

วิทยานิพนธ์เรื่อง	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย
คำสำคัญ	กลยุทธ์การสื่อสาร สโมสรฟุตบอลไทย การพัฒนาอาชีพ
นักศึกษา	ศิริวัฒน์ ชัยพิพัฒน์พงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์วิทย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.ทรงยศ บัวเผื่อน
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาฟุตบอลอาชีพไทยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย และ 2) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย 5 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ 10 คน ภาคเอกชน (สโมสร) 10 คน นักกีฬาฟุตบอลอาชีพ 10 คน และ สื่อมวลชนสายกีฬาฟุตบอล 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย ได้แก่ สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ การตลาด งบประมาณ บุคลากร แฟนคลับ การบริหารจัดการ รวมทั้งการสนับสนุนจากรัฐและภาคเอกชน (สปอนเซอร์)

ขณะที่ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ปีที่ 1 ได้แก่ 1) วิเคราะห์การตลาด 2) อบรมบุคลากร 3) ส่งเสริมภาพลักษณ์ 4) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มเป้าหมาย และ 5) ปลุกฝังท้องถิ่นนิยม ระยะที่ 2 ปีที่ 2-3 กับ ปีที่ 4-5 ได้แก่ 1) บูรณาการระหว่าง สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ 2) วางกลยุทธ์ทางการตลาด 3) สร้างเทรนด์นวัตกรรมโซเชียลมีเดีย 4) แสวงหาความร่วมมือ และ 5) ร่วมกับแฟนคลับในด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย ระยะที่ 3 ปีที่ 1-5 ได้แก่ 1) ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง 2) สร้างแอปพลิเคชันสโมสร 3) ศึกษาแผนงานฟุตบอลอาชีพต่างประเทศ 4) นำการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามาเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ และ 5) นำการบริหารประสบการณ์ของลูกค้ามาประยุกต์

THESIS TITLE	COMMUNICATION STRATEGY FOR THAI FOOTBALL CLUB IN PROFESSIONAL DEVELOPMENT
KEYWORDS	COMMUNICATION STRATEGY THAI FOOTBALL CLUB PROFESSIONAL DEVELOPMENT
STUDENT	SIRIWAT CHAIPATTANAPONG
THESIS ADVISOR	ASSISTANT PROFESSOR DR. KANCHANA MEESILAPAVIKKAI
THESIS CO-ADVISOR	DR. SONGYOT BUAPHUEAN
LEVEL OF STUDY	MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY	SCHOOL OF COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY
YEAR	2016

ABSTRACT

The communication strategy for Thai football club in professional development was qualitative research. The objectives of this research were 1) to study factors of communication strategy for Thai football club in professional development and 2) to find the communication strategy for Thai football club in professional development. This research was conducted with 40 samples of 5 years experts in Thai professional football club by using in-depth interview by purposive sampling. Samples were divided by 4 groups; 10 governors, 10 premier league representatives, 10 professional football players, 10 football broadcasters.

It was found that the factors to determine communication strategy for Thai football club in professional development consisted of traditional media, new media, marketing, budget, staff, fan club, management and sponsorship from government sector and private sector (sponsor).

To find the communication strategy for Thai football club in professional development was divided into 3 Phase. For Phase 1 (Years 1); 1) analyze marketing 2) set personnel training program 3) create a good image 4) share idea with the target group 5) grow in popularity in the local coast. For Phase 2 (Years 2 & 3) with (Years 4 & 5);

1) integrate between traditional media and new media 2) determine marketing strategy
3) create new social media innovation trend 4) quest for cooperation 5) cooperate with
fan club for security. For Phase 3 (Years 1 & 5); 1) public relation in general 2) create league
application 3)study action plan of foreign professional football team 4)take customers
relations management to be one of strategy 5)adapt customer experience management.