนำไปสู่ข้อยุติก็ตามแต่ สิ่งที่จะต้องหลีกเลี่ยง คือ ข้อตกลงวันนี้จะต้องไม่เป็นปัญหาในอนาคต แนวทางในการดำเนินการดังกล่าวจึงย่อมหมายถึงความละเอียดละออและความไม่ประมาท สิ่งที่ตกลงกันไม่ว่าจะสำคัญหรือไม่สำคัญนั้นอาจจะมีความจำเป็นที่จะต้องทำเป็นลาย

ลักษณะอักษร ไม่ว่าจะเป็นวิธีการอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการขึ้นกับสถานการณ์ตลอดจนเรื่องและประเด็นในการเจรจาต่อรอง สิ่งสำคัญ คือ การทำหลักฐานต่างๆ เหล่านี้เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญไม่น้อย เพราะเท่ากับเป็นการดำเนินการเพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงประเด็นปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2545)

โดยสรุปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า การเจรจาต่อรองจะมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการและวางแผน คือ ต้องศึกษาและทำความเข้าใจในเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่จะเจรจา ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น คู่เจรจาเป็นใครมีอำนาจตัดสินใจในระดับไหน
2. กำหนดกฎเกณฑ์พื้นฐานที่ต้องการในการเจรจา เช่น ฝ่ายใด/ใครจะเป็นผู้ไปเจรจา เวลาใด ผลประโยชน์ที่ต้องได้ ควรได้ และถ้าได้ก็ได้อะไรเป็นต้น
3. ขั้นของการทำความเข้าใจ การชี้แจง และให้เหตุผล เป็นขั้นของการเตรียมตัวทำความเข้าใจ และชี้แจงให้เหตุผลแก่ทีมเจรจาเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน
4. ขั้นของการเจรจาและแก้ไขปัญหา เป็นขั้นของการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการเจรจาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ต้องการ
5. ขั้นของการปิดการเจรจา และนำไปปฏิบัติ เป็นขั้นของการพยายามหาข้อยุติอย่างเหมาะสมทั้งคู่ เพื่อจะได้เกิดการยอมรับ และปิดการเจรจาได้ในเวลาที่เหมาะสม และนำไปปฏิบัติให้เหมาะสม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

Maddux (2547) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ในการเจรจาต่อรองนั้นมีหลายประการ ประการแรก คือ การเจรจาต่อรองนั้น คู่เจรจาจะต้องคำนึงถึง การประเมินต้นทุนกับกำไร (Cost-Benefit) ควบคู่กับ ปัจจัยทางเนื้อหา (Contents Factor) เช่น ผลตอบแทนทางตัวเงิน กับ ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) เข้าด้วยกัน ดังนั้นความสำเร็จในการเจรจาจะเป็นผลลัพธ์

รวมของผลประโยชน์ที่ประเมินทั้งทางด้านเนื้อหา และทางด้านจิตวิทยาเข้าด้วยกันที่สูงกว่าต้นทุนรวมนั่นเอง

ประการที่สอง คือ การตระหนักถึงความสำคัญของ ความเชื่อมั่นซึ่งนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งส่วนหนึ่งที่จะส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการเจรจา การสร้างความเชื่อมั่นระหว่างกันนั้น โดยคู่เจรจาต้องสร้างบรรยากาศแห่งความเชื่อมั่นระหว่างกันโดยอาจเริ่มตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการเจรจาในอันที่จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน การพบหน้าเป็นครั้งแรกของคู่เจรจาอาจเป็นจุดเริ่มต้นไปสู่ความเชื่อมั่นหรือการขาดความเชื่อมั่นได้ และกลายมาเป็นผลกระทบต่อนแนวทางและกระบวนการเจรจาต่อมาได้ คู่เจรจาที่ฝึกปรือมาอย่างดีต้องมีการศึกษาแนวความคิด นิสัย ลักษณะ ตลอดจนวัฒนธรรมของคู่เจรจาอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อที่จะได้แสดงออกถึงสิ่งที่สามารถสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกันตั้งแต่เริ่มต้น อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับตัวผู้เจรจาต่อรอง คือ การมีความเชื่อมั่นในตัวเราก่อนถึงจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้อื่นมีต่อตัวเราเอง

ประการที่สาม คือ นักเจรจาต่อรองต้องรู้จักจำกัดขอบเขตการเจรจา อย่าให้ขยายวงไปกระทบกับประเด็นอื่นๆ อย่าให้การเจรจาในประเด็นหนึ่งลามปามไปกระทบกับความสัมพันธ์ระหว่างกันทั้งระบบ

ประการที่สี่ หลักที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ “อย่าให้ชัยชนะในวันนี้กลายเป็นความพ่ายแพ้ตลอดกาล” กล่าวคือ การบีบบังคับคู่เจรจาเพื่อเอาชนะชนะในระยะสั้น ในที่สุดอาจกลายเป็นการทำลายความสัมพันธ์ระหว่างกันตลอดกาล ซึ่งเท่ากับเป็นการสูญเสียผลประโยชน์ตลอดไป

ดังนั้น ในยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงนั้น หลักการที่สำคัญ ไม่มีมิตรแท้และศัตรูถาวร การบีบบังคับใดๆในการเจรจาที่มุ่งหวังชัยชนะในระยะสั้น จะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในระยะยาวเป็นที่ตั้ง (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2545)

นอกจากนั้น ในการเจรจาต่อรองยังต้องคำนึงถึงประสิทธิผลที่ได้ ซึ่งประกอบด้วย

1. คุณภาพ (Quality) ผลลัพธ์จากการเจรจาต่อรองจะนำเสนอข้อตกลงด้านคุณภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ฉลาดและเป็นที่ยังพอใจกับทุกฝ่าย

2. **ความเข้ากันได้ (Harmony)** จะมุ่งที่จะความสามัคคีและการสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างกัน

3. **ประสิทธิภาพ (Efficiency)** การเจรจาต่อรองจะต้องเป็นการเจรจาต่อรองที่มี ประสิทธิภาพ โดยจะต้องมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างประหยัด ไม่ใช้เวลามาก หรือสิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายมากเกินไป

การเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทน

การเจรจาต่อรองโดยทั่วไปเป็นการเจรจาที่ผู้เจรจาต่อรองดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ของ ตัวเองผู้เจรจาจึงสามารถยื่นข้อเสนอและรับข้อเสนองจากอีกฝ่ายรวมถึงการทำความเข้าใจใน การเจรจาต่อรองได้เองแต่บางกรณีผู้เจรจาอาจไม่ได้เจรจาต่อรองเพื่อตัวเอง เป็นการเจรจาต่อรอง เพื่อผู้อื่น (ซึ่งอาจรวมถึงตัวเองด้วย) ในกรณีเช่นนี้ผู้เจรจาอาจทำหน้าที่เป็นตัวแทน (Agents) ในการ เจรจาต่อรอง (วิชัย โสสุวรรณจินดา, 2551)

เอเจนต์ (Agents) หมายถึง บุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่แทนผู้อื่นในการเจรจา ต่อรองกับบุคคลที่สาม นักวิชาชีพหลายประเภท เช่น ทนายความ นักบัญชี นายหน้าซื้อขาย นั้นได้ ทำสัญญาที่จะเป็นตัวแทนผู้อื่น (ไพโรจน์ บาดัน, 2551)

การเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทนมีโอกาสเกิดขึ้นได้หลายกรณี เช่น พนักงานขายที่ เจรจาต่อรองกับลูกค้าแทนบริษัท ทนายความที่เจรจาต่อรองแทนลูกความ เป็นต้น โดยทั่วไปผู้ เจรจาต่อรองที่ใช้ตัวแทนจะไม่เข้าเจรจาต่อรองเอง แม้ว่าจะอยู่ร่วมฟังการเจรจาต่อรองก็ตาม การเจรจาทองโดยใช้ตัวแทนจะมีความซับซ้อนมากกว่าการเจรจาต่อรองโดยผู้เจรจาโดยตรง เพราะ ผู้ใช้ตัวแทนในการเจรจาต่อรองอาจกำหนดเป้าหมายและวิธีการเจรจาต่อรองให้กับตัวแทน ทั้งยัง สามารถสร้างแรงกดดันต่างๆ แก่ตัวแทนเพื่อให้เกิดผลการเจรจาต่อรองตามที่ตนเองต้องการด้วย

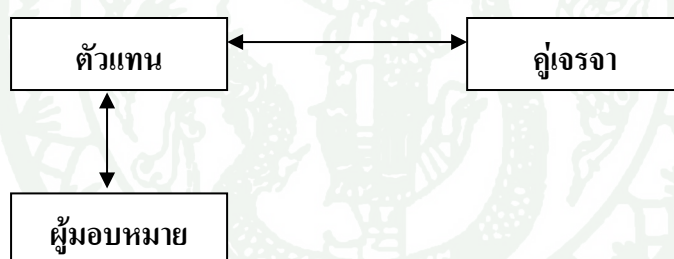
1. **ประเภทของการเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทน** การเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทนนั้น แม้ ผู้ใช้ตัวแทนจะไม่ได้เข้าร่วมเจรจาต่อรองเอง แต่ก็เป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการเจรจาต่อรอง ดังนั้น เขาอาจมีส่วนสังเกตการณ์ในการเจรจาต่อรองของตัวแทนและอาจให้ความเห็น คำวิจารณ์

ประเมินผลหรือประเมินวิธีการที่ใช้ในการเจรจา และเมื่อผู้ใช้ตัวแทนมาเจรจาต่อรองได้ดำเนินการดังกล่าว ตัวแทนต้องปรับเปลี่ยนวิธีการหรือเป้าหมายในการเจรจาต่อรองตามที่ใช้ตัวแทนกำหนด

2. ประเภทของการเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทน มีดังต่อไปนี้

การเจรจาต่อรองเป็นทีม ถือเป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทน ทั้งนี้เพราะการเจรจาต่อรองเป็นทีมจะมีการใช้ตัวแทนในการเจรจาหลายคนละผู้เจรจาแต่ละคนก็จะได้รับมอบหมายหน้าที่ ในการเจรจาต่อรองที่แตกต่างกันไป

การเจรจาต่อรองโดยการมอบหมาย เป็นการเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทนอีกแบบหนึ่ง โดยเป็นการเจรจาต่อรองที่มาจากการมอบหมาย ผู้ที่มอบหมายอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคนที่มีความต้องการผลสำเร็จจากการเจรจาตามความต้องการของตน และมอบหมายให้ตัวแทนเป็นผู้เจรจาต่อรองแทนตน ตัวแทนมักเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการเจรจาเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ



ภาพที่ 2 การเจรจาต่อรองโดยใช้ตัวแทน

ในการเจรจาต่อรองโดยการมอบหมายนี้ ผู้มอบหมายควรได้ทำความเข้าใจกับตัวแทนในการเจรจา โดยเฉพาะในเรื่องเป้าหมายการเจรจา กลยุทธ์ และกลวิธีต่างๆ ในการเจรจา ผู้มอบหมายควรมอบอำนาจในการเจรจาให้กับตัวแทนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ และมีรายงานผลกลับมาเป็นระยะๆ และในกรณีที่ตัวแทนจะประนีประนอมกับคู่เจรจา ตัวแทนก็ต้องมาขอความเห็นชอบจากผู้มอบหมายก่อน ในกรณีเช่นนี้จะเห็นได้ว่าตัวแทนต้องเผชิญกับแรงกดดันทั้งจาก ผู้มอบหมายและคู่เจรจาของตน และต้องพยายามทำให้ทั้งสองฝ่ายเกิดความพึงพอใจ จึงจะทำให้เกิดข้อตกลงขึ้นได้

การเจรจาต่อรองในลักษณะการเจรจาต่อรองโดยการสนับสนุนนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการเจรจาจะไม่ใช่ผู้มีอำนาจในการอนุมัติหรือให้ความเห็นชอบในการตกลงกันโดยตรง แต่จะเป็นคนที่มีส่วนได้เสียประโยชน์จากข้อตกลงหรือได้รับความพึงพอใจจากการตกลงกัน

3. เหตุผลที่ผู้เจรจาต้องใช้ตัวแทนในการเจรจาต่อรอง มีดังนี้

3.1 เมื่อจำเป็นต้องใช้ผู้เจรจาที่มีความรู้ความสามารถพิเศษหรือมีความชำนาญเฉพาะในเนื้อหาที่ต้องตกลงกัน เช่น ทุนายความ ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี หรือผู้เชี่ยวชาญด้านภาษี เพื่อให้บรรลุข้อตกลงอย่างถูกต้องและเป็นธรรม

3.2 เมื่อตัวแทนมีความเชี่ยวชาญในการเจรจาต่อรองมากกว่า ซึ่งในส่วนนี้ผู้มอบหมายต้องพิจารณาตนเองว่าตนเองมีข้อด้อยในเรื่องใด จะได้เลือกใช้ตัวแทนได้อย่างเหมาะสม

3.3 เมื่อตัวแทนมีเครือข่ายเพื่อนสนิท หรือญาติ ที่สามารถเข้าถึงคู่เจรจาฝ่ายตรงข้ามได้ง่ายกว่าสามารถได้ข้อตกลงที่ดีกว่าโดยเฉพาะในกรณีที่ผู้มอบหมายไม่อาจเข้าถึงคู่เจรจาที่มีอำนาจตัดสินใจได้เองโดยตรง

3.4 เมื่อการเจรจาต่อรองมีการใช้อารมณ์ในประเด็นที่เจรจากันมาก ทำให้จำเป็นต้องมีใครสักคนมาช่วยการเจรจาโดยไม่ใช้อารมณ์

3.5 เมื่อผู้มอบหมายต้องการใช้กลยุทธ์การเจรจาที่มีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ใช้กลยุทธ์ผู้ร้ายผู้ดี เป็นต้น

3.6 เมื่อผู้มอบหมายมีรูปแบบการเจรจาต่อรองแบบประณีประนอม ทำให้ต้องเลือกตัวแทนที่มีรูปแบบการเจรจาต่อรองที่แข็งแกร่งมากกว่า เพื่อดึงผลสำเร็จในการเจรจาให้สูงขึ้น

3.7 เมื่อผู้มอบหมายรู้สึกที่กำลังจะเสียเปรียบหรือกำลังจะพ่ายแพ้ในการเจรจาต่อรอง ทำให้ต้องใช้ตัวแทนมาปรับเปลี่ยนสถานการณ์ (วิชัย โสสุวรรณจินดา, 2551; ไพโรจน์ บาลัน, 2551)

4. การควบคุมตัวแทน

ผู้มอบหมายสามารถควบคุมตัวแทนในการเจรจาได้ด้วยวิธีการต่อไปนี้

4.1 ไม่ให้อำนาจตัวแทนที่จะไปตกลงในเรื่องสำคัญกับคู่เจรจา เว้นแต่จะได้รับความเห็นชอบจากผู้มอบหมายก่อนตั้งแต่เริ่มแรก

4.2 ให้ตัวแทนกำหนดแนวทาง ขั้นตอน และกลยุทธ์ที่จะใช้ในการเจรจาและให้ผู้มอบหมายเห็นชอบก่อน

4.3 ผู้มอบหมายต้องระบุประเด็นที่สนใจ ลำดับความสำคัญในเรื่องที่ต้องการ และทางเลือกต่างๆ ให้ตัวแทนเข้าใจและนำไปปฏิบัติ

4.4 ผู้มอบหมายต้องอธิบายให้ตัวแทนเข้าใจอย่างชัดเจนในเรื่องความถี่และคุณภาพของการรายงานผลมายังผู้มอบหมาย

4.5 อำนาจของตัวแทนจะเพิ่มขึ้นตามผลประโยชน์ที่ผู้มอบหมายได้รับจากกระบวนการเจรจาต่อรอง

4.6 ผู้มอบหมายควรให้คำชี้แนะถึงสิ่งที่ให้ตัวแทนปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้สามารถนำมาอ้างอิงได้

4.7 ผู้มอบหมายควรแนะนำตัวแทนถึงสิ่งที่สามารถเปิดเผยได้ในการเจรจาต่อรอง ช่วงการต่อรองที่สามารถตกลงได้ ข้อมูลสำคัญ และเงื่อนไขต่างๆ ในการทำข้อตกลง

ดังนั้น ในโลกแห่งการแข่งขัน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ปัญหาความขัดแย้งย่อมเกิดขึ้นมากมาย และขยายตัวในวงกว้าง การแก้ไขข้อขัดแย้งดังกล่าว ย่อมขึ้นอยู่กับความเข้าใจในศิลปะและกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองมิใช่จำกัดวงในการใช้กับการหาข้อยุติในเรื่องของความขัดแย้งเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปใช้ในการบรรลุเป้าหมายในเรื่องต่างๆ

ทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องธุรกิจ และเรื่องการเมือง คนที่รู้ศิลปะและกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองย่อมสามารถใช้ยุทธวิธีนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การเจรจาต่อรองในปัจจุบัน จึงกลายเป็นกลไกที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันสำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน สิ่งหนึ่งคือกลยุทธ์ในการใช้ปากให้เหมาะสมกับสถานการณ์และมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ องค์กรที่มีประสิทธิภาพส่วนหนึ่งนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) และวัฒนธรรมองค์กรที่จะเอื้ออำนวยต่อการเพิ่มศักยภาพขององค์กร คือ การสร้างบุคคลากรให้มีศิลปะและระบบคิดแบบนักเจรจาต่อรองที่ดี

ในการเจรจาต่อรองให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้เจรจาต้องเข้าใจแนวคิด และความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง นั่นคือ ย่อมต้องรู้เขารู้เรา ประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองย่อมขึ้นอยู่กับข้อมูลที่เรามีกับคู่เจรจาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเราด้วย กล่าวคือ การเจรจาต่อรองให้ประสบความสำเร็จนั้น ก่อนการใช้ปากต้องมีการใช้สมองก่อน การใช้สมองนั้น คือ การรวบรวมข้อมูล และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลให้ถูกต้อง องค์กรประกอบที่สำคัญคือ คู่เจรจาต้องมีความรู้ นักเจรจาต่อรองที่มีข้อมูลมากและมีองค์ความรู้ดี สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้แม่นยำ และสามารถวิเคราะห์ท่าทีของคู่เจรจาได้ดี ย่อมประสบความสำเร็จมากกว่าคู่เจรจาที่มีข้อมูลน้อยกว่า และมีความรู้น้อยกว่า

ประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองมิใช่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของข้อมูล และองค์ความรู้เท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับระบบคิดของคู่เจรจา คนที่มีระบบคิดในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) ย่อมมีความได้เปรียบมากกว่าคนที่ไม่มีระบบคิดในลักษณะนี้ การเจรจาต่อรองซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรและบุคคล จึงมีส่วนสัมพันธ์กับการบริหารและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ทั้งในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) และในฐานะที่มีความสัมพันธ์กับระบบคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking)

องค์กรที่จะประสบความสำเร็จในปัจจุบันต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ หนึ่งในวัฒนธรรมองค์กรดังกล่าว ก็คือการสร้างระบบคิดในเชิงกลยุทธ์ และการสร้างวัฒนธรรมในการเจรจาต่อรองอย่างมีประสิทธิภาพ วัฒนธรรมทั้งสองนี้มีความสัมพันธ์ เพราะการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องอาศัยระบบคิดในเชิงกลยุทธ์เป็นพลังสำคัญ

การวิจัยด้วยเทคนิค EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research)

จุมพล พูลภัทรชีวิน (2532) กล่าวว่า เทคนิคการวิจัยแบบ (Ethnographic Delphi Futures Research) EDFR นี้ผู้เขียนได้พัฒนาขึ้นโดยการผสมผสานระหว่างเทคนิคการวิจัยแบบ EFR (Ethnographic Futures Research) และเดลฟาย (Delphi) เข้าด้วยกัน เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงความคิดพื้นฐานและระเบียบวิธีวิจัยของ EDFR ได้ดีขึ้น

จุดมุ่งหมายของการวิจัยอนาคต

จุดมุ่งหมายหลักของการวิจัยอนาคตมิใช่อยู่ที่การทำนายที่ถูกต้อง หากแต่อยู่ที่การสำรวจและศึกษาแนวโน้มที่เป็นไปได้หรือน่าจะเป็นเรื่องที่ศึกษาให้มากที่สุด ทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ เพื่อที่จะหาทางทำให้แนวโน้มที่พึงประสงค์นั้นเกิดขึ้นและป้องกัน หรือขัดแนวโน้มนั้นที่ไม่พึงประสงค์ให้หมดไป หรือหาทางที่จะเผชิญกับแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์นั้นอย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่ามันจะเกิดขึ้นจริงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยอนาคตจะมีประโยชน์โดยตรงต่อการวางแผน การกำหนดนโยบาย การตัดสินใจ ตลอดจนจนถึงการกำหนดยุทธวิธี (Strategies) และกลวิธี (Tactics) ที่จะนำไปสู่การสร้างอนาคตที่พึงประสงค์ และการป้องกันหรือขัดอนาคตที่ไม่พึงประสงค์

เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR

เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตที่ตอบสนองจุดมุ่งหมายและความเชื่อพื้นฐานของการวิจัยอนาคตมากที่สุดวิธีหนึ่งในปัจจุบัน เป็นเทคนิคการวิจัยที่รวมเอาจุดเด่นหรือข้อดีของเทคนิค EFR และ Delphi เข้าด้วยกันการรวมข้อดีทั้งสองเทคนิคช่วยแก้จุดอ่อนของแต่ละเทคนิคได้เป็นอย่างดี โดยหลักการแล้วเทคนิค EDFR เป็นการผสมผสานระหว่างเทคนิค EFR กับ Delphi เข้าด้วยกัน ขั้นตอนต่างๆ ของ EDFR ก็คล้าย ๆ กับ Delphi เพียงแต่ได้มีการปรับปรุงวิธีให้มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมมากขึ้น โดยในรอบแรกของการวิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบ EFR ที่ปรับปรุงแล้วหลังจากการสัมภาษณ์ในรอบแรก ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อภิปรายและสังเคราะห์แล้วสร้างเป็นเครื่องมือซึ่งมักจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแล้วส่งไปให้ผู้เชี่ยวชาญตอบตามรูปแบบของเดลฟายเพื่อที่จะทำการกรองความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาฉันทมติ ซึ่งมักจะทำประมาณ 2-3 รอบ หลังจากนั้นจะนำข้อมูลมา

วิเคราะห์เพื่อหาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้มาก และมีความสอดคล้องทางความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อสรุปเขียนเป็นอนาคตภาพ

ขั้นตอนการทำวิจัย EDFR

เทคนิคการวิจัย EDFR เป็นเทคนิควิจัยอนาคต โดยผสมผสานระหว่างเทคนิค EFR (Ethnographic Futures Research) กับเดลฟาย (Delphi) เข้าด้วยกัน ขั้นตอนของ EDFR คล้ายคลึงกับวิธีการของเดลฟาย (Delphi) แต่มีการปรับปรุงวิธีให้มีความยืดหยุ่นและมีความเหมาะสมมากขึ้น ซึ่งอาจสรุปได้เป็นขั้นตอน ดังนี้

การกำหนดและเตรียมตัวกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมาก เพราะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้ข้อมูลที่นำเชื่อถือ ผู้วิจัยต้องติดตามกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นการส่วนตัว อธิบายจุดมุ่งหมายขั้นตอนต่างๆ ของการวิจัย เวลาที่ใช้ และประโยชน์ของการวิจัย ย้ำถึงความสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์ (EDFR รอบที่ 1) ลักษณะการสัมภาษณ์และขั้นตอนคล้ายกับ EFR แต่ EDFR มีความยืดหยุ่นมากกว่า ผู้วิจัยสามารถที่จะเลือกรูปแบบการสัมภาษณ์รอบที่ 1 อาจอีกรูปแบบ EFR กล่าวคือ เริ่มสัมภาษณ์จาก ภาพอนาคตทางที่ดี (Optimistic Realistic Scenario) ภาพอนาคตทางที่ไม่ดี (Pessimistic Realistic Scenario) ภาพอนาคตที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญคิดในหลายแง่มุม ซึ่งเป็นการมองในแง่บวกก่อน แล้วจึงพิจารณาในแง่ลบ และความเป็นไปได้มากที่สุด นอกจากนั้นการสัมภาษณ์แบบ EDFR มีความยืดหยุ่นมาก หากผู้วิจัยต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก็สามารถสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการได้ โดยการผนวกเข้ากับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญลำดับต่อไป หรืออาจแบ่งการสัมภาษณ์

วิเคราะห์/ สังเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เขียนแนวโน้มในแบบสอบถาม

สร้างเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญของการวิจัยด้วยเทคนิคนี้ คือนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมารวมกัน ตัดทอนข้อความที่ซ้ำกันหรือตัดส่วนที่เกินไปจากกรอบของการวิจัยที่กำหนดไว้ออกไป โดยการหาถ้อยคำที่ครอบคลุมข้อความทั้งหมด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พยายามรักษาถ้อยคำของผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ให้มากที่สุด การเขียนควรเป็นภาษาที่สั้น

กะทัดรัด โดยพยายามรักษาความหมายเดิมของผู้เชี่ยวชาญให้มากที่สุด เขียนแนวโน้มเพียงประเด็นเดียวใน 1 ข้อ เพื่อป้องกันมิให้ผู้เชี่ยวชาญเกิดความสับสนในประเด็นนั้น ๆ

ทำ EDFR รอบที่ 2, 3 การนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน เพื่อทำการจำแนกข้อมูล หาฉันทามติ (Consensus) ในการทำ EDFR รอบที่ 2 และ 3 ในรอบนี้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะได้รับรู้ข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติ (Statistical Feedbacks) เป็นของกลุ่มโดยส่วนรวมโดยหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของกลุ่ม ผนวกด้วยคำตอบเดิมของตนเอง แล้วขอให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาตอบใหม่จำนวนรอบของการทำวิจัย EDFR ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบประมาณเวลา และกำลังคนของการวิจัย ทั้งนี้พิจารณาจากคำตอบที่ได้ว่ามีความเป็นเอกพันธ์แล้วหรือยังมี Homogeneity ของคำตอบหรือมีฉันทามติ (Consensus) ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ครอบคลุมเรื่องที่ศึกษามากพอแล้วหรือยัง

เขียนภาพอนาคต การนำผลการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ผลตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งโดยทั่วไปถือตามเกณฑ์ที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง กล่าวคือ ค่ามัธยฐาน (Median) ที่ 3.5 ขึ้นไป และพิจารณาความสอดคล้องของคำตอบ โดยพิจารณาจาก Interquartile Range (Q3-Q1) ไม่เกิน 1.5 การเขียนภาพอนาคตไม่เขียนเป็นวิชาการมากไป คือ คนทั่วไปอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย

โดยสรุปงานวิจัยอนาคต EDFR เป็นเทคนิคการวิจัยที่มุ่งตอบสนองจุดมุ่งหมายและความเชื่อพื้นฐานของการวิจัย อนาคตมากที่สุดวิธีหนึ่งในปัจจุบัน เป็นการวิจัยที่รวมเอาเทคนิค EFR และ Delphi เข้าด้วยกัน ขั้นตอนต่าง ๆ ของ EDFR คล้ายกับ Delphi โดยขั้นตอนแรกเป็นการสัมภาษณ์แบบ EFR และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ แล้วสร้างเป็นเครื่องมือ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นแบบสอบถามแล้วส่งไปให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาฉันทามติ (Consensus) ซึ่งมักจะทำ 2-3 รอบ หลังจากนั้นนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้มากและมีความสอดคล้องทางความคิดระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อสรุปและเขียนเป็นภาพอนาคต (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2546: 1-19)

ในการวิจัยนี้ได้ใช้เทคนิค EDFR ในการวิจัยอนาคตเกี่ยวกับรูปแบบของตัวแทนนักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

แนวคิด วรรณนาการเกี่ยวกับฟุตบอลอาชีพไทย

วรรณนาการฟุตบอล

กีฬาฟุตบอลสมัยโบราณ กีฬาฟุตบอล (Football) หรือซอกเกอร์ (Soccer) เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายไปทั่วโลก มีผู้สนใจที่จะเข้าร่วมเล่นและชมการแข่งขันมากที่สุดในโลก แต่กีฬานี้มีการเริ่มต้นเล่นกันในชนชาติใดนั้น ไม่มีหลักฐานที่ยืนยันได้แน่ชัด เพราะในสมัยโบราณนั้น ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกมีการเล่นที่คล้ายกับฟุตบอลหลายที่ เช่น ในทวีปเอเชียที่ประเทศจีนเมื่อ 200 ปีก่อนคริสต์ศักราชมีหลักฐานการบันทึกว่า ชาวจีนมีการเล่นชนิดหนึ่งเรียกว่า “ทลิจู” (Tsu Chu) ทลิจู หมายถึง การเตะ และชู หมายถึง ลูกบอล อุปกรณ์ในการเล่นชนิดอื่น คือ ประตูซึ่งทำจากไม้ไผ่ที่ขึงด้วยเชือกตาข่าย มีทหารจีนเป็นนักกีฬา และที่ประเทศญี่ปุ่นในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันนี้ ก็มีการเล่นที่คล้ายกัน คือ “เกมาริ” (Kemari) (นิรนาม, 2545)

จากหลักฐานของชาวกรีกโบราณและโรมันโบราณพบว่ามีการเล่นที่มีลักษณะคล้ายฟุตบอลในประเทศกรีซเรียกว่า “อีพิสไครอส” (Episkyros) และในกรุงโรมเรียกว่า “ฮาร์พาสตัม” (Harpastum) ซึ่งแปลว่า การเหวี่ยงไปข้างหน้า (สกายบุ๊ก, 2545) การเล่นทั้งสองชนิดนี้มีวิธีการเล่นที่เหมือนกันคือ มีประตูคนละข้างแล้วเตะลูกบอลไปยังจุดหมายที่ต้องการ เช่น จากหมู่บ้านหนึ่งไปยังอีกหมู่บ้านหนึ่ง การเล่นจะเป็นการเตะ การทุ่มหรือการขว้างไปข้างหน้า ในขณะที่ชาวเมืองฟลอเรนซ์ในประเทศอิตาลีก็มีการเล่นที่เรียกว่า “คาลซิโอ” (Calcio) และที่ประเทศฝรั่งเศสมี “ซูลเลอ” (Soule) การเล่นทั้งสองชนิดมีลักษณะคล้ายการเล่นฟุตบอลเช่นกัน (รังสฤษฎ์ บุญชลอ, 2545)

ต่อมาชาวโรมันได้นำ “ฮาร์พาสตัม” เข้ามาเผยแพร่ในช่วงที่ยึดครองอังกฤษ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น ที่เมืองเซสเตอร์ มีการเล่นเกมนี้เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองในงานพิธีต่างๆ เช่น วันโชรว์ ทิวส์เดย์ (Shrove Tuesday) ซึ่งเป็นวันเฉลิมฉลองก่อนพิธีอดอาหารในคริสต์ศาสนา (สุรพล คงลาภ, 2547) ซึ่งมีตำนานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้คือ คนงานชุดอุโมงค์ในอังกฤษได้ขุดไปพบกะโหลกศีรษะที่เชื่อกันว่าเป็นของพวกเคนส์เชื้อสายโรมันที่เคยเข้ามารุกรานและยึดครองอังกฤษ คนงานคนหนึ่งที่เกิดอารมณ์แค้นพวกเคนส์จึงนำกะโหลกศีรษะมาเตะ คนงานคนอื่นที่อยู่บริเวณนั้นก็เตะต่อกันไปมา เป็นการระบายความแค้น และต่อมาเมื่อได้มีการขุดพบกะโหลกศีรษะที่เชื่อกันว่าเป็นของพวกเคนส์ก็มีการเตะเล่นกันจนเป็นที่สนุกสนาน ซึ่งนอกจากพวกคนงานแล้ว พวกเด็กหนุ่มที่อยู่ในบริเวณนั้นก็กระทำเช่นเดียวกัน จนกระทั่งเมื่อหากะโหลกศีรษะมาเล่นไม่ได้แล้ว

เด็กหนุ่มเหล่านั้นจึงได้ลองใช้ถุงลมของวัวมาทำเป็นลูกกลมแล้วนำมาเตะแทนกะโหลกศีรษะปรากฏว่าเป็นที่สนุกสนานกันมาก (รังสฤษฎ์ บุญชลอ, 2545)

ฟุตบอลสมัยโบราณที่เล่นกันตามท้องถนนและในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศอังกฤษ การเล่นแต่ละข้างจะมีนักกีฬานับร้อยคน พยายามนำลูกบอลไปทำประตูอีกข้างหนึ่งซึ่งอยู่ห่างไกลกันมาก ใช้เวลาเล่นแต่ละครั้งนานมาก และเล่นกันด้วยความรุนแรง จนกระทั่งในปี ค.ศ.1314 พระเจ้าเอ็ดเวิร์ดที่ 2 ทรงออกพระราชบัญญัติห้ามเล่นฟุตบอลเพื่อป้องกันการโกลาหล และเกรงว่าบรรดาเด็กหนุ่มจะสนใจแต่เล่นฟุตบอลจนไม่ยอมฝึกทหาร คำสั่งห้ามเล่นฟุตบอลนี้ได้ใช้ในรัชสมัยต่อ ๆ มา แต่ก็ไม่ได้มีผลในระยะยาว เพราะปรากฏว่าการเล่นฟุตบอลยังคงมีอยู่ (สุรพล คงลาก, 2547)

กีฬาฟุตบอลสมัยใหม่ กีฬาฟุตบอลสมัยได้เริ่มขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของโรงเรียนราษฎร์หรือโรงเรียนกึ่งนอนในประเทศอังกฤษ ในศตวรรษที่ 19 โดยให้ถือว่าเป็นหลักสูตรหนึ่งในการเล่นกีฬา เพื่อเน้นระเบียบวินัยและการทำงานร่วมกัน (สุรพล คงลาก, 2547) โดยที่กีฬาฟุตบอลได้มีการปรับปรุงกฎ กติกาการเล่นให้ดีขึ้น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1801 มีการกำหนดตัวนักกีฬาให้เท่ากันทั้งสองข้าง ขนาดสนามอยู่ระหว่าง 80 ถึง 100 หลา (73-91 เมตร) มีประตูทั้งสองข้างตั้งอยู่ที่ริมสุดของสนาม ในปี ค.ศ. 1850 ได้มีการออกกฎระเบียบไปยังดินแดนต่างๆ ให้ปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน คือ มีนักกีฬาข้างละ 11 คน โดยเป็นผู้รักษาประตู 2 คน แต่ต้องใช้เท้าเหมือนนักกีฬาอีก 9 คน จนถึงปี ค.ศ. 1880 ให้เหลือผู้รักษาประตู 1 คน และสามารถใช้มือจับลูกบอลได้ (นิรนาม, 2545)

ในปี ค.ศ. 1855 ได้มีการก่อตั้งสโมสรฟุตบอลขึ้นเป็นครั้งแรก คือ เชฟฟิลด์ เอฟซี (Sheffield FC) ในประเทศอังกฤษ (สุรพล คงลาก, 2547) สมาคมฟุตบอลแห่งแรกคือสมาคมฟุตบอลแห่งลอนดอน เกิดจากการประชุมร่วมกันของสโมสร 11 แห่ง ในวันที่ 26 ตุลาคม ค.ศ. 1863 ทำให้ฟุตบอลแพร่หลายไปทั่วประเทศรวมถึงประเทศอาณานิคมของประเทศอังกฤษด้วย สมาคมฟุตบอลแห่งลอนดอนนี้ได้พัฒนาเป็นสมาคมฟุตบอลแห่งอังกฤษในเวลาต่อมา (นิรนาม, 2545)

ที่ประเทศออสเตรเลีย มีการก่อตั้งสมาคมฟุตบอลแห่งนิวเซาท์เวลส์ขึ้นในปี ค.ศ. 1882 ส่วนในทวีปเอเชีย ประเทศอินเดียเป็นประเทศแรกที่เริ่มเล่นกีฬาฟุตบอล ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1883 ในทวีปอเมริกาใต้ ที่เมืองบัวโนสไอเรสในประเทศอาร์เจนตินาได้มีการก่อตั้งสโมสรฟุตบอลสโมสรแรก

ในปี ค.ศ. 1884 ต่อมาในทวีปแอฟริกา สมาคมฟุตบอลระดับชาติแห่งแรกของทวีปได้ก่อตั้งขึ้นที่ประเทศอียิปต์ในปี ค.ศ. 1921 (รังสฤษฎ์ บุญชล, 2545)

สหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association) หรือ FIFA ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1904 โดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยก่อตั้งร่วมกันกับอีก 6 ประเทศ ได้แก่ เบลเยียม เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ สเปน สวีเดน และสวิตเซอร์แลนด์ (รังสฤษฎ์ บุญชล, 2545)

สหพันธ์ฟุตบอลในระดับทวีปที่ได้รับการรับรองจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ ได้แก่ สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งอเมริกาใต้ หรือ Conmerbol ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1917 สหภาพสมาคมฟุตบอลยุโรป หรือ U.E.F.A ก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1954 สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย หรือ A.F.C ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1954 สหพันธ์ฟุตบอลแห่งแอฟริกา หรือ C.A.F ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1961 สหพันธ์ฟุตบอลแห่งอเมริกา กลาง อเมริกาเหนือ และแคริบเบียน หรือ Concacaf ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1961 และสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งโอเชียเนีย หรือ O.F.C ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1966 (Federation International Football Association หรือ [FIFA] , 2006)

การแข่งขันกีฬาฟุตบอลในปัจจุบันได้มีความก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับจนกลายเป็นกีฬาอาชีพ นักฟุตบอลอาชีพในทวีปยุโรปและอเมริกาใต้ที่สังกัดตามสโมสรต่างๆ มีรายได้และค่าตัวที่สูงมาก มีการแข่งขันในระดับใหญ่ที่สุดคือ การแข่งขันฟุตบอลโลก (World Cup) ซึ่งเป็นการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนของแต่ละทวีป การแข่งขันนี้จัดขึ้นครั้งแรกที่ประเทศอูรุกวัย เมื่อปี ค.ศ. 1930 และจะจัดการแข่งขันในทุก ๆ 4 ปี

วิวัฒนาการฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พ.ศ.2459 คณะฟุตบอลแห่งประเทศไทย ได้จัด “การแข่งขันฟุตบอลสำหรับถ้วยของคณะฟุตบอลสยาม” แต่มีทีมเข้าร่วมสมัครจำนวนมาก ทางฝ่ายจัดการแข่งขันเห็นว่าแต่ละทีมมีความสามารถที่แตกต่างกัน เพราะบางทีมเป็นทีมที่เพิ่งเริ่มฝึกหัด ความสามารถจะด้อยกว่าทีมที่มีอยู่เดิมมาก จึงได้ทำการคัดเลือกทีมที่จะเข้าร่วมการแข่งขัน แล้วแบ่งเป็นสองระดับ คือ ทีมที่มีความสามารถและมีประสบการณ์มากได้เข้าร่วม “การแข่งขันฟุตบอลถ้วยใหญ่” และทีมที่มีความสามารถด้อยกว่าได้เข้าร่วม “การแข่งขันฟุตบอลถ้วยน้อย” ซึ่งใน

ภายหลังได้เรียกการแข่งขันนี้ว่า “การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ก และประเภท ข” โดยสโมสรกรมมหรสพ ได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทานประเภท ก และสโมสรทหารบก ได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทานประเภท ข เป็นครั้งแรก (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2549)

พ.ศ. 2505 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ก และประเภท ง เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับจำนวนสโมสรที่มากขึ้น ซึ่งได้จัดให้มีการตกชั้นและเลื่อนชั้นกันระหว่างถ้วยพระราชทาน ประเภท ก ข ค และ ง นับได้ว่าประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันโดยแบ่งเป็นประเภท ซึ่งแบ่งจากมาตรฐานของทีมที่เข้าแข่งขัน เช่นเดียวกับการแข่งขันแบบดิวิชั่น ของประเทศอังกฤษ (จิรัฏฐ์ จันทะเสน, 2548) โดยสโมสรกรมพลศึกษาได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทาน ประเภท ค และสโมสรรถไฟ กับสโมสรพลานามัย ได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทาน ประเภท ง ร่วมกันครั้งแรก (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2549)

พ.ศ. 2513 สโมสรธนาคารกรุงเทพได้ร่วมกับสโมสรชั้นนำในประเทศไทยจัดการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ หรือฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน “ควีนส์คัพ” (Queen’s Cup) โดยในครั้งแรกนี้สโมสรธนาคารกรุงเทพ และสโมสรทหารอากาศได้รับรางวัลชนะเลิศร่วมกัน หลังจากนั้นการแข่งขันรายการนี้ได้จัดขึ้นเป็นประจำโดยมีทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน ได้แก่ ทีมที่เป็นสมาชิกสโมสรภาคควีนส์คัพ และทีมจากต่างประเทศที่ได้รับเชิญ (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2549)

พ.ศ. 2527 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับบริษัทสยามสปอร์ตพับลิชชิ่ง จำกัด ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล “ไทยซอคเกอร์ลีก” เป็นครั้งแรก โดยจัดการแข่งขันเป็นระบบเดียวกับการแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศอังกฤษ มีการแข่งขันในระบบเหย้า – เยือน แบบพบกันหมด จากนั้นนำทีมที่ได้คะแนนอันดับ 1 – 4 มาแข่งขันกันอีกครั้งเพื่อหาทีมชนะเลิศ ในการแข่งขันครั้งนี้มีทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 20 ทีม โดยเป็นสโมสรทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ผลปรากฏว่าจังหวัดชัยภูมิ ได้รับรางวัลชนะเลิศ และในปี พ.ศ. 2528 ได้มีการจัดการแข่งขันเป็นครั้งที่สอง หลังจากนั้นก็ไม่มีการแข่งขันอีก เนื่องจากประสบปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหางบประมาณ โดยเฉพาะงบประมาณที่จะต้องใช้ในการเดินทางไปแข่งขันยังต่างจังหวัด เป็นต้น (นิรนาม, 2528)

พ.ศ. 2527 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับชมรมฟุตบอลประจำจังหวัด ต่าง ๆ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์คัพ” (Thailand Cup) เป็นครั้งแรกโดยให้แต่ละจังหวัดแข่งขันกันภายในภาคของตนทั้ง 5 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ เพื่อหาทีมที่ได้ตำแหน่งชนะเลิศและรองชนะเลิศมาแข่งขันในรอบสุดท้ายที่กรุงเทพมหานคร ผลปรากฏว่า จังหวัดชลบุรีได้รับรางวัลชนะเลิศในการแข่งขันครั้งแรก และได้มีการจัดการแข่งขันอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี พ.ศ. 2530 บริษัท ยามาฮ่า จำกัด ได้เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณทั้งหมดในการจัดการแข่งขัน และได้ใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ยามาฮ่าไทยแลนด์คัพ” (Yamaha Thailand Cup) นับได้ว่าเป็นการแข่งขันที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนากีฬาฟุตบอลในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะนักฟุตบอลต่างจังหวัดได้มีโอกาสเข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอลระดับประเทศอย่างรายการนี้ อีกทั้งเป็นการสร้างความนิยมในกีฬาฟุตบอลให้เกิดขึ้นตามจังหวัดในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีทีมจังหวัดของตนเข้าร่วมการแข่งขันด้วย จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2544 บริษัท อดีดาส (ประเทศไทย) จำกัด ได้เป็นผู้สนับสนุนหลักในการแข่งขัน โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “อดีดาส ไทยแลนด์คัพ” (Adidas Thailand Cup) ซึ่งเป็นการแข่งขันครั้งสุดท้าย (นิรนาม, 2544)

พ.ศ. 2530 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และภาคเอกชนอื่น ๆ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล “โตโยต้าคัพ” (Toyota Cup) เป็นครั้งแรก ซึ่งคณะกรรมการจัดการแข่งขันมีแนวคิดที่จะให้ทีมฟุตบอลประจำจังหวัดที่แข่งขันในรายการไทยแลนด์คัพได้มีโอกาสแข่งขันกับสโมสรชั้นนำของประเทศไทย โดยมีทีมที่เข้าแข่งขันจำนวน 12 ทีม ประกอบด้วย สโมสรชั้นนำจากการแข่งขันชิงถ้วยพระราชทานประเภท ก 6 ทีม และทีมที่ชนะเลิศของแต่ละภาคในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์คัพ 5 ภาค รวมกับทีมที่ชนะเลิศในการแข่งขันรอบสุดท้ายด้วย รวมเป็น 6 ทีม ผลปรากฏว่าสโมสรทหารอากาศ ได้รับตำแหน่งชนะเลิศเป็นครั้งแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2532 มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการแข่งขันโดยได้อนุญาตให้นักกีฬาชาวต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันได้ไม่เกินทีมละ 2 คน นับเป็นการปรับปรุงให้มีการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทยเข้าสู่ระบบสากลมากยิ่งขึ้น แต่การแข่งขันรายการนี้ได้จัดขึ้นเป็นครั้งสุดท้ายในปี พ.ศ. 2536 เนื่องจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลรายการอื่น ๆ ขึ้นมาอีกหลายรายการ

พ.ศ. 2534 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับบริษัทในเครือของฐานเศรษฐกิจ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์ เซมิโปรลีก” ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลกึ่งอาชีพครั้งแรก โดยกำหนดให้สโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันจะต้องมีนักฟุตบอลที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักฟุตบอลอาชีพ

กับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ทีมละ 3 คน ซึ่งจะได้รับค่าจ้างตอบแทนเดือนละ 5,000 บาท เป็นอย่างต่ำ โดยนักฟุตบอลที่ขึ้นทะเบียนเป็นนักฟุตบอลอาชีพจะต้องเสียภาษีจากรายได้ด้วยและแต่ละสโมสรสามารถนำนักกีฬาชาวต่างประเทศเข้ามาเล่นด้วยได้ การแข่งขันรายการนี้จัดระบบเป็นการแข่งขันแบบเหย้า - เยือน แบบพบกันหมดและเก็บคะแนน ในการแข่งขันครั้งแรกมีทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 6 ทีม และสโมสรการทำเรือแห่งประเทศไทยได้รับรางวัลชนะเลิศเป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ.2535 ได้มีการจัดการแข่งขันครั้งที่สองยังคงใช้รูปแบบเดิม แต่กำหนดให้นักฟุตบอลอาชีพเพิ่มขึ้นเป็นทีมละ 6 คน โดยการแข่งขันครั้งนี้มีทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 8 ทีม (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2549)

พ.ศ. 2536 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับกลุ่มบริษัทยูคอม และสถานีโทรทัศน์ สีกองทัพบกช่อง 7 ได้จัดการแข่งขันฟุตบอล “ยูคอม เอฟ.เอ.คัพ” (Ucom F.A. Cup) ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลแบบแพ้คัดออกหรือน็อกเอาต์ มี 32 ทีมเข้าร่วมการแข่งขันในครั้งแรก โดยสโมสร องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้รับรางวัลชนะเลิศในครั้งนั้น (นิรนาม, 2537) หลังจากนั้นฟุตบอลรายการนี้ได้มีการจัดการแข่งขันเรื่อยมาแต่ไม่เป็นประจำทุกปี โดยมีภาคเอกชนเป็นผู้สนับสนุนหลัก เช่น บริษัท เบียร์สิงห์ จำกัด และบริษัท สอนคำ ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “สิงห์ เอฟ. เอ. คัพ” และ “สอนคำ เอฟ. เอ. คัพ” เป็นต้น การแข่งขันฟุตบอลรายการนี้จัดขึ้นเป็นครั้งสุดท้ายในปี พ.ศ. 2544 สาเหตุหลักที่ไม่สามารถจัดการแข่งขันรายการนี้ต่อไปได้ คือ ปัญหาการขาดผู้สนับสนุนหลัก (King, 2006)

ดังนั้น การแข่งขันฟุตบอลอาชีพยุคใหม่ในประเทศไทย ประกอบด้วย การจัดการแข่งขัน โดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ การจัดการแข่งขันโดยการกีฬาแห่งประเทศไทย และการจัดการแข่งขันร่วมกันระหว่างการกีฬาแห่งประเทศไทยและสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ (รวมลีก) ดังต่อไปนี้

การจัดการแข่งขันโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

พ.ศ. 2539 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับบริษัท ริชมอนด์ (บางกอก) จำกัด และบริษัท ไอ เอ็ม จี ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับอาชีพ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยใช้ชื่อการแข่งขันรายการนี้ว่า “การแข่งขัน

ฟุตบอลไทยแลนด์ลีก พ.ศ. 2539” (จอห์นนี่วอลต์เกอร์ ไทยแลนด์ลีก) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดการแข่งขันครั้งนี้ (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2539)

1. เพื่อพัฒนาและยกระดับสโมสร ผู้ฝึกสอน และนักกีฬา ให้ขึ้นสู่ระดับฟุตบอลลีก
2. เพื่อพัฒนามาตรฐานการจัดการแข่งขันฟุตบอลของประเทศไทยให้สามารถเทียบเคียงนานาชาติประเทศได้
3. เพื่อสร้างความศรัทธาของผู้ชมและผู้สนับสนุนกีฬาฟุตบอลให้มีความรักและนิยมมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อสร้างโอกาสให้นักฟุตบอลได้มีการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งจะพัฒนาทักษะของนักฟุตบอลอาชีพ

การแข่งขันครั้งนี้มีสโมสรฟุตบอลจากการแข่งขันชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ก ในปีที่ผ่านมา เข้าร่วมการแข่งขัน 18 สโมสร ใช้การแข่งขันในระบบเหย้า-เยือน แบบพบกันหมด จากนั้นนำทีมที่ได้คะแนนอันดับ 1-4 มาแข่งขันในรอบรองชนะเลิศ และรอบชิงชนะเลิศ ผลคือ สโมสรธนาคารกรุงเทพได้รับรางวัลชนะเลิศ (Bobrowsky and King, 2004)

อนึ่ง เนื่องจากการปรับเปลี่ยนระบบการแข่งขันจากการแข่งขันชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ก มาเป็นการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก ทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย จึงจัดการแข่งขันชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ก เป็นการแข่งขันระหว่างทีมที่ได้ตำแหน่งชนะเลิศจากการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก กับทีมที่ได้ตำแหน่งชนะเลิศจากการแข่งขันฟุตบอลเอฟเอคัพ ต่อมาภายหลัง การแข่งขันฟุตบอล เอฟเอ คัพ ได้ยกเลิกไปจึงเป็นการแข่งขันระหว่างทีมที่ได้ตำแหน่งชนะเลิศกับทีม ที่ได้ตำแหน่งรองชนะเลิศจากการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก

พ.ศ. 2540 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับภาคเอกชนต่างๆ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีกขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “จอห์นนี่ วอลต์เกอร์ ไทยแลนด์ลีก” เหมือนครั้งที่ผ่านๆ มา โดยลดจำนวนทีมจากการแข่งขันครั้งที่แล้ว 18 ทีม เป็น 12 ทีม ใช้ระบบการแข่งขันแบบเหย้า-เยือน ทีมที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือทีมที่ชนะเลิศ และสมาคมฟุตบอลแห่ง

ประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลรายการ “คิวิชั่น 1” ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยให้ 6 ทีมที่อยู่อันดับสุดท้ายจากการแข่งขัน ไทยแลนด์ลีกครั้งที่แล้วรวมกับ 4 ทีมที่ได้เข้ารอบรองชนะเลิศฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท ข รวมเป็นจำนวน 10 ทีม เข้าแข่งขันในคิวิชั่น 1 นี้ และจัดให้มีการตกชั้นและเลื่อนชั้น ระหว่างทีมในไทยแลนด์ลีกและคิวิชั่น 1 ตลอดมา (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2540)

พ.ศ. 2541 พ.ศ. 2542 และพ.ศ. 2543 บริษัท คาลเท็กซ์ (ประเทศไทย) ได้เป็นผู้สนับสนุนหลักในการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “คาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก” มีจำนวนทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 12 ทีมเท่าเดิม และทำการแข่งขันในระบบเดิม (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2542)

พ.ศ. 2544 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับ บริษัท สยามสปอร์ตซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีกขึ้น โดยได้ปรับปรุงรูปแบบการแข่งขันให้ดีขึ้นและมีมาตรฐานมากขึ้น โดยลดจำนวนทีมจาก 12 ทีม เป็น 10 ทีม แต่เพิ่มเงินรางวัลให้มากขึ้น โดยมีบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ร่วมเป็นผู้สนับสนุนหลักในการแข่งขันครั้งนี้ โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “จี เอส เอ็ม ไทยลีก” ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2546 พ.ศ. 2547 และ พ.ศ. 2548 ใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยลีก” โดยมีระบบการแข่งขันแบบเดิม สนามแข่งขันใช้สนามกลางที่ฝ่ายจัดการแข่งขันจัดหาให้ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และบางครั้งได้ใช้สนามแข่งขันในต่างจังหวัด เช่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนในต่างจังหวัดได้มีส่วนร่วมในการแข่งขันรายการ (นิรนาม, 2548)

พ.ศ. 2549 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติเป็นหลักในการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2006” ซึ่งได้เพิ่มจำนวนทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันจากเดิม 10 ทีม เป็น 12 ทีม และทุกทีมต้องมีสนามที่ใช้ในการแข่งขันเป็นของตนเอง ไม่ใช้สนามกลางที่ฝ่ายจัดการแข่งขันจัดหาให้เหมือนที่ผ่านมา เพื่อความเป็นสากลมากขึ้น โดยมีเงินรางวัลสำหรับทีมที่ได้รับตำแหน่งชนะเลิศสูงถึง 10 ล้านบาท ซึ่งในการแข่งขันครั้งนี้ได้เชิญทีมชนะเลิศและทีมรองชนะเลิศในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ โปรวินเชียลลีก ประจำปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ สโมสรฟุตบอลชลบุรี และ สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี เข้าร่วมการแข่งขันด้วย และผลคือสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้รับตำแหน่งชนะเลิศ และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลรายการ

“ฟุตบอลลีก ดิวิชัน 2” ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยใช้ระบบการแข่งขันแบบเดียวกับการแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” และ “ฟุตบอลลีก ดิวิชัน 1” เพื่อให้กีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีความเป็นสากลมากขึ้น (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ [ส.ฟ.ท.] , 2549)

การจัดการแข่งขันโดยการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2542 รัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำโครงการการแข่งขันฟุตบอลลีกเพื่อเป็นกีฬานำร่องในการเป็นกีฬาอาชีพ ใช้ระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึงปี พ.ศ. 2546 โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ โปรวินเชียลลีก” ประจำปี พ.ศ.2542 / 2543 ในการแข่งขันครั้งแรกมีทีมสมาคมกีฬาจังหวัดที่มีความพร้อมจำนวน 12 ทีม เข้าร่วมการแข่งขัน โดยใช้ระบบการแข่งขันแบบเหย้า – เยือน แข่งแบบพบกันหมด โดยทีมสมาคมกีฬาจังหวัดศรีสะเกษได้รับรางวัลชนะเลิศในการแข่งขันครั้งแรก

พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2545 ยังคงใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ โปรวินเชียลลีก” ประจำปี พ.ศ.2544 และ พ.ศ.2545 ตามลำดับ ถือได้ว่าเป็นการจัดการแข่งขันที่ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะมีจำนวนผู้ชมในต่างจังหวัดเป็นจำนวนมากที่เข้ามาชมทีมประจำจังหวัดของตน แข่งขัน และได้มีการจัดตั้งแฟนคลับประจำแต่ละจังหวัดที่เข้าร่วมการแข่งขันด้วย นับว่าเป็นการพัฒนาในอีกรูปแบบหนึ่งของการเป็นกีฬาฟุตบอลอาชีพ พ.ศ. 2546 ใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ โปรวินเชียล ฟุตบอลลีก (โปรลีก)” ได้มีการจัดรูปแบบการแข่งขันใหม่ โดยให้ 2 ทีมที่มีคะแนนเป็นอันดับสุดท้ายและรองสุดท้ายของตารางการแข่งขันตกชั้น ไปเล่นในระดับดิวิชัน 2 ในการแข่งขันครั้งต่อไป พ.ศ. 2547 ได้กำหนดการแข่งขันออกเป็น “โปรลีก 1” และ “โปรลีก 2” หรือ ดิวิชัน 1 และ ดิวิชัน 2 ซึ่งการแข่งขันในระดับโปรลีก 1 ประกอบด้วยทีมจากการแข่งขันในครั้งที่แล้วจำนวน 10 ทีม แข่งขันในระบบเดิม และ โปรลีก 2 ประกอบด้วยทีมสมาคมกีฬาจังหวัดที่เหลือรวมกับ 2 ทีมที่ตกชั้นจากการแข่งขันครั้งที่แล้ว โดยการแข่งขันจัดเป็นการคัดเลือกทีมตัวแทนจาก 5 ภาค เข้าร่วมการแข่งขันในรอบสุดท้าย โดยทีมที่ได้รับตำแหน่งชนะเลิศและรองชนะเลิศจะได้เลื่อนชั้นขึ้นไปแข่งขัน โปรลีก 1 ในครั้งต่อไป (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2542)

พ.ศ. 2548 การแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์ โปรวินเชียล ฟุตบอลลีก (โปรลีก)” ใช้การแข่งขันในระบบเดิม โดยทีมที่ได้รับตำแหน่งชนะเลิศและรองชนะเลิศจากการแข่งขันครั้งนี้ได้สิทธิ์เข้าร่วม “การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2006” ในปี พ.ศ. 2549 ซึ่งได้แก่ ทีมสมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี และทีมสมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ [ส.ฟ.ท.] , 2549)

พ.ศ. 2549 การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ปรับปรุงการแข่งขันฟุตบอลรายการนี้ โดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “โปรลีก” ประจำปี 2549 มีวัตถุประสงค์ของการจัดการแข่งขัน ได้แก่ (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2549)

1. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและพัฒนากีฬาที่ยั่งยืนของประเทศ โดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลให้มีการส่งเสริมความเป็นเลิศและระดับอาชีพให้มีมาตรฐานและมีความเข้มแข็ง
2. เพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2545-2549) และมติคณะรัฐมนตรียุทธศาสตร์ 4 ปี สร้างกีฬาชาติ (พ.ศ.2549 - 2551) การพัฒนากีฬาเพื่อการอาชีพ
3. เพื่อใช้กีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมของประเทศ
4. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนของแต่ละจังหวัดหันมาสนใจการเล่นกีฬา ฝึกซ้อมกีฬาและแข่งขันกีฬาฟุตบอลเป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง
5. เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของนักกีฬาและระบบการแข่งขันทุกระดับอาชีพ
6. เพื่อพัฒนาระบบการแข่งขันฟุตบอลให้ได้มาตรฐาน

ในการแข่งขันครั้งนี้ ได้จัดให้มีทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมด 16 ทีม โดยเป็นทีมจากการแข่งขันโปรลีก 1 เมื่อครั้งที่แล้ว 8 ทีม ทีมจากการแข่งขันโปรลีก 2 เมื่อครั้งที่แล้ว 6 ทีม และทีมที่ทางฝ่ายจัดการการแข่งขันเชิญมาอีก 2 ทีม ได้แก่ ทีมการทำเรือแห่งประเทศไทย 2 และทีมฟุตบอลทีโอที (T.O.T FC) ใช้ระบบการแข่งขันแบบเหย้า – เยือน โดยมีเงินรางวัลสำหรับทีมที่ได้รับตำแหน่งชนะเลิศ 10,000,000 บาท ผลคือ ทีมฟุตบอลทีโอที ได้รับตำแหน่งชนะเลิศ ซึ่งในการแข่งขันครั้งนี้ได้รับความสนใจจากประชาชนมากกว่าทุกครั้งที่ผ่านมา เช่น มีการรวมกลุ่มแฟนคลับในจังหวัดที่มีทีมเข้าร่วมการแข่งขันเพิ่มขึ้น

การจัดการแข่งขันร่วมกันระหว่างการกีฬาแห่งประเทศไทยกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย (รวมลีก) พ.ศ.2550 การกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ 4 รายการ ได้แก่ “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” “ฟุตบอลลีก ดิวิชั่น 1” “ฟุตบอล

ลีก ดิวิชัน 2” และ“ฟุตบอลไทยแลนด์ โปรวินเชียล ลีก” ประจำปี พ.ศ. 2550 ขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการรวมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยรายการที่สำคัญ คือ ฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และฟุตบอลไทยแลนด์ โปรวินเชียลลีก รวมถึงการแข่งขันระดับรองลงมาที่จัดโดยกีฬาแห่งประเทศไทย และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เข้าด้วยกัน (รวมลีก) หลังจากที่โครงการนี้เกิดขึ้นมาแล้วหลายปีแต่กระทำไม่สำเร็จ เนื่องจากเกิดปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะเรื่องความพร้อมของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ และความพร้อมของทีมฟุตบอลในเรื่องงบประมาณในการจัดการแข่งขันและการเตรียมทีม โดยมีการตกลงให้กีฬาแห่งประเทศไทยรับผิดชอบในการสนับสนุนด้านการอุดหนุนทีมฟุตบอล และงบประมาณในการดำเนินการจัดการแข่งขัน และสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ 4 รายการ ดังกล่าว โดยใช้การจัดโครงสร้างระบบการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยแบบใหม่เป็นระยะเวลา 3 ปี เพื่อให้จำนวนทีมในการแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” “ลีก ดิวิชัน 1” และ “ลีก ดิวิชัน 2” เท่ากันรายการละ 16 ทีม โดยเริ่มในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีโครงสร้างระบบการแข่งขัน ดังนี้ (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2550)

การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ประจำปี พ.ศ. 2550 ประกอบด้วยทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 16 ทีม มาจากการแข่งขันไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ครั้งที่แล้ว 12 ทีม ทีมที่ขึ้นชั้นมาจาก “ลีก ดิวิชัน 1” ครั้งที่แล้ว 2 ทีม และทีมที่มาจากการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “โปรลีก 1” ครั้งที่แล้ว 2 ทีม ใช้การแข่งขันในระบบเหย้า – เยือน แบบพบกันหมดและเก็บคะแนน เพื่อหาทีมชนะเลิศ และจะมีทีมที่ตกชั้นจำนวน 4 ทีม

การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ลีก ดิวิชัน 1” ประจำปี พ.ศ. 2550 ประกอบด้วยทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 24 ทีม มาจากการแข่งขันลีก ดิวิชัน 1 ครั้งที่แล้ว 7 ทีม ทีมที่ขึ้นชั้นมาจากลีก ดิวิชัน 2 ครั้งที่แล้ว 2 ทีม ทีมที่มาจากการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “โปรลีก 1” ครั้งที่แล้ว 11 ทีม ทีมที่ขึ้นชั้นมาจากการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “โปรลีก 2” ครั้งที่แล้ว 2 ทีม และทีมที่ขึ้นชั้นมาจากการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน ประเภท ข ครั้งที่แล้ว 2 ทีม การแข่งขันแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 12 ทีม ใช้การแข่งขันในระบบเหย้า – เยือน แบบพบกันหมดในแต่ละกลุ่ม ทีมที่ได้คะแนนอันดับ 1 และอันดับ 2 ของแต่ละกลุ่ม รวมเป็นจำนวน 4 ทีม จะได้ผ่านเข้าไปแข่งขันอีกครั้งเพื่อหาทีมชนะเลิศ และสิทธิ์ได้เลื่อนชั้นไปแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ในครั้งต่อไป และจะมีทีมที่ตกชั้นกลุ่มละ 5 ทีม รวมเป็นจำนวน 10 ทีม

การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ลีก ดิวิชัน 2” ประจำปี พ.ศ. 2550 ประกอบด้วยทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน 12 ทีม มาจากการแข่งขัน “ลีก ดิวิชัน 2” ครั้งที่แล้ว 8 ทีม ทีมที่ตกชั้นมาจากการแข่งขันลีก ดิวิชัน 1 ครั้งที่แล้ว 2 ทีม และทีมที่ตกชั้นมาจากการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “โปรลีก 1” ครั้งที่แล้ว 2 ทีม ใช้การแข่งขันในระบบเหย้า – เยือน แบบพบกันหมด และเก็บคะแนนเพื่อหาทีมชนะเลิศ และทีมรองชนะเลิศ เพื่อจะได้เลื่อนชั้นขึ้นไปแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ลีก ดิวิชัน 1” ในครั้งต่อไป และจะมีทีมที่ตกชั้นจำนวน 4 ทีม

การแข่งขันฟุตบอลอาชีพรายการฟุตบอลท้องถิ่น “โปรวินเชียล ลีก” ประจำปี พ.ศ. 2550 ประกอบด้วยทีมสมาคมกีฬาจังหวัดที่ไม่ได้เข้าแข่งขันใน 3 รายการข้างต้น จำนวน 58 ทีมทำการแข่งขันโดยแบ่งเป็น 5 ภาค ในรอบคัดเลือก เพื่อหาตัวแทนทีมเข้าแข่งขันในรอบสุดท้ายจำนวน 10 ทีม ทีมชนะเลิศและรองชนะเลิศจะได้เลื่อนชั้นขึ้นไปแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ลีก ดิวิชัน 2” ในครั้งต่อไป

อนึ่ง ฝ่ายจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ได้จัดทำมีการทำสัญญา ระหว่างนักฟุตบอลกับสโมสรต้นสังกัดให้เป็นรูปแบบที่ชัดเจน โดยการแข่งขันฟุตบอล “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” รวมถึง “ลีก ดิวิชัน 1” และ “ลีก ดิวิชัน 2” นักฟุตบอลทุกคนจะต้องมีสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร เมื่อหมดสัญญาแล้วนักฟุตบอลจะสามารถย้ายไปเล่นให้กับสโมสรใดก็ได้ เป็นการป้องกันการเกิดปัญหาระหว่างนักฟุตบอลกับสโมสรเหมือนที่ผ่านมา ซึ่งถือเป็นการยกระดับการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยอีกด้านหนึ่ง

สรุปได้ว่า วิวัฒนาการฟุตบอลอาชีพในต่างประเทศและในประเทศไทย ใช้เวลาในการพัฒนามาเป็นระยะเวลานาน โดยเฉพาะในต่างประเทศ มีความก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับจนกลายเป็นกีฬาอาชีพ เมื่อฟุตบอลเริ่มก่อตัวเป็นสโมสรฟุตบอล ก็ต้องอาศัยปัจจัยที่ช่วยทำให้ประสบความสำเร็จ อันประกอบไปด้วย มีแผนงานที่มีประสิทธิภาพ มีการสนับสนุนจากรัฐบาลที่เข้มแข็ง มีความเหนียวแน่น (ชินชอบ) ของแฟนหรือผู้ชม มีการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ การสนับสนุนของสื่อ สโมสร องค์การระดับรากหญ้า โรงเรียน ครอบครัว สนามและอุปกรณ์ที่ดี และรวมไปถึงการบริหารจัดการ ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาของฟุตบอลอาชีพทั้งในประเทศและต่างประเทศพัฒนาต่อไป

การพัฒนาฟุตบอลอาชีพตามเกณฑ์มาตรฐานของสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย (AFC: Asian Football Confederation)

สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย (AFC: Asian Football Confederation) ได้ดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของทวีปเอเชีย เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จึงได้กำหนดคำจำกัดความเกณฑ์มาตรฐานสำหรับฟุตบอลอาชีพ คือ (มติชนสุดสัปดาห์, 2551)

ค่านิยมของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ของ เอเอฟซี

1. เป็นการแข่งขันที่จัดระดับประเทศ (ทั่วประเทศ) มีทีมจำนวนหนึ่งเข้าร่วมแข่งขัน
2. รูปแบบของการแข่งขันคือ เหย้า และ เยือน และจำนวนแมตช์การแข่งขันสำหรับทีม (ทีมหนึ่ง) จะต้องเพียงพอ (สำหรับการแข่งขันลีกอาชีพ)
3. ระยะเวลาแข่งขัน (ฤดูกาลแข่งขัน) ต้องยาวเพียงพอที่จะเป็นการแข่งขันลีกอาชีพ
4. จะต้องมีการเก็บค่าผ่านประตู และจำนวนผู้ชมต้องเพียงพอ (ที่จะเป็นการแข่งขันลีกอาชีพ)
5. ต้องมีการทำกิจกรรมทางการตลาดอันเป็นความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างฝ่ายจัดการแข่งขันและทีมสโมสรต่างๆ
6. การจัดการแข่งขัน (แมตช์) ต้องได้มาตรฐานพอสมควร จัดในสนามที่มีคุณภาพสูงเพียงพอ
7. ฝ่ายจัดการแข่งขันเป็นนิติบุคคลและได้รับการบริหารอย่างดีเพียงพอ
8. มีเพียงสโมสรที่เข้าตามหลักเกณฑ์มาตรฐาน “สโมสรฟุตบอลอาชีพ” เข้าร่วมการแข่งขัน

9. เมตซ์การแข่งขันต้องได้รับการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

ค่านิยมของสโมสร (ฟุตบอล) อาซีฟ ของ เอเอฟซี

1. นักกีฬาส่วนใหญ่ในทีมเป็นนักฟุตบอลอาชีพ
2. สโมสรมีการเก็บค่าผ่านประตู และค่าผ่านประตูเป็นรายได้หลัก (ทางหนึ่ง) ของรายรับสโมสร
3. สโมสรเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายของประเทศ และมีการจัดทำงบการเงินประจำปี
4. สโมสรได้รับการบริหารอย่างดีเพียงพอ สโมสรที่มีเจ้าของร่วมกันจะไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าร่วม
5. สโมสรมีโปรแกรมการพัฒนานักฟุตบอลเยาวชน เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไปในภายภาคหน้า
6. สโมสรมีการจ้าง ผู้ฝึกสอนที่ผ่านการอบรมและมีคุณสมบัติเพียงพอ และคณะผู้บริหารที่มีความสามารถ
7. สโมสรมีหรือเช่าสนามแข่งขันและสนามซ้อมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม
8. สโมสรได้รับการสนับสนุนจาก (ไม่ขัดต่อ) การปกครองท้องถิ่น สโมสรมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

เกณฑ์การตัดสินสำหรับการเข้าร่วมแข่งขัน Asian Champion League (ACL 2009)

เป้าหมายปี 2012 จะต้องเป็นลีกระดับมืออาชีพ (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2549)

รายการนี้เป็นรายการที่อย่างน้อยที่สุด ต้องมีสำหรับการแข่งขันในลีกใหม่ เริ่มจากปี 2009 เพื่อเป็นไปตามเป้าหมายลีกมืออาชีพใหม่

1. องค์กร

- จำนวนทีมที่เล่นในดิวิชั่น
- จำนวนการแข่งขันต่อทีมในดิวิชั่น
- ระยะเวลาการเข้าฤดูกาล
- ระยะเวลาของลีก
- รูปแบบของทีม
- จำนวนผู้ตัดสิน
- จำนวนผู้ช่วยผู้ตัดสิน
- การอบรมผู้ตัดสิน
- มีเจ้าหน้าที่ประเมินผู้ตัดสิน
- มีกฎข้อบังคับ
- ข้อบังคับสำหรับตำแหน่งนักกีฬา
- รักษาระเบียบวินัย
- มีระบบส่งเสริม/การลงโทษ

2. เทคนิคมาตรฐาน

- หัวข้อของเทคนิคมาตรฐาน

3. จำนวนผู้ชม

- ราคาตั๋วโดยเฉลี่ย
- จำนวนผู้ชมต่อการแข่งขันโดยเฉลี่ย
- จำนวนผู้ชมต่อการแข่งขันโดยประมาณและผู้ชมแต่ละครั้งการคำนวณทางสถิติ

4. การดูแลของรัฐบาล

- รัฐบาลไม่เข้ามาแทรกแซงในการบริหารจัดการ
- การแข่งขันที่แน่นอน
- มีหน่วยแพทย์ที่เข้ามาให้บริการ
- ตำแหน่งประธานการแข่งขันต้องมีเวลาเต็มที่
- มีการตรวจสอบกำไรขาดดุลและงบดุล
- มีผู้ตรวจสอบบัญชี

5. การตลาด และการส่งเสริมการตลาด หรือการโฆษณา

- มีระบบศูนย์กลางการตลาด
- มีกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด
- การประชาสัมพันธ์ หนังสือแนะนำเชิญชวน โปรแกรมการแข่งขันและเว็บไซต์

6. รายได้ของธุรกิจ

- ทั้งหมดมี 3 องค์การ ได้แก่
 - 1) ลิขสิทธิ์
 - 2) ผู้สนับสนุน
 - 3) การค้าซึ่งเป็นหลักสำคัญของรายได้ของ League

7. การบริหารจัดการแข่งขัน

- มีเจ้าหน้าที่ควบคุมการจัดการแข่งขัน
- จัดสถานที่แยกจากกันระหว่างผู้ดู ผู้สื่อข่าว นักกีฬา และแขกพิเศษ
- มีเจ้าหน้าที่คอยรักษาความปลอดภัย
- มีที่รับรอง VIP
- อำนวยความสะดวกผู้เข้าชม

8. สื่อ

- มีระบบการทะเบียนสำหรับตัวแทนการแข่งขัน
- มีการประสานงานในระบบส่วนต่างๆ กับสาขา
- แต่ละสโมสรต้องมี Media officer คือ การได้ลิขสิทธิ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่าละเมิดลิขสิทธิ์เด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว รวมทั้งตราสินค้า ตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ

- แต่ละสนามต้องมีตำรวจป้องกันอุบัติเหตุ
- แต่ละสนามต้องมีห้องผู้สื่อข่าว
- ก่อนและหลังแข่งต้องมีการประชุมหารือ
- จัดทำข้อมูลข่าวสารให้ผู้สนใจ
- League ในประเทศต้องลงหน้าหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ รวมถึงแม็กกาซีนฟุตบอล

รายเดือน

9. สนามการแข่งขัน

สนามกีฬาที่ใช้สำหรับการแข่งขัน ACL ซึ่งสามารถจุผู้ชมได้ 5,000 ที่นั่งองค์ประกอบของสนามกีฬามีดังนี้

- คุณภาพของสนาม และ ขนาดของพื้นที่เป็นไปตามมาตรฐานของ FIFA
- ติดตั้งไฟซึ่งสามารถให้ความสว่างได้ทั่วทั้งสนามอย่างน้อย 1200 lux
- หลังคาสูงกว่าที่นั่งของผู้ชม
- กระแสไฟฟ้าต้องเพียงพออย่างสม่ำเสมอ
- มีห้องแต่งตัวของนักกีฬาและผู้ตัดสินโดยเฉพาะ
- มีห้องควบคุม
- มีห้องพยาบาล
- มีที่ควบคุมความปลอดภัย
- แยกที่นั่งระดับ VIP และห้องนั่งเล่น lounge
- มีห้องผู้ติดตาม VIP และห้องอำนวยความสะดวกสำหรับช่างถ่ายภาพ
- มีห้องสำหรับถ่ายทอดโทรทัศน์และวิทยุ
- มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก

- สถานพยาบาล และความสะอาดสำหรับผู้ชม
- ที่ตั้งห่างจากเมืองหลวงโดยทางถนนไม่เกิน 30 นาที หรือไม่เกิน 100 กิโลเมตร

จากสนามบิน

10. สโมสร

- มีรายได้ เช่น ค่าผ่านประตู สิทธิการค้า (ลิขสิทธิ์) ผู้สนับสนุน การจำหน่ายสินค้า รายได้ค่าธรรมเนียมการขนส่ง

- โฆษณาตามความเป็นจริงภายใต้กฎหมาย
- ไม่มีการจ่ายเงินกำหนดเวลา
- การยอมให้ตรวจสอบบัญชีการเงิน
- หัวหน้า (ผู้อำนวยการ) และลูกจ้างไม่นำข้อมูลของสโมสรไปเผยแพร่ให้บุคคล

ภายนอก

- มีการพัฒนานักฟุตบอลนักกีฬาเยาวชนที่รับเข้าเป็นสมาชิก
- ผู้ฝึกสอนต้องมีใบอนุญาตหรือใบประกาศนียบัตรที่ได้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่กำหนดไว้

กำหนดไว้

- ความสามารถในการบริหารของผู้ร่วมงาน/ผู้ร่วมงานมีความสามารถ
- มีการรับรองการใช้สนามกีฬาที่บรรจุผู้ชมได้ 3,000 ที่นั่ง
- มีการรับรองสถานที่ฝึกซ้อม
- มีการจัดกิจกรรมสนับสนุนท้องถิ่น (บ้านเกิด)
- สามารถทดสอบ พิสูจน์ ตรวจสอบการสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่นได้
- การใช้สนาม การฝึกซ้อม การปรับปรุงของการเข้าสู่สนามสำหรับผู้สนใจ

การประเมินผล วิธีประเมินผล

1. องค์กร
2. เทคนิคมาตรฐาน
3. จำนวนผู้ชม
4. การดูแลของรัฐบาล/ความมีชื่อเสียง
5. การตลาด และการส่งเสริมการตลาด หรือการโฆษณา

6. รายได้ของธุรกิจ
7. การบริหาร
8. สื่อ
9. สนามการแข่งขัน
10. สโมสร

งบการเงิน

1. การตรวจสอบงบกำไรขาดทุนของสโมสร

(รายได้)

- รายได้จากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์
- รายได้จากผู้สนับสนุน
- รายได้จากการขายสินค้า
- รายได้จากบัตรผ่านประตู
- รายได้จากค่าธรรมเนียม
- รายได้จากการจำหน่ายบัตร
- รายได้จากการสนับสนุนจากรัฐบาล
- รายได้ค่าสมาชิก
- รายได้จากค่าเช่าสนามกีฬา
- รายได้อื่น ๆ

(ค่าใช้จ่าย)

- เงินเดือนของนักกีฬา
- ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์เครื่องแต่งกาย
- เงินเดือน
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของทีม
- ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

- ค่าเช่าสนามฝึกซ้อม
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

2. การตรวจสอบงบดุลของปี

- สินทรัพย์ที่หมุนเวียน หนี้สินที่หมุนเวียน
- สินทรัพย์ถาวร หนี้สินไม่หมุนเวียน ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑา ดิงศัทธีย์ (2540) ได้ทำการศึกษาตัวบ่งชี้ในการพัฒนากีฬาของไทย : การพัฒนากีฬาเพื่อการอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้การพัฒนากีฬาของไทยด้านการกีฬาเพื่อการอาชีพ วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่หนึ่ง ศึกษาวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยและสังเคราะห์เป็นกรอบโครงสร้างตัวบ่งชี้และลักษณะสำคัญขั้นตอนที่สอง ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโครงสร้างจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและระเบียบวิธีวิจัย และสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาเพื่อการอาชีพจำนวน 30 คน และขั้นตอนที่สาม ตรวจสอบตัวบ่งชี้และลักษณะสำคัญจากการจัดประชุมสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับการกีฬาตามสภาพการณ์จริง จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า ตัวบ่งชี้การพัฒนากีฬาเพื่อการอาชีพ ประกอบด้วย 10 ด้าน และมีลักษณะสำคัญ 43 รายการ ดังนี้

1. ด้านระดับความสามารถของนักกีฬา มีลักษณะสำคัญ 5 รายการ
2. ด้านความนิยม มีลักษณะสำคัญ 2 รายการ
3. ด้านองค์กรกีฬา มีลักษณะสำคัญ 6 รายการ
4. ด้านบุคลากร มีลักษณะสำคัญ 10 รายการ
5. ด้านรายได้ มีลักษณะสำคัญ 7 รายการ
6. ด้านสถานกีฬา มีลักษณะสำคัญ 3 รายการ
7. ด้านกฎหมายกีฬา มีลักษณะสำคัญ 4 รายการ
8. ด้านการจัดการแข่งขัน มีลักษณะสำคัญ 2 รายการ

9. ด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะสำคัญ 2 รายการ

10. ด้านสวัสดิการแก่นักกีฬาอาชีพ มีลักษณะสำคัญ 2 รายการ

การพัฒนาฟุตบอลอาชีพมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ ด้านระดับความสามารถของนักกีฬา ด้านความนิยมของประชาชน ด้านองค์กรกีฬา ด้านบุคลากรกีฬา ด้านรายได้ ด้านสถานกีฬา ด้านกฎหมายกีฬา ด้านการจัดการแข่งขัน ด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์ และด้านสวัสดิการนักกีฬา

รังสรรค์ ชนะพรพันธ์ (2544) กล่าวถึงความเป็นอาชีพของกีฬาฟุตบอลว่าฟุตบอลได้ผลก่อดันตัวขึ้นมาเป็นกีฬาสากลพร้อมๆ กับการแปรเปลี่ยนจากกีฬาสมัครเล่นไปเป็นกีฬาอาชีพ กระบวนการสากลยานุวัตรของฟุตบอล มีได้มาก่อนกระบวนการพาณิชย์ยานุวัตรซึ่งกระบวนการทั้งสองก่อเกิดควบคู่กันไป ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย อังกฤษมีอายุ 100 ปีแล้ว ข้อที่น่าสังเกต คือ กระบวนการทั้งสองเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ กระบวนการสากลยานุวัตรช่วยบุกเบิกตลาดให้แก่วัฒนธรรมฟุตบอล ซึ่งก็เกื้อกูลต่อกระบวนการแข่งขันฟุตบอลให้เป็นสินค้า ในขณะเดียวกันกระบวนการพาณิชย์ยานุวัตรสร้างแรงผลักดันให้กีฬาฟุตบอลมีความเป็นสากลมากขึ้น อีกทอดหนึ่ง ไม่ใช่เพียงแต่กีฬาฟุตบอลเพียงกีฬาเดียวเท่านั้นที่เป็นกีฬาอาชีพ ทุกกีฬาล้วนเป็นอาชีพได้ ขึ้นอยู่กับว่าประเทศใดที่จะสนับสนุนและส่งเสริมในกีฬาแต่ละชนิดมากน้อยเพียงใด ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนของตนมีความเป็นเลิศทางด้านกีฬา โดยมีรัฐบาลเป็นแกนหลักมีผู้ให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มประเทศทางตะวันตก คือยุโรปและกลุ่มประเทศในทวีปอเมริกา นับได้ว่าประสบความสำเร็จทางด้านกีฬาในระดับสูง ส่วนทวีปเอเชียระดับความสำเร็จทางด้านกีฬานั้น แม้ว่าจะยังด้อยกว่าในทวีปอื่น ๆ นับได้ว่ามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการแข่งขันรายการใหญ่ๆ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก หรือการแข่งขันฟุตบอลโลก จะมีประเทศในทวีปเอเชียเข้าไปสร้างชื่ออยู่เสมอๆ ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ถึงความสำเร็จก้าวหน้าทางด้านการกีฬาในภูมิภาคเอเชีย

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) การศึกษาแนวทางการพัฒนากีฬาไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพ ได้สรุปแนวทางการพัฒนากีฬาฟุตบอลสู่อาชีพ ดังนี้

1. สร้างกระแสให้ประชาชนทั่วทั้งประเทศให้หันมาสนใจนิยมชมและเชียร์กีฬาฟุตบอลให้มากที่สุดตลอดจนสร้างแฟนคลับหรือแฟนบอลประจำท้องถิ่นในแต่ละทีมอย่างจริงจัง

2. ต้องมีการพัฒนานักกีฬาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับเยาวชน เยาวชน จนกระทั่งถึงระดับชาติ จัดให้มีการแข่งขันในทุกระดับเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดจนสร้างลีกในระดับเยาวชน
3. นักกีฬาตลอดจนสโมสรต้องมีความรับผิดชอบ หรือมีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น
4. สร้างวัฒนธรรมกีฬาอาชีพ
5. ควรปรับปรุงโครงสร้างองค์กรฟุตบอลอาชีพให้มีความชัดเจน และมีความเป็นสากล
6. ต้องมีการจัดดำเนินงานให้มีความพร้อมในรูปแบบของสโมสรในทุกด้าน
7. รัฐบาลต้องสร้าง หรือกำหนดให้มีองค์กรกีฬา หรือหน่วยงานที่ดูแลกีฬาอาชีพ ตลอดจนต้องสร้างศูนย์ที่ดูแลกีฬา อาชีพทุกชนิดกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาฟุตบอลที่เป็นกีฬานำร่อง
8. การจัดการแข่งขันต้องมีความเป็นมาตรฐาน มีความเป็นสากล และมีการจัดการแข่งขันอย่างต่อเนื่องไม่ซ้ำซ้อนกัน ตลอดจนต้องมีการจัดการแข่งขันรายการหลักให้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย
9. ต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานสนามที่จัดการแข่งขันให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ และมีการกระจายสนามที่ใช้แข่งขันออกไปในทุกสนามมาตรฐาน และออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ
10. มีการกำหนดรายได้ขั้นต่ำของนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ มีการจดทะเบียนนักฟุตบอลอาชีพ
11. มีกฎหมายกีฬาฟุตบอลเพื่อการอาชีพ ทุกสโมสรต้องมีการจดทะเบียนเป็น สโมสรเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอลอาชีพ และมีกฎข้อตกลงเรื่องการย้ายทีม เช่นสัญญาการเป็นนักฟุตบอลอาชีพของสโมสร การยืมตัวอย่างชัดเจน
12. ฝ่ายจัดการแข่งขันต้องมีการประสานกับสื่อมวลชนทุกแขนงทุกครั้งที่มีการจัดการแข่งขันเพื่อช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ หรือดึงดูดผู้ชมให้มากขึ้นตลอดจนภาครัฐ และเอกชน ควรให้การสนับสนุนในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่

13. ควรมีข้อกำหนดในเรื่องประกันสังคม สวัสดิการที่ชัดเจนให้กับนักกีฬาอาชีพอย่างเป็นรูปธรรม ควรจัดหาอาชีพ หรือมีสวัสดิการให้หลังจากเล่นฟุตบอลอาชีพแล้ว

Melissa and Neiman (2007) ศึกษาเรื่อง เกมส์การแข่งขันทันทีชาวสะอาด(ยุติธรรม) และหลักจริยธรรมในการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักกีฬา พบว่า ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีเอเย่นต์เกี่ยวกับนักกีฬาได้ปรากฏตัวขึ้นมามากมาย ซึ่งปรากฏตัวขึ้นมาในฐานะที่เป็นบุคคลสำคัญในการเจรจาต่อรองของสัญญาเพื่อให้นักกีฬาก้าวไปสู่ความเป็นมืออาชีพ ถึงแม้ว่าเอเย่นต์อาจจะมีประวัติความเป็นมาที่หลากหลาย แต่ในปัจจุบันนี้ ทนายความได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในฐานะการเป็นเอเย่นต์นักกีฬาเพื่อให้นักกีฬามีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยปัจจุบันเข้ามาเป็นเอเย่นต์นักกีฬามากกว่า 50 เปอร์เซนต์

ดังนั้นงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงบทบาทของทนายความในฐานะที่เป็นเอเย่นต์นักกีฬา โดยที่เอเย่นต์นักกีฬาหรือทนายความ ถือเป็นกฎข้อบังคับที่จำเป็นของรัฐบาลสหพันธรัฐในระบบการปกครองของหลาย ๆ ประเทศรวมถึงสมาคมกีฬา ซึ่งได้มีการร่วมกันพิจารณาถึงบทบาทของสมาคมกีฬาอเมริกันฟุตบอลทีมชาติ (“NFLPA”) ซึ่งถือได้ว่าให้ความสนใจในเรื่องนี้และเป็นตัวอย่างที่ดีของเรื่องการเป็นเอเย่นต์นักกีฬา ถึงแม้ว่าบางสมาคมอาจจะเพียงแค่อ้างถึงเรื่องนี้เพียงอย่างเดียวก็ตาม เอเย่นต์จะถูกผูกมัดโดยรูปแบบกฎของการวางตัวที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งรวมทั้งระเบียบการที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งในตัวนักกีฬาและค่าตอบแทนที่จะได้รับอีกด้วย ในเวลาเดียวกันความขัดแย้งที่เป็นที่น่าสนใจที่อาจเกิดขึ้นเมื่อเอเย่นต์สนใจในตัวนักกีฬาหลาย ๆ คนที่อยู่ในทีมเดียวกันหรือให้ความสนใจในตัวนักกีฬาเช่นเดียวกับผู้ฝึกสอนหรือบุคลากร ความขัดแย้งเหล่านี้ได้แผ่ขยายในสหพันธ์ รวมถึงเงินเดือนที่มีอยู่ทั้งหมดของทีม ดังนั้นการสอบสวนความความขัดแย้งเหล่านี้ต้องมีความระมัดระวังในการตรวจสอบ ทำให้ทราบความขัดแย้ง โดยในความขัดแย้งนี้จะชัดเจนมากขึ้นขึ้นอยู่กับมติของตัวนักกีฬาที่จะมีความยินยอมหรือไม่ยินยอม

นอกจากนี้ยังได้มีการพิจารณาเกี่ยวกับหลักจริยธรรมในตัวของเอเย่นต์นักกีฬา รวมทั้งยังพิจารณาถึงค่าตอบแทนที่จะได้รับอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักกีฬาต้องอาศัยอัตราร้อยละของค่าของสัญญาข้อตกลงที่ซื้อขายโดยเอเย่นต์ สามารถอธิบายได้ดังนี้ กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นไปตามความเหมาะสม ซึ่งเป็นกฎที่ควรจะต้องตั้งขึ้นมาให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับกฎของสมาคมกีฬา เพื่อกำหนดความขัดแย้งให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นและป้องกันปัญหาทั้งหลายที่อาจเกิดขึ้นได้ ในทำนองเดียวกันเกี่ยวกับกฎข้อบังคับซึ่งต้องเกี่ยวกับหลักจริยธรรมในการประมวลผลการเจรจาต่อรอง

Katz (2008) กล่าวว่า ปัญหาค่าบริการเพิ่มเติมของผู้ที่มีประสบการณ์และผลกระทบของ NFL ที่เป็นข้อตกลงในการต่อรองราคาราคาหมุ่คณะบนข้อตกลงของสหพันธ์ NFL ว่าได้รับผลกำไรเป็นสิทธิพิเศษและมีอันดับการประเมินค่าที่สูงที่สุดโดยทั้งหมดเกี่ยวข้องกับการกีฬา โดยมีข้อตกลงที่เป็นไปตามการต่อรองราคาแบบหมุ่คณะ The Collective Bargaining Agreement และพยายามที่จะขยายคุณค่าของสหพันธ์และการได้กำไรและแบ่งปันทรัพย์สินให้ถูกต้องระหว่างนักกีฬาและการจัดการโดยความคิดสร้างสรรค์ ที่มีผลโดยตรงต่อ The Collective Bargaining Agreement และเป็นบริษัทเอเยนต์ของนักกีฬา, อัตราเงินเดือน, และผู้ได้รับมอบคุณสมบัติประโยชน์หลังการปลดเกษียณ แต่อย่างไรก็ตามหลักการของ CBA เป็นข้อกำหนดที่รวมทั้งค่าใช้จ่ายของที่ไม่ใช่ นักกีฬาที่ยังเป็นหนุ่มและยังเป็นสาวโดยมีข้อเสียเรื่องเงินเดือนที่ต้องเสียหายเป็นระยะเวลา 1 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์ที่เป็นนักกีฬาที่ไม่มีสิทธิ์เข้าคัดเลือกสำหรับบริษัทที่เป็นเอเยนต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย จนกระทั่งปีที่สี่ในสหพันธ์ พวกเขาถึงได้รับสิทธิเงินโบนัส ที่เป็นเหตุผลว่านักกีฬาที่ไม่ได้อยู่ในทีมไม่สามารถใช้สิทธิได้อีกต่อไป และการเพิ่มขึ้นของค่าบริการและการปลดเกษียณทำให้นักกีฬาที่มีประสบการณ์มีจำนวนมากเกินไป แม้ว่าทีมควรมีผู้มีประสบการณ์ในส่วนของ นักกีฬาสำรองและทีมพิเศษ ดังนั้นโครงสร้างของผู้ควบคุม NFL จึงต้องเป็นนักกีฬาที่ยังหนุ่มยังสาวรวมถึงนักกีฬาที่มีประสบการณ์

Davis (2006) กล่าวว่า การควบคุมอุตสาหกรรมเอเยนต์นักกีฬาผลที่ตามมาจากความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจความเกี่ยวพันกันของเอเยนต์นักกีฬา รวมถึงความสามารถของผู้เชี่ยวชาญทางด้านกีฬาและทางด้านจริยศาสตร์และกำลังรวมถึงการแข่งขันที่แสดงความสนใจนอกกรอบหน้าสำหรับลูกค้าและความไม่เหมาะสมที่รับคนใหม่เข้ามา ตัวอย่างประกอบที่สำคัญที่สุดของการทุจริตต่อหน้าที่เอเยนต์ และการตกลงกันได้เกี่ยวข้องกับหลักจริยธรรมรวมถึงรายได้ที่เกิดจากการจัดการที่ผิดการกำหนดเวลาในสัญญาข้อตกลงที่ผิดพลาดของนักกีฬา นำไปสู่ความขัดแย้งกับนักกีฬาของเอเยนต์ทั้งหลาย ปัจจัยซึ่งแจกจ่ายให้แก่การแข่งขันกีฬา ซึ่งการขัดแย้งท่ามกลางเอเยนต์รวมถึงค่าธรรมเนียมมีความหมายที่สิ่งนั้นที่มีให้เป็นไปได้ เอเยนต์นักกีฬาในด้านการกีฬาจำนวนหนึ่งในระหว่างปี 1960s และ 1990s ก่อนข้างมีความสำคัญของนักกีฬาการแข่งขันสำหรับการแข่งขันที่สำคัญเกี่ยวกับชื่อเสียงของเอเยนต์นักกีฬาคนอื่น ๆ และยุทธวิธีการรับสมาชิกใหม่ที่ไม่เหมาะสมโดยเอเยนต์ เช่นเดียวกันกับการจูงใจด้านการเงินที่ให้นักกีฬาตกลงที่จะแสดงออก อันตรายที่ลงโทษนักกีฬาเพราะถูกชักนำกับวิธีการควบคุมอุตสาหกรรมเอเยนต์นักกีฬา

หลังจากตัวอย่างประกอบแจ้งรายละเอียดของความประพจน์ที่ผิดของเอเยนต์ผลที่ตามมาจากสิ่งนั้น คือ การตรวจดูความหมายของการควบคุมเอเยนต์นักกีฬา เช่นเดียวกันกับ การฟ้องร้อง

คดีเกี่ยวกับคดีแพ่ง ซึ่งมีความผิดทางอาญา มาตรฐานเกี่ยวกับหลักจริยธรรมและผู้เชี่ยวชาญทางด้านกีฬาที่กำลังปกครองทนายความ และ NCAA คือ กฎที่วิเคราะห์กลไกของผู้ควบคุมโดยตรงอีกด้วย รวมถึงสถานะจากบัญญัติกฎหมายสหพันธ์และกฎหมายสมาคมนักกีฬา การอ้างเหตุผลว่าความพยายามไม่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการควบคุมให้มีประสิทธิภาพอุตสาหกรรมเอเยนต์นักกีฬา วารสารนี้เสนอข้อคิดเห็นอย่างหลากหลายบทความสรุปการเปลี่ยนแปลงเมื่อไม่นานนี้เองที่มีระบบการผู้ควบคุมเอเยนต์ของสมาคมนักกีฬาฟุตบอลแห่งชาติ เมื่อผสมกับสถานะการบัญญัติกฎหมายสหพันธ์และความคิดกฎหมายสัญญาสำหรับปัญหาที่ปรับปรุงในอุตสาหกรรมเอเยนต์นักกีฬา

Richard (2000) ศึกษา การแก้ปัญหาในธุรกิจของการเป็นเอเยนต์ของนักกีฬา การเป็นเอเยนต์แต่เพียงผู้เดียวของนักกีฬา จากการศึกษา พบว่า ถึงวิธีการที่ประหยัดที่สุดของธุรกิจการเป็นเอเยนต์ของนักกีฬา ทำให้นักกีฬามีเงินเดือนเพิ่มขึ้นเป็นค่าตอบแทนที่เอเยนต์จะได้รับนอกจากนั้น มีการแข่งขันกันอย่างมากมายของเอเยนต์เพื่อแข่งขันสิทธิในตัวนักกีฬาซึ่งทำให้เป็นอันตรายต่อนักกีฬา, ต่อทีม และต่อสหพันธ์ ผู้เขียนบทความนี้แนะนำให้ทำในสิ่งที่สมาคมนักกีฬาควรที่จะทำ กล่าวคือ ควรจะมีเอเยนต์แต่เพียงผู้เดียวของนักกีฬาและอยู่ภายใต้กฎหมายแรงงานรวมถึงต้องคิดว่าไม่ว่าระบบการเป็นเอเยนต์ของนักกีฬาในปัจจุบันใช้สำหรับทำในสิ่งที่น่าสนใจที่สุดของนักกีฬาที่เล่นเป็นทีมและไม่ว่าระบบจะสามารถถูกปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นตามสมาชิกของนักกีฬาโดยไม่ต้องเป็นนักกีฬาระดับสูงก็สามารถทำได้ ข้อคิดเห็นอีกอย่าง คือ สมาคมนักกีฬาที่ดั่งขึ้นเป็นบริษัทเอเยนต์ การจัดการนักกีฬาที่กำลังให้ออกาสนักกีฬาได้เต็มเวลาของเอเยนต์ที่มีเงินเดือนที่ใช้ร่วมกัน และเสนอข้อคิดเห็นว่าการปรับปรุงแก้ไขที่ทำร่วมกันตามกฎหมายเอเยนต์ของนักกีฬารวมถึงค่าตอบแทนที่ควรจะได้รับจากเอเยนต์และการเรียกร้องของลูกค้า จะเป็นสิ่งที่ลดความน่าสนใจสำหรับเอเยนต์ของนักกีฬาที่จะทำการแข่งขัน และจะทำให้แน่ใจว่านักกีฬามีกำลังจ่ายค่าตอบแทนต่อเอเยนต์นักกีฬาตามความเหมาะสมอีกด้วย แต่จะยังคงรักษาความอิสระของนักกีฬาในการเลือกเอเยนต์ด้วยตัวของนักกีฬาเอง ด้วยเหตุผลนี้ ถ้าได้ผลตามที่ตั้งใจไว้ก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมปัจจุบันของธุรกิจเอเยนต์นักกีฬา สุดท้ายนี้การร่วมกันของเอเยนต์เพื่อต้องการให้นักกีฬาทั้งหลาย มีการแสดงออกถึงความสามารถอย่างเต็มที่ของนักกีฬา

Richard (2000) กล่าวว่า หัวใจสำคัญของกีฬาฟุตบอลในพื้นฐานทางประวัติศาสตร์และสังคมว่าเป็นพัฒนาการที่นำไปสู่การเป็นกีฬาโลก และก่อให้เกิดวัฒนธรรมของผู้ชมกีฬาฟุตบอล (Spectator Cultures) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรปและประเทศแถบละตินอเมริกา สนามกีฬาฟุตบอลเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอารมณ์และกลไกการควบคุมทางสังคมระหว่างนักกีฬาและผู้ชม และ

ขยายตัวไปสู่การจัดการด้านการเงิน การตลาด และการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ นักฟุตบอลอาชีพ
ยกระดับฐานะจากวีรบุรุษของท้องถิ่น (Local Heroes) กลายเป็นนักกีฬา รวมไปถึงกีฬาฟุตบอล
สามารถแสดงออกถึงลักษณะของชาติพรรณ เพศ และความคิดความอ่านของแฟนบอลอีกด้วย

Hall (2003) ได้ศึกษาถึงบทพิสูจน์การทำได้ของกีฬาฟุตบอล ซึ่งมีบทสรุปไว้ว่า
เศรษฐศาสตร์ในสหรัฐส่วนมากได้ให้เหตุผลเกี่ยวกับทีมกีฬาอาชีพไว้ว่า กีฬาฟุตบอลสามารถทำ
รายได้มหาศาลในทางธุรกิจ แต่มันก็ยังเป็นความหวังที่กว้างไกลในยุโรปนั้นหมายความว่า สโมสร
ฟุตบอลอาชีพจะไม่ดำเนินการภายใต้ผลประโยชน์อันสูงสุด ความเชื่อนี้เป็นสิ่งสำคัญและมีส่วน
เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อมาตรการและนโยบาย เช่นเดียวกับการกระจายรายได้จากผู้สนับสนุน
อย่างแพร่หลาย การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานในสโมสรฟุตบอลของอังกฤษทั้ง
16 สโมสรได้เข้ามาอยู่ในบัญชีรายชื่อของตลาดหุ้น ในช่วงปี ค.ศ. 1990 ถ้าเรื่องนี้เป็นข้อเท็จจริงก็
สามารถที่จะถึงการเปลี่ยนแปลงของผลกำไรอันมหาศาล และการดำเนินงานของสโมสรเหล่านี้ได้
ผลการวิจัยครั้งนี้ตรงกับหลักฐานเอกสารที่ว่า สโมสรฟุตบอลในอังกฤษมีการปรับตัวของผลกำไร
ดีกว่าทวีปเอเชียและแอฟริกาซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

Ozawa *et al.* (2004) ได้ศึกษาแนวทางการตลาดและการดำเนินการด้านการเงินของ
สโมสรฟุตบอลอาชีพในอังกฤษ ซึ่งสรุปผลได้ว่า กีฬาฟุตบอลของประเทศอังกฤษเป็นอุตสาหกรรม
ที่มีขนาดใหญ่และอยู่ในระดับสูง แต่การดำเนินการด้านการจัดการในระดับสโมสรจะอยู่กับที่ยึดติด
กับสิ่งเดิม ๆ มีการศึกษาค้นหากระบวนการจัดการเพื่อให้เหมาะสมให้กับสโมสรและอุตสาหกรรมกีฬา
ฟุตบอลให้ได้มากที่สุด ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้สำรวจผลประโยชน์ทางการเงินซึ่งเป็น
ปัจจัยด้วยประการหนึ่ง ซึ่งพบว่าจำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพ และการพัฒนาด้านการตลาดใน
ประเทศอังกฤษมีเพิ่มมากขึ้น จากการศึกษาด้านการตลาดมีจำนวน 26 สโมสร (28 เปอร์เซ็นต์ของ
จำนวนประชากร) การเล่นในพรีเมียร์ลีกมี จำนวน 6 สโมสร และเนชั่นไวด์ลีกมี จำนวน 20 สโมสร
พบว่า ความสัมพันธ์ด้านการเงินและแนวทางด้านการตลาดอยู่ในระดับน้อย สโมสรที่ไม่ประสบ
ความสำเร็จด้านการเงินมีแนวทางการตลาดที่ต่ำ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะพฤติกรรมด้าน
การตลาดเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งแต่ก็ยังไม่เพียงพอ สรุปได้ว่า สโมสรจะต้องมีรอบคอบใน
การคำนวณด้านการตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาด้านการตลาดอย่างเต็มตัว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

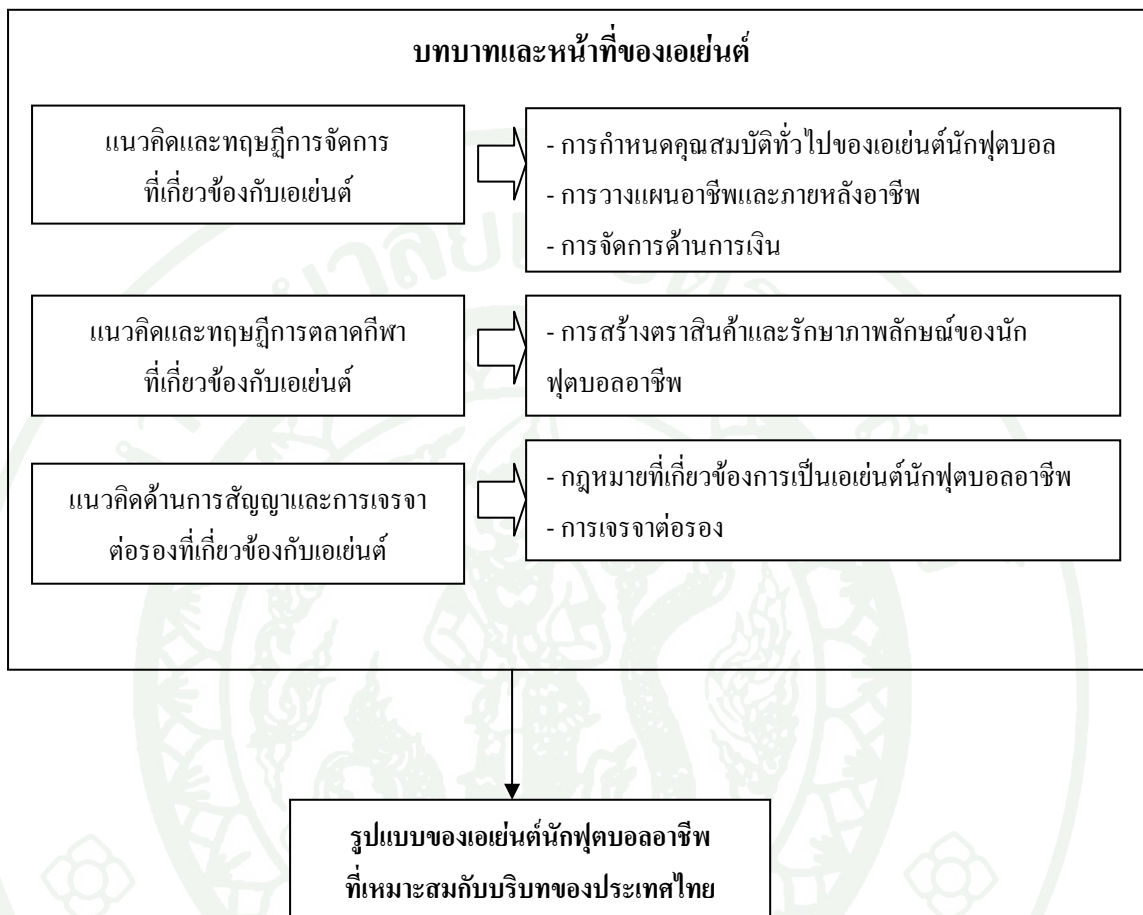
กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งศึกษาเฉพาะบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย เพื่อให้ได้รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอล 3 ด้าน ดังนี้

ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักกีฬา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่การจัดการทั่วไปของเอเย่นต์นักกีฬา โดยมุ่งศึกษาเฉพาะบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์ในการกำหนดคุณสมบัติทั่วไป ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ รวมทั้งการวางแผนด้านการเงินและด้านการวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพ ซึ่งจะทำให้นักกีฬามีแนวทางในการวางแผนอาชีพที่เหมาะสมในอนาคตและมีการเตรียมการรองรับหลังจากการเลิกเป็นนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ นอกจากนี้นักกีฬาฟุตบอลอาชีพควรมีผู้คอยให้คำปรึกษา แนะนำในการวางแผนด้านการเงินอย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ

ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเฉพาะในด้านการสร้างตราสินค้า และรักษาภาพลักษณ์ เนื่องจากเอเย่นต์นักฟุตบอลควรมีความรู้ ความสามารถในการสร้างตราสินค้าและรักษาภาพลักษณ์ให้กับนักกีฬาฟุตบอลอาชีพทำให้นักกีฬามีการวางตัวที่เหมาะสมต่อสาธารณชนเพื่อก่อให้เกิดรายได้และมีช่องทางในการหารายได้มากขึ้น

ด้านการทำสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์กีฬาฟุตบอลเฉพาะในด้านกฎหมายและด้านการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ เอเย่นต์ควรมีความรู้ ทักษะด้านกฎหมาย รวมถึงทักษะการเจรจาต่อรอง เพื่อประโยชน์สูงสุดในการเซ็นสัญญาในแต่ละครั้งกับผู้ว่าจ้าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย เป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งระเบียบวิธีเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิจัย EDR ซึ่ง เป็นเทคนิควิจัยอนาคตเพื่อวิเคราะห์รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยในอนาคต เทคนิค EDR เป็นการผสมผสานระหว่างเทคนิค EFR (Ethnographic Futures Research) กับเทคนิคเดลฟาย (Delphi) เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทยโดยการวิเคราะห์จากการกลั่นกรองความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยกระบวนการวิจัยทั้งหมด แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยโดยใช้เทคนิค EDR มีขั้นตอนการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดและเตรียมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ตามเกณฑ์ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยตาม เทคนิค EDR ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive sampling) และมีเกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีคุณสมบัติ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการบริหาร กำหนดนโยบาย ส่งเสริมและสนับสนุนฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยกำหนดคุณสมบัติ คือ ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์ ในสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯและเป็นผู้บริหารบริษัทไทยพรีเมียร์ลีกจากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 2 คน คือ

เลขาธิการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพ ไทยพรีเมียร์ลีก โดยกำหนดคุณสมบัติ คือ ผู้จัดการทีม เลขาธิการทีม หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จาก 16 สโมสรที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์ในกีฬาฟุตบอลอาชีพและด้านเอเยนต์นักกีฬา จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้จัดการทีมหรือเลขาธิการทีม จาก 16 สโมสรทั้งหมด 17 คน คือ

1. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล ทีโอที
2. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด
3. ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไปสโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด
4. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี
5. ผู้ช่วยผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล จุฬายูไนเต็ด
6. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล พัทยา ยูไนเต็ด
7. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลสมุทรสงคราม
8. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลบางกอกกลาส
9. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล ทีทีเอ็ม สมุทรสาคร
10. ผู้ฝึกสอนทีมสโมสรฟุตบอลโอสถสภา เอ็ม150
11. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลการทำเรือไทยเอฟ.ซี.
12. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน
13. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลเบงค็อก ยูไนเต็ด
14. เลขาธิการทีมสโมสรฟุตบอลราชนาวิระของ
15. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม
16. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลศรราชา เอฟ ซี
17. ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลการไฟฟ้า

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการโดยกำหนด คุณสมบัติ คือ นักวิชาการ ผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 5 คน ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการเจรจาต่อรอง
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน
3. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด
4. ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการและการตลาด
5. ผู้เชี่ยวชาญด้านโปรแกรมเมอร์มวย

กลุ่มที่ 4 กลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ โดยกำหนดคุณสมบัติคือ เป็นนักฟุตบอลที่เคยเซ็นสัญญาสังกัดสโมสรในต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า 3 ปี จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 3 คน ดังนี้

1. สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน
2. สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี
3. สโมสรฟุตบอลการท่าเรือ

รวมจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 27 คน อยู่ในภาคผนวก

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามแบบ EFR

การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นการสัมภาษณ์แบบ EFR โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารมาจัดทำกรอบการสัมภาษณ์และ สร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth Interviews) โดยมีกรอบในการสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย อนาคตภาพ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไทย ความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพและแนวโน้มรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ และด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์ และนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้ส่งหัวข้อการสัมภาษณ์ไปยังผู้เชี่ยวชาญก่อนจะเดินทางไปสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 27 คน ด้วยตนเอง พร้อมทั้งบันทึก วิดีโอ เทปบันทึกเสียง ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ตั้งแต่ 1-3 ชั่วโมงต่อ 1 คน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยใช้กรอบความคิดบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ 2) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ 3) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างแบบสอบถามโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยตามเทคนิคเดลฟาย (Delphi) โดย สร้างเป็นข้อคำถามมาตราประเมินค่าแบบ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยมีสเกลตั้งแต่ 1 - 5 คือ จากน้อยที่สุด ไปถึงมากที่สุด แทนค่าเป็นตัวเลขจาก 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามลำดับ โดยวิเคราะห์ข้อคำถามจากการสัมภาษณ์ได้จำนวน 45 ข้อ จำแนกได้ดังนี้

- 1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ประกอบด้วย
 - 2.1 ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 17 ข้อ
 - 1.2 ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 11 ข้อ
- 2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 10 ข้อ
- 3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 7 ข้อ

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์หาความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหาโดย

ค่ามัธยฐานและพิสัยควอไทล์ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความเป็นไปได้และความสอดคล้องทาง
ความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแนวโน้มบทบาทหน้าที่ของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพ
ในประเทศไทย โดยใช้ ค่ามัธยฐาน ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2546)

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.00-1.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมี
แนวโน้มที่จะเป็นไปได้น้อยที่สุด

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.50-2.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมี
แนวโน้มที่จะเป็นไปได้น้อย

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 2.50-3.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมี
แนวโน้มที่จะเป็นไปได้ปานกลาง

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 3.50-4.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมี
แนวโน้มที่จะเป็นไปได้มาก

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 4.50-5.00 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมี
แนวโน้มที่จะเป็นไปได้มากที่สุด

การวิเคราะห์ความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทหน้าที่ของ
เอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยใช้พิสัยควอไทล์ มีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ (จุมพล
พูลภัทรชีวิน, 2546)

0.01 – 0.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูงมาก

1.00 – 1.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูง

2.00 – 2.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันต่ำ

3.00 ขึ้นไป หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไม่สอดคล้องกัน

โดยในการตัดสินใจเพื่อยอมรับว่า รูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีแนวโน้มและมีความเป็นไปได้ ความสอดคล้องในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือไม่นั้น ให้พิจารณาคำมัธฐานตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และมีพิสัยควอไทล์ไม่เกิน 1.50 (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2546)

2. ส่งกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับของกลุ่ม และตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนแปลงคำตอบหรือไม่ ในกรณีที่คำตอบของตนไม่สอดคล้องกับกลุ่ม แต่ถ้าจะยืนยันคำตอบเดิมต้องให้เหตุผลประกอบ

3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตอบตามกระบวนการเคลฟายเทคนิค จำนวน 2 รอบ ซึ่งในรอบที่ 2 ของกระบวนการเคลฟาย ผู้วิจัยได้เพิ่มตำแหน่งของคำมัธฐาน คำพิสัยควอไทล์ของกลุ่มและตำแหน่งที่ผู้ตอบท่านนั้นได้ตอบในแบบสอบถาม โดยระบุว่าผู้เชี่ยวชาญท่านนั้นมีความเห็นตรงจุดใด ในหรือนอกพิสัย หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนในรอบที่ 2 ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ พบว่า คำมัธฐานมีค่ามากกว่า 3.5 และค่าพิสัยควอไทล์ค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 ซึ่งทุกข้อคำถามผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตอบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยและเป็นไปตามเกณฑ์ของการวิจัยด้วยเทคนิคเคลฟาย จึงถือได้ว่าเป็นการสิ้นสุดกระบวนการเทคนิคเคลฟาย

ขั้นตอนที่ 6 ได้บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทยจากความคิดเห็นที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญในเทคนิคการวิจัย EDFR

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจเพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการศึกษาเชิงคุณภาพแล้ว เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและสามารถอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้การวิจัยเชิงสำรวจ

(Survey Research) เพื่อตรวจสอบรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยประชากรที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นเพื่อยืนยันบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทย คือ นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยมีวิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตาราง Krejcie & Morgan ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 232 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถามความคิดเห็นของนักกีฬาฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย ซึ่งในการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทย

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นแบบ Likert scale เกี่ยวกับรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของนักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยลักษณะของคำถามจะครอบคลุมตัวแปรเกี่ยวกับบทบาททั้ง 3 ด้านคือ

1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ประกอบด้วย

1.1 ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 17 ข้อ

1.2 ด้านการจัดการทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 11 ข้อ

2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 10 ข้อ

3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจำนวน 7 ข้อ

โดยมีเกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยวิธีการหาค่า (IOC: Index of item objective congruence) และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach Alpha-Coefficient) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยใช้ IOC (Index of item objective congruence)

หลังจากที่ออกแบบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถาม จำนวน 45 ข้อ โดยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC ซึ่งพบว่าทุกข้อคำถาม มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

หลังจากที่ได้ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่นก่อนการนำไปปฏิบัติจริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาช (Cronbach Alpha-Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.898

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 232 คน

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นจากนักกีฬาต่อรูปแบบของเอเยน့်นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทยโดยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการแปลผลค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับน้อย

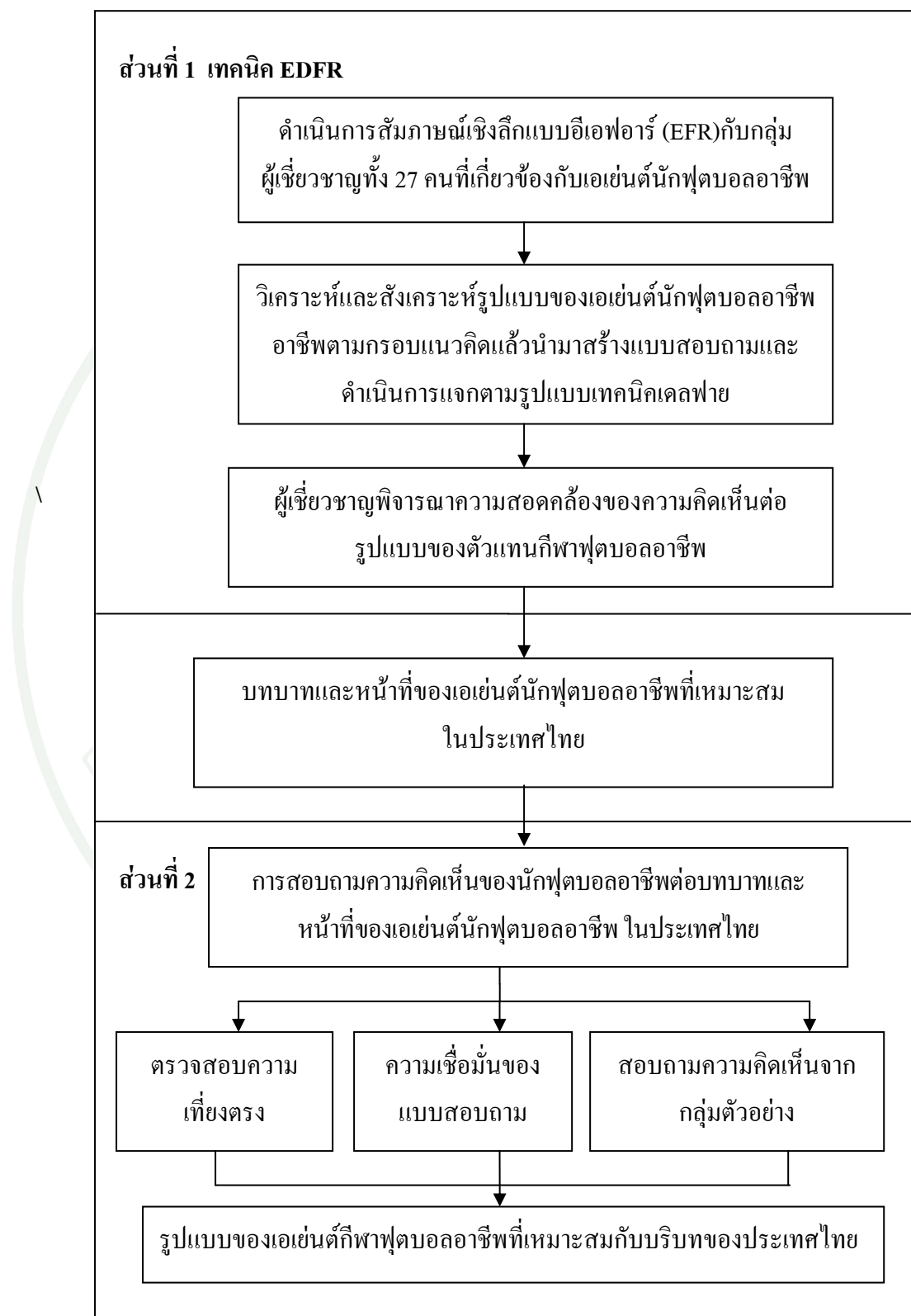
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับมากที่สุด

สำหรับ รายละเอียดของแบบสอบถามจะปรากฏอยู่ในภาคผนวก

แผนการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย



ภาพที่ 4 แสดงแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิจารณ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัย EDFR มีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพปัญหา อุปสรรคของวงการกีฬาฟุตบอลประเทศไทยและการดำเนินงานของเอเยนต์นักฟุตบอล ความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ แนวโน้มรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญนำมาเทียบเคียงกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มและความเป็นไปได้ บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพของไทย โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR

ตอนที่ 4.2 การสำรวจความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักฟุตบอลอาชีพ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

4.2.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ตอนที่ 4.3 การวิจารณ์

ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัย EDFR มีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสภาพ ปัญหา อุปสรรคของวงการกีฬาฟุตบอลประเทศไทยและการดำเนินงานของเอเย่นต์นักฟุตบอล ความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ แนวโน้มรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากการสัมภาษณ์แบบ EFR และนำมาเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาสร้างเป็นแบบสอบถามและดำเนินการแจกตามเทคนิคเดลฟาย Delphi ดังนี้

4.1.1.1 สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

จากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ใบอนุญาตจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association :FIFA)

วงการกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่ยังไม่ได้รับใบอนุญาตจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association FIFA) ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ความเป็นอาชีพมากขึ้น และสิ่งที่เริ่มปรากฏให้เห็น คือ การซื้อ ขายตัวนักฟุตบอลอาชีพระหว่างสโมสรฟุตบอล

ภายในประเทศและนอกประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะนักฟุตบอลอาชีพพิดำที่เข้ามาเล่นฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะทำหน้าที่ในการสรรหาและคัดเลือกนักฟุตบอลอาชีพที่มีทักษะความสามารถและพรสวรรค์ของแต่ละสโมสรฟุตบอลทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งบุคคลนั้นทำหน้าที่เป็นคนกลางเพื่อนำเสนอขายนักฟุตบอลอาชีพตรงตามความต้องการของสโมสรฟุตบอล ทำให้นักฟุตบอลอาชีพมีสังกัดอยู่เพื่อทำการฝึกซ้อมและการแข่งขัน โดยมีการทำสัญญาการซื้อขายตัวนักฟุตบอลให้กับสโมสรฟุตบอลต่างๆ เท่านั้นแต่เอเย่นต์นักกีฬาไม่ได้ทำหน้าที่ในการดูแลนักกีฬาด้านอื่นๆ แต่อย่างใด เช่น การจัดการซื้อ การขาย การโอนย้าย หรือการจัดการสัญญาว่าจ้าง ดังนั้นจึงเป็นภาระหน้าที่ของสโมสรฟุตบอลในการจัดการประสานงานติดต่อนักกีฬาระหว่างสโมสรฟุตบอลเอง ซึ่งการติดต่อนั้นไม่เป็นทางการและในบางครั้งการติดต่อกันโดยตรงก่อให้เกิดความขัดแย้งอันเนื่องจากการเผชิญหน้าโดยตรง บทบาทของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีวดังกล่าวเป็นผู้ที่ยังไม่ได้รับการอนุญาตจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (FIFA) ดังนั้น เมื่อมีความผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามข้อตกลงหรือตัวสัญญาที่ได้ตกลงไว้ระหว่างเอเย่นต์กับนักกีฬา จะทำให้เกิดการฟ้องร้องได้ยาก ดังข้อค้นพบ ต่อไปนี้

“ปัจจุบันปัญหา เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ เกือบมีการเอาเปรียบนักฟุตบอล”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพแบบอิสระ ไม่มีองค์กรใครรองรับ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่รับงานใดๆ ยังไม่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพสำเร็จรูป”

“หลายคนมองว่าเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเข้ามาหาผลประโยชน์จากนักกีฬา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพมีบทบาทมากขึ้น ได้นำนักฟุตบอลอาชีพพิดำเข้ามาในช่วงฤดูกาล 2552 โดยทำหน้าที่ เพียงแค่ ซื้อ ขาย เพียงอย่างเดียว”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ เกือบที่มีอยู่ในประเทศไทยในปัจจุบันไม่ได้มีการทำหน้าที่ดูแลนักกีฬาด้านอื่นๆ

“เพียงแต่ทำหน้าที่ในการค้นหานักกีฬาตามความต้องการของสโมสรฟุตบอลและตามความต้องการของนักฟุตบอลอาชีพเท่านั้น”

“ในปัจจุบันมีเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพที่ดูแลให้กับนักกีฬาต่างชาติ ทำหน้าที่ในการจัดหานักกีฬาให้อย่างเดียว ไม่ได้มีการพัฒนานักกีฬาซึ่งเอเจนต์ได้คำตอบแทนจากการเป็นเอเจนต์หรือนายหน้า”

2) ลักษณะของการดูแลนักฟุตบอลอาชีพในปัจจุบัน

วงการกีฬาประเทศไทยเอเจนต์นักฟุตบอลมีภาระหน้าที่ในการปกป้องผลประโยชน์ของนักกีฬา ส่วนใหญ่จะจัดการกันเองในครอบครัว คือ ญาติเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานต่างๆ เนื่องจากนักกีฬาให้ความไว้วางใจคนภายในครอบครัวมากกว่าการว่าจ้างบุคคลภายนอก ดังนั้น พบว่า บุคคลผู้ซึ่งทำหน้าที่ในการดูแลหรือให้คำปรึกษากับนักฟุตบอลอาชีพเป็นลักษณะของระบบเครือญาติ โดยมี ผู้ปกครอง คนใกล้ชิด หรือภรรยาเข้ามาดูแลจัดการกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดตารางการเดินทางร่วมแข่งขัน การจัดตารางเวลาในการรับงานแทนนักฟุตบอล ผู้ปกครองจำนวนไม่น้อยมีความคิดเห็นว่าการเป็นผู้จัดการส่วนตัวสามารถทำเองโดยไม่จำเป็นต้องใช้บริการจากมืออาชีพมาดำเนินการแทน นอกจากนั้นยังไม่เสียส่วนแบ่งให้กับเอเจนต์นักฟุตบอล สามารถประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง แต่ปัญหาที่พบ กรณีที่นักกีฬาเกิดการบาดเจ็บจากการแข่งขันหรือการฝึกซ้อม นักกีฬาต้องหยุดการฝึกซ้อมผู้ปกครอง คนใกล้ชิด ภรรยาผู้ซึ่งทำหน้าที่ดูแลนักกีฬาก็อยากให้ลูกหายจากการบาดเจ็บก่อนแล้วค่อยกลับมาเล่นตามปกติ ระบบเครือญาติไม่เน้นหรือไม่ให้ความสำคัญในเชิงธุรกิจที่จะต้องดูแลนักกีฬาให้หายเร็วแล้วกลับมาเล่นและทำการฝึกซ้อมต่อไป ดังข้อค้นพบที่ว่า

“นักฟุตบอลอาชีพไทยปัจจุบันมีบุคคลที่ดูแลผลประโยชน์ให้นักกีฬาส่วนใหญ่เป็น ผู้ปกครอง คนใกล้ชิด ภรรยา โค้ช”

“การจ้างเอเจนต์มาดูแลถือเป็นการสิ้นเปลืองเงิน”

“คนในครอบครัวน่าไว้วางใจที่สุด”

“สภาพปัญหาปัจจุบันของคนไทยนั้นไม่ให้ความสำคัญกับการให้บุคคลอื่นมาดูแล นักกีฬาจัดการตัวเองหรือทำเองทุกอย่าง หรือให้ผู้ปกครองมาดูแล เนื่องจากไม่ยอมเสียค่านายหน้าหรือค่าใช้จ่ายเล็กๆ น้อยๆ ให้กับผู้ที่เข้ามาดูแล แนะนำ ดังนั้นอันเป็นสาเหตุหนึ่งที่จะทำให้กิจกรรมของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพยังไม่เกิดขึ้นในสังคมไทย”

“พ่อ แม่ ญาติพี่น้อง คอยแนะนำให้คำปรึกษา นักกีฬา ในการเก็บเงิน หรือให้นักกีฬาประหยัดเงิน แล้วนำเงินที่เหลือไปลงทุนอะไรบ้าง เช่น ฝากธนาคาร หรือซื้อที่ดิน”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีเอเยนต์นักกีฬาเข้ามาดูแลนักฟุตบอลอาชีพซึ่งเอเยนต์จะเป็นผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบและดูแลนักกีฬา โดยการจัดการว่าจ้างโค้ช นักจิตวิทยา แพทย์มาดูแลสุขภาพ และด้านอื่นๆ ไปเพราะถือว่าเอเยนต์เป็นผู้ที่มีเครือข่ายที่ติดต่อได้กว้างขวางกว่าระบบเครือข่าย ดังข้อค้นพบที่ว่า

“การมีเอเยนต์ จะมาช่วยนักกีฬาได้มาก ทั้งการจ้างโค้ช การหาที่ปรึกษา ด้านต่างๆ ให้”

“การมีเอเยนต์มาดูแล จะช่วยให้ก้าวไปสู่มืออาชีพได้เร็ว”

“เอเยนต์จะช่วยให้มีสมาธิกับการแข่งขัน ไม่ต้องคิดมาก”

“เอเยนต์มักจะมีทางเลือกให้มาก”

3) ด้านความรู้ ความเข้าใจของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จึงทำให้นักกีฬาไม่กล้าใช้บริการเอเยนต์ เนื่องจากกลัวถูกเอารัดเอาเปรียบ ไม่ต้องการเสียคำว่าจ้างเอเยนต์ และคิดว่ากิจกรรมต่างๆ เป็นเรื่องที่สามารถทำเองได้ นอกจากนั้นนักฟุตบอลอาชีพไทยขาดการใส่ใจรายละเอียดในสัญญาต่างๆ ที่ได้ทำไว้กับสโมสรฟุตบอล และให้ความไว้วางใจสโมสรฟุตบอลในการดำเนินการ โดยการทำงานของสโมสรฟุตบอลซึ่ง

เปรียบเสมือนเอเยนต์นักกีฬา สโมสรฟุตบอลบางสโมสรฟุตบอลได้มีการว่าจ้างทนายหรือนักกฎหมายมาดูแลในเรื่องของสัญญาต่างๆ ระหว่างนักฟุตบอลอาชีพกับสโมสรฟุตบอลฟุตบอล ดังข้อค้นพบที่ว่า

“นักฟุตบอลอาชีพไม่ได้ให้ความสำคัญกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ”

“นักฟุตบอลอาชีพอยากมีเอเยนต์แต่ไม่มีเงินจ้าง”

“นักฟุตบอลอาชีพไม่เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอย่างแท้จริง”

“ในประเทศไทยการที่นักฟุตบอลอาชีพจะต้องมาเสียค่าใช้จ่ายค่า
นายหน้าให้กับเอเยนต์ที่คอยให้คำแนะนำเป็นเรื่องที่แปลก”

“นักฟุตบอลอาชีพมีรายได้ค่อนข้างน้อย จึงไม่สามารถใช้บริการเอเยนต์นักกีฬาได้ เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง เช่น ในการเจรจาและเซ็นสัญญาซึ่งเป็นการเสียค่าใช้จ่ายตั้งแต่ยังไม่ได้เล่น”

“นักฟุตบอลอาชีพคิดว่ารู้จักกับสโมสรฟุตบอลอยู่แล้วซึ่งทำให้นักฟุตบอลอาชีพและสโมสรฟุตบอลสามารถตกลงกันได้โดยไม่ต้องใช้คนกลางซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นโดยไม่จำเป็น”

4) ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา และแนะนำด้านการเงินและการวางแผนอาชีพ

นักฟุตบอลอาชีพขาดผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาและแนะนำด้านการจัดการการวางแผนการเงินและการวางแผนอาชีพ เนื่องจากนักกีฬาของไทยส่วนใหญ่มีการจัดการเกี่ยวกับรายได้ที่ได้รับมาโดยการ นำไปฝากกับธนาคาร และนำไปซื้อบ้าน หรือ รถ ตามที่ต้องการ ซึ่งการไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินหรือสโมสรฟุตบอลเข้ามาให้คำปรึกษาเป็นสาเหตุทำให้นักกีฬาเงินหมด ส่วนด้านการวางแผนอาชีพของนักฟุตบอลไทย ส่วนใหญ่มักจะมัวงมรองรับทั้งงาน

ราชการ และรัฐวิสาหกิจขึ้นอยู่กับเงื่อนไขระหว่างสโมสรฟุตบอลกับนักฟุตบอลซึ่งยังไม่ถือเป็น นักกีฬาอาชีพที่แท้จริง นอกจากนั้นอาชีพที่นักกีฬาส่วนใหญ่ประกอบหลังจากเลิกเป็นนักฟุตบอล คือ การเป็นโค้ช ผู้ตัดสิน ผู้จัดการทีม มักไม่มีใครให้คำแนะนำว่าควรทำอะไรหลังจากเลิกเล่น ฟุตบอล และไม่ได้มีการวางแผนระยะยาวไว้ก่อนขณะที่เป็นนักกีฬา ดังข้อค้นพบที่ว่า

“สโมสรฟุตบอลไม่ก้าวไกลเรื่องการเงินของนักกีฬา แต่ถ้านักกีฬามีปัญหา สโมสรฟุตบอล จะช่วยอยู่กันแบบระบบอุปถัมภ์”

“นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย รวมถึงคนส่วนใหญ่ ยังขาดการ วางแผนด้านการเงิน เนื่องจากคิดว่า ถ้าไม่มีเงินก็ ยังมีพ่อ แม่อยู่”

“รายได้ที่นักฟุตบอลได้มาจากการแข่งขันกีฬา มักจะหมดเร็วมาก มักจะ ใช้จ่ายในของฟุ่มเฟือย มีค่านิยมที่ผิด การได้รางวัลมาก็มาเลี้ยงทั้งหมู่บ้านก็อาจทำให้เงินนั้นหมด ไปได้”

“นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่ยอมกับธนาคาร แต่ไม่มีการวางแผนว่าจะเอา เงินมาทำอะไรในอนาคต”

“นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่เลิกเล่นแล้วจะไปเป็นโค้ช หรืออาจไปเป็นผู้ ตัดสิน ผู้ดูแลทีม แต่ไม่มีใครมาแนะนำว่าควรทำอะไรหลังเลิกเล่น”

“นักฟุตบอลบริหารจัดการการเงินด้วยตัวเอง ไม่ได้มีเอเยนต์นักฟุตบอล แนะนำ”

“เรื่องการเงินนั้นถือเป็นเรื่องส่วนตัว ไม่จำเป็นต้องมีบุคคลอื่นเข้ามาดูแล”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่ต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการบริหารการเงิน”

“เงินที่นักฟุตบอลอาชีพได้มาส่วนใหญ่จะเก็บไว้ซื้อบ้าน ซื้อรถ ซื้อที่ดิน แต่เป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง ไม่ได้มีผู้แนะนำ”

5) นักฟุตบอลอาชีพขาดทักษะในการเจรจาและทักษะด้านภาษาต่างประเทศ

นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่ขาดทักษะด้านการเจรจาต่อรองและในด้านการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ ในด้านการเจรจาต่อรอง นักฟุตบอลอาชีพมีอำนาจในการเจรจาต่อรองในเรื่องของเงินเดือนหรือค่าจ้างได้น้อย “ซึ่งในบางครั้งถ้านักกีฬาเจรจาต่อรองเองอาจจะได้เพียงระดับหนึ่ง แต่ถ้านักกีฬาให้เอเยนต์เจรจาต่อรองให้อาจได้ มากกว่าหลายเท่า” เนื่องจากไม่มีประสบการณ์และความชำนาญ การขาดทักษะการเจรจาต่อรองซึ่งถือเป็นประเด็นหลักที่ทำให้นักฟุตบอลมักถูกเอเยนต์เอาเปรียบจากกลุ่มผู้ที่หวังผลประโยชน์ได้ซึ่งปัญหานี้ก่อให้เกิดความวิตกกังวล ความเครียดกับนักกีฬาทำให้มีผลกระทบต่อการศึกษาและการแข่งขันนอกจากนี้ นักกีฬามีปัญหาในการสื่อสารภาษาต่างประเทศด้านการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ เวลามีการเซ็นเอกสาร หรือสัญญาว่าจ้างที่ข้อความภาษาต่างประเทศนักกีฬาไม่สามารถดำเนินการเอง จึงเป็นอุปสรรคอย่างมากสำหรับนักกีฬาไทยจนมาถึงปัจจุบัน ทำให้นักกีฬาอาจถูกเอเยนต์และบางครั้งทำให้นักกีฬาขาดความมั่นใจอีกด้วย ตามข้อค้นพบ ดังนี้

“นักกีฬาถูกเอเยนต์เอาเปรียบ ในข้อตกลงในสัญญา”

“นักกีฬาขาดทักษะด้านภาษา ไม่ว่าจะเป็นการ พูด อ่าน เขียน”

“นักฟุตบอลอาชีพจะมีบุคลิกลักษณะเฉียบๆ ไม่กล้าแสดงออก ไม่กล้าคุยเรื่องเงินหรือสิทธิประโยชน์ ที่ตัวเองจะได้รับ”

6) ระบบการบริหารจัดการการดูแลนักฟุตบอลอาชีพ

ปัญหาด้านการดำเนินงานของสโมสรฟุตบอล ต่อนักฟุตบอลอาชีพ ในปี 2552 สโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกเป็นนิติบุคคลเชิงพาณิชย์ (เฉพาะทีมที่ขึ้นจากลีกดิวิชั่น 1) ได้พัฒนาก้าวสู่การเป็นฟุตบอลอาชีพ ภายใต้เงื่อนไขของ (Asian Football Confederation:AFC) ทำให้แต่ละสโมสรฟุตบอลมีการพัฒนาเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ซึ่งถือเป็นภารกิจที่ทุกสโมสรฟุตบอลต้องทำ บางสโมสรฟุตบอลมีการดูแลนักฟุตบอลอาชีพเริ่มตั้งแต่เงินเดือน โบนัส เบี้ยเลี้ยง ประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ที่พัก อาหาร ใบบรรองการทำงาน ตัวเครื่องบินไป-กลับนอกประเทศ ด้านการดำเนินการซื้อขายหรือยืมตัวนักฟุตบอลอาชีพระหว่างสโมสรฟุตบอล ซึ่งสโมสรฟุตบอล

จะทำการติดต่อกับนักฟุตบอลโดยตรง โดยผู้รับผิดชอบการดำเนินการเรื่องการเจรจาต่อรองและสัญญาว่าจ้างงานซึ่งทางสโมสรฟุตบอลมีการจัดตั้งฝ่ายสิทธิประโยชน์ขึ้นมาดูแลเรื่องของสัญญาและข้อตกลงต่างๆ ระหว่างนักฟุตบอลอาชีพกับสโมสรฟุตบอลหรือระหว่างสโมสรฟุตบอลกับสโมสรฟุตบอล ถ้านักกีฬาต้องการมาอยู่ในสังกัดสโมสรฟุตบอลใหม่ นักฟุตบอลอาชีพคนนั้นก็จะไปเจรจากับต้นสังกัดเพื่อทำการโอนย้ายต่อไปแต่นักกีฬาต้องหมดอายุสัญญาการว่าจ้างงานกับสโมสรฟุตบอลเดิมก่อน หรือต้องหมดฤดูกาลที่หนึ่งก่อนถึงจะสามารถทำการปรับเปลี่ยนโอนย้ายนักฟุตบอลอาชีพได้ และต้องได้รับความยินยอมจากสโมสรฟุตบอลต้นสังกัดเดิมก่อน มิฉะนั้นถ้านักฟุตบอลทำการย้ายโดยยังไม่สิ้นสุดสัญญาระหว่างนักฟุตบอลกับสโมสรฟุตบอลเดิม นักฟุตบอลอาชีพคนนั้นจะต้องชดเชยค่าเสียหายทั้งหมดถึงแม้จะย้ายไปอยู่สโมสรฟุตบอลใหม่ก็ตาม ดังข้อค้นพบ ดังนี้

“ทางสโมสรฟุตบอลได้มีการติดต่อนักฟุตบอลอาชีพ ด้วยวิธีการเพื่อนสู่เพื่อน เพื่อให้ได้นักฟุตบอลอาชีพเข้ามาเล่นในทีม (การติดต่ออย่างไม่เป็นทางการ)”

“การบริหารจัดการยังไม่ดีพอ”

“บางสโมสรฟุตบอลกล่าวว่า ไม่ได้มีการปั้นนักฟุตบอลอาชีพขาย แต่สโมสรฟุตบอลจะดูแลเรื่องของสัญญาและข้อตกลงต่างๆ เนื่องจากเวลาฟุตบอลทำการย้ายทีมก็ไม่ได้รับรายได้จากตรงนี้”

“บางสโมสรฟุตบอล ตัวสโมสรฟุตบอลเองได้ทำหน้าที่ คล้ายกับเอเยนต์ นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งถือเป็นกึ่ง เอเยนต์”

“ในประเทศไทยสโมสรฟุตบอลจะทำหน้าที่ดูแลในเรื่องภาพลักษณ์ของนักกีฬา”

“ในปัจจุบัน สโมสรฟุตบอลจะทำหน้าที่แทนเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพอยู่แล้ว เช่นดูแลเรื่องสัญญา การพัฒนานักกีฬารวมทั้งมีการวางแผนว่าควรหางานให้นักกีฬาหลังจากที่เลิกเล่น โดยสโมสรฟุตบอลไม่หักเงินแต่อย่างใด”

“ในการซื้อขายตัวนักกีฬาในปัจจุบัน สโมสรฟุตบอลกับสโมสรฟุตบอลจะติดต่อกันเอง ยังไม่มีคนกลาง คนกลางจะเป็นแค่ผู้แนะนำ”

“ในปัจจุบันสโมสรฟุตบอลดูแลเรื่องสัญญาให้กับนักฟุตบอลอาชีพ”

“การซื้อตัวนักกีฬา สโมสรฟุตบอลจะติดต่อทางนักฟุตบอลอาชีพโดยตรงก่อน จากนั้นจะทาบทามไปที่สโมสรฟุตบอลต้นสังกัดโดยตรง”

“นักฟุตบอลอาชีพดูแลเรื่องการเงินเอง ส่วนเรื่องสัญญาเจ้าของสโมสรฟุตบอลจะเป็นผู้ดูแลโดยไม่ผ่านเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ถ้ามีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพคนกลางเจ้าของทีมหรือบางสโมสรฟุตบอลอาจไม่ชอบ”

“เวลามีการเจรจาต่อรองกันเอง ระหว่างผู้จัดการทีม กับผู้จัดการทีม ก็เกิดความขัดแย้งกันในบางครั้ง”

จากผลการสัมภาษณ์ สภาพปัญหา อุปสรรค และข้อดี ที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย กับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 27 คน สามารถสรุปเพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามในขั้นตอนต่อไป ดังนี้

1. เนื่องจาก วงการกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่ยังไม่ได้รับใบอนุญาตจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association FIFA) ดังนั้น บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลที่สำคัญคือ ต้องมีการขอใบอนุญาตในการประกอบอาชีพการเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ เพื่อเป็นการป้องกันข้อผิดพลาดซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตัวของนักฟุตบอลอาชีพต่อเอเยนต์ หรือการปฏิบัติที่ผิดพลาดของเอเยนต์นักฟุตบอลต่อนักฟุตบอลอาชีพ เนื่องจากในการที่จะต้องประสานงานกับฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องให้กับนักฟุตบอลอาชีพที่เป็นลูกค้า โดยการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว จะต้องเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถูกต้อง ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบของทั้งสองฝ่าย

2. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่ได้ทำหน้าที่ในการดูแลนักฟุตบอล

ด้านอื่นๆ แต่อย่างใด เช่น การจัดการซื้อ การขาย การโอนย้าย หรือการจัดการสัญญาว่าจ้าง ดังนั้นจึงเป็นภาระหน้าที่ของสโมสรฟุตบอลในการจัดการประสานงานติดต่อนักกีฬาระหว่างสโมสรฟุตบอลเอง ซึ่งการติดต่อนั้นไม่เป็นทางการและบางครั้งการติดต่อกันโดยตรงก่อให้เกิดความขัดแย้งกันเนื่องจากการเผชิญหน้ากันโดยตรง แต่ประเด็นสำคัญที่เป็นปัญหาที่พบเห็นมากในวงการกีฬาของไทย คือ ภาระหน้าที่ในการปกป้องผลประโยชน์ของนักกีฬา ส่วนใหญ่จะจัดการกันเองในครอบครัว คือ ญาติเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานต่างๆ เนื่องจากนักกีฬาให้ความไว้วางใจคนภายในครอบครัวเครือญาติ โดยมี ผู้ปกครอง คนใกล้ชิด หรือภรรยาเข้ามาดูแลจัดการกิจกรรมต่างๆ มากกว่าการว่าจ้างบุคคลภายนอก ซึ่งอาจจะไม่ได้ประโยชน์สูงสุดเพราะขาดความรู้หรือประสบการณ์ จากปัญหาดังกล่าว เอเยนต์นักฟุตบอลควรจะมีบทบาทและหน้าที่ในการในการดูแลเรื่องผลประโยชน์สูงสุดของนักฟุตบอลอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดการทั่วไป การจัดการด้านการตลาด รวมถึงการจัดการด้านสัญญาตัวแทน และการเจรจาต่อรองกับอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับนักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

คือ นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่ขาดทักษะด้านการเจรจาต่อรองและในด้านการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ ในด้านการเจรจาต่อรอง นักฟุตบอลอาชีพมีอำนาจในการเจรจาต่อรองในเรื่องของเงินเดือนหรือค่าจ้างได้น้อย เนื่องจากไม่มีประสบการณ์และความชำนาญ การขาดทักษะการเจรจาต่อรองถือเป็นประเด็นหลักที่ทำให้นักกีฬาถูกเอารัดเอาเปรียบจากกลุ่มผู้ที่หวังผลประโยชน์ทั้งนี้ยังขาดผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาและแนะนำด้านการจัดการการวางแผนการเงินและการวางแผนอาชีพ เนื่องจากนักกีฬาของไทยส่วนใหญ่มีการจัดการเกี่ยวกับรายได้ที่ได้รับมาโดยการนำไปฝากกับธนาคาร ซื้อบ้าน รถ ตามที่ต้องการซึ่งการไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินหรือสโมสรฟุตบอลฟุตบอลเข้ามาให้คำปรึกษาหรือแนะนำ จะเป็นสาเหตุทำให้นักกีฬาเงินหมด ส่วนด้านการวางแผนอาชีพของนักฟุตบอลไทย ส่วนใหญ่มักจะมีงานรองรับทั้งงานราชการ และรัฐวิสาหกิจขึ้นอยู่กับเงื่อนไขระหว่างสโมสรฟุตบอลกับนักฟุตบอลซึ่งยังไม่ถือเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่แท้จริง นอกจากนั้นอาชีพที่นักกีฬาส่วนใหญ่ประกอบหลังจากเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพคือ การเป็นโค้ช ผู้ตัดสิน ผู้จัดการทีม ยังไม่มีใครให้คำแนะนำว่าควรจะทำอะไรหลังจากเลิกเล่นฟุตบอล และไม่ได้มีการวางแผนระยะยาวไว้ก่อนขณะที่เป็นนักกีฬา ซึ่งจากปัญหาดังกล่าว เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจึงควรต้องมีบทบาทและหน้าที่ในการ ทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ เพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติแทนนักฟุตบอลอาชีพ รวมถึงการวางแผนการในการประกอบอาชีพ

การเป็นนักฟุตบอลและวางแผนระยะยาวหลังเลิกประกอบอาชีพนักฟุตบอลด้วยเช่นกัน ซึ่งนักกีฬาไม่ต้องวิตกกังวลกับการะกิจเหล่านี้ และทำให้นักฟุตบอลประสบความสำเร็จในการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ

4.1.1.2 แนวโน้มและความเป็นไปได้ของบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1) คุณสมบัติทั่วไป

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยต้องมีการปรับบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์หรือระบบการทำงานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย ซึ่งผู้ที่มาทำหน้าที่เป็นเอเยนต์ในประเทศไทยควรมีคุณสมบัติให้ครอบคลุมทั้งคุณสมบัติด้านทั่วไปของการเป็นเอเยนต์ คุณสมบัติด้านการจัดการทั่วไป ทั้งด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพ ด้านการตลาดและด้านการจัดการสัญญาตัวแทนและการเจรจาต่อรอง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องได้รับใบอนุญาตและต้องเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใดในสโมสรฟุตบอลฟุตบอลตามกฎข้อบังคับของ (Federation International Football Association :FIFA) นอกจากนี้ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถเป็นได้ทั้งเพศหญิง หรือเพศชาย ซึ่งบุคคลเหล่านี้ต้องสมัครเข้าสู่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกตามกฎระเบียบตามที่ (Federation International Football Association :FIFA) กำหนด ซึ่งทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้ดำเนินการจัดสอบตามกฎหมายของ FIFA

ผู้เชี่ยวชาญบางส่วนมีความคิดเห็นว่าผู้ที่สมัครเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี แต่ขอให้เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับนักฟุตบอล มีผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าระดับการศึกษา มีความสำคัญสำหรับผู้ที่จะมาเป็นเอเยนต์นักฟุตบอล ด้วยเหตุผลที่ว่า การศึกษาจะช่วยยกระดับ

จิตใจ รู้จักฝึกชอบชั่วดี ในการที่จะปฏิบัติหน้าที่ในบทบาทเอเยนต์ เพราะระดับการศึกษาสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตัวเอเยนต์เอง พร้อมกับเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่นักฟุตบอล นอกจากนั้นระดับการศึกษาที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพมีอยู่ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและยกระดับจิตใจ และส่งผลให้การดูแลผลประโยชน์นักฟุตบอลอาชีพเรื่องของสัญญาต่างๆ ที่เอเยนต์ดูแลให้นักฟุตบอลก็สามารถทำได้ดีกว่า และที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง คือ ประสบการณ์ เอเยนต์นักฟุตบอลควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในวงการกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ในการเป็นอดีตนักกีฬา โค้ช ผู้จัดการทีม หรือมีเครือข่าย มีการติดต่อประสานงานด้านต่างๆ ในอุตสาหกรรมกีฬาทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจากประสบการณ์ต่างๆ ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะทำให้สามารถทำงานได้ดี และเป็นประเด็นสำคัญในการที่นักฟุตบอลอาชีพผู้ซึ่งเป็นลูกค้าจะเลือกใช้บริการและเอเยนต์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอีกด้วย ดังข้อค้นพบ ที่ว่า

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นเพศหญิง หรือ เพศชาย ก็ได้”

“ผู้ที่มาทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนักกีฬา ควรอยู่ในแวดวงของกีฬาฟุตบอลจะเป็น หญิง หรือ ชาย ก็ได้”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ดี จะสามารถที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับตัวเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเอง พร้อมกับเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ตัวนักฟุตบอล”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีระดับการศึกษาที่ดี เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการพัฒนาด้านจิตใจ จะส่งผลให้ การดูแลผลประโยชน์นักฟุตบอล เรื่องของสัญญาต่างๆ ก็จะสามารถทำได้ดีกว่า”

“วุฒิการศึกษาไม่จำเป็น สำหรับการเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ”

“ด้านความรู้หรือระดับการศึกษาถือว่าไม่มีความจำเป็นสำหรับการเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ”

“ผู้ที่มาเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยไม่จำเป็น ต้องจบปริญญาตรี แต่ขอให้มีความรู้ประสบการณ์”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ เป็นหลักสูตรที่ต้องมีการสอบ ตามกฎของ FIFA และ AFC”

“สมาคมต้องมีกฎระเบียบว่าในลีก คนที่จะมาเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตจากสมาคมฟุตบอลก่อนจึงสามารถนำนักฟุตบอลอาชีพมาแนะนำเสนอ ต้องทำให้ถูกต้องกฎหมาย เพื่อป้องกันไม่ให้นักฟุตบอลอาชีพโดนหลอก ทั้งในเรื่องของสิทธิประโยชน์ รายได้ การไม่ได้รับความเป็นธรรม”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรสังกัดสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เนื่องจากเป็นคนจัดการแข่งขัน และให้การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นพี่เลี้ยง เนื่องจากเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ”

“ผู้ที่มาเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ไม่ควรเป็นคนภายในนั้น เพราะจะก่อให้เกิดปัญหาด้านผลประโยชน์”

“ใครก็ได้สามารถสมัครมาทำหน้าที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพได้”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ในการทำงานเป็นอย่างดี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องเป็นผู้ที่สามารถเก็บความลับ ของนักกีฬาแต่ละคนได้”

“เป็นผู้ที่มีเครือข่ายเยอะ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมี เครือข่ายจำนวนมาก ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายที่ดี”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีลักษณะดังนี้

1. ต้องเป็นบุคคลผ่านการสอบข้อเขียน ผ่านตามเงื่อนไข กฎระเบียบของสมาคม และได้รับใบอนุญาต เป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่มีคดีค้างพ้อย และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับใดในสโมสรฟุตบอลฟุตบอล
2. บุคคลดังกล่าวที่ทำหน้าที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถเป็นได้ทั้งเพศหญิงหรือเพศชาย มีการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี สาขาใดก็ได้ ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องจบในระดับปริญญาตรี ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่าการศึกษาจะช่วยยกระดับจิตใจ รู้จักผิดชอบชั่วดี ในการปฏิบัติตนต่อนักกีฬาฟุตบอล
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลจะต้องมีประสบการณ์หรือผลงานด้านต่างๆในวงการกีฬา ซึ่งจะทำให้นักฟุตบอลให้ความไว้วางใจมากขึ้น
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลต้องสามารถติดต่อประสานงานในอุตสาหกรรมที่เป็นกีฬาและอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักกีฬาฟุตบอลซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ

ด้านความรู้ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในประเทศและนอกประเทศและถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบ และต้องรอบรู้เรื่องของกฎระเบียบข้อบังคับของฟีฟ่า (Federation International Football Association : FIFA) รวมทั้งความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ความรู้ด้านการจัดการทั่วไป ด้านการตลาด ด้านสัญญาตัวแทน การเจรจาต่อรองและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ที่เป็นปัญหาของนักกีฬาไทยเมื่อมีการเซ็นสัญญา ข้อตกลงต่างๆ ดังนั้นเอเย่นต์จะต้องมีความรู้ด้านต่างๆเพื่อที่จะดูแล ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือนักกีฬาดังแต่เริ่มสัญญาว่าจ้างระหว่างเอเย่นต์และนักฟุตบอลอาชีพ ตามข้อค้นพบ ดังนี้

“ระดับความรู้ขั้นพื้นฐานของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องมีความรู้ด้านธุรกิจ ด้านการจัดการทั่วไป ด้านการเงิน ด้านการตลาด และการเจรจาต่อรอง หรือจบปริญญาตรี”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพมีบทบาท ในการประสานงานกับทุกๆ ฝ่าย แทนนักฟุตบอลอาชีพ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ด้านการตลาด ด้านการเจรจาต่อรอง ด้านกฎหมายและด้านการจัดการทั่วไป”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการจัดการต่างๆ เพื่อผลประโยชน์แก่ตัวนักฟุตบอลอาชีพเอง”

“งานหลักของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ คือ งานด้านการตลาด การเจรจาต่อรอง”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรู้เรื่องกฎหมาย การเงิน และพฤติกรรมมนุษย์”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีทักษะ ด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี เพื่อการติดต่อและดูแลนักฟุตบอลอาชีพต่างชาติ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ กฎกติกาฟุตบอล ของ FIFA”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องกีฬาฟุตบอล”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้เรื่องกีฬาฟุตบอลอย่างลึกซึ้ง”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการจัดการทั่วไป”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความรู้ดังนี้

1. มีความรู้ ข้อมูลหรือเนื้อหาของวิชาชีพถือเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่จะทำให้เอเยนต์สามารถที่จะปฏิบัติงานได้ประสบความสำเร็จ เช่น ความรู้ขั้นพื้นฐานของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ในด้านธุรกิจ ด้านการจัดการทั่วไป ด้านการเงิน ด้านการตลาด และการเจรจาต่อรอง รวมทั้งกฎหมาย

2. ควรมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เนื่องจากเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ติดต่อ ประสานงานต่างๆกับต่างประเทศแทนนักฟุตบอล ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

3. ความรู้ ความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับเอเยนต์และนักฟุตบอลอาชีพควรปฏิบัติ

ด้านทักษะของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

ทักษะที่มีความจำเป็นสำหรับผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนอกจากจะมีความสามารถและความชำนาญในการสรรหา คัดเลือกนักฟุตบอลอาชีพทั้งในประเทศและนอกประเทศที่มีความสามารถตรงตามความต้องการของสโมสรฟุตบอลนั้นๆ แล้ว ทักษะที่ผู้ที่เป็นเอเยนต์ต้องใช้ในการประสานงานหรือติดต่อสื่อสารแทนนักกีฬาที่ควรมี คือ ทักษะในการเจรจาต่อรอง ทักษะการพูด การเขียนเพื่อการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ ดังข้อค้นพบ ที่ว่า

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องดูนักกีฬาเป็น”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ควรเป็นผู้ที่มีความสนใจด้านกีฬา พอสโมสรต้องคลุกคลีกับนักกีฬาสโมสร เข้าใจนักกีฬา”

“ต้องมีความรู้เกี่ยวกับตัวนักกีฬาเป็นอย่างดี รู้ธรรมชาติของนักฟุตบอลอาชีพ รู้ว่าถนัดตำแหน่งอะไร”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องกฎ ระเบียบข้อบังคับในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องภาษา เนื่องจากต้องเจรจาต่อรอง เช่นสัญญาการซื้อขายตัวกับต่างประเทศ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ที่มีฐานข้อมูลที่ดีของ นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง ทั้งในและต่างประเทศ”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีทักษะด้านต่างๆดังนี้

1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่ทั้งในการเคลื่อนไหวร่างกาย และการใช้ทักษะคิดทางสมอง
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลควรมีทักษะในการพูด ทักษะในการเขียน มีความคล่องตัว และรอบรู้เรื่องต่างๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนอกจากเป็นผู้ที่มีความสนใจในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างดีพอสมควร มีความเข้าใจในความเป็นนักกีฬาและต้องเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมในการปฏิบัติหน้าที่กับนักฟุตบอลอาชีพผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นบริษัทโฆษณา นักกฎหมาย หรือทนายความ และสิ่งที่สำคัญคือ การมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น โปร่งใส เอเย่นต์ควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว ความรอบคอบ และการมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ เพื่อจะไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งตามมาในภายหลังได้ ดังข้อค้นพบ ดังนี้

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องเป็นผู้ที่มีจิตใจที่ดี มีความซื่อสัตย์ โปร่งใส”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำให้นักฟุตบอลมีความไว้วางใจ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องมีคุณธรรม และจริยธรรมสูง”

“ต้องมีที่อยู่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีการจดทะเบียนให้เรียบร้อย”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรซื้อสัตย์ในหน้าที่ มีความจริงใจกับลูกค้า มีความรับผิดชอบในตัวสินค้า”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีที่อยู่ที่แน่นอน เป็นหลักเป็นแหล่ง มีที่ตั้งที่สามารถติดต่อได้”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องต้องไม่หวังผลกำไรจากนักฟุตบอลอาชีพเพียงอย่างเดียว ต้องมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนานักฟุตบอลอาชีพด้วยเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในสังคม”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีคุณลักษณะอื่นๆ ที่ถือเป็นคุณลักษณะที่ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพมีอยู่ภายในตัวของแต่ละบุคคล หรือเป็นแรงขับให้บุคคลเกิดพฤติกรรม อุปนิสัย ทักษะ และค่านิยม และสิ่งสำคัญที่นักกีฬาคาดหวังที่จะใช้บริการเอเย่นต์ที่มีความซื่อสัตย์ กระตือรือร้น โปร่งใส เอเย่นต์ควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว ความรอบคอบ และการมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่

2) ด้านการจัดการทั่วไป การวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การมีเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยต้องมีการปรับบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย ซึ่งผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการซึ่งสามารถที่จะทำหน้าที่บริหารจัดการและดูแลผลประโยชน์ด้านต่างๆ แทนนักฟุตบอลอาชีพเพื่อให้นักฟุตบอลอาชีพสามารถฝึกซ้อมและแข่งขันได้อย่างมี

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องใดๆ และประเด็นที่สำคัญสำหรับนักฟุตบอล คือ เรื่องของรายได้เข้ามาเกี่ยวข้องในช่วงที่เล่นกีฬาเป็นอาชีพ ดังนั้นในฐานะเอเยนต์ นักฟุตบอลอาชีพ ต้องทำหน้าที่ในการจัดการด้านการวางแผนการเงินและการวางแผนอาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพด้วยเช่นกัน

เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องมีความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์ในการจัดการ วางแผนในการทำงานให้มีระบบ โดยต้องดูแลนักฟุตบอลอาชีพในสังกัดให้มีความเป็นอยู่ที่ดี อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การจัดหาบ้านหรือที่พัก ตัวเครื่องบิน ให้กับนักกีฬา นอกจากนี้จะต้องทำการวางตารางเวลา หรือลำดับการแข่งขันและการฝึกซ้อม และให้คำแนะนำในการปฏิบัติหน้าที่เหมาะสมในที่สาธารณะ รวมถึงจัดการและดูแลเรื่องการเงิน เงินเดือน โบนัส และเรื่องของเอกสารสัญญาต่างๆ หนังสืออนุญาตการทำงานนอกประเทศ

นอกจากนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์ในการวางแผนการเงิน เรื่องของการวางแผนการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนชีวิต แต่ไม่ใช่เรื่องใหญ่ที่สุด แต่เรื่องของการวางแผนการเงินต้องมีความสอดคล้องกับแผนชีวิต การวางแผนการเงินเป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนนักกีฬาให้รู้จักออม สามารถที่จะเริ่มมีการวางแผนสำหรับนักกีฬาไม่ว่าจะได้ค่าตอบแทนมากหรือน้อย การที่จะกระตุ้นให้นักกีฬารู้จักให้มีการวางแผนการเงินนั้น ควรเริ่มจากการมองปัญหาและอุปสรรค หรือมองกลับไปมองอดีตที่ผ่านมา เพื่อให้นักกีฬารู้สึกกลัว พร้อมกับมีการฉายภาพที่ดีๆ ของนักกีฬาที่เคยประสบความสำเร็จเพื่อสามารถนำไปเป็นแบบอย่างได้

อย่างไรก็ตามมีผู้เชี่ยวชาญบางกลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่าง นั่นคือ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่ควรเข้ามายุ่งเกี่ยวในเรื่องการเงินหรือเรื่องการลงทุนต่างๆ ของนักฟุตบอลอาชีพ เพราะถ้านักฟุตบอลอาชีพถือว่าเรื่องของการเงินเป็นเรื่องส่วนตัวสามารถที่จะบริหารจัดการได้โดยไม่ต้องให้ใครมาแนะนำ

แต่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องให้คำปรึกษาเบื้องต้น และทำการรวบรวมข้อมูลหรือจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการเงินให้กับนักฟุตบอลอาชีพรวมถึงเรื่องของการวางแผนการเสียภาษีเงินได้ การวางแผนการลงทุนในธุรกิจหรือธุรกรรมต่างๆ การวางแผนประกันชีวิตและการทำประกันอวัยวะที่มีความเสี่ยงต่อการเล่นฟุตบอล รวมถึงการ

แนะนำหลังจากเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งถือเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงที่จะเกิดจากการเป็นนักฟุตบอลอาชีพได้ ตามข้อค้นพบ ดังนี้

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพคือผู้ประสานงาน”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพคอยดูแลนักกีฬาทุกๆ ด้าน ตามข้อตกลงที่ทำกันไว้ระหว่างนักฟุตบอลอาชีพกับ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพการมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ เป็นส่วนหนึ่งในการที่จะพัฒนาฟุตบอลให้เป็นกีฬาอาชีพ”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะเป็นตัวกลางในการทำหน้าที่ติดต่อประสานงานผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เช่น หานักการเงินให้กับนักกีฬา หรือหานักการตลาดมาให้”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องเป็นนักวางแผนในการทำงานเป็นอย่างดี”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีหน้าที่ในการดูแลนักกีฬา ให้มีความเป็นอยู่ที่ดี”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยดูแลผลประโยชน์ให้กับนักฟุตบอล”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการวางคิวให้กับนักกีฬา”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีบทบาทและหน้าที่ด้านการวางแผนด้านการเงิน”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ ในการติดต่อประสานงานแทนนักกีฬา แล้วคอยให้นักฟุตบอลตัดสินใจเพียงอย่างเดียว โดยไม่ต้องกังวลเรื่องอื่นๆ”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่ควรเข้าไปยุ่งเกี่ยวในเรื่องการเงินของนักกีฬาในเรื่องของการแนะนำการลงทุน”

“เอเยนต์ไม่จำเป็นต้องทำหน้าที่ในการแนะนำนักฟุตบอลอาชีพในเรื่องการเงิน แต่ควรเป็นผู้ประสานหาหน่วยงานที่สามารถแนะนำการเงินให้กับนักกีฬาได้”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรดูแลด้านการฝึกซ้อม การบาดเจ็บของนักกีฬา”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรวางแผนด้านการเงินให้นักกีฬา และต้องคอยแนะนำทั้งในเรื่องส่วนตัวและการดูแลชีวิตประจำวันให้นักกีฬา”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ทำหน้าที่ในการจัดคิวให้กับนักกีฬา”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความรู้เบื้องต้นของการจัดการ เพื่อที่จะนำไปแนะนำให้กับนักกีฬา เนื่องจากการวางแผนการเงิน ไม่ได้เป็นเรื่องของเงินเพื่อรวย เพียงอย่างเดียวรวมถึงเรื่อง การวางแผนภาษี วางแผนเพื่อการเกษียณหลังจากการเลิกเล่นกีฬา การวางแผนการประกันชีวิต เพราะว่า การเล่นกีฬาหรือการเล่นกีฬาอาชีพ มีความเสี่ยงเหมือนอาชีพอื่นๆ เมื่อมีการวางแผนที่ดีก็จะช่วยลดความเสี่ยงนี้ได้”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดูแลเรื่องการเงิน เงินเดือน โบนัส สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น บ้าน รถ ตัวเครื่องบินไปกลับ”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำนักกีฬาในเรื่องของการเงิน การออม ประกันภัยต่างๆ”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ด้านการจัดการทั่วไป การวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพ ดังนี้

1. มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว เช่น จัดตาราง หรือวางแผนเรื่องงานให้นักฟุตบอลอาชีพ การจองตั๋ว การจองที่พัก การเดินทาง การจัดหาที่พักอาศัยที่ดี นักวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ดี

2. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องดูแลเรื่องผลประโยชน์ด้านต่างๆแทนนักฟุตบอลเพื่อให้ นักฟุตบอลอาชีพสามารถฝึกซ้อมและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องใดๆ

3. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ทำหน้าที่ในการวางแผนด้านการเงิน ให้กับนักฟุตบอลโดยมีการประสานกับผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน คอยให้คำแนะนำเรื่องการลงทุน การเสียภาษีการทำประกันชีวิต เพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

3)การจัดการด้านการตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยต้องมีความเชี่ยวชาญมีความรู้ ความสามารถในการวางแผนการดำเนินงานด้านการตลาดให้กับนักกีฬา เพื่อสามารถที่จะทำรายได้ให้ได้มากที่สุดขณะที่เล่นกีฬาเป็นอาชีพ นอกจากนั้น บทบาทหน้าที่ของเอเยนต์ในด้านการตลาดที่สำคัญ คือ การสร้างตราสินค้า และการรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพให้สาธารณชนได้รู้จัก ซึ่งอาจทำได้โดย การสร้าง “คน หรือนักฟุตบอลอาชีพ”ให้กลายเป็นสินค้า” และสามารถสร้างภาพลักษณ์จากการมีชื่อเสียงในวงการกีฬาได้แก่ ชื่อ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ คุณลักษณะ โดยกระบวนการเปลี่ยนนักกีฬาไปเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อที่สามารถกำหนดมูลค่าเพิ่มของนักกีฬาได้ ดังนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องเป็นผู้ที่มีเครือข่ายในวงการกีฬา มีการศึกษาข้อมูลของตลาดสินค้าหรือบริษัทหรือจัดการเป็นฟรีเซ็นเตอร์จัดทำฐานข้อมูลนักฟุตบอลอาชีพที่มีชื่อเสียง และความสามารถทั้งในและนอกประเทศนอกจากนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างรายได้ให้กับนักฟุตบอลนอกเหนือจากการเล่นฟุตบอลเพียงอย่างเดียว เช่น การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้าทางการกีฬา หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรือเป็นการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม

เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดึงดูดเด่นหรือลักษณะที่โดดเด่นที่มีอยู่ในตัวนักฟุตบอลออกมาเพื่อเป็นจุดขาย โดยการสร้างตราสินค้า (Brand Building)ให้เป็นที่จดจำ เอเยนต์นักฟุตบอลยังต้องสามารถสร้างประวัตินักฟุตบอลให้เป็นเรื่องเล่า หรือตำนานเพื่อให้เป็นที่ดึงดูดเพิ่มความน่าเชื่อถือสำหรับผู้พบเห็น หรือได้ยิน ในด้านการสร้างภาพลักษณ์(Image Building)โดยภาพลักษณ์ต้องสอดคล้องกันระหว่างภายในกับภายนอกของตัวนักฟุตบอลอาชีพ คือ ในภาพลักษณ์ภายนอกที่คนมองในตัวนักกีฬาควรจะสอดคล้องในสิ่งที่นักฟุตบอลอาชีพเป็นและสิ่งที่จะสื่อออกไป

ถ้าไม่สอดคล้องกันเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องมีการสร้างกระบวนการขึ้นมา โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดมาช่วย หรือใช้จุดสาธารณะของตัวนักกีฬาทำให้เกิดประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องแต่งกาย การไปเป็นพรีเซ็นเตอร์รับรองสินค้า นอกจากนั้นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องมีการคัดเลือกรายงานให้เหมาะสมกับตัวนักกีฬา

ขั้นตอนถัดไปจากการสร้างตราสินค้าหรือสร้างภาพลักษณ์ คือ รักษาตราสินค้าและภาพลักษณ์ให้อยู่ต่อไป โดยใช้กระบวนการทางการตลาดมาใช้ในการต่อยอดตราสินค้าให้คงอยู่ การดูแลเรื่องของกิจกรรม บุคลิกภาพให้เหมือนเดิมตามภาพลักษณ์ ที่ปรากฏต่อสาธารณชน นอกจากนั้น ควรมีการโฆษณา อาจจะทั้งช่วงห่างมากกว่าช่วงเริ่มสร้างตราสินค้า ซึ่งงานการตลาดต้องคอยหาโอกาสเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อนักกีฬาให้มากที่สุด เช่น การโฆษณา เป็นต้น ดังข้อค้นพบ ดังนี้

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ที่มีฐานข้อมูลที่ดีของนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง ทั้งในและต่างประเทศ”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องมีเครือข่ายที่ดี ในการทำงาน”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพมีความรอบรู้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ ในวงการธุรกิจ ในวงการกีฬา ต้องรู้ว่านักกีฬาต้องการอะไรและต้องมองธุรกิจให้เป็นธุรกิจ”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นคนกลางในการเชื่อมผลประโยชน์ระหว่างนักฟุตบอลอาชีพกับสโมสรฟุตบอล”

“เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดูแลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนักกีฬาให้มีคุณสมบัติตามที่สโมสรฟุตบอลต้องการ”

“ต้องมีความรู้ความสามารถหรือกระบวนการรักษาภาพลักษณ์นักกีฬาเป็นอย่างดี”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างภาพลักษณ์ให้นักฟุตบอลอาชีพได้”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ว่าตลาดต้องการอะไร”

“นักกีฬาเป็นเหมือนผลิตภัณฑ์ ชิ้นหนึ่ง ต้องตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องพยายามสร้างผลิตภัณฑ์ (นักกีฬาฟุตบอล) ให้คล้อยตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้ง หน้าตา ฝีมือ ระเบียบวินัย บุคลิกภาพ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้าน การตลาด การบริหาร และด้านการจัดการ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีหน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้นักกีฬาให้เป็นประโยชน์ตามช่วงอายุของนักฟุตบอล”

“สรรหานักกีฬาที่ดี มีคุณภาพ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดูแลเรื่องการตลาด การสร้างรายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพ นอกเหนือจากการเล่นกีฬา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างจุดขาย ภาพลักษณ์ สร้างมูลค่าให้นักกีฬา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการทำการตลาดลักษณะของการสร้างเรื่องเล่าให้กับตัวนักกีฬาผู้เป็นสินค้าเพื่อที่จะได้เป็นที่น่าสนใจของตลาดที่มีความต้องการนักกีฬาหรือเป็นที่ต้องการของอุตสาหกรรมทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับกีฬา”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ด้านการตลาด ดังนี้

1. ผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยต้องมี

ความเชี่ยวชาญการวางแผนด้านการตลาดกีฬา และมีความรู้เบื้องต้น และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา เนื่องจากอุตสาหกรรมกีฬามีสินค้าที่จับต้องได้และสินค้าที่เป็นบริการ

2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสามารถที่จะสร้างตราสินค้าและการรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าได้จากการมีชื่อเสียงในวงการกีฬาฟุตบอล ได้แก่ ชื่อ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ คุณลักษณะ โดยกระบวนการเปลี่ยนนักกีฬาไปเป็นสินค้าหรือบริการ จากการสร้างตราสินค้าให้นักฟุตบอลอาชีพ เพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับตัวนักฟุตบอลอาชีพมีรายได้เพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากรายได้ที่นักฟุตบอลอาชีพจะได้รับจากสโมสรฟุตบอลที่ตนเองสังกัดแล้ว สามารถหารายได้จากการเป็นพรีเซ็นเตอร์ในการรับรองสินค้าให้กับบริษัทที่สนับสนุน

3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการพัฒนา และรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพผู้ซึ่งเป็นสินค้า และนำเสนอให้นักฟุตบอลอาชีพให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของสาธารณชนต่อไป

4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องเป็นผู้ดำเนินการประสานติดต่อ กับเครือข่ายทั้งในและนอกอุตสาหกรรมกีฬา

4) การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองและกฎหมาย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ที่มาทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลในประเทศไทยต้องมีความเชี่ยวชาญด้านสัญญาและการเจรจาต่อรอง ซึ่งเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกฎหมายเบื้องต้นหรือทำหน้าที่คอยประสานงานกับนักกฎหมายหรือทนายความ เพื่อทำการร่างสัญญาเพื่อดูแลผลประโยชน์ให้กับนักฟุตบอลอาชีพนอกจากนั้นเอเย่นต์สามารถทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาเบื้องต้นในตัวกฎหมายแพ่ง รวมทั้งเรื่องของกฎระเบียบการเสียภาษีทั้งในและต่างประเทศแทนนักกีฬา รวมทั้งประเด็นของเอกสารสัญญาว่าจ้างตามข้อตกลงของกลุ่มสัญญา กฎระเบียบข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอล (FIFA) นอกจากนั้นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการเจรจาต่อรองในเรื่องของข้อตกลงการซื้อขาย การยืมตัวนักฟุตบอลอาชีพ หรือการแลกเปลี่ยนตัว เงินเดือน ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่นักกีฬาควรจะได้รับ เพื่อไม่ให้นักกีฬาเกิดการเสียเปรียบหรือให้เกิดผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ระหว่างสโมสรฟุตบอลฟุตบอลกับนักฟุตบอลอาชีพ หรือบริษัทผู้ว่าจ้างกับนักฟุตบอลอาชีพ ดังข้อค้นพบ ดังนี้

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องมีความรู้ด้านกฎหมาย หรือคอยประสานงาน นักกฎหมายหรือทนายความเพื่อทำการร่างสัญญา เพื่อดูแลผลประโยชน์ให้กับนักฟุตบอล”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้กฎ ระเบียบข้อบังคับของสมาคมฟุตบอล ในรายการต่างๆ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรมีบทบาทและหน้าที่มาดูแลผลประโยชน์ ให้กับนักฟุตบอล โดยนักกีฬาไม่ต้องทำการเจรจาเอง”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องรู้กฎหมายทั้งใน และต่างประเทศ”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้เกี่ยวกับกฎหมาย เพื่อดูแลในเรื่องสัญญา ให้กับนักกีฬา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องตกลงกับนักกีฬาในเรื่องของค่าตอบแทน”

“จัดการเรื่องภาษี”

“เจรจาเรื่องเงินเดือนให้กับนักกีฬา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรทำหน้าที่ดูแลเรื่องสิทธิประโยชน์ไม้นักกีฬาเสียเปรียบและมีสมาธิในการเล่น โดยเฉพาะดูแลด้าน การเงิน การร่างสัญญาว่าสโมสรฟุตบอลมีอะไรให้บ้าง เช่น ที่พัก เช่นสัญญาที่ปี ถ้าย้ายสโมสรฟุตบอล ต้องเสียค่าตัวหรือไม่”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความรู้ด้านกฎหมาย”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะติดต่อยุ่ระหว่างสโมสรฟุตบอลกับนักฟุตบอลอาชีพมีการซื้อขายตัวนักกีฬา”

“อาชีพเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ความมีกฎหมายรองรับ กรณีที่มีการทำอะไรผิดก็สามารถที่จะฟ้องร้องได้แต่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายมารองรับก็ได้ สามารถที่จะใช้กฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ มาดูแล เนื่องจากมีสัญญา”

“เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดูแลนักฟุตบอลในการเซ็นสัญญา”

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาตัวแทนและการเจรจาต่อรอง ดังนี้

เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านสัญญาและการเจรจาต่อรอง โดยต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกฎหมายเบื้องต้นหรือทำหน้าที่ประสานงานกับนักกฎหมายหรือทนายความ เพื่อทำการร่างสัญญาเพื่อดูแลผลประโยชน์ให้กับนักฟุตบอลอาชีพ รวมทั้งประเด็นของเอกสารสัญญาว่าจ้างตามข้อตกลงของคู่สัญญา กฎระเบียบข้อบังคับ บทบัญญัติในกีฬาฟุตบอล (FIFA) ข้อตกลงการซื้อขาย การยืมตัวนักฟุตบอล หรือการแลกเปลี่ยนตัว เงินเดือน การจ่ายค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่นักกีฬาควรจะได้รับ เพื่อไม่ให้ นักกีฬาเกิดการเสียเปรียบหรือให้เกิดผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ระหว่างสโมสรฟุตบอลฟุตบอลกับนักฟุตบอลอาชีพ หรือบริษัทผู้ว่าจ้างกับนักฟุตบอลอาชีพ

4.1.1.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ประเด็นข้อเสนอแนะโดยมีรายละเอียด ดังนี้

- วงการกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยควรมีระบบเอเย่นต์ที่เป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นอาชีพหนึ่งที่จะมาช่วยพัฒนาวงการกีฬาไทยให้ก้าวไปสู่ความเป็นอาชีพได้รวดเร็ว

- เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยควรได้รับอนุญาต จากสมาคมฟุตบอลให้ถูกต้องตามกฎหมาย และควรสร้างกรอบหรือกฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพให้ชัดเจน

- ควรมีหน่วยงานจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์ให้กับนักฟุตบอลอาชีพ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้เกิดความเข้าใจ ทราบถึงข้อดี และข้อเสีย ของการมีเอเยนต์นักฟุตบอลมาดูแล

- ควรมีการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับ กฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติหน้าที่

- ควรมีการศึกษาและพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับ คุณสมบัติ บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพตลอดเวลา และนำมาปรับประยุกต์ใช้ในบริบทของประเทศไทย

4.1.1.4 ประโยชน์

- การมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพก่อให้เกิดอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ทำให้กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องมีช่องทางในการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

- การมีเอเยนต์นักฟุตบอลสามารถที่จะส่งนักฟุตบอลไปทำสัญญาเล่นกับนอกประเทศทำให้เพิ่ม ผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ (Gross domestic product :GDP) เพิ่มมากขึ้น

- การมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย จะเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นนอกเหนือจากรายได้ที่เป็นเงินเดือนที่ได้รับจากสโมสรฟุตบอลต้นสังกัด

- การมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากกระทบทกระทั้ง โดยไม่ต้องมีการเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างคู่เจรจา

จากการวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นต่างๆ แต่ละบทบาทและหน้าที่ และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแนวโน้มและความเป็นไปได้ในบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในอนาคต แสดงในตารางต่างๆ ดังนี้

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มและความเป็นไปได้ บทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไทยโดยใช้เทคนิคการวิจัย EDR

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านคุณสมบัติ
ทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม คุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	Median	IQ	ความเป็น ไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
ด้านคุณสมบัติ				
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ภายใต้กฎระเบียบของ FIFA	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆ ใน FIFA, สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง	5.00	1.25	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายในการติดต่อ ในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
ด้านความรู้				
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของกีฬาฟุตบอลในปัจจุบัน (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, สมาคม)	5.00	0	มากที่สุด	สอดคล้อง สูงมาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม คุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	Median	IQ	ความเป็น ไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
ด้านทักษะ				
10. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬา	5.00	0	มากที่สุด	สอดคล้องสูงมาก
11. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีความสามารถ และ ความชำนาญในการค้นหาทักษะฟุตบอล	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
10. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการเจรจา ต่อรอง	4.50	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
11. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการพูดและ การเขียนเพื่อการสื่อสาร	4.50	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
ด้านคุณลักษณะอื่นๆ				
12. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
13. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความ คล่องแคล่วว่องไว	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
14. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่แทนนัก ฟุตบอลอาชีพ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
15. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มด้านคุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพ
ให้เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า
ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงทุกประเด็น ดังนี้ เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพสามารถ
เป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง (IQ=1) เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่า
ปริญญาตรี (IQ=1) เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคม
ฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ภายใต้กฎระเบียบของ FIFA (IQ=1) เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมี

ประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา (IQ=1) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ (IQ=1) และประเด็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆ ใน FIFA, สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง (IQ=1.25)

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า คุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่มีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุดทุกประเด็นดังนี้ คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือ หญิง (Mdn=5.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี (Mdn=5.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบของ FIFA (Mdn=5.00) ในประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด คือ ประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆ ใน สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง (Mdn=5.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา (Mdn=5.00) และเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ (Mdn=5.00)

ด้านความรู้ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงมาก 2 ประเด็น คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอลในปัจจุบัน (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, สมาคม) (IQ=0) และ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและนอกประเทศเป็นอย่างดี (IQ=0) ส่วนประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา (IQ=1) และ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ (IQ=1) เป็นประเด็นคุณสมบัติด้านความรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูง

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ต่อความรู้ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าความรู้ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่มีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา (Mdn=5.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ (Mdn=5.00) เอเยนต์

นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอลในปัจจุบัน (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, สมาคม) (Mdn=5.00) และ ประเด็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี (Mdn=5.00)

ด้านทักษะของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงและเห็นว่ามีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุดในทุกประเด็นดังนี้ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความสามารถ และความชำนาญในการค้นหานักกีฬาฟุตบอล (Mdn=5.00, IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการเจรจาต่อรอง (Mdn=4.50, IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสาร (Mdn=4.50, IQ=1)

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงทุกประเด็น คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่แทนนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ (IQ=1)

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ต่อคุณสมบัติอื่นๆ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติอื่นๆ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่มีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่แทนนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=5.00) และ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ (Mdn=5.00) ส่วนประเด็นที่ผู้ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด คือ ประเด็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่ (Mdn=4.00) และเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว (Mdn=4.00)

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของแนวโน้ม	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย				
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพให้คำปรึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็นผู้วางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นผู้แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1.25	มาก	สอดคล้องสูง
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอก อุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	0.25	มาก	สอดคล้องสูงมาก
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้านในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย				
10. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลในเรื่องของการ เดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับ จัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน เมื่อมีการซื้อขายตัว นักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
11. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่เป็นผู้รักษา ผลประโยชน์ และจัดหารายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพ ระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนัก ฟุตบอล	4.00	1.25	มาก	สอดคล้องสูง

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญตอบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย พบว่า ประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงมาก คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=0.25) ส่วนประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมีประเด็นต่างๆ ดังนี้ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษาเบื้องต้นกับนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่างๆ เป็นอย่างดี หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็นผู้วางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ให้นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน

เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่เป็นผู้รักษาผลประโยชน์ และเอเยนต์เป็นผู้แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1.25) จัดหารายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนักฟุตบอล (IQ=1.25)

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพมีแนวโน้มเป็นไปได้มากทุกประเด็น คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษาเบื้องต้นกับนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็น ผู้วางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ให้นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรเป็นผู้แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายในภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับการจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่เป็นผู้รักษาผลประโยชน์ และจัดหารายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนักฟุตบอล (Mdn=4.00)

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการตลาด
ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
2. ก่อนที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ ทนุาเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ	4.00	0.25	มาก	สอดคล้องสูง มาก
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนจะให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง	4.00	0.5	มาก	สอดคล้องสูง มาก
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นสำหรับกีฬาฟุตบอลอาชีพ	4.00	1.25	มาก	สอดคล้องสูง
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้องค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบนพื้นฐานอาชีพและส่วนตัว	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการสร้าง และพัฒนาเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์	4.00	0.5	มาก	สอดคล้องสูง มาก
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างนักฟุตบอลอาชีพให้มีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจ	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
10.เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอล เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลประสบความสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถในการเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์	4.00	0.5	มาก	สอดคล้องสูง มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องสูงมาก 4 ประเด็น คือ ก่อนที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ เช่น นักกีฬายินดีปรากฏตัว ชอบ/ไม่ชอบผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=0.25) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง (IQ=0.5) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการสร้าง และพัฒนาเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (IQ=0.5) และ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพประสบความสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถในการเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์ (IQ=0.5) ส่วนประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูง คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนจะให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นสำหรับกีฬาฟุตบอล (IQ=1.25) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้องค้นหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบนพื้นฐานอาชีพและส่วนตัว (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างนักฟุตบอลอาชีพให้มีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อทำให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพประสบความสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถในการเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์ (IQ=1)

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการตลาดของ
 เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าบทบาทและหน้าที่
 ด้านการจัดการการตลาดของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทุกประเด็นมีแนวโน้มเป็นไปได้มาก ดัง
 รายละเอียดต่อไปนี้ คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะความสำเร็จ
 ในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอล
 อาชีพ (Mdn=4.00) ก่อนที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมิน
 ศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ เช่น นักกีฬายินดีปรากฏตัว ชอบ/ไม่ชอบผลิตภัณฑ์
 ที่นำเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ
 ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์(Mdn=4.00)
 เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง
 (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นสำหรับกีฬา
 ฟุตบอล (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของ
 นักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้อง
 ค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบนพื้นฐานอาชีพและส่วนตัว (Mdn=4.00)
 เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการสร้าง และพัฒนาเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็น
 ฟรีเซ็นเตอร์(Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างนักฟุตบอลอาชีพให้มีภาพลักษณ์ที่ดี
 มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจ (Mdn=4.00) เอเยนต์นักฟุตบอล
 อาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพประสบ
 ผลสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถในการเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์(Mdn=4.00)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการ
 สัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทใน
 ประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นัก ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย				
1. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวน สัญญาจ้างงาน หรือข้อตกลงของการย้ายทีมและ เจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว ของนัก ฟุตบอลอาชีพ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	Median	IQ	ความเป็นไปได้ของ แนวโน้ม	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ
การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นัก ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย				
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพ เจรจาต่อรองให้(นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดใน การเป็นฟรีเซ็นเตอร์)ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อ เพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้าสินค้า (ฟรีเซ็นเตอร์)	4.50	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือ จัดการการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นัก ฟุตบอลอาชีพ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นที่ปรึกษาเบื้องต้น ด้านกฎหมายแพ่ง(หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้งจัดเตรียม แบบฟอร์มภาษีและและการประกันภัย	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรอง รวมทั้ง คลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอล อาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของ สินค้า	4.00	1	มาก	สอดคล้องสูง
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญา	4.50	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการ สัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ใน อุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎ ข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และ ต่างประเทศ	5.00	1	มากที่สุด	สอดคล้องสูง

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มด้านการจัดการสัญญาตัวแทนและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทในประเทศไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงทุกประเด็น ดังนี้ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวนสัญญาจ้างงาน หรือข้อตกลงของการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัวนักฟุตบอลอาชีพ

(IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้ (นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์) ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้า (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นที่ปรึกษา เบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง(หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้ง จัดเตรียมแบบฟอร์มภาษีและการประกันภัย (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรอง รวมทั้งคลี่คลายความขัดแย้งต่างๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอลอาชีพ (IQ=1) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการ สัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎ ข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ (IQ=1)

นอกจากนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ต่อบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการสัญญา ตัวแทนและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีบทบาทและหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่มีแนวโน้มเป็นไปได้มากที่สุด คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวนสัญญาจ้างงานหรือ ข้อตกลงของการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว ของนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=5.00) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้ (นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์) ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้า (ฟรีเซ็นเตอร์) (Mdn=4.50) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องให้คำปรึกษา ประสานงาน จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=5.00) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอลอาชีพ (Mdn=4.50) และเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการ สัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎ ข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ (Mdn=5.00) ส่วนประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีแนวโน้มเป็นไปได้มาก 2 ประเด็น คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นที่ปรึกษา เบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง(หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้ง จัดเตรียมแบบฟอร์มภาษีและการประกันภัย (Mdn=4.00) เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็น ผู้ทำการเจรจาต่อรองรวมทั้งคลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า (Mdn=4.00)

ตอนที่ 4.2 ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักฟุตบอลอาชีพ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไทยที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

4.2.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไทย

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักฟุตบอลอาชีพ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักฟุตบอลอาชีพจำแนกตามสถานภาพ

(n=232)

ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	232	100
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	18	7.8
21-30 ปี	196	84.5
31-40 ปี	18	7.8
3.สถานภาพสมรส		
โสด	196	84.5
สมรส	36	15.5
หย่าร้าง	0	0

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=232)

ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
4.อาชีพ		
นักศึกษา	95	40.9
รับราชการ	43	18.5
บริษัทเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว	22	9.6
อื่นๆ ไปรกระบุ	72	31.0
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	25.9
ปริญญาตรี	165	71.1
สูงกว่าปริญญาตรี	7	3.0
6. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	26	11.2
10,001-20,000 บาท	88	37.9
20,001-30,000 บาท	64	27.6
30,001-40,000 บาท	31	13.4
มากกว่า 40,000 บาท	23	9.9

จากตารางที่ 5 ข้อมูลพื้นฐานของนักฟุตบอลอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8 เมื่อพิจารณาด้านสถานภาพของนักฟุตบอลอาชีพ พบว่า นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 15.5 นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพอื่นๆ(นักกีฬา) คิดเป็นร้อยละ 31 ประกอบอาชีพราชการ คิดเป็นร้อยละ 18.5 และทำอาชีพบริษัทเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับวุฒิการศึกษาสูงสุดของนักฟุตบอลอาชีพส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3 นักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 รายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.4 รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 11.2 และรายได้มากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า นักฟุตบอลอาชีพที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21- 31 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มากที่สุด มีการประกอบอาชีพเป็นนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนวุฒิทางการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรี ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพไทยที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

บทบาท หน้าที่ ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลผล
1. ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ	4.38	0.51	มาก
2. ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพ	4.20	0.56	มาก
3. ด้านการตลาด	4.22	0.61	มาก
4. ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรอง	4.40	0.59	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	0.51	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$, S.D.= 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทั้ง 4 ด้านนี้นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยในระดับมากต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองมากที่สุด ($\bar{X}=4.40$, S.D.= 0.59) รองลงมาคือ ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.38$, S.D.= 0.51) ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.22$, S.D.= 0.61) และ ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพ ตามลำดับ ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0 .56)

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม คุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลผล
ด้านคุณสมบัติทั่วไป			
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง	4.22	0.83	มาก
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.26	0.83	มาก
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบของ FIFA	4.47	0.68	มาก
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆใน FIFA, สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง	4.20	0.79	มาก
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา	4.31	0.79	มาก
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ	4.24	0.86	มาก
ด้านความรู้			
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา	4.41	0.75	มาก
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ	4.50	0.73	มากที่สุด
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีม	4.52	0.73	มากที่สุด
10. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี	4.37	0.76	มาก

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม คุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพ ในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลผล
ด้านทักษะ			
11. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีความสามารถ และความ ชำนาญในการคั่นหานักกีฬาฟุตบอล	4.40	0.79	มาก
12. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการเจรจาต่อรอง	4.40	0.76	มาก
13. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการพูดและการ เขียนเพื่อการสื่อสาร	4.38	0.80	มาก
ด้านคุณลักษณะอื่นๆ			
14. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่	4.43	0.82	มาก
15. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความ คล่องแคล่วว่องไว	4.38	0.73	มาก
16. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และ ความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่แทนนักฟุตบอลอาชีพ	4.50	0.66	มากที่สุด
17. เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการ ปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน หลักจริยธรรมวิชาชีพ	4.47	0.74	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.4	0.51	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพไทยมีความคิดเห็นต่อบทบาทและหน้าที่ของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพในด้านคุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.38$, S.D. =0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านคุณสมบัติทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากต่อคุณสมบัติทั่วไปของเยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพในประเด็น เยาวชนต้นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบของ FIFA

มากที่สุด ($\bar{X}=4.47$, S.D. =0.68) รองลงมาคือ ประเด็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา ($\bar{X}=4.31$, S.D. =0.79) ส่วนประเด็นที่นักฟุตบอลเห็นด้วยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกประเด็นในด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ คือ ประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆ ใน สมาพันธ์ สมาคม ลีก สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X}=4.20$, S.D. =0.79)

ด้านความรู้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพด้านความรู้ในประเด็นเกี่ยวกับ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอลในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีม (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, สมาคม) ($\bar{X}=4.52$, S.D. =0.73) รองลงมาคือ ประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ ($\bar{X}=4.50$, S.D. =0.73) ส่วนประเด็นที่นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยในระดับมากมี 2 ประเด็น คือ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมาย เรื่องสัญญา ($\bar{X}=4.41$, S.D. =0.75) และ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.37$, S.D. =0.77) ตามลำดับ

ด้านทักษะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพด้านทักษะในประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความสามารถ และความชำนาญในการคั่นหานักกีฬาฟุตบอล ดี ($\bar{X}=4.40$, S.D. =0.79) และ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการเจรจาต่อรอง ดี ($\bar{X}=4.40$, S.D. =0.76) มากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสาร ($\bar{X}=4.38$, S.D. =0.80)

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพด้านคุณลักษณะอื่นๆ ในประเด็น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่แทนนักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.50$, S.D.=0.66)มากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ ซึ่งนักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.47$, S.D.=0.74) ส่วนประเด็นที่นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกประเด็นในด้านคุณลักษณะอื่นๆ คือ ประเด็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว ($\bar{X}=4.38$, S.D. =0.73)

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	$\bar{X}$	มาตรฐาน S.D.	
1. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษาเบื้องต้นกับนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ	4.35	0.73	มาก
2. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ	4.26	0.75	มาก
3. เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ	4.34	0.77	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	$\bar{X}$	มาตรฐาน S.D.	
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็นผู้วางแผนการเสียดายให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ให้นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด	4.30	0.85	มาก
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ	4.18	0.83	มาก
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรเป็นผู้แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ	4.18	0.82	มาก
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ	4.12	0.95	มาก
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า การฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ	3.94	0.86	มาก
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพ เรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ	4.13	0.75	มาก
10. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ	4.21	0.82	มาก
11. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่เป็นผู้รักษาผลประโยชน์ และจัดหารายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนักฟุตบอลอาชีพ	4.22	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.2018	0.56	มาก

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในภาพรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.56)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากเกี่ยวกับประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษาเบื้องต้นกับนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับ

การบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ มากที่สุด ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.73) รองลงมา เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.77) และ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็นผู้วางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ให้นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด ($\bar{X}=4.30$, S.D.=0.85) ตามลำดับ ส่วนประเด็นบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า การฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ เป็นประเด็นที่นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกประเด็นในการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.86)

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อการจัดการด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลผล
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ	4.31	.073	มาก
2. ก่อนที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ	4.26	0.71	มาก
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้ายกก่อนจะให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์	4.27	0.77	มาก
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง	4.19	0.78	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	$\bar{X}$	มาตรฐาน S.D.	
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ สินค้าที่จำเป็นสำหรับกีฬาฟุตบอล	4.19	0.87	มาก
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการสร้างและ รักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน	4.15	0.84	มาก
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้องค้นหา ภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบน พื้นฐานอาชีพและส่วนตัว	4.07	0.87	มาก
8. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการสร้าง และพัฒนา เครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์	4.21	0.77	มาก
9. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างนักฟุตบอลอาชีพให้มี ภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอล อาชีพเป็นที่น่าสนใจ	4.23	0.87	มาก
10. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอล อาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพ ประสบความสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถใน การเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์	4.27	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	0.61	มาก

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.61)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากเกี่ยวกับประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ มากที่สุด ($\bar{X}=4.31$, S.D.= 0.73) รองลงมา คือบทบาทหน้าที่ในประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนจะให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ($\bar{X}=4.27$, S.D.= 0.77) และ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของ

นักฟุตบอลอาชีพประสบผลสำเร็จ ($\bar{X}=4.27$, S.D.= 0.83) ซึ่งเป็นประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และประเด็น ก่อนที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ เช่น นักกีฬายินดีปรากฏตัว ชอบ/ไม่ชอบผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.26$, S.D.= 0.71) ตามลำดับ ส่วนประเด็น บทบาทหน้าที่เกี่ยวกับ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้องค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบนพื้นฐานอาชีพและส่วนตัว เป็นประเด็นที่นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกประเด็นในด้านการตลาด ($\bar{X}=4.07$, S.D.= 0.87)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อการจัดการสัญญาตัวแทนและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ประเด็นข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	$\bar{X}$	มาตรฐาน S.D.	
1. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวนสัญญาจ้างงาน หรือข้อตกลงของการย้ายทีมและเจรจาต่อรอง เมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว ของนักฟุตบอลอาชีพ	4.46	0.76	มาก
2. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้(นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์)ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้า (ฟรีเซ็นเตอร์)	4.47	0.71	มาก
3. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องให้คำปรึกษา ประสานงาน จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ	4.41	0.71	มาก
4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นที่ปรึกษาเบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง(หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้งจัดเตรียมแบบฟอร์มภาษีและ การประกันภัย	4.33	0.77	มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ประเด็นข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลผล
การจัดการสัญญาเอเย่นต์การเจรจาต่อรองของเอเย่นต์ นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	$\bar{X}$	มาตรฐาน S.D.	
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรอง รวมทั้งคลี่คลาย ความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า	4.31	0.79	มาก
6. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอล อาชีพ	4.39	0.74	มาก
7. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการสัญญา ตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬา ฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ	4.44	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40	.59	มาก

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในการจัดการสัญญาตัวแทน และการเจรจาต่อรองและกฎหมายของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D. =0.59)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักฟุตบอลอาชีพมีความคิดเห็นในระดับมากเกี่ยวกับประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้า มากที่สุด ($\bar{X}=4.47$, S.D.= 0.71) รองลงมา คือบทบาทหน้าที่ในประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวนสัญญาจ้างงาน หรือข้อตกลงของการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนตัว ของนักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.46$, S.D.= 0.76) และประเด็น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการสัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ ($\bar{X}=4.44$, S.D.= 0.754) ตามลำดับ ส่วนประเด็นบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรอง รวมทั้งคลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ

สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า เป็นประเด็นที่นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับทุกประเด็นในด้านการจัดการสัญญาตัวแทนและ การเจรจาต่อรองและกฎหมายของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ($\bar{X}=4.31$, S.D.= 0.79)

การวิจารณ์

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยเป็นออกเป็น 3 ประเด็น คือ ด้านการจัดการทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ด้านการจัดการการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ และด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ โดยการเก็บข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDR ซึ่งในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 27 คน เพื่อทำนายแนวโน้มบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่ควรจะเป็นในอนาคต

จากผลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ขอนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไทย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการศึกษาพบว่าบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในด้านการจัดการทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเด็น คือ การกำหนดคุณสมบัติของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ การจัดการวางแผนด้านการเงิน และการวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพ ดังนี้

1.1 ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทั้งในด้านคุณสมบัติทั่วไป ด้านความรู้ ทักษะ และด้านคุณสมบัติอื่นๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

จากผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ด้านคุณสมบัติของผู้สมัครเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยมีความสอดคล้องสูงทุกประเด็น คือ เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นบุคคลทั่วไปซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งเพศชาย หรือหญิง และได้รับใบอนุญาตหรือใบรับรองการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association FIFA) ทั้งนี้เนื่องจากในการสมัครเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนั่น ผู้สมัครต้องยื่นใบสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรในการขอใบอนุญาตเอเย่นต์ไปยังสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งผลการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญยังสอดคล้องกับ (มาตราที่ 6 เรื่องคุณสมบัติสำหรับผู้สมัคร PLAYERS' AGENTS REGULATIONS 2008) ผู้สมัครต้องเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่มีประวัติไม่เหมาะสมและไม่เคยได้รับการลงโทษทางอาญาในคดีที่เกี่ยวข้องทางการเงิน หรือคดีร้ายแรง นอกจากนั้นผู้สมัครต้องไม่เป็นเจ้าหน้าที่ พนักงานหรือมีตำแหน่งอื่นในฟีฟ่า (FIFA), สมาคม, สโมสรฟุตบอล หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นสถานะใด และผู้สมัครยินยอมที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA และสมาคมที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกับ (มาตราที่ 2 เรื่องทั่วไป PLAYERS' AGENTS REGULATIONS 2008)ทั้งนักฟุตบอลอาชีพและสโมสรฟุตบอลมีสิทธิรับบริการจากเอเย่นต์นักกีฬาที่มีใบอนุญาต ในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ-ขาย ย้ายทีมหรือการเจรจาต่อรอง ทบทวนการเจรจาสัญญาจ้างงาน ซึ่งเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพอาชีพมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนบริการที่นักฟุตบอลอาชีพมอบให้ตามข้อตกลง

นอกจากนั้นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในวงการฟุตบอล และเป็นผู้ที่มีเครือข่ายในการติดต่ออุตสาหกรรมฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ คุณสมบัติดังกล่าวมีความสอดคล้องสังคมไทยให้ความสำคัญกับผู้จบการศึกษาในระดับสูง การศึกษาสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความศรัทธา และทำให้เอเย่นต์มีความสามารถที่รอบรู้ทุกด้าน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่จะเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ให้กับนักกีฬายิ่งขึ้นนอกจากนี้สอดคล้องกับ Adam (2003: 2) เอเย่นต์นักกีฬา

อาจจำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาขั้นต่ำที่กำหนดไว้ และสมาคมนักอเมริกันฟุตบอลสโมสรแห่งชาติ (NFLPA) National Football League Players Association กำหนดให้บุคคลที่ต้องการเป็นเอเยนต์ให้กับนักกีฬาอาชีพหรือในวงการกีฬาต้องได้รับวุฒิการศึกษาวิทยาลัยหลักสูตรสี่ปีจากสถาบันที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการเพื่อที่จะสามารถเป็นเอเยนต์ให้นักกีฬานักกีฬาในสโมสรอเมริกันฟุตบอลแห่งชาติ (NFL) National Football League Players Association ได้

จากผลการศึกษาข้อมูลด้านความรู้ และทักษะ พบว่า ประเด็นบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพมีความสอดคล้องสูงมาก 2 ประเด็น คือ บทบาทหน้าที่ในเรื่องของเอเยนต์ต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของกีฬาฟุตบอล (เรื่องของกฎระเบียบข้อบังคับของFIFA และสมาพันธ์ฟุตบอล) และเอเยนต์ต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและนอกประเทศเป็นอย่างดี เนื่องจาก เป็นคุณสมบัติที่มีความจำเป็นต่อการดำรงตำแหน่งในการเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ โดยที่เอเยนต์จะต้องมีความรู้และทำความเข้าใจในระบบหรือขั้นตอนการทำงานในวงการกีฬาฟุตบอลเพื่อให้ปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จเป็นอย่างดี และเป็นการป้องกัน รักษาผลประโยชน์ของนักฟุตบอลอาชีพในขณะที่ประกอบอาชีพด้วยการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ทั้งนี้ เอเยนต์ต้องมีทักษะความสามารถ และรอบรู้ ในวงการกีฬาฟุตบอลทั้งในและนอกประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อสามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของกีฬาฟุตบอล ซึ่งเอเยนต์นักฟุตบอลสามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ ในการพัฒนาในระบบหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมายจากนักฟุตบอลอาชีพซึ่งถือได้ว่าเป็นคุณสมบัติที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้

นอกจากนั้น พบว่า แนวโน้มของบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนั้นควรมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป ความรู้การวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพ ความรู้เรื่องของสัญญาและการเจรจาต่อรอง เนื่องจากเป็นความรู้พื้นฐานที่เอเยนต์ต้องนำไปช่วยในการจัดการให้กับสโมสรฟุตบอล เพื่อไม่ให้สโมสรฟุตบอลถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมถึงทักษะด้านภาษาอังกฤษ เป็นทักษะที่สำคัญ เอเยนต์สโมสรฟุตบอลจะต้องเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้แทนนักฟุตบอลอาชีพเข้าร่วมประชุม เจรจา ร่างสัญญาตัวแทน หนังสือสัญญาการจ้างงาน สัญญา การซื้อขายตัว นักฟุตบอลอาชีพ หรือการย้ายสโมสรฟุตบอล และการที่จะเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่ดี จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการเจรจาต่อรอง โดยมีความประณีต ละเอียดย่อม เพื่อผลประโยชน์สูงสุดให้แก่สโมสรฟุตบอล

ทั้งนี้ การทำงานของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำความรู้จักกับสโมสรฟุตบอลเป็นการส่วนตัวซึ่งเป็นการช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นขึ้นระหว่างสองฝ่ายซึ่งการทำงานของเอเยนต์จะต้องมีการอ้างอิงสิ่งที่ปรารถนาจะให้บรรลุเป้าหมายของสโมสรฟุตบอล เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถลงมือปฏิบัติหรือกระทำการใดๆ ภายหลังจากได้รับการปรึกษากับสโมสรฟุตบอล ดังนั้น สิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าหรือสโมสรฟุตบอลเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ รวมทั้งความไว้วางใจในการทำงาน ความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความกระตือรือร้น มีไหวพริบ ความคล่องตัว รอบคอบในการทำงาน เพื่อประโยชน์สูงสุดของสโมสรฟุตบอลซึ่งถือเป็นหลักจรรยาบรรณวิชาชีพเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆ ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ เนื่องจาก สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยให้พัฒนาศักยภาพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งในปัจจุบันนักวิชาการได้นิยามสิ่งเหล่านี้ว่า “สมรรถนะ” ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคลหรือ เจตคติ (Attribute) ที่จำเป็นต้องมีเพื่อปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ McClelland (1973) สอดคล้องกับ สก็อต บี พาร์รี่ (Scott B. Parry) นิยามคำว่าสมรรถนะคือ กลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่เกี่ยวข้องกันซึ่งมีผลต่องานหลักของตำแหน่งงานหนึ่งๆ โดยกลุ่มความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งงานนั้นๆ และสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา (สุกัญญา รัชมิธรรมโชติ, 2004: 48) และอานนท์ สักดิ์วีระวิทย์ (2547: 61) ได้สรุปคำนิยามของสมรรถนะไว้ว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะของบุคคล ซึ่งได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติต่างๆ อันได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพ และอื่น ๆ

1.2 ด้านการวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการการวิจัย เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีหน้าที่ในการเป็นผู้รักษาผลประโยชน์ให้คำแนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอล เป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับการจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมทั้งให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตนและความสัมพันธ์กับสื่อและจัดการรายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนักฟุตบอล ตามเงื่อนไขสัญญา

ทั้งนี้จะทำให้นักฟุตบอลอาชีพสามารถแสดงความสามารถหรือศักยภาพของตัวเองในฝึกซ้อมและการแข่งขันได้เต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Ruxin (2004: 117) ที่กล่าวว่า เอเยนต์สโมสรฟุตบอลจะทำการจองการจัดการฝึกซ้อมและการแข่งขันเพื่อเสริมชัยชนะของสโมสรฟุตบอลจากการตระเวนแข่งขันหรือการเดินทางไปที่ต่างๆ และสอดคล้องกับ Adam (2003: 5) หลายประเภทของกีฬาฤดูหนาว, ผู้แข่งขันเพาะกายและฟิตเนส, และกีฬาอื่นๆ ที่ต้องการความช่วยเหลือในด้านการเป็นเอเยนต์นักกีฬาเพื่อช่วยพวกเขาในการจัดการกับธุระในชีวิตประจำวันและแสวงหาผู้อุปถัมภ์, การปรากฏตัว, การลงนามรับรองต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนกับเงินหรือสินค้า, รวมไปถึงนักกีฬาที่มีพรสวรรค์ที่ต้องการแสดงความสามารถทางด้านกีฬาให้ประจักษ์ในสนามแข่งขันและผู้หมทางโทรทัศน์ในช่องรายการ “บันทึกกีฬา” เช่นรูปแบบตัวอย่างของวงการมวยปล้ำอาชีพ

นอกจากนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนมีความสามารถในการติดต่อประสานงานเพื่อช่วยเหลือนักกีฬาในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพและการเปลี่ยนแปลงในการเกษียณตัวเองออกจากวงการกีฬาฟุตบอล ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Brennan (1996) กล่าวว่า ระยะเวลาเฉลี่ยของอาชีพนั้นจะแตกต่างกันไปตามประเภทกีฬาแต่โดยทั่วไปแล้วจะต่ำกว่า 5 ปี ดังนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของนักฟุตบอลอาชีพให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ทั้งในระหว่างและภายหลังอาชีพของนักฟุตบอล โดยสิ่งที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องดำเนินการระหว่างออกจากอาชีพกีฬานั้น วางแผนการเงินที่เหมาะสม รวมถึงการลงทุนรายได้ ความครอบคลุมของประกันภัย และการทำสัญญาเงินบำนาญให้กับนักฟุตบอลอาชีพเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหลักการเลิกเล่นฟุตบอล นอกจากนี้เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องช่วยเหลือนักฟุตบอลอาชีพในการสำรวจโอกาสในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการกีฬา เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักฟุตบอลอาชีพหลังการปลดเกษียณอีกด้วย

1.3 ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า บทบาทหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่มีความสอดคล้องสูงมาก คือ การที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถที่จะแนะนำทางเลือกในอาชีพ และธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬาและหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เห็นว่า การประกอบอาชีพกีฬาในประเทศไทย นักกีฬายังมีรายได้น้อย ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงตัวเองและครอบครัว เพราะได้รับเพียงเงินเดือนจากสโมสรฟุตบอลต้นสังกัด จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้

เห็นความสำคัญของบทบาทหน้าที่ของเอเจนต์เพื่อที่จะให้คำแนะนำ ปรีกษา หาทางเลือกที่ดี ในการที่จะก่อให้เกิดรายได้ ทั้งในอุตสาหกรรมกีฬา และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ เอเจนต์ นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ในการให้คำปรึกษาการวางแผนการเงินและอาชีพเบื้องต้น และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมทั้งทำหน้าที่ติดต่oprสานงานกับผู้เชี่ยวชาญให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งเอเจนต์ นักฟุตบอลอาชีพไม่ควรจะดำเนินการด้านการเงินทุกอย่างด้วยตนเองเนื่องจากการวางแผนการเงินมีกิจกรรมจำนวนมาก เช่น การธนาคารและการบริหารจัดการ การหมุนเวียนเงินสด การวางแผนเรื่องภาษี ให้คำปรึกษาเรื่องการลงทุน วางแผนเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์ การจัดการความเสี่ยง ดังนั้นการซึ่งสอดคล้องกับ Robert (2004) ที่กล่าวว่า นักฟุตบอลอาชีพที่ได้ลงนามในสัญญาการเล่นที่ได้ผลตอบแทนสูงมักจะต้องการความช่วยเหลือในด้านการบริหารจัดการการเงินและมีที่ปรึกษาด้านการเงินหลายๆ คน เช่น ทนายความทางภาษี นักบัญชี ที่ปรึกษาทางการเงิน ที่ปรึกษาทางการเงินอื่นๆ ธนาคาร บริษัทประกันภัย ซึ่งเงื่อนไขของการจัดเตรียมควรอธิบายในสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่แยกออกจากข้อตกลงในการเจรจาสัญญาการเล่น การบริการที่ปรึกษารวมถึงการทำบัญชีทั่วไป การวิเคราะห์งบประมาณของนักกีฬา การวิเคราะห์ภาระภาษีการวางแผนด้านภาษีของนักกีฬา การจัดเตรียมการขอคืนภาษีของนักกีฬา การจ่ายค่าใช้จ่ายของนักกีฬาและสรุปการเงินรายปี ซึ่งเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพไม่สามารถทำหน้าที่ดังกล่าวได้ จึงจำเป็นที่จะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ประสานเพื่อหาผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาด้านการเงินให้กับนักฟุตบอลอาชีพ และยังสอดคล้องกับ Grossman (2002) ที่กล่าวถึงปัญหาของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในการปฏิบัติการกิจหลายอย่างในเวลาเดียวกันว่า เอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพอาจไม่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จะทำทุกอย่างได้เองทั้งหมด อีกทั้งในบางกรณีเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพได้มีการฉ้อโกงและการผิดสัญญาเกี่ยวกับหน้าที่ดูแลผลประโยชน์เกี่ยวกับการวางแผนการเงินและการลงทุน อีกทั้ง Lisa (2009) ยังได้กล่าวว่า เอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพควรจะช่วยนักฟุตบอลอาชีพที่มีเงินเดือนเป็นจำนวนมากในการจัดทำแผนการใช้จ่ายและการออม จะช่วยลดความเสี่ยงมากโดยเฉพาะความเสี่ยงด้านการลงทุนของนักกีฬา นักกีฬาส່วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนด้วยตัวเองโดยขาดการไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ทำให้สูญเสียเงินจำนวนมากไปเนื่องจากการลงทุนธุรกิจที่ผิดพลาด ดังนั้น เอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำนักวางแผนด้านการเงินให้กับนักฟุตบอลอาชีพและเป็นผู้วางแผนการเงินให้แก่ นักกีฬา

2. บทบาทหน้าที่ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า จากเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนด้านการตลาดพร้อมทั้งจัดการหากลยุทธ์ที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า รวมถึงการรักษาภาพลักษณ์ให้กับนักกีฬา โดยการประเมินศักยภาพของตัวนักกีฬานั้นพื้นฐานความเป็นจริง ทั้งนี้เพื่อค้นหาโอกาสในการรับรองสินค้าหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้า กับสินค้าที่จำเป็นสำหรับนักฟุตบอลอาชีพ แต่จากสภาพปัญหาของตัวนักฟุตบอลอาชีพไทย นักฟุตบอลอาชีพยังมีบุคลิกลักษณะที่เงินอายุ ไม่กล้าแสดงออก เจ็บขบขี้น ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจะทำประเมินศักยภาพของนักกีฬานักฟุตบอลอาชีพ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ประเมินความสามารถในการรับรองสินค้าหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้า ของนักฟุตบอลอาชีพทั้งในอดีตและปัจจุบัน ความต้องการของนักฟุตบอลอาชีพในการรับรองสินค้า รวมทั้งในด้านความยินดีที่จะปรากฏตัว ความชอบหรือความไม่ชอบต่อตัวผลิตภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ และการพิจารณาองค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้ในศักยภาพทางการตลาดของนักกีฬา ได้แก่ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความดึงดูดทางภูมิศาสตร์ความสำเร็จทั้ง ในและนอกสนาม ทักษะที่เป็นเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ ความสามารถในการพูดในที่สาธารณะ และลักษณะทางกายภาพเพื่อให้มีความแตกต่างจากนักฟุตบอลอาชีพคนอื่นและทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดกีฬาต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Robert (2004) ที่กล่าวว่า สัญญาการรับรองของนักฟุตบอลอาชีพส่วนใหญ่มาจากผู้ผลิตเสื้อผ้าและอุปกรณ์ เสื้อผ้า, รองเท้า, ไม่กอล์ฟและไม้เทนนิสชนิดเดียวกันกับที่นักกอล์ฟและนักเทนนิสสวมใส่และใช้อยู่ได้ถูกขายให้กับผู้บริโภคทั่วโลก ในการประกาศการลงนามของ Venus Williams ในสัญญาที่รายงานว่ามียอดมูลค่าถึง 40 ล้านดอลลาร์ เป็นระยะเวลาห้าปี Reebok บรรยายข้อตกลงว่าเป็น “ข้อตกลงที่ให้ผลตอบแทนอย่างงดงามและมีเนื้อหาครอบคลุมที่สุดที่เคยมีมาสำหรับนักกีฬาหญิง” และยืนยันอีกครั้งว่าเป็น “ข้อผูกมัดทางกลยุทธ์ที่ประกาศสนับสนุนในตราสินค้าโดยการเลือกนักกีฬาไม่ก็คนที่มีความสามารถ, น่าตื่นตาตื่นใจ, และนำสมัยที่สุดของโลก” Reebok บันทึกความสนใจที่หลากหลายของเธอ (การทำอาหาร, การออกแบบแฟชั่น, การเล่นเจ็ตสกีน้ำ, การเล่นกอล์ฟ) และการยึดมั่นต่อครอบครัวของเธอและกล่าวว่า “ความน่าดึงดูดใจอย่างมหาศาลของเธออยู่เหนือกว่าการกีฬา, วัย, เพศ, ชนชั้น, และขอบเขตทางภูมิศาสตร์” Venus และ Serena น้องสาวของเธอโฆษณาให้กับ McDonald’s การรับรองรายปีที่ได้รับของ Serena (หมากฝรั่ง Wringley’s, เครื่องสำอางค์ Avon, ยาสีฟัน Close-up) ได้ถูกคาดหมายว่าจะพุ่งสูงไปกว่าที่เคยได้รับในอดีตที่ 10 ล้านดอลลาร์ เมื่อเธอลงนามในข้อตกลงรองเท้าใหม่ และกีฬาประเภทบุคคลจะมีอำนาจต่อผู้ชมและผู้เข้าร่วมทั่วโลก ซึ่งมีความหมายในการให้การรับรองสินค้า ดังนั้น ตัวอย่าง

เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าเอเยนต์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการรับรองสามารถสร้างการคิดไตร่ตรอง แผนการระยะยาวเพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดภายในข้อจำกัดของผลงานของนักกีฬา, บุคลิกภาพ, และ ตลาดในถิ่นของทีม

นอกจากนี้ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการพัฒนาแผนการตลาดในการทำข้อตกลงทางการค้าหรือสร้างข้อตกลงการรับรองสินค้าหรือบริการหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้า บริการของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง เพราะอาชีพนักฟุตบอลเป็นอาชีพที่มีช่วงความสามารถในการแข่งขันสั้น ดังนั้น ผู้ที่มาทำหน้าที่เป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องถือเอาโอกาสสร้างรายได้ ที่นอกเหนือจากการเล่นฟุตบอล ถือเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับนักกีฬาและเป็นผลประโยชน์ทั้ง เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพและตัวนักฟุตบอลเองอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Lester (2002) ที่กล่าวว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการพัฒนาแผนการตลาดเพื่อการรับรองสินค้าโดยสอดคล้องกับความต้องการของนักฟุตบอลอาชีพและเป้าหมายระยะยาว ขณะเดียวกัน เอเยนต์ต้องระลึกอยู่เสมอว่า อาชีพของลูกค้าหรือนักกีฬาและความเป็นคนของประชาชนอาจจะมีระยะเวลาสั้น ดังนั้น ทุกๆ โอกาสควรจะได้รับประเมินโดยอ้างอิงจากศักยภาพของโอกาสที่จะเพิ่มรายได้ สูงสุดให้นักกีฬา และนำเสนอออกมาตลอดอาชีพของนักกีฬา และสอดคล้องกับ Robert (2004) ที่กล่าวว่าเอเยนต์ที่ ประสบความสำเร็จจะวางแผนกลยุทธ์ระยะยาวเพื่อสนองตอบอย่างรวดเร็วต่อโอกาสที่เข้ามาอย่างฉับพลันภายใต้กรอบของการทำงานในการสร้างภาพพจน์ของนักกีฬาและป้องกันการเปิดเผยตัวที่ มากจนเกินไป โดยเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องมีความสามารถประเมินคุณภาพของสินค้าที่จะ ถูกให้การรับรอง, บริษัทผู้สนับสนุน, และภาพลักษณ์ของสินค้าและบริษัทจะประสานเข้ากันได้กับ ภาพลักษณ์ที่ต้องการของนักกีฬา

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและนักกีฬาอาชีพทั้งอดีตและปัจจุบัน พบว่า แนวโน้มบทบาทและหน้าที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรวิเคราะห์ประเมินทางการตลาดและมีการ พัฒนาเครือข่ายการติดต่อที่ดีกับบริษัทที่นักกีฬาเป็นพรีเซ็นเตอร์รับรองสินค้า เอเยนต์นักฟุตบอล อาชีพที่มีเครือข่ายที่ดีกับบริษัทต่างๆ จะเป็นที่ต้องการ คาดหวังของนักกีฬา เป็นอย่างมากทั้งนี้ เพราะเอเยนต์สามารถหาผู้ให้การสนับสนุนในรูปของเงิน หรือสิ่งของ และสามารถหาโอกาสใน การไปเป็นพรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Lester (2002) ที่กล่าวว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องสามารถสร้างเครือข่ายให้กับนักกีฬาที่ตนดูแล เลือกประเภทของ สินค้าและตัดสินใจว่าผู้ผลิตรายใดทำการตลาดสินค้าประเภทนั้น รวบรวมรายชื่อของผู้ผลิตสินค้า

ทำการตัดสินใจว่าบริษัทใดที่จ่ายเงินให้กับการนำนักกีฬามาเป็นฟรีเซ็นเตอร์และ เรียนรู้เกี่ยวกับบริษัทเป้าหมายที่มีศักยภาพ

เอเยนต์ควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่านักฟุตบอลอาชีพ พร้อมกับจัดทำประวัติข้อมูล นักกีฬา เพื่อค้นหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพในการทำการตลาดให้กับนักฟุตบอลอาชีพ ดังนั้นการทำความเข้าใจในตัวนักกีฬาอย่างละเอียดจะช่วยให้การเลือกบริษัทให้เหมาะสมกับ เอเยนต์นักกีฬาทำให้เกิดความสำเร็จในการทำอาชีพของนักกีฬาต่อไปการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาด สินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนจะให้นักกีฬาเซ็นสัญญาข้อตกลงทางการค้าเนื่องจากการสร้างประวัติ ข้อมูลของนักกีฬาเพื่อค้นหาสิ่งที่น่าสนใจที่นักฟุตบอลอาชีพเป็น จากนั้นก็ใช้ภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของ นักฟุตบอลอาชีพทำการตลาดอย่างมีแบบแผนบนพื้นฐานของอาชีพและส่วนตัวของนักฟุตบอล อาชีพ และสามารถจับคู่กับนักกีฬากับตราสินค้าที่เหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสและประสบการณ์ให้แก่ นักกีฬาได้ โดยเอเยนต์ต้องสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือบริการให้กับนักฟุตบอลอาชีพจาก ภาพลักษณ์ มีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจของสาธารณชน ซึ่งสอดคล้อง กับการสัมภาษณ์นักวิชาการทางด้านการตลาด กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าให้กับ นักกีฬาโดยนำจุดเด่นของนักกีฬา จากบุคลิกลักษณะการสร้างตราสินค้าก็ไม่ควรแตกต่างจากที่ นักกีฬาเป็นอยู่ เนื่องจากตราสินค้าจะมีผลต่อผู้ที่ให้การสนับสนุนนักการตลาดสามารถสร้างตรา สินค้า โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้สอดคล้องระหว่างภายในกับภายนอกของตัวนักกีฬา หมายความว่า ภาพลักษณ์ที่บุคคลภายนอกมองตัวนักฟุตบอลควรสอดคล้องกับในสิ่งที่นักฟุตบอลเป็นหรือสิ่ง ที่จะสื่อออกไปต่อสาธารณชน ถ้าไม่สอดคล้องกันนักการตลาดต้องมีกระบวนการทำให้เกิดขึ้นโดย ใช้เครื่องมือ การสื่อสารทางการตลาดมาช่วย โดยสามารถใช้ของตัวนักฟุตบอลไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของการเครื่องแต่งกาย อาหารการกิน การไปพักผ่อน ไปเที่ยว การไปเป็นสปอนเซอร์ก็เป็นอีกเรื่อง หนึ่ง การที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว เอเยนต์ได้ทำการฝึกอบรมที่ผสมผสานการบรรยาย การ จัดการสัมภาษณ์จำลอง ช่วงการถาม-ตอบ และการดูวิดีโอเทปของนักกีฬาหรือโค้ชคนอื่นๆเพื่อ วิพากษ์วิจารณ์ก่อนที่จะปล่อยให้นักฟุตบอลสัมผัสกับสถานการณ์จริงเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิด เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด และก่อให้เกิดความพึงพอใจสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลาย นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับ (Lisa, 2009) ตัวอย่าง เช่น Andrea Kirby ผู้ซึ่งเป็นโค้ชด้านสื่อกีฬาให้กับ Jerry Stackhouse เริ่มการฝึกด้วยการให้นักกีฬายกคุณสมบัติส่วนตัวด้านดี เช่น ความ เป็นมิตร (Friendly) เอาใจใส่ (Caring) ช่างคุย (Talkative) เก่งกีฬา (Athletic) แต่งกายดี (Well – Dressed) เป็นลูกที่ดี (Good Son) เป็นสมาชิกครอบครัวที่ดี (Good Family Person) เป็นผู้นำ (A Leader)

อบอุ่น (Warm) สุภาพเรียบร้อย (Respectful) เอื้อเฟื้อ (Generous) ซึ่ง Kirby เอเยนต์ของ Jerry Stackhouse ถ่ายสำเนาและบอก Stackhouse ให้นำรายละเอียดที่ได้กำหนดร่วมกันมาติดตัวไปกับ และทบทวนทุกครั้งที่ต้องพบกับแฟนคลับหรือ สื่อ ดังนั้น การฝึกอบรมของ Stackhouse รวมถึง การเข้าเรียนคอร์สการแสดงในมหาวิทยาลัยอีก 2-3 คอร์ส การฝึกหัดจังหวะการพูดให้สั้นไหลมากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์นี้จะช่วยสนับสนุนมาตรฐานการทำการตลาดการกีฬาให้เป็นการสร้าง ตราสินค้าให้ตัวนักกีฬา นอกจากนี้ Lisa (2009) ยังกล่าวว่า เอเยนต์ต้องทำหน้าที่ตัดสินใจกำหนด มูลค่าทางการตลาดของนักกีฬา มีหลายปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อมูลค่าทางการตลาดของนักกีฬา อัน ได้แก่ ทักษะของนักกีฬา ความสำเร็จในการเล่นกีฬา ลักษณะเฉพาะตัว (ภาพลักษณ์ ความสามารถในการ โน้มน้าวใจ ลักษณะทางกายภาพและบุคลิกภาพ) นอกจากนี้ต้องศึกษาว่าองค์กรนั้น ต้องการนักกีฬาแค่ไหน และปัจจัยด้านลบต่างๆ (อาชญากรรม การใช้ ยาเสพติด เรื่องอื้อฉาว) มีผลกระทบต่อนักกีฬาอย่างไร มีความสอดคล้องกับ สมาคมการตลาดอเมริกา (AMA: American Marketing Association) ตราสินค้าบุคคล (Personal Brand) ศาสตร์และศิลป์ด้านของตราสินค้าก็ยัง สามารถนำมาใช้กับบุคคลก็ยังได้หลายๆครั้งบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแต่ละคนจะมีความโดดเด่น จากบุคลิกภาพ ลักษณะส่วนบุคคลทำให้เป็นที่จดจำได้ ดังนั้น บทบาทหน้าที่ของเอเยนต์ คือการ รักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อไปเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมกีฬา ซึ่งสอดคล้อง กับนักวิชาการทางการตลาด พบว่า การรักษาตราสินค้าให้อยู่ต่อไป โดยมีกระบวนการดอกร้าตรา สินค้า ให้คงอยู่ต้องคอยดูแลเรื่องของกิจกรรม บุคลิกภาพให้เหมือนเดิมตามภาพลักษณ์ ที่ปรากฏต่อ สาธารณชน นอกจากนี้ควรมีการโฆษณา โดยอาจจะทิ้งช่วงห่างมากกว่าช่วงเริ่มสร้างตราสินค้า ซึ่งการสร้างตราสินค้านี้ เป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ซึ่งงานการตลาดต้องคอยหาโอกาสให้กับ นักกีฬา เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม การจัดกิจกรรมพิเศษ ต่อไป

3. บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า บทบาทและหน้าที่ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองของ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ มีความสอดคล้องสูงทุกประเด็น กล่าวคือ เอเยนต์จะต้องช่วยนักฟุตบอล อาชีพเจรจาต่อรองให้นักฟุตบอลอาชีพได้รับผลประโยชน์มากที่สุด ทั้งในสัญญาว่าจ้างการรับรอง สินค้า เงินเดือน โบนัส ก่อนทำข้อตกลงในสัญญานั้นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับนักฟุตบอล และทำให้นักฟุตบอลสามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวจากการเล่นกีฬาฟุตบอลได้ รวมทั้งหลีกเลี่ยง ความขัดแย้งต่างๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า

นอกจากนั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพอาจจะต้องเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส และจะต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการเป็นตัวแทนสินค้า เพื่อให้ นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุด บทบาทหน้าที่ ที่ควรจะเป็นสำหรับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย คือ การให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ หรือให้คำแนะนำ ปรึกษา เบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง(หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้ง จัดเตรียมแบบฟอร์มภาษีและการประกันภัย และทบทวนสัญญาจ้างงานหรือข้อตกลงของการย้ายทีมเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว พร้อมกับจัดเตรียมการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ บทบาทหน้าที่ในส่วนนี้มีความจำเป็นเนื่องจากนักฟุตบอลอาชีพยังขาดความรู้ในด้านของสัญญาการว่าจ้างงาน ถ้านักกีฬาทำการดำเนินการด้วยตัวเองอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดในเอกสารต่างๆ ได้ง่ายหรือนักกีฬาอาจถูกเอารัดเอาเปรียบในด้านสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ (Mel Stein, 2008) ในสัญญาการเป็นเอเยนต์มาตรฐานของ FIFA ที่มีข้อตกลงพื้นฐานระบุไว้ว่าข้อตกลงเรื่องคู่สัญญา อายุสัญญา ค่าตอบแทน สิทธิเฉพาะในสัญญาแต่เพียงผู้เดียว ข้อตกลงอื่นๆ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในส่วนของกฎหมายนี้ถือเป็นประเด็นสำคัญมากในการทำสัญญาร่วมกันระหว่างบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ในส่วนของบทบาทของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ทุกฝ่ายเห็นด้วยตามบทบัญญัติ ระเบียบข้อบังคับ คำสั่ง และการตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA สมาพันธ์ และสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับข้อบังคับตามกฎหมายสาธารณะที่กำกับดูแลการทำงานและกฎหมายอื่นที่มีในขอบเขตของสมาคม กฎหมายระหว่างประเทศ และสนธิสัญญาที่มีทุกฝ่ายเห็นด้วยที่จะยื่นการเรียกร้องใดๆ ต่อสมาคมหรือ FIFA ห้ามไม่ให้มีการร้องขอไปยังศาลทั่วไป นอกจากว่าจะไม่ได้กำหนดไว้เป็นพิเศษในระเบียบข้อบังคับ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรา 21 เรื่องสัญญาการเป็นเอเยนต์มาตรฐาน FIFA ควรกำหนดสัญญาการเป็นเอเยนต์ที่เป็นมาตรฐานให้กับสมาคมต่างๆ และเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทุกคนต้องใช้สัญญาที่เป็นมาตรฐานเดียวกันนี้ ฝ่ายต่างๆ มีสิทธิที่จะมีข้อตกลงเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากสัญญามาตรฐานนี้ ส่วนในมาตรา 23 เรื่องการยึดตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่ใช้ในขอบเขตของสมาคมดังนี้

1. เอเยนต์นักกีฬาต้องเคารพและยึดตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่งและการตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA, สมาพันธ์, และสมาคม เช่นเดียวกับกฎหมายที่กำกับดูแลการหางานที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม

2. เอเยนต์นักกีฬาต้องแน่ใจว่าทุกธุรกรรมที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของตนสอดคล้องกับข้อบังคับของบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจที่กล่าวไปข้างต้นของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA, สมาพันธ์ และสมาคม เช่นเดียวกับกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคมซึ่งในการทำร่างสัญญาเอเยนต์ของนักฟุตบอลอาชีพไทย เอเยนต์สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือทนายที่มีประสบการณ์ในวงการกีฬามาดูแลเพื่อให้สัญญามีความสมบูรณ์ ไม่ให้เกิดข้อบกพร่อง ถือเป็นการเพิ่มมาตรฐานเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันและเพื่อความปลอดภัยเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสัญญาได้ ดังนั้นหน้าที่ในการดูแลเรื่องของสัญญา ซึ่งเอเยนต์มีสิทธิ์และข้อผูกมัดในการกระทำการใดๆ แทนนักกีฬา ดังนั้น ว่าด้วยตัวสัญญาการเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ FIFA (www.fifa.com) มาตราที่ 19 ดังนี้

1) เอเยนต์นักกีฬาต้องได้รับอนุญาตให้เป็นเอเยนต์นักกีฬาหรือสโมสรฟุตบอลโดยเซ็นสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับนักกีฬาหรือสโมสรฟุตบอลนั้นๆ

2) หากนักกีฬาเป็นผู้เยาว์ ผู้ปกครองตามกฎหมายของนักกีฬาต้องเซ็นสัญญาการเป็นเอเยนต์ที่สอดคล้องกับกฎหมายของประเทศที่นักกีฬานั้นๆ อาศัย

3) สัญญาการเป็นเอเยนต์ต้องมีอายุไม่เกิน 2 ปี โดยสามารถต่ออายุได้อีกไม่เกิน 2 ปีโดยการลงนามเป็นลายลักษณ์อักษร

4) สัญญาการเป็นเอเยนต์ต้องชี้แจงอย่างชัดเจนว่าใครมีหน้าที่รับผิดชอบในการจ่ายเงินให้กับเอเยนต์นักกีฬาและในลักษณะใด โดยเป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม การจ่ายเงินต้องเป็นการจ่ายโดยตรงจากลูกค้าไปยังเอเยนต์ อย่างไรก็ตามหลังจากธุรกรรมดังกล่าว นักกีฬาอาจเซ็นหนังสือให้ความยินยอมกับสโมสรฟุตบอลในการจ่ายเงินให้เอเยนต์ในนามของตน การจ่ายเงินในนามของนักกีฬาต้องสะท้อนให้เห็นถึงเงื่อนไขทั่วไปของการจ่ายเงินตามที่ตกลงไว้ระหว่างนักกีฬาและเอเยนต์นักกีฬา

5) สัญญาการเป็นเอเยนต์ดังกล่าวอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้: ชื่อของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง, ระยะเวลาและค่าตอบแทนสำหรับเอเยนต์นักกีฬา, เงื่อนไขทั่วไปของการชำระเงิน, วันสิ้นสุด และลายเซ็นของทุกฝ่าย

6) สัญญาการเป็นเอเยนต์ต้องเป็นฉบับตัวจริง 4 ฉบับซึ่งลงนามโดยทั้งสองฝ่าย นักกีฬา หรือสโมสรฟุตบอลต้องเก็บฉบับแรกและเอเยนต์นักกีฬาเก็บฉบับที่สอง เพื่อวัตถุประสงค์ในการ ลงทะเบียน เอเยนต์นักกีฬาต้องส่งฉบับที่สามและสี่ไปยังสมาคมของตน และสมาคมที่นักกีฬาหรือ สโมสรฟุตบอลเป็นสมาชิกภายใน 30 วันหลังจากที่ลงนาม

7) ข้อบังคับที่กำหนดในมาตรานี้ไม่มีผลต่อสิทธิของลูกค้าในการลงนามสัญญาจ้างงาน หรือสัญญาขายทีมโดยปราศจากความช่วยเหลือของเอเยนต์

8) เอเยนต์นักกีฬาต้องหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อนในการกระทำของตน เอเยนต์ นักกีฬาสามารถรักษาผลประโยชน์ต่อหนึ่งธุรกรรมให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เอเยนต์นักกีฬาถูกห้ามจากการมีสัญญาการเป็นเอเยนต์, ข้อตกลงความร่วมมือ, หรือการแบ่งปัน ผลประโยชน์กับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด หรือฝ่ายใดที่เอเยนต์นักกีฬามีความเกี่ยวข้องในการขายนักกีฬา หรือการให้ได้มาซึ่งสัญญาจ้างงาน

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญตอบทบทวนหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

1. แนะนำผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือ องค์กร สมาคม ให้มีการจัดการอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับ บทบาทหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลในประเทศไทย

2. ควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม ผลักดันเอเยนต์ที่ไม่มีใบอนุญาตหรือเอเยนต์นักฟุตบอล ที่ผิดกฎหมาย ให้เข้ามาสู่กระบวนการที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อทั้งตัวฟุตบอล และเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

3. สโมสรฟุตบอลอาชีพควรเปิดโอกาสให้เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ ของเอเยนต์นักฟุตบอลเมื่อเอเยนต์ได้รับใบอนุญาตในการเป็นเอเยนต์เรียบร้อยแล้ว

4. ควรมีผู้ดูแลในเรื่องเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพอย่างจริงจัง ทั้งนี้เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับนัก ฟุตบอลหรือเอเยนต์ก็สามารถที่จะช่วยแก้ไขปัญหาค้นหาได้ทันทุกที่

5. ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตในการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย ควรจะต้องทำความเข้าใจ ในลักษณะของวัฒนธรรมไทย เพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ง่ายขึ้น

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากการสังเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ พบข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังนี้

1. ควรมีการจัดการกับเอเย่นต์ที่ไม่ถูกกฎหมายหรือเอเย่นต์ที่ยังไม่ได้รับใบอนุญาตการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลจาก FIFA

2. ควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม การประกอบอาชีพเอเย่นต์นักฟุตบอลในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม

3. ปัจจุบันฟุตบอลลีกในประเทศไทยกำลังพัฒนา ซึ่งสิ่งที่จะตามมาอีกอาจจะเป็นผลประโยชน์ของเอเย่นต์นักฟุตบอลที่ผิดกฎหมายก็จะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะล่อ โกงนักฟุตบอลอาชีพต่างชาติด้วยนอกจากนั้นการมีเอเย่นต์นักฟุตบอลก็จะเป็นผลดีต่อนักฟุตบอลอาชีพไทยด้วย

4. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไม่จำเป็นต้องทำงานด้านกีฬามาก่อน บางทีเอเย่นต์อาจจะทำงานด้านบริหารจัดการด้านอื่นมาก่อน อาจจะทำงาน ได้ดีกว่าเอเย่นต์ที่ทำงานด้านกีฬามาก่อนก็ได้

5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นบุคคลที่ดี ซื่อสัตย์ และจริงใจ มีความเป็นธรรม กับนักกีฬาที่ตนดูแล

6. การมีเอเย่นต์นักฟุตบอลมีทั้งผลดีและผลเสียต่อนักกีฬาฟุตบอลอาชีพ เพราะถ้าเอเย่นต์มีจุดประสงค์ที่ดีต่อการทำงาน มีผลประโยชน์กับตัวเองน้อยและมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับนักกีฬาก็จะเป็นผลที่ดีกับนักกีฬา แต่ถ้าเอเย่นต์นักฟุตบอลมีเหตุผลอย่างอื่นแอบแฝงก็จะเป็นผลเสียต่อนักกีฬาและต่อตัวเอเย่นต์เอง เพราะจะทำให้เกิดการไม่ไว้วางใจและไม่มีคนนับถือ

7. ควรจะมีมีบุคคลหรือองค์กร คอยควบคุมดูแล เอเยนต์นักฟุตบอล เพราะหากเอเยนต์เอา รัดเอาเปรียบนักกีฬาจนเกินไป เพื่อสามารถที่จะช่วยเหลือนักกีฬาหรือนักกีฬาสามารถเรียกร้องขอ ความเป็นธรรมได้

8. เอเยนต์ควรรู้ภาษาต่างประเทศ และ ทั้งร่างกาย รายได้ดูแลผลประโยชน์ทุกอย่าง เพื่อที่จะได้เป็นมืออาชีพ

9. การมีเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพถือว่าเป็นประโยชน์ มีความยืดหยุ่นต่อสัญญาของนัก ฟุตบอลอาชีพ นักกีฬาก็จะมีความอิสระมากขึ้น

10. สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง และควรมี การจัดอบรมให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร กับนักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย เพื่อให้ทราบข้อดี ข้อเสียของการมีเอเยนต์นักฟุตบอลเข้ามาดูแลเรื่องของผลประโยชน์ เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ ให้กับคนที่ต้องการเป็นเอเยนต์ และจะสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพด้วย

สรุปผลจากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มของบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์ นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสรุปตามกรอบแนวคิดทั้ง 3 ด้าน คือ

1. ด้านการจัดการทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

1.1 การกำหนดคุณสมบัติ

1.2 การจัดการวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพ

2. ด้านการตลาดกีฬาของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

3. การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

ด้านคุณสมบัติทั่วไป ของผู้ที่จะเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. สามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง
2. มีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
3. ได้รับใบอนุญาตประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบ

FIFA

4. ไม่เป็นเจ้าของที่ พนักงาน ,สมาพันธ์,สมาคม,ลีก,สโมสรฟุตบอลหรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. มีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา
6. มีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ

ด้านความรู้

1. มีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา
2. มีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ
3. มีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของกีฬาฟุตบอลในประเทศ

ด้านทักษะ/ความสามารถ

1. มีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี
2. มีความสามารถ และความชำนาญในการค้นหานักกีฬาฟุตบอล
3. มีทักษะในการเจรจาต่อรอง
4. มีทักษะในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสาร

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ

1. มีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่
2. มีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว
3. มีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่
4. มีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่

ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนและด้านการวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. สามารถให้คำปรึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ
2. รวบรวมข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ
3. ประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ
4. แนะนำการวางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด
5. แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้นักฟุตบอลอาชีพ
6. แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ
7. แนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา
8. ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ
9. ให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ
10. ดูแลในเรื่องส่วนตัวของนักกีฬา เช่นการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม
11. รักษาผลประโยชน์ จัดหารายได้ระหว่างและภายหลังการประกอบอาชีพนักฟุตบอล

อาชีพ

ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

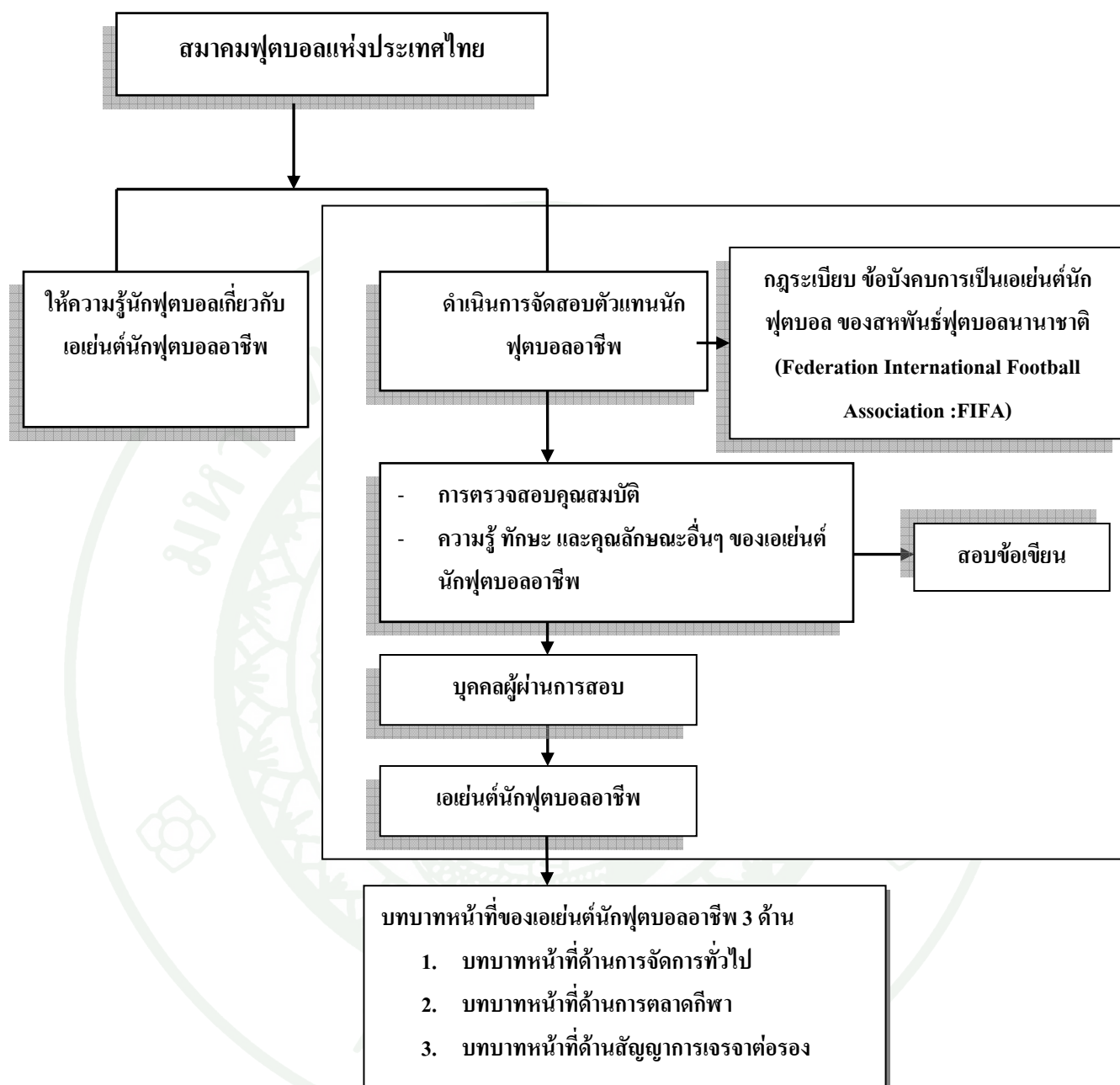
1. กำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ จากทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว
2. สามารถประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ
3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าก่อนจะให้นักฟุตบอลอาชีพจะเป็นฟรีเซ็นเตอร์
4. มีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดหาการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นและเหมาะสม
6. สามารถสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน
7. สร้างแฟมประวัติ ค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพ
8. มีเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์หรืออุตสาหกรรมกีฬา
9. สามารถสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ทำให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจ
10. ทราบข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์เป็นไปด้วยดี

ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. ทบทวนสัญญาจ้างงาน ข้อตกลงการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขายตัว เเจรจาต่อรองให้นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์
2. ให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายให้นักฟุตบอล
3. ให้คำปรึกษาเบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่งและกฎหมายเรื่องสัญญา
4. เเจรจาต่อรอง คลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับนักฟุตบอลกับคู่กรณี
5. เเจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอล
6. ดูแลจัดการสัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา

รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

จากการศึกษา วิเคราะห์ แนวโน้มของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพตามเทคนิคการวิจัย EDFR กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 27 คน และสอบถามความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงรูปแบบเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

จากแผนภาพรูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้ อาชีพเอเย่นต์นักฟุตบอลในประเทศไทย เป็นอาชีพที่เกิดขึ้นใหม่ในวงการกีฬาฟุตบอลไทย เนื่องจากกีฬาฟุตบอลได้พัฒนาเป็นกีฬาอาชีพ ซึ่งสโมสรฟุตบอลมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล จะมุ่งสู่การเป็นธุรกิจมากขึ้น ดังนั้น ผู้ที่จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพได้นั้นต้องทราบถึงขั้นตอน และข้อควรปฏิบัติที่เหมาะสมภายใต้บริบทของประเทศไทย โดยผู้ที่มีความประสงค์เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องดำเนินการสอบเพื่อให้ได้ใบอนุญาตการประกอบอาชีพ ซึ่งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ จะเป็นผู้ดำเนินการจัดเตรียมการสอบ โดยเป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอล ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association : FIFA) ผู้ที่มีความประสงค์เป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องแสดงความยินเอกสารสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปยังสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ซึ่งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ภายได้สมาชิกสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติจะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติ และให้การรับรองว่าการสมัครเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับ หากผู้สมัครคุณสมบัติไม่ครบก็จะถูกปฏิเสธ สำหรับผู้สมัครที่มีคุณสมบัติครบสมาคมฯ จะเชิญผู้สมัครมาสอบข้อเขียน ผู้สมัครที่ผ่านการสอบข้อเขียน จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับการเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอล ของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ ซึ่งทางสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ จะทำการประกาศและเผยแพร่ชื่อผู้สอบผ่าน จากนั้นเอเย่นต์นักฟุตบอลจะต้องลงชื่อยอมรับในหลักจริยธรรมและการมีกรรมธรรม์ประกันความเสียหาย หรือการรับรองจากธนาคาร และจะมีการออกใบอนุญาตให้กับเอเย่นต์นักฟุตบอลให้สามารถทำงานในวงการฟุตบอลได้ตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อได้ใบอนุญาตดังกล่าว บุคคลจะถูกรับรองการเป็นเอเย่นต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย การเป็นเอเย่นต์นักฟุตบอลที่ดีเพื่อให้ นักฟุตบอลอาชีพเกิดความประทับใจ และไว้วางใจ ผู้วิจัยเสนอว่า บทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์ที่พึงปฏิบัติต่อนักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยจะประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพ ด้านการตลาด และด้านการจัดการสัญญาตัวแทนและการเจรจาต่อรอง นอกจากนั้น สมาคมฟุตบอลฯ จะต้องมีการจัดการให้ความรู้แก่นักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับเอเย่นต์ฟุตบอลอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการนี้สำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากนักฟุตบอลมีความเชื่อที่ว่า การที่ให้บริการเอเย่นต์จะต้องทำให้มีการสิ้นเปลืองเงิน และต้องแบ่งรายได้ให้กับเอเย่นต์ และประเด็นสำคัญที่ จึงเลือกให้บริการญาติ พี่น้องและคนในครอบครัว โดยนักฟุตบอลไม่ต้องจ่ายค่าจ้างหรือเงินเดือน จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยคิดว่าควรมีการให้ความรู้กับนักกีฬาฟุตบอลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่ชัดเจน เพื่อที่จะพัฒนางานวงการกีฬาฟุตบอลก้าวไปสู่ความเป็นอาชีพได้อย่างรวดเร็ว อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย เป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้วิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการวิจัยโดยใช้ เทคนิคการวิจัย EDRF ซึ่งเป็นเทคนิควิจัยอนาคตเพื่อวิเคราะห์รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยในอนาคต โดยเทคนิค EDRF สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การวิจัยโดยใช้เทคนิค EDRF มีขั้นตอนการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดและเตรียมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ตามเกณฑ์ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยตาม เทคนิค EDRF ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive sampling) และมีเกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีคุณสมบัติ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการบริหาร กำหนดนโยบาย ส่งเสริม และสนับสนุนฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยกำหนดคุณสมบัติ คือ ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่มีประสบการณ์ในสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและเป็นผู้บริหารบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 2 คน คือ

เลขาธิการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพ ไทยพรีเมียร์ลีก โดยกำหนดคุณสมบัติ คือ เป็นผู้จัดการทีม เลขานุการทีมหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จาก 16 สโมสรฟุตบอลที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์ในกีฬาฟุตบอลอาชีพและด้านเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้จัดการทีมหรือเลขานุการทีม จาก 16 สโมสรฟุตบอลทั้งหมด 17 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ โดยกำหนดคุณสมบัติ คือ นักวิชาการ ผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ โดยกำหนดคุณสมบัติคือ เป็นนักฟุตบอลที่เคยทำสัญญาสังกัดสโมสรฟุตบอลในต่างประเทศอย่างไม่น้อยกว่า 3 ปี จากคุณสมบัติดังกล่าว ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 3 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามแบบ EFR

การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นการสัมภาษณ์แบบ EFR โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารมาจัดทำกรอบการสัมภาษณ์ สร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interviews) โดยมีกรอบในการสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย อนาคตภาพ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพประเทศไทย ความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพและแนวโน้มรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ และด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ และนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้ส่งหัวข้อการสัมภาษณ์ไปยังผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะเดินทางไปสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 27 คน ด้วยตนเอง พร้อมทั้งบันทึก วิดีโอ เทปบันทึกเสียง ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ตั้งแต่ 1-3 ชั่วโมงต่อ 1 คน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยใช้กรอบความคิดบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ 2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์ 3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างแบบสอบถามโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questions) เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยตามเทคนิคเดลฟาย (Delphi) โดยสร้างเป็นข้อคำถามมาตราประเมินค่าแบบ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยมีสเกลตั้งแต่ 1 - 5 คือ จากน้อยที่สุด ไปถึง มากที่สุด แทนค่าเป็นตัวเลขจาก 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามลำดับ โดยวิเคราะห์ข้อคำถามจากการสัมภาษณ์ได้จำนวน 45 ข้อ จำแนกได้ดังนี้

1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ประกอบด้วย

2.2 ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 17 ข้อ

2.3 ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 11 ข้อ

2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 10 ข้อ

3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 7 ข้อ

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์หาความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหาโดยค่ามัธยฐาน

และพิสัยควอไทล์ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความเป็นไปได้และความสอดคล้องทางความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแนวโน้มบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยใช้ ค่ามัธยฐาน ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ (จุมพล พูลภัทรชีวิน,2546)

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.00-1.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้น้อยที่สุด

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.50-2.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้น้อย

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 2.50-3.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้ปานกลาง

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 3.50-4.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้มาก

ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 4.50-5.00 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้มากที่สุด

การวิเคราะห์ความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อบทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยใช้พิสัยควอไทล์ มีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ (จุมพล พูลภัทรชีวิน,2546)

0.01 – 0.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูงมาก

1.00 – 1.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันสูง

2.00 – 2.99 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันต่ำ

3.00 ขึ้นไป หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไม่สอดคล้องกัน

โดยในการตัดสินใจเพื่อยอมรับว่า รูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย มีแนวโน้มและมีความเป็นไปได้ ความสอดคล้องในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือไม่นั้น ให้พิจารณาค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และมีพิสัยควอไทล์ไม่เกิน 1.50 (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2546)

2. ส่งกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับของกลุ่ม และตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนแปลงคำตอบหรือไม่ ในกรณีที่คำตอบของตนไม่สอดคล้องกับกลุ่ม แต่ถ้าจะยืนยันคำตอบเดิมต้องให้เหตุผลประกอบ

3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตอบตามกระบวนการเคลฟายเทคนิค จำนวน 2 รอบ ซึ่งในรอบที่ 2 ของกระบวนการเคลฟาย ผู้วิจัยได้เพิ่มตำแหน่งของค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยควอไทล์ของกลุ่มและตำแหน่งที่ผู้ตอบท่านนั้นได้ตอบในแบบสอบถาม โดยระบุว่าผู้เชี่ยวชาญท่านนั้นมีความเห็นตรงจุดใด ในหรือนอกพิสัย หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนในรอบที่ 2 ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ พบว่า ค่ามัธยฐานมีค่ามากกว่า 3.5 และค่าพิสัยควอไทล์ค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 ซึ่งทุกข้อคำถามผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตอบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยและเป็นไปตามเกณฑ์ของการวิจัยด้วยเทคนิคเคลฟาย จึงถือได้ว่าเป็นการสิ้นสุดกระบวนการเทคนิคฟาย

ขั้นตอนที่ 6 ได้บทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทย จากความคิดเห็นที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญในเทคนิคการวิจัย EDFR

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจเพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการศึกษาเชิงคุณภาพแล้ว เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและสามารถอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey

Research) เพื่อตรวจสอบรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยโดยประชากรที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นเพื่อยืนยันบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทย คือ นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยมีวิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตาราง Krejcie & Morgan ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 232 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถามความคิดเห็นของนักกีฬาฟุตบอลอาชีพที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย ซึ่งในการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทย

แบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นแบบ Likert scale เกี่ยวกับรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของนักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยลักษณะของคำถามจะครอบคลุมตัวแปรเกี่ยวกับบทบาททั้ง 3 ด้านคือ

1) ด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ประกอบด้วย

1.1 ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 17 ข้อ

1.2 ด้านการจัดการทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 11 ข้อ

2) ด้านการตลาดกีฬาที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 10 ข้อ

3) ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจำนวน 7 ข้อ

โดยมีเกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง บทบาทและหน้าที่ที่มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบของเอเยน့်นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยวิธีการหาค่า (IOC: Index of Item Objective Congruence) และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach Alpha-Coefficient) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยใช้ IOC (Index of Item Objective Congruence)

หลังจากที่ออกแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถาม จำนวน 45 ข้อ โดยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC ซึ่งพบว่าทุกข้อคำถาม มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

หลังจากที่ได้ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่นก่อนการนำไปปฏิบัติจริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาช (Cronbach Alpha-Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .898

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 232 คน

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นจากนักกีฬาต่อรูปแบบของเอเยน့်นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมในประเทศไทยโดยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการแปลผลค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง นักฟุตบอลอาชีพเห็นด้วยกับข้อความในระดับมากที่สุด

สำหรับ รายละเอียดของแบบสอบถามจะปรากฏอยู่ในภาคผนวก

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย สามารถแบ่งบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย เป็น 3 ด้าน คือ บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ บทบาทหน้าที่ด้านการตลาดกีฬาของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ และบทบาทหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

ด้านคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันสูงทุกประเด็นเกี่ยวกับคุณสมบัติทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพทั้งในด้านคุณสมบัติทั่วไป ด้านความรู้ ทักษะ และด้านคุณสมบัติอื่นๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ด้านคุณสมบัติของผู้สมัครเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยฯ นั้น เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นบุคคลทั่วไปซึ่งสามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือเพศหญิง และได้รับใบอนุญาตหรือใบรับรองการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International Football Association FIFA) ทั้งนี้เนื่องจากการสมัครเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพนั้น ผู้สมัครต้องยื่นใบสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรในการขอใบอนุญาตเอเยนต์นักกีฬาไปยังสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย โดยคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในวงการฟุตบอล และเป็นผู้ที่มีเครือข่ายในการติดต่ออุตสาหกรรมฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ พบว่า เอเยนต์ ควรมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป ความรู้การวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพ ความสามารถในการเจรจาต่อรอง และกฎหมายสัญญาตัวแทน เนื่องจากเป็นความรู้พื้นฐานที่เอเยนต์ต้องนำไปช่วยในการจัดการให้กับนักกีฬา เพื่อไม่ให้นักกีฬาถูกเอารัดเอาเปรียบ แรวมถึงทักษะด้านภาษาอังกฤษ เป็นทักษะที่สำคัญ เอเยนต์จะต้องเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้แทนนักฟุตบอลในการเข้าร่วมประชุม เจรจา ร่างสัญญาตัวแทน หนังสือสัญญาการจ้างงาน สัญญา การซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ หรือการย้ายสโมสรฟุตบอล และการที่จะเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพที่ดี จะต้อง

เป็นผู้ที่มีทักษะในการเจรจาต่อรอง โดยมีความประณีต ละเอียดย่อย เพื่อผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ

ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงิน และด้านการวางแผนอาชีพ ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ในการให้คำปรึกษา การวางแผนการเงินและอาชีพเบื้องต้น และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพให้กับนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมทั้งทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญ ให้แก่นักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพไม่ควรจะดำเนินการด้านการเงินทุกอย่างด้วยตนเองเนื่องจากการวางแผนการเงินมีกิจกรรมจำนวนมาก เช่น การธนาคารและการบริหารจัดการ การหมุนเวียนเงินสด การวางแผนเรื่องภาษี ให้คำปรึกษาเรื่องการลงทุน วางแผนเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์ การจัดการความเสี่ยง

นอกจากนั้น เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีหน้าที่ผลประโยชน์ให้คำแนะนำเส้นทาง ความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอล เป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนาม ฝึกซ้อม พร้อมทั้งจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงานการเล่นฟุตบอลอาชีพ เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอลอาชีพ ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมทั้งให้คำปรึกษา เรื่องการปฏิบัติตนและความสัมพันธ์กับสื่อ การจัดหารายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และ ภายหลังของการประกอบอาชีพการเป็นนักฟุตบอล ตามเงื่อนไขสัญญาที่ตกลง ทั้งนี้จะทำให้นักฟุตบอลอาชีพสามารถแสดงความสามารถหรือศักยภาพของตนเองในฝึกซ้อมและการแข่งขันได้เต็มที่โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องอื่นๆ นอกจากนั้นเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องเป็นผู้มีความสามารถในการติดต่อประสานงานเพื่อช่วยเหลือนักกีฬาในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพและการเปลี่ยนแปลงในการเกษียณตัวเองออกจากวงการกีฬาฟุตบอลอาชีพ

บทบาทหน้าที่ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีบทบาทหน้าที่ในการวางแผนด้านการตลาดพร้อมทั้งจัดการหากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า รวมถึงการรักษาภาพลักษณ์ให้กับนักกีฬา โดยมีการประเมินศักยภาพของตัวนักกีฬามาน

พื้นฐานความเป็นจริง ทั้งนี้เพื่อค้นหาโอกาสในการรับรองสินค้าหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้ากับสินค้าที่จำเป็นสำหรับนักฟุตบอลอาชีพ แต่จากสภาพปัญหาของตัวนักฟุตบอลอาชีพไทย นักฟุตบอลอาชีพยังมีบุคลิกลักษณะที่เงินอายุ ไม่กล้าแสดงออก เงียบขรึม ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีที่เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรจะมีการประเมินศักยภาพของนักกีฬานักฟุตบอลอาชีพ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ประเมินความสามารถในการรับรองสินค้าหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้าของนักฟุตบอลอาชีพทั้งในอดีตและปัจจุบัน ความต้องการของนักฟุตบอลอาชีพในการรับรองสินค้า รวมทั้งในด้านความยินดีที่จะปรากฏตัวต่อสื่อ และสาธารณชน ความชอบหรือความไม่ชอบต่อตัวผลิตภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ และการพิจารณาองค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้ในศักยภาพทางการตลาดของนักกีฬา ได้แก่ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความสำเร็จทั้งในและนอกสนาม ทักษะที่เป็นเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ ความสามารถในการพูดในที่สาธารณะ และลักษณะทางกายภาพ เพื่อสร้างนักฟุตบอลให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ต้องการในตลาดอุตสาหกรรมกีฬา

นอกจากนี้ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการพัฒนาแผนการตลาดในการทำข้อตกลงทางการค้าหรือสร้างข้อตกลงการรับรองสินค้าหรือบริการหรือการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้าบริการของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง เอเยนต์ควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทักษะความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ ลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ พร้อมทั้งจัดทำประวัติข้อมูลนักกีฬา เพื่อค้นหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพเป็นพื้นฐานในการทำการตลาดให้กับนักฟุตบอลอาชีพ ดังนั้นการทำความเข้าใจในตัวนักกีฬาอย่างละเอียดจะช่วยให้ในการเลือกบริษัทสินค้าให้เหมาะสมกับเอเยนต์นักกีฬาทำให้เกิดความสำเร็จในการประกอบอาชีพของนักกีฬาต่อไป การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนจะให้นักกีฬาเซ็นสัญญาข้อตกลงทางการค้า เนื่องจากการสร้างประวัติข้อมูลของนักกีฬาเพื่อค้นหาสิ่งที่นักฟุตบอลอาชีพเป็น จากนั้นใช้ภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพทำการตลาดอย่างมีแบบแผนบนพื้นฐานของอาชีพและลักษณะส่วนตัวของนักฟุตบอลอาชีพ และสามารถจับคู่ นักกีฬากับตราสินค้าที่เหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสและประสบการณ์ให้แก่ นักกีฬาได้ โดยเอเยนต์ต้องสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือบริการให้กับนักฟุตบอลอาชีพจากภาพลักษณ์ มีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจของสาธารณชน

บทบาทหน้าที่ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องช่วยทำเจรจาต่อรองให้นักฟุตบอลอาชีพได้รับผลประโยชน์มากที่สุด ทั้งในสัญญาว่าจ้างการรับรองสินค้า เงินเดือน โบนัส

ก่อนทำข้อตกลงในสัญญานั้นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับนักฟุตบอลอาชีพและทำให้นักฟุตบอลสามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวจากการเล่นกีฬาฟุตบอลได้ รวมทั้งคลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า นอกจากนี้ เอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ นอกจากนั้นบทบาทหน้าที่ที่จำเป็นสำหรับเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย คือ การให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ หรือการให้คำแนะนำ ปกป้องเบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง (หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้งจัดเตรียมแบบฟอร์มภาษี และการประกันภัย ทบทวนสัญญาจ้างงานหรือข้อตกลงของการย้ายทีมเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว พร้อมกับจัดเตรียมการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มของบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสรุปตามกรอบแนวคิดทั้ง 3 ด้าน คือ

1. ด้านการจัดการทั่วไปของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ
 - 1.1 การกำหนดคุณสมบัติ
 - 1.2 การจัดการวางแผนด้านการเงินและการวางแผนอาชีพและภายหลังอาชีพ
2. ด้านการตลาดกีฬาของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ
3. การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพ

ด้านคุณสมบัติทั่วไป ของผู้ที่จะเป็นเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. สามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง
2. มีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
3. ได้รับใบอนุญาตประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบ FIFA
4. ไม่เป็นเจ้าหน้าที่ พนักงาน ใน,สมาพันธ์,สมาคม,ลีก,สโมสรหรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. มีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา
6. มีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ

ด้านความรู้

1. มีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา
2. มีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ
3. มีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของกีฬาฟุตบอลในประเทศ

ด้านทักษะ/ความสามารถ

1. มีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี
2. มีความสามารถ และความชำนาญในการค้นหานักกีฬาฟุตบอล
3. มีทักษะในการเจรจาต่อรอง
4. มีทักษะในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสาร

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ

1. มีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่
2. มีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว
3. มีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบในการปฏิบัติหน้าที่
4. มีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่

ด้านการจัดการการวางแผนด้านการเงินและวางแผนและด้านการวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. สามารถให้คำปรึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ
2. รวบรวมข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ
3. ประสานผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพให้กับนักฟุตบอล

อาชีพ

4. แนะนำการวางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด
5. แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้นักฟุตบอลอาชีพ
6. แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ
7. แนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุดในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา
8. ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า ในการฝึกซ้อมบางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ
9. ให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ
10. ดูแลในเรื่องส่วนตัวของนักกีฬา เช่นการเดินทาง จัดหาที่พักหรือสนามฝึกซ้อม
11. รักษาผลประโยชน์ จัดหารายได้ระหว่างและภายหลังการประกอบอาชีพนักฟุตบอล

อาชีพ

ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. กำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ จากทักษะ ความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว
2. สามารถประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ
3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าก่อนจะให้นักฟุตบอลอาชีพจะเป็นฟรีเซ็นเตอร์
4. มีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง
5. เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นและเหมาะสม
6. สามารถสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน
7. สร้างแฟ้มประวัติ ค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพ
8. มีเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์หรืออุตสาหกรรมกีฬา
9. สามารถสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่

น่าสนใจ

10. ทราบข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์เป็นไปได้ด้วยดี

ด้านการจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. ทบทวนสัญญาจ้างงาน ข้อตกลงการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขายตัว
เจรจาต่อรองให้นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์
2. ให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายให้นักฟุตบอล
3. ให้คำปรึกษาเบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่งและกฎหมายเรื่องสัญญา

4. เจริญต่อรอง คลื่นคล้ายความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับนักฟุตบอลกับคู่กรณี
5. เจริญต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอล
6. ดูแลจัดการสัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา

รูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

จากการศึกษา วิเคราะห์ แนวโน้มของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพตามเทคนิคการวิจัย EDFR กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 27 คน และสอบถามความคิดเห็นของนักฟุตบอลอาชีพต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ตาม (ภาพที่ 5 รูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยนี้มีปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีประเด็นที่ผู้วิจัยนำเสนอเพื่อพิจารณา ดังนี้

การเข้าถึงข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดกลยุทธ์วิธีการดำเนินการโดยมีการประสานงานล่วงหน้าทางโทรศัพท์กับเครือข่าย แล้วส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลไปยังผู้รับผิดชอบของแต่ละสโมสรฟุตบอล จากนั้นดำเนินการขอสัมภาษณ์โดยมีจำกัดในด้านของสถานที่ในการดำเนินการเพราะที่ตั้งของสโมสรฟุตบอลอาชีพจะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันหลายจังหวัด และมีข้อจำกัดด้านเวลาในการสัมภาษณ์เนื่องจากกีฬาฟุตบอลอาชีพจะต้องมีช่วงการฝึกซ้อม เก็บตัวตาม และสภาพภูมิอากาศที่แต่ละสโมสรฟุตบอลจะแตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังพบว่าเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างถามถึงความเป็นไปได้ในอนาคต และเป็นเรื่องใหม่สำหรับการศึกษาของประเทศไทย ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนไม่กล้าฟันธงในประเด็นดังกล่าวในขณะที่ให้การสัมภาษณ์ แต่ถือว่าประสบความสำเร็จ เพราะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ บทบาทหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทยในอนาคต เพื่อการก้าวไปสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดฝึกอบรมวิชาชีพสำหรับการเป็นเอเยนต์นักกีฬาอาชีพ
3. เมื่อสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ให้ความรู้แก่นักฟุตบอลอาชีพ ควรมีการวัดความรู้ ความเข้าใจของนักกีฬาต่อบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์ด้วย
4. ควรมีการศึกษามหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติจริงกับที่คาดหวังเพื่อต่อยอดให้ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเยนต์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

การกีฬาแห่งประเทศไทย. 2542. รายงานผลการศึกษาดำรงชี้การพัฒนากีฬาของไทย:

สภาพการพัฒนากีฬาเพื่ออาชีพ. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไท.

_____. 2549. คู่มือการจัดตั้งสโมสรฟุตบอลอาชีพ. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนากีฬาอาชีพ.

คม ชัด ลึก. 2549. กรุงเทพฯ: 9 กุมภาพันธ์ 2549.

_____. 2550. กรุงเทพฯ: 6 พฤศจิกายน 2550.

จิรประภา อัครบวร. 2549. สร้างคนสร้างผลงาน. กรุงเทพฯ: ก.พลพิมพ์.

จุฑา ดิงศกัทธิย์. 2540. การศึกษาดำรงชี้การพัฒนากีฬาของไทย: การพัฒนากีฬาเพื่อ
การอาชีพ. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรภัฏ จันทะเสน. 2549. ประวัติศาสตร์ฟุตบอลไทย. ใน สมาคมประวัติศาสตร์ฟุตบอลแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ:อมรินทร์พริ้นติ้ง.

จุมพล พูลภัทรชีวิน. 2546. เอกสารประกอบคำบรรยายเรื่องเทคนิคการวิจัยแบบ EDR. สมาคม
วิจัยสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย ณ อาคารวิทยาพัฒนา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).

_____. 2532. เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDR, น. 257-266 ใน สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ และ
คณะ เขียนพุด (บรรณาธิการ), การวิจัยเชิงนโยบาย, รูปลักษณ์ใหม่ของการกำหนดอนาคต.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ทำปกเจริญผล.

ชานินทร์ ศิลปจารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีน.

ธงชัย สันติวงษ์. 2546. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

ธงชัย สันติวงษ์ และ ชัยยศ สันติวงษ์. 2542. พฤติกรรมบุคคลในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2547. **มารู้จัก COMPETENCY กันเถอะ**. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

นิรนาม. 2528. ฟุตบอลชอคเกอร์ลีก. **ฟุตบอลสยาม**. 140: 25-26.

_____. 2544. บอลไทยแลนด์คัพคิงชิฟเตะ มิ.ย.44. **ฟุตบอลสยาม**. 965: 14.

_____. 2545. **ฟุตบอล (ฉบับปรับปรุงกติกา FIFA ล่าสุด)**. กรุงเทพฯ: สยามสปอร์ตซินดิเคท.

_____. 2548. **ไทยลีกเอ็กซ์ตรีม**. กรุงเทพฯ: กีฬาการพิมพ์.

_____. 2549. มนัสบุญจำนงค์หมัดตัวเพราะติดการพนันฟุตบอล. **คม ชัด ลึก** (Online).
<http://www.komchadluek.net/news>, 9 กุมภาพันธ์ 2551.

_____. 2550. **ข่าวกีฬา** (Online). <http://www.mediathai.net/module/newsdesk>,
6 พฤศจิกายน 2550.

_____. 2551. **ทักษิณ ทำمينค่าตัว 3 นักฟุตบอล เรือใบไม่จ่ายโอนไม่รู้อนาคต** (Online).
<http://www.naxzamall.com>, 18 มกราคม 2551.

_____. 2551. ธงชัย เดินนำหน้าไทยเงินแห่งปี. **ไทยรัฐออนไลน์** (Online).
<http://www.thairath.co.th>, 18 กุมภาพันธ์ 2551.

นนชัย ศานติบุตร. 2550. **การนำเสนอรูปแบบการพัฒนาฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเพราะ แสงเทียน. 2550. **กฎหมายธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.

บุญอนันต์ พันัยทรัพย์. 2548. **ประชาชาติธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. 2543. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์แนวทางใหม่**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี [ไทย-ญี่ปุ่น].

พิทยา เพชรรัตน์. 2541. **บทบาทของคณะกรรมการการศึกษา การศาสนา และวัฒนธรรมจังหวัด ในเขตการศึกษา 2**. ม.ป.ท.

ไพโรจน์ บาลัน. 2551. **การเจรจาต่อรอง**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: แอคทีฟ พริน จำกัด.

มดิชนสุดสัปดาห์. 2551. กรุงเทพฯ: 24-30 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ปีที่ 29 ฉบับที่ 1471

ราชบัณฑิตยสถาน. 2539. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อักษรเจริญทัศน์.

รัชนิวรรณ วินิชย์ถนอม. 2548. “การนำสมรรถนะมาใช้ในการบริหารผลงานข้าราชการ”. **วารสารข้าราชการ**. มีนาคม – เมษายน: 11.

รังสฤษฎ์ บุญชลอ. 2545. **เอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 14 (ปูซานเกมส์ 2002)**. กรุงเทพฯ: สยามสปอร์ต ซินดิเคท.

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. 2544. **กีฬาในระบบทุนวัฒนธรรม**. บ้านพระอาทิตย์, กรุงเทพฯ.

วิชัย โสสุวรรณจินดา. 2551. **ครบเครื่องเรื่องการเจรจาต่อรอง**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี [ไทย-ญี่ปุ่น].

วิวรรณ ชาราธิรัฐโชติ. 2552. **แผนการเงินแผนชีวิต**. กรุงเทพฯ: บริษัท เกียวโต เนชั่น พรันดิง เซอร์วิส จำกัด.

วิทยากร เชียงกุล. 2547. **อธิบายศัพท์การบริหารจัดการสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: สายธาร.

สกายบุ๊ก. 2545. **ฟุตบอล**. กรุงเทพฯ: สยามสปอร์ตซินดิเคท.

สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. 2539. **ระเบียบการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก**. ใน **คู่มือกรรมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก ประจำปี พ.ศ. 2539**. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.

สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. 2543. **ระเบียบการแข่งขันฟุตบอลคาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก ประจำปี 2542**. ใน **คู่มือกรรมการแข่งขันฟุตบอลคาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก ประจำปี 2543**. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.

สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. 2549. **ประวัติสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์** (Online). <http://www.fat.or.th/history.aspx>, 5 มีนาคม 2553.

_____. 2550. **ข่าวประกาศสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย** (Online). <http://www.fat.or.th/Download/SATMemo.doc>, 5 มีนาคม 2553.

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.). 2548. **การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์**. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง **สมรรถนะของข้าราชการ**, 31 มกราคม 2548.

สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2549. **ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันกีฬาของไทย: กรณีศึกษากีฬาฟุตบอล**. กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2547. **การศึกษาแนวทางการพัฒนากีฬาไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. 2545. **กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

สมหวัง วิทยาปัญญานนท์. 2546. **เทคนิคการเจรจาต่อรองในธุรกิจธุรกิจ** (Online).

www.budmgt.com/topics/top01/negotiate.html, 22 ธันวาคม 2550.

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. 2548. **แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency**. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน)

สุพิตร สมหิโต. 2537. **แนวทางการพัฒนากีฬาอาชีพภายใต้การสนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นระบบ: กรณีศึกษากีฬาเทนนิสอาชีพและกีฬาฟุตบอลอาชีพ. รายงานการวิจัย. พจนอดหนุนวิจัยจากคณะกรรมการวิจัยและพัฒนาของวุฒิสภา. สำนักงานเลขาธิการของวุฒิสภา.**

สุขใจ น้ำผุด และ อนุชานฎ เจริญจิตกรรม. 2551. **กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 5**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุรพล คงลาภ. 2547. **ภาษาลูกหนัง ฟุตบอลอังกฤษ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. 2548. **Competency Dictionary**. กรุงเทพฯ: บริษัทเอช อาร์ เซ็นเตอร์ จำกัด.

Aaker, D. A. 1996. **Measuring Brand Equity Across Products And Markets**. California: California Management.

Auken, B.A. 2004. **The Brand Checklist**. London: CPI Group.

Anonymous. n.d. Sports Agent Jobs. **Sportcareerfinder: Your gateway to jobs in sports** (Online). M&L Research, Inc. <http://www.sportcareerfinder.com/sportsagent.php>, June 25, 2010

- Anonymous. n.d. Sports Agent. **Job Profiles: Your guide to career and education** (Online).
<http://www.jobprofiles.org/artsportsagent.htm>, June 25, 2010.
- _____. n.d. Player agency. **International Futbol X-Change** (Online).
<http://www.ifxsoccer.com/playeragency.htm>, June 25, 2010.
- _____. n.d. **Sports Management Worldwide** (Online). <http://www.smwwagency.com/directors.asp>, June 25, 2010.
- _____. n.d. Be part of the Ultimate Sports Marketing Agencies survey. **Sport Business International** (Online). <http://www.sportbusiness.com/marketing/agencies>, June 25, 2010.
- _____. n.d. Frequently Asked Questions (Online). **Sport-Management.Com**.
<http://www.sports-management.com/FAQ.htm>, June 25, 2010.
- Berry, R. C. 1990. **Representation of the professional athlete**. Cited America Bar Association Forum on the Entertainment and Sports Industries (Ed.), **The Law of Sport: Doing business in the sports Industries**, ABA Publishing, Chicago.
- Berry , R.C. and G.M. Wong. 1993. **Law and business of the sport industries: Common issues in amateur and professional sport.** , Volume 2 Rev.ed. Croom Helm, Westport, Connecticut.
- Best, J. W. 1977. Research in Education. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Blair, A., R. Armstrong and M. Murphy. 2003. **The 360 degree brand in Asia: creating more effective marketing communications** . New York: John Wiley & Sons Inc.

Bobrowsky, H. H. and King. 2004. **System Engineering: An Introduction to the Design of LargeScale System.** New York: McGraw-Hill.

Boyatzis, R.E. 1982. **The Competent Manager: A model of Effective Performance.** New York: John Wiley and Sons Inc.

Cohen, B. J. 1979. **Schauem's outline of Theory and Problems of Introduction To Socieology.** New York: McGraw-Hill.

Crasnick, J. 2005. **License to deal: A season on the run with maverick baseball agent.** Emmaus, Rodale, Pennsylvania.

Covell, D., S. Walker, J. Sicilino and W.P. Hess. 2007. **Managing Sports Organizations: Responsibility for performance.** 2nd ed. Elsevier Inc., Burlington.

Davis, S. 2002. Implementing Your BAM2 Strategy: 11 Steps to Making Your Brand a More Valuable Business Asset. **Journal of Consumer Marketing**, Vol.19.

Davis, T. 2006. Regulating the Athlete-Agent Industry: Intended and Unintended Consequences. **Wake Forest Univ. Legal Studies Paper No. 900620** (Online). Ahttp://ssrn.com/abstract=900620, April 15, 2010.

Dune, E. K. 2000. **The Brand Mindset.** New York: McGraw-Hill,

Epstein, A. 2003. **Sports Law.** New York: Thomson Press.

Financial Service Academy. 2550. **วางแผนการเงินและชีวิตให้มั่งคั่งและมั่นคง.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

Forbes, G. 2001. 82 strike changed salary dealings forever. **USA Today**, June 8, 14C.

Forbes, G., S. A. Greyser and B. Walsh. 2006. **The business of sports: Text and cases on strategy and management.** Thomson South – Western, Ohio.

Greenberg, M. J. 1993. **Sport law practices.** Charlottesville, Virginia: The Michie Co.

Greenberg, J. and R.A. Baron. 1997. **Behavior in Organizations.** New Jersey: Prentice Hall.

Grossman, J.W. 2002. “Financial planning for the professional athlete”. In G.A.Uberstine(Ed.), **Law of professional and amateur sports** (pp.3-4-11). St.Paul,MN: West Group.

Group C Sports Law. 2007. **Full Service Agency Player Representation (Online).** <http://www.colosia.com/services.htm>, July 2, 2010.

Hall, S. 2003. Making Money out of Football. **The Business School, Imperial College London.** (Online). <http://www.nmclites.edu.thm>, July 2, 2010.

Hamm, M. 2001. Result- The Best Reason to Hire National Sport Agency. **National Sport Agency** (Online). <http://www.nationalsportsagency.com/mhamm.html>, July 2, 2010.

Howkins, S. 2000. Texas on the money with Rodriguez. **Boston Globe**, p. F6 December 13.

Hoy, K.W. and C.G. Miskel. 1991. Educational Administration. **Theory, Research, Practice.** New York: McGraw-Hill International.

Karcher, R. T. 2007. Fundamental Fairness in Union Regulation of Sports Agents. **Connecticut Law Review** (Online). <http://ssrn.com/abstract=1068801>, July 2, 2010.

Katz, D. E. 2008. **The Veteran Premium Problem and the Effects of the NFL Collective Bargaining Agreement on the League's Reserves** (Online). <http://ssrn.com/abstract=1116244>, April 3, 2008.

- Kenneth, L. S. and D. Timothy. 2003. **The Business of Sports Agents**, University of Pennsylvania Press, Pennsylvanla.
- King, I. F. 2006. Thailand Cup. In **Thailand-List of Cup Winners**. (Online).
<http://www.ressf.com/en/organisation/confederations/index.html>, April 3, 2008.
- Knapp, D. E. 2000. **The Brand Mindset**. The Brand Strategy, Inc.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management**, 10th ed. Prentice-Hall Inc, New Jersey.
- Lester, P. 2002. Marketing the athlete; endorsement contracts. Cited G. A. Uberstine (Ed.),
Law of professional and amateur sports. West Group, Minesota.
- Luthan, F. 1995. **Organizational Behavior**. 7th Ed. New York: Mc Graw Hill Inc.
- Maddux, R. B. 2547. สูดยอด...วิธีการเจรจาต่อรองที่ประสบผลสำเร็จ แปลจาก **Successful Negotiation** โดย วรานนท์ ตั้งจักรวรานนท์. กรุงเทพฯ: ชรรคมลการพิมพ์.
- Masteralexis, L.P., C.A. Barr and M.A. Hums. 2008. **Principles and Practice of Sport Management**. 3rd ed. Canada: Jones and Bartlett Publishers.
- McClelland, D. C. 1973. "Testing for Competence rather than Intelligence." **American Psychologist**. Retrieved December 11, 2005, from www.ei.haygroup.com
- McAleenan, G. 1990. Agent-player representation agreements. Cited G. Uberstine G. (Ed.),
Law of professional and amateur sports. Illinois: Clark, Boardman & Callaghan.
- Melissa, J.D. and M.D. Neiman. 2007. **Fair Game: Ethical Considerations in Negotiation by Sports Agents** (Online). <http://ssrn.com/abstract=1005649>, May 1, 2010.

- Mitrani, A., M. Dalziel and D. Fitt. 1992. **Competency based human resource management: Value driven strategies for recruitment, development, and reward.** London: McGraw-Hill.
- Mondy, N. and Premeaux. 1999. **Human resource management.** 7th ed. (Upper saddle river) New Jersey: Asimon & Schuster Company.
- Ozawa, T., J. Cross and S. Henderson. 2004. Market Orientation and Financial Performance of English Professional Football Clubs. **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing.** <http://proquest.umi.com>, April 2, 2010.
- Parry, S. B. 1997. **Evaluating the Impact of Training.** Alexandria, Virginia : American Society for Training and Development.
- Richard, G. 2000. **Football: A Sociology of the Global Game.** London: Polity Press.
- Richard, G. and G. Amstrong. 2000. France in the Cameroonian Football Imagination. **Football in Africa: Conflict, Conciliation and Community.** London: Palgrave MacMillan.
- Rhodes, J. 2006. Top sports agent offers career advice. **UDaily.** Available Source: <http://www.udel.edu/PR/UDaily/2006/may/sports050906.html>, May 2, 2010.
- Schermerhorn, J.R., J.G. Hunt, R.N. Osborn and R.F. Hartley. 1994. **Managing Organizational Behavior.** New York: 5th Ed. John Wiley and Sons, Inc.
- Shropshire, K.L. 1990. **Agents of Opportunity: Sports Agents and Corruption in Collegiate Sports.** University of Pennsylvania Press, Pennsylvania.

Sobel, L. 1990. **The regulation of player agents and lawyer.**In G.A.Uberstine (Ed.), **Law of professional and amateur sports** (pp.1-1-1-107). Deerfield, IL: Clark, Boardman, and Callaghan.

Scott, D. M. 2000. **Brand Asset Management.** San Francisco: Jossey-Bass Inc.

Spencer, M. and M.S. Spencer. 1993. **Competence at work: Models for Superior Performance.** New York: John Wiley & Sons.

Stein, M. and M. Levinstein. 2006. **How To Be A Sports Agent.** London: High Stakes.

Upshaw, L.B. 1995. **Building brand identity: A strategy for success in a hostile market place.** New York: John. Wiley and Sons Inc.

Williams, P. 2005. One athlete's strategy. **Street & Smith's Sports Business Journal**, p. 16. October 17-23.

Yasser, R., R. J. McCurdy and C.P. Goplerud. 1997. **Sport law: Cases and materials.** 3rd ed. Ohio: Cincinnati, Anderson Publishing.

Yukl, G.A. 1998. **Leadership in Organizations.** New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

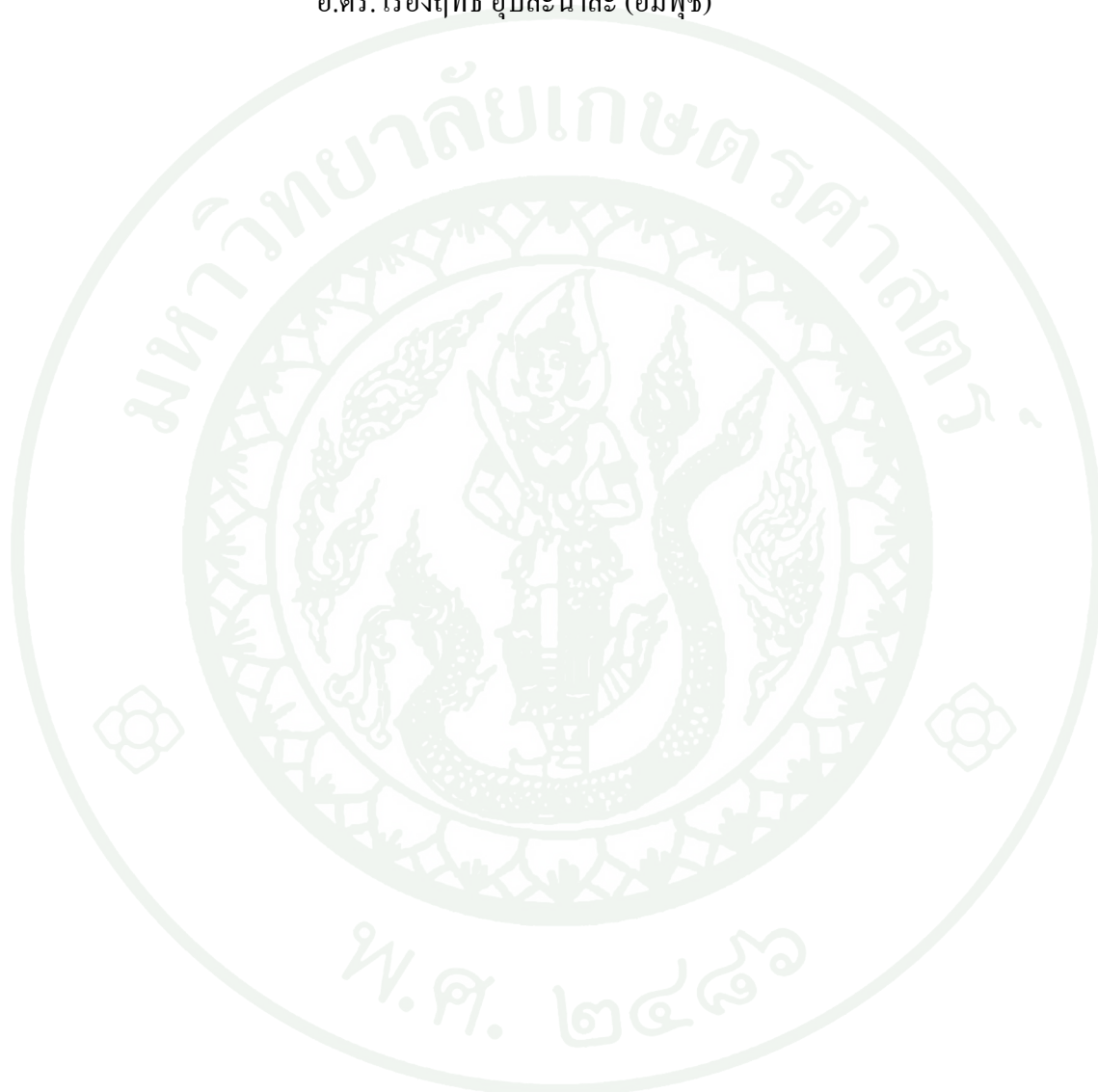
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือการวิจัย

ผศ.ดร. กมลพร สอนศรี

อ.ดร. ธัญลักษณ์ รุจิภักดิ์

อ.ดร. เรืองฤทธิ์ อุปละนาละ (อัมพูชา)





ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ โดยเทคนิค EDFR

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ โดยเทคนิค EDFR

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ

คุณองอาจ ก่อสินคำ

เลขาธิการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย

คุณวิจิต แยมบุญเรือง

ประธานบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก

รายนามวิชาการด้านการจัดการ

รศ.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเจรจาต่อรอง

คุณ วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน

คุณชรรย อัครจินดานนท์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

อาจารย์บุริม โอทกานนท์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการและการเงิน

คุณเอกรัตน์ ไชยโชติช่วง

ผู้เชี่ยวชาญด้านโปรโมเตอร์มวย

สโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ปี 2552

คุณพงษ์พันธ์ วงษ์สุวรรณ

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล ทีโอที)

คุณธนฤทธิ์ ช่อวาจา

(ผู้จัดการทั่วไปสโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด)

คุณโรเบิร์ต โปรกูเรอร์

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด)

คุณอรรถพล สิงห์โตทอง

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี)

คุณมนตรี เครือวัลย์

(ผู้ช่วยผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล จุฬายูไนเต็ด)

คุณพันธ์ศักดิ์ เกตุวัฒนา

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล พัทยา ยูไนเต็ด)

คุณโยธิน ดันประเสริฐ

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลสมุทรสงคราม)

คุณสุภสิน ลีลาฤทธิ์

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลบางกอกกลาส)

คุณอนุชา กระเดื่องเดช

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอล ทีทีเอ็ม สมุทรสาคร)

คุณอาจหาญ ทรงงานทรัพย์

(ผู้ฝึกสอนทีมสโมสรฟุตบอลไอสลดสกา เอ็ม150)

คุณเจษฎาภรณ์ ณ พัทลุง

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลการทำเรือไทยเอฟ.ซี.)

คุณอนันต์ อ่านเปรื่อง

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน)

คุณอาคม สมุทรโคจร

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลแบงค็อก ยูไนเต็ด)

นาวาเอกอโศก ศรีสวัสดิ์

(เลขานุการทีมสโมสรฟุตบอลราชนาวิ-ระยอง)

คุณสถิต ทวีนุช

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม)

คุณประพล พงษ์พาณิชย์

(ผู้จัดการทีมสโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม)

รายชื่อนักฟุตบอลอาชีพ ที่เคยสัญญาว่าจ้างเล่นในต่างประเทศ

คุณธีรเทพ วิโนทัย	(สโมสรฟุตบอลเมืองทอง ยูไนเต็ด)
คุณตะวัน ศรีปาน	(สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน)
คุณเกียรติศักดิ์ เสนาเมือง	(สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี)
คุณพิพัฒน์ ดั่นกันยา	(สโมสรฟุตบอลการทำเรือ)





แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเทคนิค EDFR

เรื่องรูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล.....
2. สังกัดสโมสร.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

1. ท่านคิดว่าการมีเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ มีผลดี หรือประโยชน์ต่อวงการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร
2. ท่านคิดว่าการมีเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ มีข้อเสีย ต่อวงการฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร และปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยมีอะไรบ้าง
3. ท่านคาดหวังต่อรูปแบบของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทยอย่างไร
4. แนวโน้มรูปแบบของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ควรมีรูปแบบหรือลักษณะอย่างไร(ตามกรอบแนวคิด ทั้ง 3 ด้าน)
 - 4.1 ด้านการจัดการทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ
 - 4.2 ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ
 - 4.3 ด้านสัญญาและการเจรจาต่อรองที่เกี่ยวข้องกับเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ



แบบสอบถาม

รูปแบบของบทบาทและหน้าที่ของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบของบทบาทและหน้าที่ของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เนื่องจากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้ เพื่อยืนยันคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จะนำกลับมาวิเคราะห์ค่าพิสัย และส่วนเบี่ยงเบนควอไทล์ เพื่อนำเสนอความคิดเห็นในภาพรวม และส่งกลับไปให้ท่านพิจารณาคำตอบอีกครั้ง เพื่อประโยชน์โดยตรงต่อการวิเคราะห์รูปแบบ บทบาทและหน้าที่ของเอเจนต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดสอบถาม อ.วรรณชลี โนริยา ผู้ดำเนินการวิจัย หมายเลขโทรศัพท์ 081-9275837

ผู้ดำเนินการวิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ หรือ กรอกข้อความให้ครบถ้วนตรงตามความเป็นจริง หรือตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ชื่อ.....สกุล.....สโมสร.....

โดยมีเกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

***** (Agent = เอเจนต์ = ตัวแทน)

ความเป็นไปได้ของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย		5	4	3	2	1
1. คุณสมบัติทั่วไปของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย						
ด้านคุณสมบัติ						
1	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพสามารถเป็นได้ทั้ง เพศชาย หรือหญิง					
2	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี					
3	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยภายใต้กฎระเบียบของ FIFA					
4	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือมีตำแหน่งอื่นๆ ใน FIFA, สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสร หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง					
5	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการกีฬา					
6	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีเครือข่ายในการติดต่อในอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ					
ด้านความรู้						
7	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทั่วไป การเงิน การตลาด กฎหมายเรื่องสัญญา					
8	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้าน ภาษาอังกฤษ					
9	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของกีฬาฟุตบอลในปัจจุบัน (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, สมาคม)					
ด้านทักษะ						
10	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรอบรู้ในกีฬาฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี					
11	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความสามารถ และความชำนาญในการค้นหานักกีฬาฟุตบอล					
12	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการเจรจาต่อรอง					
13	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีทักษะในการพูดและการเขียนเพื่อการสื่อสาร					
ด้านคุณลักษณะอื่นๆ						
14	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น					
15	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีไหวพริบ และมีความคล่องแคล่วว่องไว					
16	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีความละเอียดอ่อน และความรอบคอบ					
17	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีจริยธรรม คุณธรรม ในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหลักจริยธรรมวิชาชีพ					

ข้อ	ความเป็นไปได้ของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	5	4	3	2	1
2. ด้านการวางแผนด้านการเงินและวางแผนอาชีพของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย						
1	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษาเบื้องต้นกับนักฟุตบอลอาชีพเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินและวางแผนอาชีพ					
2	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการเงินและการวางแผนอาชีพ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักฟุตบอลอาชีพ					
3	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี หรือทำหน้าที่ติดต่อและประสานผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการการเงิน และการวางแผนอาชีพเพื่อวางแผนให้กับนักฟุตบอลอาชีพ					
4	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องคอยแนะนำและเป็นผู้วางแผนการเสียภาษีให้กับนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้ นักฟุตบอลอาชีพได้ประโยชน์สูงสุด					
5	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้แนะนำแผนธุรกิจและแผนการลงทุนอย่างมืออาชีพให้แก่ นักฟุตบอลอาชีพ					
6	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพ ควรเป็นผู้แนะนำเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพแก่นักฟุตบอลอาชีพ					
7	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรแนะนำ ทางเลือกที่ดีที่สุด ในอาชีพและธุรกิจ ทั้งภายใน ภายนอกอุตสาหกรรมกีฬา และหลังเลิกเป็นนักฟุตบอลอาชีพ					
8	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายสินค้า ในการฝึกซ้อม บางส่วนและการเดินทางของนักฟุตบอลอาชีพ					
9	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรให้คำปรึกษานักฟุตบอลอาชีพเรื่องการปฏิบัติตน และความสัมพันธ์กับสื่อ					
10	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้ดูแลในเรื่องของการเดินทาง จัดหาที่พัก หรือสนามฝึกซ้อม พร้อมกับจัดการเรื่องใบอนุญาตทำงาน เมื่อมีการซื้อขายตัวนักฟุตบอล อาชีพ					
11	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่เป็นผู้รักษาผลประโยชน์ และจัดหา รายได้ให้นักฟุตบอลอาชีพระหว่าง และภายหลังของการประกอบอาชีพนักฟุตบอล					

ข้อ	ความเป็นไปได้ของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	5	4	3	2	1
3. ด้านการตลาดของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย						
1	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ ทักษะความสำเร็จในการเล่น ลักษณะเฉพาะตัว ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ เพื่อกำหนดมูลค่าของนักฟุตบอลอาชีพ					
2	ก่อนที่จะเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพนำนักกีฬาไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ควรประเมินศักยภาพทางการตลาดของนักฟุตบอลอาชีพ หนาเสนอหรือประเมินจุดอ่อน/จุดแข็งของนักฟุตบอลอาชีพ					
3	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและธุรกิจสินค้าก่อนที่จะให้นักกีฬาเป็นฟรีเซ็นเตอร์					
4	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรมีการวางแผนเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพอย่างต่อเนื่อง					
5	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรจัดการการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าที่จำเป็นสำหรับกีฬาฟุตบอลอาชีพ					
6	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพต่อสาธารณชน					
7	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างโปรไฟล์ ต้องค้นหาภาพลักษณ์ ของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อทำการตลาดบนพื้นฐานอาชีพและส่วนตัว					
8	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องมีการสร้าง และพัฒนาเครือข่าย ที่ดีกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์					
9	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องสร้างนักฟุตบอลอาชีพให้มีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เพื่อให้ตัวนักฟุตบอลอาชีพเป็นที่น่าสนใจ					
10	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องรู้ข้อจำกัดของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อให้การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของนักฟุตบอลอาชีพประสบผลสำเร็จ และทุกอย่างที่จะมีผลต่อความสามารถในการเป็น ฟรีเซ็นเตอร์ของผลิตภัณฑ์					
4. การจัดการสัญญาและการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย						
1	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพทำหน้าที่ดูแล ทบทวนสัญญาจ้างงาน หรือข้อตกลงของการย้ายทีมและเจรจาต่อรองเมื่อมีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนตัว ของนักฟุตบอลอาชีพ					

ข้อ	ความเป็นไปได้ของบทบาทและหน้าที่ของเอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย	5	4	3	2	1
2	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องช่วยนักฟุตบอลอาชีพเจรจาต่อรองให้ (นักกีฬาได้ผลประโยชน์มากที่สุดในการเป็นฟรีเซ็นเตอร์) ได้มาตราต่างๆ ในสัญญาเพื่อเพิ่มรายได้ จากการรับรองสินค้า (ฟรีเซ็นเตอร์)					
3	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพจะต้องให้คำปรึกษา ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย หรือจัดการภาระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายให้นักฟุตบอลอาชีพ					
4	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพควรเป็นที่ปรึกษาเบื้องต้นด้านกฎหมายแพ่ง (หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญา รวมทั้งจัดเตรียมแบบฟอร์มภาษีและการประกันภัย					
5	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรอง รวมทั้งคลี่คลายความขัดแย้งต่าง ๆ อันเกิดจากนักฟุตบอลอาชีพ กับ ทีม ลีก แฟนคลับ สื่อมวลชน และเจ้าของสินค้า					
6	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพเป็นผู้เจรจาต่อรองในเรื่อง เงินเดือน โบนัส ก่อนการทำสัญญาใด ๆ ของนักฟุตบอลอาชีพ					
7	เอเย่นต์นักฟุตบอลอาชีพต้องทำหน้าที่ดูแล จัดการสัญญาตัวแทน และจัดการเอกสารที่ต้องใช้ในอุตสาหกรรมกีฬา เช่น สัญญาจ้างงาน นโยบาย กฎข้อบังคับ บทบัญญัติกีฬาฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ					

ภาคผนวก จ

ข้อบังคับตามกฎหมายสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ

ข้อบังคับตามกฎหมายฟุตบอลนานาชาติ
(Federation International Football Association FIFA)

คำจำกัดความ

ระเบียบข้อบังคับต่อไปนี้ได้รับการประกาศตามมาตรา 14 ของกฎหมาย FIFA ในเรื่อง
ระเบียบข้อบังคับการกำกับดูแลการสมัคร

1. **เอเยนต์นักกีฬา:** คือ บุคคลทั่วไปซึ่งแนะนำนักกีฬาให้กับสโมสรเพื่อค่านายหน้า เพื่อ
เจรจาหรือทบทวนการเจรจาสัญญาจ้างงาน หรือแนะนำสองสโมสรเพื่อสรุปข้อตกลงการย้ายทีม
เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับที่กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ
2. **ใบอนุญาต:** คือ ใบรับรองอย่างเป็นทางการที่ออกโดยสมาคมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้บุคคล
นั้นๆ สามารถทำหน้าที่เอเยนต์นักกีฬาได้
3. **ผู้สมัคร:** คือ บุคคลทั่วไปที่ต้องการได้ใบอนุญาตเพื่อทำให้เขาสามารถทำหน้าที่เอเยนต์
นักกีฬาของนักกีฬาได้

ความหมายนี้ได้มีการกล่าวถึงในส่วน of คำจำกัดความในบทบัญญัติของ FIFA และใน
ระเบียบข้อบังคับในเรื่องสถานภาพและการย้ายทีมของนักกีฬา คำจำกัดความที่กล่าวถึงบุคคลทั่วไป
ในที่นี้ ใช้กับคนทั้งสองเพศ คำจำกัดความใดที่ใช้ในบริบทเอกพจน์ ให้หมายความถึงบริบท
พหูพจน์ และในทางกลับกันคำจำกัดความในบริบทพหูพจน์ให้หมายความถึงบริบทเอกพจน์เช่นกัน

I บทนำเรื่องข้อบังคับ

มาตรา 1 เรื่องขอบเขต

1. ระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ใช้กำกับดูแลอาชีพของเอเยนต์นักกีฬาซึ่งคือผู้ที่แนะนำนักกีฬา
ให้กับสโมสรเพื่อการเจรจาหรือทบทวนการเจรจาสัญญาจ้างงาน หรือแนะนำสองสโมสรเพื่อ
สรุปข้อตกลงการย้ายทีมภายในสมาคมเดียวกัน หรือจากสมาคมหนึ่งไปยังอีกสมาคมหนึ่ง

2. การบังคับใช้ระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ต่อการกระทำของเอเย่นต์นักกีฬาที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น ต้องเป็นไปอย่างเคร่งครัด

3. ระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ไม่ครอบคลุมบริการใดๆ ที่เอเย่นต์นักกีฬามอบให้กับบุคคลๆ ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการหรือโค้ช การกระทำดังกล่าวได้รับการกำกับดูแลโดยกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม

4. ระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ยังกำหนดการอบรมและมาตรฐานที่เหมาะสมของเอเย่นต์นักกีฬาอีกด้วย

5. สมาคมเหล่านี้ต้องนำระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ไปใช้ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย นอกจากนี้ สมาคมเหล่านี้ควรร่างระเบียบข้อบังคับของตนเองซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับหลักการที่กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ และจะไม่เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับเหล่านี้หากข้อบังคับที่เกิดขึ้นใหม่ขัดแย้งกับกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม สมาคมควรยื่นระเบียบข้อบังคับของตนและข้อแก้ไขที่เกี่ยวข้องให้กับคณะกรรมการสถานภาพของนักกีฬาของ FIFA เพื่อขอรับการอนุมัติก่อนภายในสองปีที่ร่างระเบียบข้อบังคับดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้

II การรับบริการจากเอเย่นต์นักกีฬา

มาตราที่ 2 เรื่องทั่วไป

1. ทั้งนักกีฬาและสโมสรมีสิทธิรับบริการจากเอเย่นต์นักกีฬาที่มีใบอนุญาต ในธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีมหรือการเจรจา หรือทบทวนการเจรจาสัญญาการจ้างงาน เอเย่นต์นักกีฬามีสิทธิได้รับค่าตอบแทนสำหรับบริการที่เขามอบให้ ในการอนุญาตให้เอเย่นต์นักกีฬาประกอบวิชาชีพ ระเบียบข้อบังคับเหล่านี้ไม่ได้ทำให้เอเย่นต์นักกีฬาพ้นจากข้อผูกมัดที่พึงปฏิบัติตามกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการหางาน

2. ตามมาตรา 4.1 และ 4.2 นักกีฬาและสโมสรต่างๆ ถูกห้ามจากการใช้บริการจากเอเย่นต์นักกีฬาที่ไม่มีใบอนุญาต

มาตรา 3 การรับบริการจากเอเยนต์นักกีฬาที่มีใบอนุญาต

1. กิจกรรมของเอเยนต์นักกีฬาพึงกระทำได้โดยบุคคลทั่วไปซึ่งได้รับใบอนุญาตจากสมาคมที่เกี่ยวข้องให้กระทำการดังกล่าว

2. เอเยนต์นักกีฬาพึงทำธุรกิจของตนตามขอบเขตที่กำหนด มีเพียงตัวเอเยนต์นักกีฬาเท่านั้นที่มีสิทธิ์เป็นเอเยนต์และส่งเสริมผลประโยชน์ของนักกีฬา และ/หรือสโมสรที่เกี่ยวข้องกับนักกีฬา และ/หรือสโมสรอื่น

มาตรา 4 เรื่องบุคคลที่ได้รับการยกเว้น

1. ผู้ปกครอง, พี่น้อง หรือคู่สมรสของนักกีฬาอาจเป็นเอเยนต์ให้นักกีฬาในการเจรจาหรือทบทวนการเจรจาสัญญาการจ้างงาน

2. ทนายที่มีใบอนุญาตตามข้อกำหนดในประเทศของตนอาจเป็นเอเยนต์ให้นักกีฬาหรือสโมสรในการเจรจาเรื่องการย้ายทีมหรือสัญญาการจ้างงานได้

3. กิจกรรมที่กระทำโดยบุคคลที่ได้รับการยกเว้นนี้ไม่ได้อยู่ภายใต้อำนาจของ FIFA

III การได้รับและการเสียใบอนุญาตของเอเยนต์นักกีฬากีฬา

มาตรา 5 เรื่องความรับผิดชอบในการออกใบอนุญาต

1. ใบอนุญาตของเอเยนต์นักกีฬาได้รับการออกโดยสมาคมของประเทศที่ผู้สมัครถือสัญชาติ ในกรณีที่ผู้สมัครมีหลายสัญชาติ ให้ใช้สัญชาติที่ได้รับล่าสุด ถ้าผู้สมัครพักอาศัยในประเทศอื่นเป็นเวลาสองปีหรือมากกว่านั้น มีเพียงสมาคมนี้เท่านั้นที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการออกใบอนุญาต ไม่ใช่สมาคมของประเทศที่ผู้สมัครถือสัญชาติ

2. หากผู้สมัครอาศัยอยู่ในประเทศยุโรปอื่นที่ไม่ใช่ประเทศที่ตนถือสัญชาติ ผู้สมัครต้องส่งใบสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปยังสมาคมในประเทศที่ตนพำนักโดยไม่จำเป็นต้องยึดระเบียบที่ว่าต้องพำนักอยู่ในประเทศดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาอย่างน้อยสองปี

มาตรา 6 เรื่องคุณสมบัติสำหรับผู้สมัคร

1. ผู้สมัครต้องยื่นใบสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรในการขอใบอนุญาตเอเยนต์นักกีฬาไปยังสมาคมที่เกี่ยวข้อง ผู้สมัครต้องเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่มีประวัติค้างพร้อย ผู้สมัครถือว่าไม่มีประวัติค้างพร้อย หากไม่เคยได้รับการลงโทษทางอาญาในคดีที่เกี่ยวข้องทางการเงิน หรือคดีร้ายแรง
2. ผู้สมัครต้องไม่ใช่เจ้าหน้าที่ พนักงานหรือมีตำแหน่งอื่นใน FIFA, สมาพันธ์, สมาคม, ลีก, สโมสร หรือองค์กรใดๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะในสถานะใด
3. เงื่อนไขดังที่กล่าวมานี้ ผู้สมัครพึงปฏิบัติตามตลอดอาชีพของเอเยนต์นักกีฬา (มาตรา 15)
4. ในการสมัคร ผู้สมัครยินยอมที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA, สมาพันธ์และสมาคมที่เกี่ยวข้อง

มาตรา 7 เรื่องการสมัคร

สมาคมมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการรับรองว่าการสมัครเป็นไปตามข้อกำหนด หากว่าผู้สมัครมีคุณสมบัติไม่ครบตามกำหนด การสมัครนั้นจะถูกปฏิเสธ ในกรณีนี้ ผู้สมัครอาจยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องไปยังคณะกรรมการสถานภาพนักกีฬาของ FIFA และขอให้มีการตรวจสอบคุณสมบัติใหม่ว่าการสมัครดังกล่าวเป็นไปตามข้อกำหนด หากมีคุณสมบัติครบ FIFA จะแจ้งสมาคมที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการให้ใบอนุญาตตามขั้นตอน หากใบสมัครดังกล่าวมีคุณสมบัติไม่ครบ ผู้สมัครคนดังกล่าวอาจขอสมัครใหม่ ถ้าหากสามารถทำตามข้อกำหนดได้ครบถ้วน

มาตรา 8 เรื่องกระบวนการสอบ

1. หากการสมัครมีคุณสมบัติครบตามกำหนด สมาคมจะเชิญผู้สมัครมาทำการสอบข้อเขียน สมาคมต่างๆ อาจจัดการสอบปีละสองครั้งในเดือนมีนาคม และกันยายน วันสอบที่แน่นอนจะกำหนดโดย FIFA ในเดือนมกราคมและมิถุนายนของแต่ละปี การสอบจัดโดยสมาคมและจัดขึ้นภายใต้การดูแลของ FIFA โดยที่ FIFA มีสิทธิ์ตรวจสอบสมาคมต่างๆ ในเรื่องกระบวนการสอบ
2. หากสมาคมไม่สามารถจัดสอบได้ตามวันที่กำหนด สมาคมอาจเลือกที่จะไม่จัดสอบเลยก็ได้ แต่สมาคมต้องประกาศให้ทราบล่วงหน้าผ่านช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ ใดๆ ก็ได้ ตาม สมาคมหนึ่งๆ สามารถตัดสินใจที่จะไม่จัดการสอบสองครั้งติดต่อกันเท่านั้น
3. สมาคมอาจคิดค่าธรรมเนียมกับผู้สมัครตามความเหมาะสม แต่ค่าธรรมเนียมดังกล่าวควรอยู่ในอัตราที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการจัดการสอบเท่านั้น ค่าธรรมเนียมดังกล่าวต้องไม่เกินค่าใช้จ่าย
4. ข้อสอบต้องเป็นแบบปรนัย ผู้สมัครจะถือว่าสอบผ่านหากทำคะแนนขั้นต่ำได้ตามที่กำหนดไว้โดย FIFA
5. ผู้สมัครแต่ละคนจะต้องทำข้อสอบครอบคลุมหัวข้อดังนี้:
 - a) ความรู้เรื่องระเบียบข้อบังคับของฟุตบอลในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีม (กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์, และสมาคมของประเทศที่ผู้สมัครเข้าสอบ)
 - b) ความรู้เรื่องกฎหมายแพ่ง (หลักการพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล) และกฎหมายเรื่องสัญญาผูกมัด (กฎหมายเรื่องสัญญา)

6. การสอบแต่ละครั้งต้องประกอบไปด้วยคำถาม 20 ข้อ ประกอบไปด้วย ระเบียบข้อบังคับระหว่างประเทศ 15 ข้อ และระเบียบข้อบังคับระดับประเทศ 5 ข้อ ผู้สมัครมีเวลาระหว่าง 60 ถึง 90 นาทีในการทำข้อสอบ สมาคมมีสิทธิ์ที่จะกำหนดเวลาที่แน่นอนในการทำข้อสอบภายใต้กรอบเวลาที่กำหนดให้

7. แต่ละสมาคมต้องกำหนดคำถามของตนเองในหัวข้อระดับประเทศ ในขณะที่ FIFA จะกำหนดคำถามในเรื่องกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของตน และให้กระดาษสอบกับสมาคม

8. ส่วนของการสอบที่กล่าวถึงข้างต้นต้องใช้ชุดคำถามที่ FIFA กำหนด ผู้สมัครหนึ่งคนได้รับหนึ่งชุด

9. FIFA จะกำหนดคะแนนขั้นต่ำเพื่อประเมินว่าผ่านการสอบหรือไม่ คำตอบที่ถูกต้องจะได้รับเพียงหนึ่งคะแนนเท่านั้น

10. ก่อนที่จะเริ่มทำการสอบ สมาคมต้องแจ้งให้ผู้สมัครทราบถึงเวลาสอบ และคะแนนขั้นต่ำที่ต้องทำได้

11. หลังจากการสอบ กระดาษสอบต้องได้รับการตรวจในทันที โดยไม่ล่าช้า และผู้สมัครจะได้รับแจ้งผลสอบ

12. ผู้สมัครที่สอบไม่ผ่านอาจขอสมัครสอบใหม่ได้ในการสอบครั้งหน้า

13. หากผู้สมัครสอบไม่ผ่านในการสอบครั้งที่สอง ผู้สมัครคนดังกล่าวไม่สามารถขอสอบใหม่ได้จนกว่าจะครบหนึ่งปีปฏิทิน

14. ผู้สมัครคนใดที่ไม่ผ่านการสอบเป็นครั้งที่สาม จะถูกห้ามสอบไปอีกสองปี

15. หากมีข้อสงสัยที่เกี่ยวข้องกับผลสอบ ผู้สมัครต้องยื่นความจำนงไปที่สมาคมที่เกี่ยวข้อง หรือ FIFA ภายในเวลา 6 เดือนนับจากวันที่ทำการสอบ

มาตรา 9 เรื่องการประกันความเสียหาย

1. หากผู้สมัครผ่านการสอบข้อเขียน สมาคมต้องขอให้ผู้สมัครทำ (ตามมาตรา 10 ของระเบียบข้อบังคับนี้) การประกันความเสียหายทางวิชาชีพในชื่อของเขา กับบริษัทประกันที่เป็นที่รู้จัก ซึ่งควรเป็นบริษัทดำเนินธุรกิจในประเทศของตน การประกันต้องครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของตัวแทนนักกีฬา การประกันต้องครอบคลุมความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นหลังจากการเลิกประกอบอาชีพการทำงานของเขา เช่น นักกีฬา แต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำขณะที่ยังประกอบอาชีพอยู่ กรมธรรม์ต้องครอบคลุมความเสี่ยงทั้งหมดที่มีความเป็นไปได้ว่าอาจเกิดขึ้นในการประกอบอาชีพของเขา เช่น นักกีฬา

2. เป็นความรับผิดชอบของสมาคมที่ออกใบอนุญาตในการตรวจสอบว่ามีการประกันความเสียหายทางวิชาชีพตามที่กำหนดหรือไม่

มาตรา 10 เรื่องใบรับรองจากธนาคาร

นอกจากกรมธรรม์ประกันความเสียหายทางวิชาชีพที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ผู้สมัครอาจยื่นใบรับรองจากธนาคารจากธนาคารสวิสว่ามีเงิน 1 แสนสวิสฟรังก์ตามที่กำหนดไว้ในภาคผนวก 2 การรับรองจากธนาคารต้องออกโดยธนาคารสวิส และออกมาพร้อมกับเอกสารยืนยันทางการเงินที่รับรองจำนวนเงินที่สามารถจ่ายได้หากมีคำสั่งศาล, และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ของนักกีฬา สโมสร หรือเอเย่นต์นักกีฬาคนอื่นที่ได้รับความเสียหายอันเป็นผลจากการกระทำของเอเย่นต์นักกีฬาก็ได้

มาตรา 11 เรื่องการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และระเบียบข้อบังคับฟุตบอล

ผู้สมัครต้องลงชื่อการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ (ภาคผนวก 1) ที่กำกับดูแลการกระทำของเขาและ ยินยอมที่จะปฏิบัติตามหลักจริยธรรมดังกล่าว สมาคมต้องเป็นผู้เก็บรักษาสัญญาลงนามต้นฉบับ

มาตรา 12 เรื่องการออกใบอนุญาต

1. หากผู้สมัครมีคุณสมบัติครบ รวมไปถึงการได้ลงชื่อยอมรับหลักจริยธรรมและการมีกรรมกรรมประกันความเสียหายหรือ การรับรองจากธนาคาร สมาคมจะออกใบอนุญาตให้ใบอนุญาตดังกล่าวเป็นของส่วนบุคคล และไม่สามารถเปลี่ยนโอนให้กันได้ ใบอนุญาตดังกล่าวอนุญาตให้เอเย่นต์นักกีฬาทำงานในวงการฟุตบอลได้ตามที่กฎหมายกำหนด (มาตรา 2.1)

2. หลังจากเอเย่นต์นักกีฬาได้รับใบอนุญาต เขาก็จะมีตำแหน่งต่อท้ายชื่อนี้: เอเย่นต์นักกีฬาที่ได้รับอนุญาตโดยสมาคมฟุตบอล

3. ถ้าผู้สมัครมีคุณสมบัติไม่ครบภายใน 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่ทำการสอบ ผู้สมัครคนดังกล่าวต้องทำการสอบใหม่

มาตรา 13 เรื่องการเผยแพร่

1. แต่ละสมาคมต้องเก็บรายชื่อเอเย่นต์นักกีฬาล่าสุดซึ่งทางสมาคมได้ออกใบอนุญาตให้และเผยแพร่ในรูปแบบที่เหมาะสม (ทางอินเทอร์เน็ต, จดหมายเวียน, อื่นๆ) ควรยื่นสำเนาของการลงทะเบียนนี้ให้กับ FIFA หลังจากวันสอบทุกครั้ง การแก้ไขใดๆ เช่นการเพิกถอนหรือคืนใบอนุญาต ต้องแจ้งให้ FIFA ทราบในทันที ยิ่งไปกว่านั้น สมาคมต้องแจ้ง FIFA ให้ทราบหากมีการดำเนินการบทลงโทษใด (บทที่ 7) ที่ได้บังคับใช้ และผลที่ตามมา

2. แต่ละสมาคมมีเวลาถึงวันที่ 30 มิถุนายนของแต่ละปีในการยื่นรายงานให้กับ FIFA เกี่ยวกับเอเย่นต์นักกีฬาภายใต้ขอบเขตที่ดูแลในปีที่ผ่านมา รวมไปถึงสถิติและข้อมูลสำคัญต่างๆ เช่น จำนวนเอเย่นต์นักกีฬา, รายละเอียดของเอเย่นต์นักกีฬาที่เริ่มและยุติการทำงาน, บทลงโทษที่ใช้กับเอเย่นต์นักกีฬา, ประวัติอาชญากรรม, กระบวนการที่ยังไม่จบสิ้น, และสถานการณ์ที่เป็นไปได้ที่จะมีผลต่อชื่อเสียงของเอเย่นต์นักกีฬา

มาตรา 14 เรื่องการเสียใบอนุญาต

ใบอนุญาตจะถูกถอนเมื่อเอเย่นต์นักกีฬาไม่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด (มาตรา 6, 9 และ 10) และถูกยึดคืนอันเป็นผลจากการเลิกประกอบอาชีพ (มาตรา 18) หรือ ผลจากบทลงโทษ (บทที่ 7)

มาตรา 15 เรื่องการเพิกถอนใบอนุญาตอันเนื่องมาจากมีคุณสมบัติไม่ครบ

หากเอเย่นต์นักกีฬาไม่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดในการมีใบอนุญาต (ข้อกำหนดที่ระบุไว้ในมาตรา 6, 9 และ 10) สมาคมที่เกี่ยวข้องต้องเพิกถอนใบอนุญาตดังกล่าว การแก้ไขคุณสมบัติที่บกพร่องพึงกระทำได้โดยหน่วยงานของสมาคมจะกำหนดเวลาที่เหมาะสมให้กับเอเย่นต์นักกีฬาในการแก้ไขคุณสมบัติ หากครบกำหนดเวลาแล้ว ผู้สมัครยังมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน ใบอนุญาตจะถูกเพิกถอนแน่นอน

มาตรา 16 เรื่องการตรวจสอบคุณสมบัติ

สมาคมต้องติดตามว่าเอเย่นต์นักกีฬามีคุณสมบัติครบในการมีสิทธิ์ได้รับใบอนุญาตหรือไม่

มาตรา 17 เรื่องการสอบใหม่

1. ใบอนุญาตหมดอายุใน 5 ปีหลังจากวันออก
2. เอเย่นต์นักกีฬาต้องส่งใบสมัครที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับสมาคมที่เกี่ยวข้องเพื่อขอสอบอีกครั้งก่อนวันที่ใบอนุญาตหมดอายุตามมาตรา 5 ที่ได้กล่าวข้างต้น หากเอเย่นต์นักกีฬาไม่ได้ยื่นใบสมัครเพื่อขอสอบอีกครั้งภายใน 5 ปีนับจากวันที่ออกใบอนุญาต ใบอนุญาตของเขาจะถูกพักสิทธิ์โดยอัตโนมัติ
3. หากเอเย่นต์นักกีฬาดำเนินการตามกำหนดเวลาที่กล่าวไว้ข้างต้น ใบอนุญาตของเขา ยังคงมีผลจนกระทั่งวันสอบครั้งต่อไป

4. หากเอเย่นต์นักกีฬาสอบไม่ผ่านในครั้งนี้อย่างไร ในใบอนุญาตของเขาจะถูกพักสิทธิ์จนกว่าเขาจะสอบผ่าน

5. เอเย่นต์นักกีฬาอาจขอสอบในครั้งต่อไป ไม่มีกำหนดจำนวนครั้งที่เอเย่นต์นักกีฬาต้องสอบใหม่

มาตรา 18 เรื่อง การเลิกประกอบอาชีพ

1. เอเย่นต์นักกีฬาที่ตัดสินใจเลิกประกอบอาชีพต้องคืนใบอนุญาตให้กับสมาคมที่ออกใบอนุญาตดังกล่าว การไม่ปฏิบัติตามกฎนี้จะนำไปสู่การยกเลิกใบอนุญาต และการเผยแพร่การตัดสินใจนี้

2. สมาคมต้องเผยแพร่ชื่อของเอเย่นต์นักกีฬาที่เลิกประกอบอาชีพและแจ้งให้ FIFA ทราบโดยไม่ล่าช้า

IV เรื่อง สิทธิและข้อผูกมัดของเอเย่นต์นักกีฬา

มาตรา 19 เรื่อง สัญญาการเป็นเอเย่นต์

1. เอเย่นต์นักกีฬาต้องได้รับอนุญาตให้เป็นเอเย่นต์นักกีฬาหรือสโมสร โดยเซ็นสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับนักกีฬาหรือสโมสรนั้นๆ

2. หากนักกีฬาเป็นผู้เยาว์ ผู้ปกครองตามกฎหมายของนักกีฬาต้องเซ็นสัญญาการเป็นเอเย่นต์ที่สอดคล้องกับกฎหมายของประเทศที่นักกีฬานั้นๆ อาศัย

3. สัญญาการเป็นเอเย่นต์ต้องมีอายุไม่เกิน 2 ปี โดยสามารถต่ออายุได้อีกไม่เกิน 2 ปี โดยการลงนามเป็นลายลักษณ์อักษร

4. สัญญาการเป็นเอเจนต์ต้องชี้แจงอย่างชัดเจนว่าใครมีหน้าที่รับผิดชอบในการจ่ายเงินให้กับเอเจนต์นักศึกษาและในลักษณะใด โดยเป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม การจ่ายเงินต้องเป็นการจ่ายโดยตรงจากลูกค้าของเอเจนต์นักศึกษา ไปยังเอเจนต์นักศึกษา อย่างไรก็ตามหลังจากธุรกรรมดังกล่าว นักศึกษาอาจเซ็นหนังสือให้ความยินยอมกับสโมสรในการจ่ายเงินให้เอเจนต์นักศึกษานามของตน การจ่ายเงินในนามของนักศึกษาต้องสะท้อนให้เห็นถึงเงื่อนไขทั่วไปของการจ่ายเงินตามที่ตกลงไว้ระหว่างนักศึกษาและตัวแทนนักศึกษา

5. สัญญาการเป็นเอเจนต์ดังกล่าวอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้: ชื่อของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง, ระยะเวลาและคำตอบแทนสำหรับตัวแทนนักศึกษา, เงื่อนไขทั่วไปของการชำระเงิน, วันสิ้นสุด และลายเซ็นของทุกฝ่าย

6. สัญญาการเป็นเอเจนต์ต้องเป็นฉบับตัวจริง 4 ฉบับซึ่งลงนามโดยทั้งสองฝ่าย นักศึกษาหรือสโมสรต้องเก็บฉบับแรกและเอเจนต์นักศึกษา เก็บฉบับที่สอง เพื่อวัตถุประสงค์ในการลงทะเบียน เอเจนต์นักศึกษาต้องส่งฉบับที่สามและสี่ไปยังสมาคมของตน และสมาคมที่นักศึกษาหรือสโมสรเป็นสมาชิกภายใน 30 วันหลังจากที่ลงนาม

7. ข้อบังคับที่กำหนดในมาตรานี้ไม่มีผลต่อสิทธิของลูกค้าในการลงนามสัญญาจ้างงานหรือสัญญาขายทีมโดยปราศจากความช่วยเหลือของเอเจนต์

8. เอเจนต์นักศึกษาต้องหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อนในการกระทำของตน เอเจนต์นักศึกษามีสิทธิ์เป็นเอเจนต์รักษาผลประโยชน์ต่อหนึ่งธุรกรรมให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เอเจนต์นักศึกษามีสิทธิ์ห้ามจากการมีสัญญาการเป็นเอเจนต์, ข้อตกลงความร่วมมือ, หรือการแบ่งปันผลประโยชน์กับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด หรือฝ่ายใดที่เอเจนต์นักศึกษามีความเกี่ยวข้องในการขายนักศึกษา หรือการให้ได้มาซึ่งสัญญาจ้างงาน

มาตรา 20 เรื่องคำตอบแทน

1. มูลค่าของคำตอบแทนสำหรับเอเจนต์นักศึกษิตามงานที่เอเจนต์นักศึกษาทำในนามเอเจนต์นักศึกษาได้รับการคำนวณตามฐานรายได้รวมต่อปีของนักศึกษา รวมถึงค่าธรรมเนียมการเซ็นสัญญาที่เอเจนต์นักศึกษามีให้กับนักกีฬาในสัญญาการจ้างงาน มูลค่าดังกล่าวต้องไม่รวม

ผลประโยชน์อื่นๆ ของนักกีฬา เช่น รถ, ห้องชุด, รางวัลพิเศษ และ/หรือรูปแบบโบนัสต่างๆ หรือ อภิสิทธิ์ซึ่งไม่ได้รับการรับรองว่าจะได้

2. เอเยนต์นักกีฬาและนักกีฬาต้องตัดสินใจล่วงหน้าว่านักกีฬาควรให้ค่าตอบแทนเอเยนต์นักกีฬาเป็นการจ่ายเงินก้อนในตอนแรกของสัญญาจ้างงานที่เอเยนต์นักกีฬาได้เจรจาให้กับนักกีฬา หรือควรจ่ายเป็นเงินรายปีในตอนท้ายของสัญญาในแต่ละปี

3. ถ้าเอเยนต์นักกีฬาและนักกีฬาไม่ได้ตกลงจ่ายเงินก้อนใหญ่ และสัญญาจ้างงานของนักกีฬามีระยะเวลายาวนานกว่าสัญญาการเป็นเอเยนต์ของเอเยนต์ เอเยนต์นักกีฬามีสิทธิได้ค่าตอบแทนรายปีแม้ว่าสัญญาการเป็นเอเยนต์จะหมดอายุไปแล้ว สิทธินี้มีไปจนถึงเมื่อสัญญาจ้างงานของนักกีฬาหมดอายุลง หรือนักกีฬาเซ็นสัญญาจ้างงานใหม่โดยไม่เกี่ยวข้องกับเอเยนต์นักกีฬาคนเดิม

4. หากเอเยนต์นักกีฬาและนักกีฬาตกลงกันไม่ได้ในเรื่องค่าตอบแทน หรือถ้าสัญญาการเป็นเอเยนต์ไม่ได้กำหนดเรื่องค่าตอบแทนดังกล่าว เอเยนต์นักกีฬามีสิทธิได้รับค่าชดเชยเป็นมูลค่า 3 เปอร์เซ็นต์ ของฐานรายได้ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งนักกีฬาต้องได้รับจากสัญญาจ้างงานตามที่ได้เจรจา หรือทบทวนเจรจาโดยเอเยนต์นักกีฬา

5. เอเยนต์นักกีฬาซึ่งเซ็นสัญญากับสโมสรต้องได้รับค่าตอบแทนสำหรับการบริการของเขาโดยการจ่ายเป็นเงินก้อนตามที่ได้มีการตกลงกันล่วงหน้า

มาตรา 21 เรื่องสัญญาการเป็นเอเยนต์มาตรฐาน

1. FIFA ควรกำหนดสัญญาการเป็นเอเยนต์ที่เป็นมาตรฐานให้กับสมาคมต่างๆ (ภาคผนวก 3)
2. เอเยนต์นักกีฬาทุกคนต้องใช้สัญญาที่เป็นมาตรฐานเดียวกันนี้ ฝ่ายต่างๆ มีสิทธิที่จะมีข้อตกลงเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากสัญญามาตรฐานนี้

มาตรา 22 เรื่องสิทธิในการติดต่อ, ข้อห้ามในการเข้าหา

1. เอเยนต์นักกีฬาที่มีใบอนุญาตมีสิทธิที่จะ

- a) ติดต่อนักกีฬาทุกคนซึ่งยังไม่ได้เซ็นสัญญาการเป็นเอเยนต์กับเอเยนต์กีฬาคนอื่น หรือนักกีฬาที่ไม่ได้มีสัญญาผูกมัดกับเอเยนต์คนอื่น
- b) เป็นเอเยนต์รักษาผลประโยชน์ของนักกีฬาหรือสโมสรใดๆ ที่ขอให้เขาเจรจาหรือ ทบทวนการเจรจาสัญญาแทนนักกีฬา
- c) ดูแลผลประโยชน์ของนักกีฬาซึ่งนักกีฬาขอให้ทำให้
- d) ดูแลผลประโยชน์ของสโมสรซึ่งสโมสรขอให้ทำให้

2. เอเยนต์นักกีฬาถูกห้ามไม่ให้เข้าหานักกีฬาคนใดซึ่งมีสัญญากับสโมสร โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อชักชวนให้นักกีฬานั้นๆ ยกเลิกสัญญาก่อนกำหนด หรือฝ่าฝืนข้อผูกมัดที่ กำหนดไว้ในสัญญาการจ้างงาน

3. เอเยนต์นักกีฬาทุกคนต้องแน่ใจว่าชื่อของเขา, ลายเซ็น และชื่อของลูกค้าของเขาปรากฏ ในสัญญาที่เขามีส่วนเกี่ยวข้อง

มาตรา 23 เรื่องการยึดตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่ใช้ในขอบเขตของ สมาคม

1. เอเยนต์นักกีฬาต้องเคารพและยึดตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่งและ การตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA, สมาพันธ์, และสมาคม เช่นเดียวกับกฎหมายที่ กำกับดูแลการหางานที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม

2. เอเยนต์นักกีฬาต้องแน่ใจว่าทุกธุรกรรมที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของตนสอดคล้องกับข้อบังคับของบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจที่กล่าวไปข้างต้นของหน่วยงานที่มีอำนาจสั่งการของ FIFA, สมาพันธ์ และสมาคม เช่นเดียวกับกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม

มาตรา 24 เรื่องการยึดตามหลักจริยธรรมทางวิชาชีพ

1. เอเยนต์นักกีฬาต้องปฏิบัติตามหลักการที่ได้อธิบายไว้ในหลักจริยธรรมเชิงวิชาชีพ (มาตรา 11)
2. เอเยนต์นักกีฬาต้องให้ข้อมูลและยื่นเอกสารที่จำเป็นกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของแต่ละสมาคม และ/หรือ FIFA

V เรื่องสิทธิและข้อผูกมัดของนักกีฬา

มาตรา 25 เรื่องข้อผูกมัดของเอเยนต์นักกีฬาที่ได้รับใบอนุญาต

1. นักกีฬาจะรับบริการของเอเยนต์ที่ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น ในการเป็นเอเยนต์ในการเจรจา หรือทบทวนการเจรจาสัญญาจ้างงาน
2. นักกีฬาต้องติดต่อกับเอเยนต์ที่มีใบอนุญาตเท่านั้น หากเขาไม่ได้เจรจากับสโมสรเองโดยตรง สามารถพึงกระทำได้ตามข้อยกเว้นตามมาตรา 4
3. เป็นหน้าที่ของนักกีฬาที่จะพิจารณาว่าเอเยนต์นักกีฬาสมควรจะได้รับใบอนุญาตก่อนที่จะเซ็นสัญญาการเป็นเอเยนต์หรือไม่

มาตรา 26 เรื่องการอ้างอิงในสัญญาที่เจรจา

1. สัญญาใดๆ ที่เป็นผลมาจากการเจรจาโดยเอเยนต์ที่ได้รับใบอนุญาต ต้องระบุชื่อเอเยนต์นักกีฬานั้นๆ

2. หากนักกีฬาไม่ได้ใช้บริการของเอเยนต์นักกีฬา ข้อเท็จจริงนี้ต้องได้รับการระบุอย่างชัดเจนในสัญญาการจ้างงานที่เกี่ยวข้อง

VI สิทธิและข้อผูกมัดของสโมสร

มาตรา 27 เรื่องข้อผูกมัดของเอเยนต์นักกีฬาที่ได้รับใบอนุญาต

1. สโมสรต่างๆ มีสิทธิใช้บริการของเอเยนต์ที่ได้รับใบอนุญาตในการเป็นเอเยนต์ให้พวกเขาในการเจรจาที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีมของนักกีฬา หรือสัญญาการจ้างงาน

4. สโมสรต่างๆ ต้องติดต่อกับเอเยนต์ที่มีใบอนุญาตเท่านั้น หากพวกเขาไม่ได้เจรจากับนักกีฬาโดยตรง สามารถพึงกระทำได้ตามข้อยกเว้นตามมาตรา 4

2. เป็นหน้าที่ของสโมสรที่จะตัดสินใจว่าเอเยนต์นักกีฬาควรได้รับใบอนุญาตก่อนที่จะเซ็นสัญญาการเป็นเอเยนต์หรือไม่

มาตรา 28 เรื่องการอ้างอิงในสัญญาที่เจรจา

1. สัญญาใดๆ ที่เป็นผลมาจากการเจรจาโดยเอเยนต์ที่ได้รับใบอนุญาต ต้องระบุชื่อเอเยนต์นักกีฬานั้นๆ

2. หากสโมสรไม่ได้ใช้บริการของเอเยนต์นักกีฬา ข้อเท็จจริงนี้ต้องได้รับการระบุอย่างชัดเจนในสัญญาการย้ายทีม และ/หรือ สัญญาการจ้างงาน

มาตรา 29 เรื่องข้อกำหนดเรื่องการชำระเงินและการมอบหมายสิทธิ และการเรียกร้อง

1. ห้ามไม่ให้มีการจ่ายค่าตอบแทน รวมไปถึงค่าตอบแทนในการย้ายทีม, ค่าตอบแทนในการฝึกซ้อม ซึ่งเป็นการจ่ายเงินระหว่างสโมสรอันเนื่องมาจากการย้ายทีมของนักกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายแบบเต็มจำนวนหรือบางส่วนโดยสโมสรให้กับเอเยนต์นักกีฬา นอกเสียจากเป็นการชำระ

เงินที่สโมสรติดค้างอยู่กับเอเยนต์นักกีฬา ในส่วนนี้รวมไปถึงการมีผลประโยชน์ใดๆ ในคำตอบแทนจากการย้ายทีมหรือมูลค่าการย้ายทีมในอนาคตของนักกีฬา

2. ภายในขอบเขตของการย้ายทีมของนักกีฬา เอเยนต์นักกีฬาถูกห้ามจากการรับคำตอบแทนใดๆ นอกเหนือไปจากที่กำหนดไว้ในบทที่ IV ของระเบียบข้อบังคับในปัจจุบัน

3. หากเป็นความต้องการของสมาคมที่เกี่ยวข้อง การจ่ายเงินเพื่อประโยชน์ของเอเยนต์ต้องกระทำผ่านบัญชีธนาคาร โดยมีปลายทางการชำระเงินไปที่สมาคมที่เกี่ยวข้อง

VII เรื่องข้อขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของเอเยนต์นักกีฬา

มาตรา 30 เรื่องระเบียบทั่วไป

1. ในการจัดการกับข้อขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของเอเยนต์นักกีฬา สมาคมต้องคำนึงถึงข้อขัดแย้งทุกประการที่อาจเกิดขึ้นหรือ เกี่ยวข้องกับระเบียบข้อบังคับระดับประเทศของเอเยนต์นักกีฬา ในขณะที่เดียวกันควรคำนึงถึงบทบัญญัติของ FIFA และกฎหมายที่บังคับใช้ในขอบเขตของสมาคม

2. ในส่วนของข้อขัดแย้งระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของเอเยนต์นักกีฬา กระบวนการพิจารณาตัดสินควรเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการสถานภาพนักกีฬาของ FIFA

3. หากมีเหตุผลให้เชื่อว่ามีเหตุให้เกิดประเด็นเรื่องระเบียบวินัย คณะกรรมการสถานภาพนักกีฬาหรือผู้พิพากษาต้องยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการดูแลระเบียบวินัยพร้อมกับคำร้องให้มีการดำเนินการตามระเบียบวินัยตามระเบียบของ FIFA และ บทที่ VIII ด้านล่าง

4. คณะกรรมการสถานภาพของนักกีฬาหรือผู้พิพากษาไม่รับพิจารณาคดีที่เกี่ยวข้องกับระเบียบข้อบังคับนี้หากมีอายุความเกินสองปีนับจากวันที่เกิดเหตุข้อขัดแย้ง หรือไม่เกินหกเดือนตั้งแต่เอเยนต์นักกีฬาเลิกประกอบอาชีพ การยื่นร้องตามกำหนดเวลานี้ต้องได้รับการพิจารณาจากเจ้าหน้าที่เป็นกรณีๆ ไป

5. ขั้นตอนที่มีรายละเอียดสำหรับการแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับการกระทำมีปรากฏใน FIFA Rules Governing the Procedures of the Players' Status Committee and the Dispute Resolution Chamber

VIII เรื่องบทลงโทษ

มาตรา 31 เรื่องระเบียบทั่วไป

การนำบทลงโทษมาใช้กับเอเยนต์นักกีฬา, นักกีฬา, สโมสร หรือสมาคมที่ฝ่าฝืนระเบียบข้อบังคับ, หรือบทบัญญัติ หรือระเบียบข้อบังคับอื่นของ FIFA, สมาพันธ์ หรือสมาคม

มาตรา 32 เรื่องอำนาจในการจัดการ, ข้อจำกัด และค่าใช้จ่าย

1. สำหรับธุรกรรมภายในประเทศ สมาคมที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการบังคับใช้บทลงโทษ อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้ขัดขวางอำนาจในการจัดการของคณะกรรมการระเบียบวินัยของ FIFA ในการใช้บทลงโทษต่อเอเยนต์นักกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการย้ายทีมภายในสมาคมหนึ่งที่ไม่ใช่สมาคมที่ออกใบอนุญาตให้เอเยนต์

2. สำหรับธุรกรรมระหว่างประเทศ คณะกรรมการระเบียบวินัยของ FIFA มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการใช้บทลงโทษตามข้อกำหนดเรื่องระเบียบวินัยของ FIFA

3. ในกรณีความไม่แน่นอนหรือไม่ชอบ หรือความขัดแย้งในเรื่องความสามารถในการจัดการ, คณะกรรมการระเบียบวินัยของ FIFA ต้องตัดสินใจว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบต่อการใช้บทลงโทษ

4. แต่ละสมาคมต้องแต่งตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อการลงโทษเอเยนต์นักกีฬา, นักกีฬา และสมาคม สมาคมต่างๆ ต้องแน่ใจว่าหลังจากได้พยายามทุกช่องทางแล้ว ฝ่ายที่ถูกลงโทษมีโอกาสรื้อฟื้น

5. กระบวนการลงโทษต้องเริ่มจากสมาคมที่เกี่ยวข้อง หรือโดย FIFA ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการเองหรือเป็นการดำเนินการตามคำเรียกร้องก็ตาม

มาตรา 33 เรื่องการลงโทษเอเยนต์นักกีฬา

1. บทลงโทษต่อไปนี้จะบังคับใช้กับเอเยนต์นักกีฬาที่ละเมิดระเบียบข้อบังคับตามที่กำหนดไว้ในเรื่องระเบียบวินัยของ FIFA:

- การดำเนิน หรือตัดเงินเดือน
- การปรับอย่างน้อย 5,000 สวิสฟรังก์
- การพักใบอนุญาตเป็นเวลาไม่เกิน 12 เดือน
- การถอนใบอนุญาต
- การห้ามมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล

บทลงโทษเหล่านี้สามารถแยกบังคับใช้หรือใช้ร่วมกันได้

2. เอเยนต์นักกีฬาจะถูกเพิกถอนใบอนุญาตหากละเมิดบทบัญญัติหรือระเบียบข้อบังคับของ FIFA, สมาพันธ์ หรือสมาคม ชั่ว หรือร้ายแรง

3. มีเพียงสมาคมที่ออกใบอนุญาตเท่านั้นที่สามารถพักหรือเพิกถอนใบอนุญาตเอเยนต์นักกีฬาได้ หาก FIFA ตัดสินที่จะพักหรือเพิกถอนใบอนุญาตเอเยนต์นักกีฬา FIFA ต้องแจกแจงถึงความจำเป็นแก่สมาคมที่ออกใบอนุญาตนั้น

มาตรา 34 เรื่องบทลงโทษต่อนักกีฬา

บทลงโทษต่อไปนี้จะบังคับใช้กับนักกีฬาที่ละเมิดระเบียบข้อบังคับตามที่กำหนดไว้ในเรื่องระเบียบวินัยของ FIFA:

- การดำเนิน หรือตัดเงินเดือน
- การปรับอย่างน้อย 5,000 สวิสฟรังก์
- การสั่งพักการแข่งขัน
- การห้ามมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล

บทลงโทษเหล่านี้สามารถแยกบังคับใช้หรือใช้ร่วมกันได้

มาตรา 35 เรื่องบทลงโทษต่อสโมสร

บทลงโทษต่อไปนี้จะบังคับใช้กับสโมสรที่ละเมิดระเบียบข้อบังคับตามที่กำหนดไว้ในระเบียบวินัยของ FIFA:

- การดำเนิน หรือดักเตือน
- การปรับอย่างน้อย 10,000 สวิสฟรังก์
- การห้ามขายทีม
- การหักแต้ม
- การปรับตกชั้นไปยังดิวิชั่นที่ต่ำลง

บทลงโทษเหล่านี้สามารถแยกบังคับใช้หรือใช้ร่วมกันได้

มาตรา 36 เรื่องบทลงโทษต่อสมาคม

บทลงโทษต่อไปนี้จะบังคับใช้กับสมาคมที่ละเมิดระเบียบข้อบังคับตามที่กำหนดไว้ในระเบียบวินัยของ FIFA:

- การดำเนิน หรือดักเตือน
- การปรับอย่างน้อย 30,000 สวิสฟรังก์
- การห้ามเข้าแข่งขัน

มาตรา 37 เรื่องภาษาทางการ

หากมีข้อขัดแย้งเกิดขึ้นในการตีความของภาษาอังกฤษ, ฝรั่งเศส, สเปน หรือเยอรมัน ในระเบียบข้อบังคับนี้ ให้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก

มาตรา 38 เรื่องที่ไม่มีปรากฏ

เรื่องที่ไม่มีปรากฏในระเบียบข้อบังคับและเหตุผลวิสัยจะได้รับการตัดสินโดยคณะกรรมการบริหารของ FIFA ซึ่งการตัดสินของคณะกรรมการดังกล่าว ถือเป็นอันสิ้นสุด

X เรื่องระเบียบข้อบังคับที่อยู่ในช่วงส่งผ่านและการบังคับใช้

มาตรา 39 เรื่องระเบียบข้อบังคับที่อยู่ในช่วงส่งผ่าน

1. เรื่องใดก็ตามที่ค้างอยู่ที่ FIFA เมื่อระเบียบข้อบังคับนี้มีผลบังคับใช้ ให้ยึดตามหลักระเบียบข้อบังคับเอเชียนักกีฬาหลวงวันที่ 10 ธันวาคม 2000
2. การสมัครขอใบอนุญาตเอเชียนักกีฬาทั้งหมดให้ยึดตามระเบียบข้อบังคับเหล่านี้
3. เอเยนต์ที่มีใบอนุญาต เมื่อระเบียบข้อบังคับนี้มีผลบังคับใช้ พึงปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับนี้
4. เรื่องอื่นๆ ต้องได้รับการประเมินตามระเบียบข้อบังคับนี้ ประเด็นนี้มีรายละเอียดในมาตราที่ 17 ของระเบียบข้อบังคับนี้

มาตรา 40 เรื่องการมีผลบังคับใช้

1. คณะกรรมการบริหารของ FIFA รับระเบียบข้อบังคับนี้ในวันที่ 29 ตุลาคม 2007 และให้มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2008
2. ทุกสมาคมต้องปฏิบัติตามระเบียบใหม่ที่ปรากฏในระเบียบข้อบังคับนี้ไม่เกินวันที่ 31 ธันวาคม 2009 ถึงกระนั้น แต่ละสมาคมต้องปฏิบัติตาม Chapter III ของระเบียบข้อบังคับนี้ นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2008

ศุกร์ 29 ตุลาคม 2007

สำหรับคณะกรรมการบริหาร FIFA

ประธาน เลขานุการ

โจเซฟ เอส.แบล็กเตอร์ เซอร์โรม วาล์ค

หลักจรรยาบรรณ

1. เอเยนต์นักกีฬาต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างมีสามัญสำนึก และประพฤติตนในวิชาชีพและธุรกิจอื่นๆ อย่างน่าเคารพและเหมาะสมกับอาชีพของตน
2. เอเยนต์นักกีฬายินยอมที่จะปฏิบัติตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจของหน่วยงานของ FIFA, สมาพันธ์ และสมาคมที่เกี่ยวข้อง
3. เอเยนต์นักกีฬาต้องยึดตามหลักความจริง, ความชัดเจนและไม่ยึดตนเองเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจกับลูกค้า, การเจรจากับลูกค้า และฝ่ายอื่นๆ
4. เอเยนต์นักกีฬาต้องปกป้องผลประโยชน์ของลูกค้าให้สอดคล้องกับกฎหมายและมีความยุติธรรม ในขณะเดียวกันก็ต้องสร้างความสัมพันธ์ให้ถูกต้องตามกฎหมายอย่างชัดเจน
5. เอเยนต์นักกีฬาต้องเคารพสิทธิในการเจรจาของลูกค้าและบุคคลที่สาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เอเยนต์ต้องเคารพความสัมพันธ์เชิงการเซ็นสัญญาของเพื่อนร่วมอาชีพ และพึงไม่กระทำการใดที่เป็นการชักชวนลูกค้าจากบุคคลอื่น
6. a) เอเยนต์นักกีฬาต้องเก็บข้อมูลการทำธุรกิจของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขาต้องแน่ใจว่าเขาสามารถให้หลักฐานการประกอบธุรกิจของตนได้ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเอกสารหรือการบันทึกในรูปแบบอื่น
- b) เอเยนต์ต้องเก็บเอกสารและรายละเอียดในการประกอบธุรกิจของตนอย่างซื่อสัตย์
- c) ในการขอให้หน่วยงานต่างๆ ทำการสืบสวนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวินัยและข้อขัดแย้งอื่น เอเยนต์นักกีฬาต้องแสดงเอกสารและบันทึกที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวโดยตรงกับเจ้าหน้าที่
- d) เอเยนต์นักกีฬาต้องแสดงใบเรียกเก็บค่าบริการ, ค่าใช้จ่ายต่างๆ และค่าบริการอื่นๆ ที่เรียกเก็บกับลูกค้า

7. เอเยนต์นักกีฬาถูกห้ามไม่ให้ยื่นข้อขัดแย้งขึ้นศาลทั่วไป ดังที่ระบุไว้ในบทบัญญัติของ FIFA และต้องยื่นข้อเรียกร้องต่างๆ ไปยังสมาคมหรือ FIFA

ด้วยการลงนามนี้ เอเยนต์นักกีฬายอมรับข้อความข้างต้น

สถานที่ และวันที่:

เอเยนต์นักกีฬา:

สำหรับสมาคม:

(ประทับตรา และลงชื่อ)

กรรมธรรม์ประกันและการรับรองจากธนาคาร

1. จำนวนที่คุ้มครองโดยกรรมธรรม์ประกันต้องได้รับการระบุแน่นอนตามฐานรายได้ของเอเย่นต์นักกีฬา จำนวนดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 100,000 สวิสฟรังก์
2. กรรมธรรม์ประกันความเสียหายทางวิชาชีพต้องครอบคลุมค่าเรียกร้องที่เกิดขึ้นหลังจากที่กรรมธรรม์หมดอายุลง ในกรณีที่เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในระหว่างที่กรรมธรรม์ยังมีผลบังคับใช้
3. เอเย่นต์นักกีฬาต้องต่อกรรมธรรม์เมื่อหมดอายุ และต้องส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องไปยังสมาคมโดยอัตโนมัติ
4. วัตถุประสงค์ของการประกันคือเพื่อให้ครอบคลุมการเรียกร้องให้ชดเชยค่าเสียหายกับนักกีฬา, สโมสร หรือเอเย่นต์คนอื่น ที่เกิดจากการกระทำของเอเย่นต์นักกีฬา, ตามความเห็นของสมาคม และ/หรือ FIFA, การขัดกับหลักของระเบียบข้อบังคับ และ/หรือระเบียบของสมาคมที่เกี่ยวข้อง
5. ในกรณีที่เอเย่นต์นักกีฬาไม่สามารถจัดหากรรมธรรม์ประกันความเสียหายที่สอดคล้องกับมาตรา 9 ของระเบียบข้อบังคับนี้ เอเย่นต์นักกีฬาต้องมีการรับรองจากธนาคารว่ามีเงินฝากไม่น้อยกว่า 100,000 สวิสฟรังก์
6. ในกรณีที่ไม่มีกรรมธรรม์ประกันความเสียหายทางวิชาชีพในขอบเขตของสมาคม สมาคมนั้นๆ ต้องแจ้ง FIFA และแสดงความจำนงอย่างเป็นทางการเพื่อขออนุญาตให้การรับรองจากธนาคารแทน
7. มีเพียง FIFA เท่านั้นที่สามารถเข้าถึงการรับรองจากธนาคารนี้ได้ การรับรองจากธนาคารนี้มีวัตถุประสงค์เดียวกันกับประกันความเสียหายทางวิชาชีพ จำนวนเงินของการรับรอง (ขั้นต่ำ 100,000 สวิสฟรังก์) ไม่ได้หมายความว่า เป็นจำนวนสูงสุดที่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายได้

8. หากจำนวนของการรับรองลดลงอันเนื่องจากการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากเอเย่นต์ นักกีฬา เอเย่นต์คนดังกล่าวจะถูกพักใบอนุญาตจนกว่าจำนวนเงินในธนาคารจะได้รับการเพิ่ม กลับมาที่จำนวนเดิม (ขั้นต่ำ 100,000 สวิสฟรังก์)

9. สมาคมนักกีฬาที่ต้องการให้บริการหางานให้กับสมาชิกนักกีฬาต้องมีกรรมธรรม์ประกัน ความเสียหายทางวิชาชีพกับบริษัทประกันที่เป็นที่รู้จัก และควรเป็นบริษัทที่ดำเนินการในประเทศที่ สมาคมตั้งอยู่

10. ในกรณีนี้ การประกันถูกจำกัดให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับใบอนุญาตไม่เกิน ห้าใบ ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องเป็นสมาชิกของสมาคมนั้นๆ, สอบผ่านข้อเขียนตามมาตรา 8 และลง นามยินยอมตามหลักจรรยาบรรณ (มาตรา 11) ชื่อของผู้สมัครที่ได้รับใบอนุญาตต้องมีอยู่ใน กรรมธรรม์

11. เอเย่นต์นักกีฬาไม่สามารถยกเลิกกรรมธรรม์ประกันความเสียหายทางวิชาชีพได้จนกว่า เขาจะเลิกประกอบอาชีพ (มีการคืนใบอนุญาต หรือถูกเพิกถอนใบอนุญาต) เอเย่นต์นักกีฬาต้อง แน่ใจว่าการเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากการเลิกประกอบอาชีพ แต่เป็นผลมาจากการ กระทำเมื่อครั้งยังประกอบอาชีพ จะได้รับการครอบคลุมโดยการประกันนี้ (มาตรา 9)

สัญญาการเป็นเอเยนต์มาตรฐาน

ผู้เกี่ยวข้อง

(ชื่อจริงของเอเยนต์นักกีฬา, นามสกุล, ที่อยู่ และชื่อของบริษัท ถ้ามี)

..... (ในที่นี้เรียกว่า เอเยนต์นักกีฬา) และ

(ชื่อจริงของนักกีฬา (และชื่อเล่น ถ้ามี), นามสกุล, ที่อยู่ และวันเกิดหรือชื่อสโมสร และที่อยู่)

..... (ในที่นี้เรียกว่า ลูกค้า)

ตกลงที่จะเข้าสู่สัญญาการเป็นเอเยนต์ดังต่อไปนี้:

1) ระยะเวลา

สัญญานี้มีผลเป็นเวลา

(จำนวนเดือน, ไม่เกิน 24 เดือน)

สัญญานี้จะมีผลตั้งแต่ (วันที่).....

และสิ้นสุดเมื่อ (วันที่).....

2) ค่าตอบแทน

มีเพียงลูกค้าเท่านั้นที่ให้ค่าตอบแทนกับเอเยนต์นักกีฬาสำหรับงานที่เขาทำสำเร็จ

a) นักกีฬาในฐานะ ลูกค้า

เอเยนต์นักกีฬาจะได้รับค่าคอมมิชชั่นเป็นจำนวน เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งปีของนักกีฬาตามสัญญาจ้างงานที่เจรจาหรือทบทวนการเจรจาโดยเอเยนต์นักกีฬา, การจ่ายเงินมีดังนี้

- จ่ายเป็นก้อนในตอนเริ่มของสัญญาจ้างงาน:

- จ่ายเป็นรายปีในตอนท้ายของแต่ละปีสัญญา:

(เขียนตามความเหมาะสม)

b) สโมสรในฐานะ ลูกค้า

เอเยนต์นักกีฬาจะได้รับค่าคอมมิชชั่นเป็นจำนวน เป็นเงินก้อนเดียว (ระบุจำนวนและสกุลเงินที่แน่นอน)

3) สิทธิเฉพาะ

ทุกฝ่ายเห็นด้วยว่าสิทธิในการหางานควรมอบให้เฉพาะ :

ไม่เฉพาะ :

(เขียนตามความเหมาะสม)

กับเอเย่นต์นักกีฬา

4) ข้อตกลงอื่น

การจัดการพิเศษอื่นๆ ที่สอดคล้องกับหลักการที่ปรากฏในระเบียบข้อบังคับของเอเย่นต์ นักกีฬาต้องแนบมากับสัญญาและยื่นให้กับสมาคมที่เกี่ยวข้อง

5) กฎหมาย

ทุกฝ่ายเห็นด้วยตามบทบัญญัติ, ระเบียบข้อบังคับ, คำสั่ง และการตัดสินใจของหน่วยงานที่มีอำนาจ ตั้งการของ FIFA, สมาพันธ์, และสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับข้อบังคับตามกฎหมายสาธารณะที่กำกับดูแลการหางานและกฎหมายอื่นที่มีในขอบเขตของสมาคม กฎหมายระหว่างประเทศ และ สนธิสัญญาที่มีทุกฝ่ายเห็นด้วยที่จะยื่นการเรียกร้องใดๆ ต่อสมาคมหรือ FIFA ห้ามไม่ให้มีการร้อง ขอไปยังศาลทั่วไป นอกเสียจากว่าจะไม่ได้กำหนดไว้เป็นพิเศษในระเบียบข้อบังคับของ FIFA

6) หมายเหตุ

สัญญานี้ได้รับการลงชื่อไว้ 4 ฉบับ และสำเนาได้รับการแจกจ่ายไปยังที่ต่างๆ ดังนี้

1. สมาคมที่เอเย่นต์นักกีฬาลงทะเบียน:
(ชื่อเต็ม)
2. สมาคมที่ลูกค้าลงทะเบียน:.....
(ชื่อเต็ม)
3. เอเย่นต์นักกีฬา
4. ลูกค้า

สถานที่และวันที่:

เอเยนต์นักกีฬา:

ลูกค้า:

.....

.....

(ลงชื่อ)

(ลงชื่อ)

การรับรองการได้รับสัญญา:

สถานที่ และวันที่:

สมาคมของเอเยนต์นักกีฬา:

สมาคมของลูกค้า:

.....

.....

(ประทับตรา และลงชื่อ)

(ประทับตรา และลงชื่อ)

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววรรณชลี โนริยา
วัน เดือน ปี ที่เกิด	7 ธันวาคม 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดน่าน
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) มหาวิทยาลัยมหิดล ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทางการกีฬา) มหาวิทยาลัยมหิดล
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล