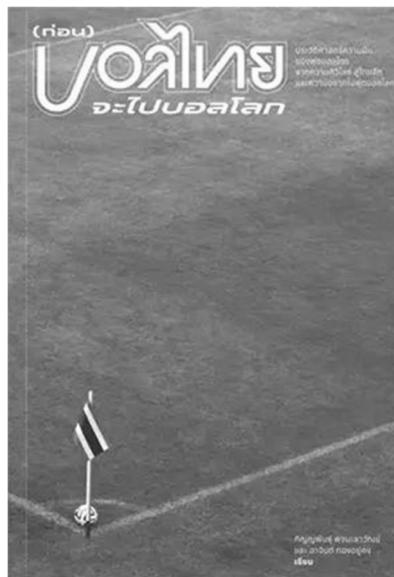




วิจารณ์หนังสือ

ธนะปิติ ธิปา*

(Thanapiti Thipa)

(ก่อน) บอลไทยจะไปบอลโลก

[(Before) Thai Football Goes to the World Cup]

ผู้เขียน ภิญญพันธ์ พงนะลาวัณย์ และ

อาจินต์ ทองอยู่คง

พิมพ์ครั้งแรก สิงหาคม 2566

จำนวน 296 หน้า ราคา 350 บาท

สำนักพิมพ์พารากราฟ

ISBN 978-616-603-928-3

“ฟุตบอลโลก” (World Cup) หนึ่งในมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของมวลมนุษยชาติในระดับเดียวกับโอลิมปิกเกมส์ คนไทยจำนวนไม่น้อยยังคงตั้งตารอวันที่จะได้เห็นทีมชาติไทยดวลแข้งกับทีมชาติระดับโลกในรายการนี้ แต่ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา...และผ่านไป... “ขุนพลช้างศึก” ยังไม่เคยผ่านเข้าไปเล่นในรอบสุดท้ายเลย แม้ว่าโควตาของโซนเอเชียที่จัดการแข่งขันรอบคัดเลือกโดยเอฟซีจะเพิ่มขึ้นจากเดิม 1 - 2 ทีม จนถึงครั้งต่อไป (ค.ศ. 2026 / พ.ศ. 2569) อยู่ที่ 8.5 ทีม แต่การจะฝ่าฟันคู่แข่งร่วมทวีปเอเชียที่มีศักยภาพเหนือกว่านั้นก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายตายนัก ทั้ง ๆ ที่ฟุตบอลปรากฏตัวในหน้าประวัติศาสตร์ไทยมาได้เกินหนึ่งศตวรรษ อะไรคือมูลเหตุหรือปัจจัย

* เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ระดับปฏิบัติการ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Administration Officer, Practitioner Level of Thai Khadi Research Institute,
Thammasat University).

ที่ทำให้กีฬาฟุตบอลก่อตัวขึ้นและขยายตัวในพื้นที่ต่าง ๆ ของดินแดนสยาม กระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย เมื่อเกิดกระแสท้องถิ่นนิยมผ่านการเชียร์และสนับสนุนสโมสรฟุตบอลในจังหวัดที่เป็น “บ้านเกิดเมืองนอน” ของตนตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2550 อันนำไปสู่การเกิดและเติบโตของวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลเช่นเดียวกับในต่างประเทศ โดยเฉพาะอังกฤษที่เป็นต้นตำรับการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีก (League) ที่มีชื่อเสียงระดับโลก ตลอดจนการบริหารจัดการธุรกิจสโมสรฟุตบอลให้สามารถดำรงและอยู่รอดได้ กระทั่งกลายเป็นรากฐานที่ต่อยอดไปสู่เป้าหมายอันยิ่งใหญ่ซึ่งคนไทยจำนวนมากใฝ่ฝันที่จะได้เห็นกับตาสักครั้งในชีวิตคือ “การชมและเชียร์ทีมชาติไทยในฐานะหนึ่งในทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) รอบสุดท้าย” นั่นเอง

เนื้อหาโดยสรุป

หนังสือ “(ก่อน) บอลไทยจะไปบอลโลก” แบ่งเนื้อหาการนำเสนอออกเป็นสองส่วนหลักคือ ส่วนที่หนึ่ง นำเสนอประวัติศาสตร์กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ตั้งแต่การเข้ามาในดินแดนสยาม การแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ จนถึงผลลัพธ์ที่ปรากฏ โดยแบ่งออกเป็น 3 บท ได้แก่ บทที่ 1 กระบวนการทำฟุตบอลให้เป็นท้องถิ่น: ฟุตบอลในสมัยแรกเริ่มกับพื้นที่เล็ก ๆ ของคนดู บทที่ 2 ฟุตบอลยุคหลังปฏิวัติสยาม และความผันผวนต่อมา และ บทที่ 3 ฟุตบอลสู่ภูมิภาคกับความฝัน (ค้าง) ถึงไทยลีก ส่วนที่สองนำเสนอเรื่องราวของฟุตบอลไทยยุคสมัยใหม่ที่มีความเป็นสากลมากขึ้นในต่างประเทศ รวมถึงการเกิดวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลในสังคมไทยภายใต้กระแสท้องถิ่นนิยมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน โดยแบ่งออกเป็น 2 บท ได้แก่ บทที่ 4 มหากาพย์ไทยลีก: ความฝันของวันวาน และความพยายามของวันนี้ และบทที่ 5 แฟนบอลไทย: อีกตัวแสดงสำคัญในปรากฏการณ์ไทยลีก ส่วนสุดท้ายบทที่ 6 ต่อเวลา: อยากไปฟุตบอลโลก เป็นการสรุปภาพรวมของวงการฟุตบอลไทยตลอดหนึ่งร้อยกว่าปีที่ผ่านมา รวมถึงปัจจัยและบริบทที่เกิดขึ้นในช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งทำให้ “ฟุตบอลโลก” ยังคงเป็นเพียง “ความฝัน” ที่เหล่าขุนพล “ช้างศึก” ต้องสร้างประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญนี้ให้ได้

สำหรับเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ ผู้วิจารณ์ขอสรุปการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฟุตบอลไทยผ่านประเด็นหลัก 3 ส่วน ในฐานะองค์ประกอบที่มีบทบาทและมีส่วนต่อการขับเคลื่อนวงการฟุตบอลไทยมาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาหนึ่งศตวรรษ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 อำนาจ: กำเนิดจากศูนย์กลางสู่การกระจายและความสำเร็จของทีมจากรอบนอก

กีฬาฟุตบอลมีผู้สนับสนุนไว้วางใจว่าเริ่มปรากฏราว ๆ ช่วงรัชกาลที่ 4 ในฐานะกิจกรรมนันทนาการของกลุ่มชาวตะวันตกที่อาศัยในแผ่นดินสยาม ต่อมาขุนนางชาวสยามผู้เคยไปเรียนที่ประเทศอังกฤษได้นำกีฬาฟุตบอลมาแนะนำให้ชาวสยามรู้จัก กระทั่งเริ่มแพร่หลายไปยังโรงเรียนต่าง ๆ ในพระนคร ซึ่งมุ่งผลิตคนเข้าสู่ระบบราชการ ขณะเดียวกัน ก็มีการจัดแข่งขันทั้งรูปแบบกระชับมิตรระหว่างทีมชาวสยามกับทีมชาวต่างชาติ การแข่งขันฟุตบอลระหว่างโรงเรียนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความพร้อมทั้งด้านร่างกาย ปลูกฝังระเบียบวินัย และสร้างความเป็นสุภาพบุรุษผู้ยอมรับกฎกติกาและมีน้ำใจนักกีฬา ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 6 ยังส่งเสริมเรื่องความสามัคคีในหมู่คณะด้วย ดังปรากฏทีมฟุตบอลหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดหรือเกี่ยวเนื่องกับรัชกาลที่ 6 การแข่งขันฟุตบอลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อันเป็นจุดเริ่มต้นของ “ฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน” ที่มีต่อเนื่องตลอดหนึ่งศตวรรษ รวมถึงการเกิดขึ้นของทีมชาติสยามหรือทีมชาติไทย และสมาคมฟุตบอลแห่งชาติสยาม (ชื่อปัจจุบันคือ สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์) ในเวลาต่อมา

แม้ว่าหลังจากนั้นไม่กี่ปี ประเทศสยามเปลี่ยนจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ไปสู่ระบอบประชาธิปไตย กีฬาฟุตบอลก็ยังคงมีการจัดแข่งขันอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเริ่มปรากฏสโมสรฟุตบอลที่ก่อตั้งโดยเหล่าทัพ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงภาคเอกชน เช่น ธนาकर แต่แทบทั้งหมดอยู่ในกรุงเทพฯ กับจังหวัดปริมณฑล และเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรต้นสังกัดเป็นหลัก ขณะที่การแข่งขัน ทีมที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงสุด (ถ้วย ก) ล้วนมาจากสามกลุ่มใหญ่ข้างต้น โดยมีปัจจัยสำคัญ อาทิ การสนับสนุนของผู้บริหารที่สนใจกีฬาฟุตบอล ความพร้อมเรื่องงบประมาณ รวมถึงผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างการได้บรรจุเข้ารับราชการหรือเป็นพนักงานประจำ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อนักฟุตบอลในสมัยนั้น เนื่องด้วยบริบทต่าง ๆ ที่ฟุตบอลยังมีลักษณะของ “กีฬาสมัครเล่น” จนทำให้นักฟุตบอลจำนวนหนึ่งที่

มีศักยภาพต้องออกไปเล่นฟุตบอลอาชีพในต่างประเทศ (Potjanalawan & Thongyuukong 2023: 215 - 217) อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2520 เริ่มมีภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนการจัดแข่งขันฟุตบอลทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่ต่างก็ประสบปัญหาเรื่องเงินทุนการดำเนินงานของแต่ละสโมสรที่ขึ้นอยู่กับองค์กรเจ้าของสโมสรนั้น ๆ การมีทัวร์นาเมนต์หลายรายการทับซ้อนกัน รวมไปถึงการบริหารจัดการภายในที่ยังไม่เป็น “มืออาชีพ” อีกทั้งไม่เป็นที่ดึงดูดใจสำหรับคนทั่วไปเมื่อเทียบกับการติดตามฟุตบอลต่างประเทศ

กระทั่งเข้าสู่ทศวรรษ 2550 ด้วยเงื่อนไขของสมาคมฟุตบอลเอเชีย หรือ เอเอฟซีเป็นหนึ่งในจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้สโมสรฟุตบอลไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ให้สอดคล้องกับการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร ทั้งยังต้องเป็น “เอกเทศ” อย่างแท้จริง ส่งผลให้สโมสรของเหล่าทัพ หน่วยงานภาครัฐ และธนาคาร แทบทั้งหมดไม่สามารถไปต่อได้อีกในบริบทของธุรกิจฟุตบอล สวนทางกับการเติบโตของสโมสรฟุตบอลในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่บริหารโดยกลุ่มทุนระดับจังหวัดที่มีพลังอำนาจทั้งการเงินและการเมือง ประกอบกับการเกิดกระแส “ท้องถิ่นนิยม” ที่ทำให้คนเริ่มหันมาเชียร์ทีมบ้านเกิดของตนเองให้ประสบความสำเร็จในรายการฟุตบอลระดับสูง ดังเห็นได้จากตลอดสิบกว่าปีที่ผ่านมา ทีมที่ได้แชมป์ไทยลีก 1 ซึ่งเป็นลีกฟุตบอลระดับสูงสุดของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนใหญ่คือทีมที่มาจากภูมิภาค อาทิ ชลบุรี เอฟซี บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เชียงราย ยูไนเต็ด เป็นต้น ซึ่งทีมที่ได้แชมป์เหล่านี้ไม่เพียงด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหนือกว่าหลายทีมร่วมลีก แต่ด้านหนึ่งในฐานะตัวแทนประเทศไทย พวกเขาจะต้องยกระดับมาตรฐานให้มากพอสำหรับการแข่งขันกับทีมฟุตบอลจากต่างประเทศซึ่งมีศักยภาพเหนือกว่าได้อย่างสูง ทั้งนี้เพื่อรักษามาตรฐานโดยรวมของไทยลีก อันจะมีผลต่อโอกาสระยะยาวของทีมฟุตบอลจากประเทศไทยในการเข้าร่วมรายการฟุตบอลระดับนานาชาติ

ประเด็นที่ 2 พื้นที่: ในสนาม เกมกีฬา และกิจกรรมเกี่ยวเนื่องนอกสนาม

กีฬาฟุตบอลเข้ามาสู่ดินแดนสยามตั้งแต่ช่วงราว ๆ สมัยรัชกาลที่ 4 ซึ่งยังคงเล่นกันเฉพาะภายในกลุ่มชาวตะวันตก กว่าชาวสยามจะเริ่มสนใจกีฬาชนิดนี้ก็ช่วงกลางสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการเผยแพร่ไปยังโรงเรียนต่าง ๆ เนื่องจากเป็นกีฬาที่ไม่ต้อง

มีต้นทุนมากเมื่อเทียบกับการเล่นกีฬาบางชนิด อีกทั้งคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ โดยเฉพาะนักเรียนที่อาศัยกีฬาฟุตบอลเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย พร้อมทั้งแสดงความเป็นชายผ่านการต่อสู้กันในเกมซึ่งเป็นลานภายในโรงเรียนที่มีสภาพ “ตามมีตามเกิด” รวมถึงพื้นที่สาธารณะ เช่น สนามหลวง ซึ่งเป็นลานอเนกประสงค์ที่ใช้สำหรับจัดงานตั้งแต่พระราชพิธีจนถึงการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน จนกระทั่งการเกิดสนามศุภชลาศัย ซึ่งถือเป็นสนามกีฬา “มาตรฐานสากล” ที่สร้างขึ้นในยุคคณะราษฎร ส่งผลให้การกีฬาของไทยมีความก้าวหน้า เห็นได้จากการใช้เป็นสนามหลักสำหรับการจัดกีฬาแหลมทองหรือซีเกมส์ (ซีเกมส์ในเวลาต่อมา) กีฬาเอเชียนเกมส์ รวมทั้งการจัดแข่งขันฟุตบอลตั้งแต่ระดับนักเรียน จนถึงรายการระดับนานาชาติอย่างเอเชียนคัพ เมื่อ พ.ศ. 2515 ควบคู่กับการเป็นสถานที่จัดกิจกรรมระดับชาติประจำปี เช่น พิธีสวนสนามของกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ ลูกเสือ ยุวกาชาด ผู้บำเพ็ญประโยชน์ ฯลฯ

ขณะเดียวกัน เมื่อจังหวัดใดได้รับเลือกให้จัดกีฬาแห่งชาติ ก่อให้เกิดการจัดสรรงบประมาณจำนวนมากนำไปสร้างสนามกีฬาประจำจังหวัดเพื่อรองรับการจัดงานดังกล่าว จนเป็นแม่แบบของสนามกีฬาตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ถึงกระนั้น สนามกีฬาในประเทศไทย ไม่เพียงการใช้เพื่อจัดแข่งขันกีฬา แต่ยังใช้จัดงานอื่น ๆ ที่ไม่มีเรื่องกีฬาเข้ามาเกี่ยวข้องเลย เช่น การจัดกิจกรรม / สังสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน ขณะเดียวกันการแข่งขันฟุตบอลในลักษณะ ทัวร์นาเมนต์ แม้จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดรายได้ แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องระเบียบของภาครัฐที่ค่อนข้างยุ่งยาก อีกทั้งเงื่อนไขการเป็น “สถานที่ราชการ” คืออุปสรรคสำคัญสำหรับบรรดาสโมสรฟุตบอลไทยที่อยู่นอกกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนมากต้องอาศัยสนามกีฬาประจำจังหวัดที่ดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐเป็น “สนามเหย้า” เนื่องจากการสร้างสนามฟุตบอลของตนเองนั้นต้องใช้เงินจำนวนมาก ทั้งยังต้องแบกรับความเสี่ยงต่าง ๆ รวมถึงปัญหาจากความขัดแย้งทางการเมือง

ด้วยเหตุนี้ เมื่อฟุตบอลไทยกลายเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างเป็นรูปธรรม จึงเริ่มมีสโมสรฟุตบอลไทยบางแห่งได้หันมาสร้างสนามเหย้าของตนเอง เช่น บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เชียงราย ยูไนเต็ด บีจี - ปทุม ยูไนเต็ด ฯลฯ ซึ่งเอื้อต่อการบริหารจัดการต่าง ๆ ได้มากกว่าการใช้สนามกีฬาที่หน่วยงานภาครัฐเป็นเจ้าของ เนื่องด้วยสนามเหล่านี้เหมาะสม

สำหรับการแข่งขันฟุตบอลโดยเฉพาะ ข้อเด่นประการหนึ่งคือให้บรรยากาศคล้ายกับสนามฟุตบอลในต่างประเทศที่ผู้ชมสามารถส่งเสียงให้กำลังใจอย่างใกล้ชิด ซึ่งมีผลอย่างมากต่อขวัญกำลังใจจนถึงผลการแข่งขันที่พึงปรารถนาของทีมเจ้าบ้าน ขณะเดียวกัน การขยายตัวของฟุตบอลลีกทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ยังนำไปสู่การเกิดและเติบโตของวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลในประเทศไทย ทั้งในสนาม (วันที่มีการแข่งขัน) และกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง ทั้งที่เกี่ยวกับฟุตบอลและไม่เกี่ยวข้องกันฟุตบอลเลย จนกระทั่งฟุตบอลกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนหนึ่ง (Thongyuukong 2012) นอกจากนี้ กระแสการเติบโตของฟุตบอลไทยตลอดสิบกว่าปีที่ผ่านมา ยังส่งผลไปถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรอบสนามฟุตบอลทั้งในแง่การค้าขายและการสร้างงานสร้างอาชีพ การปรับภูมิทัศน์โดยรอบ รวมถึงการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร การคมนาคม ฯลฯ ซึ่งต่างก็เป็นไปตามข้อกำหนดเพื่อยกระดับมาตรฐานธุรกิจฟุตบอลให้เป็นสากลของเอเอฟซีทั้งสิ้น

ประเด็นที่ 3 สื่อ: พัฒนาการของเทคโนโลยีการผลิตและการกระจายกีฬาฟุตบอลสู่สาธารณชน

เทคโนโลยีการพิมพ์ซึ่งเข้ามาสู่แผ่นดินสยามตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 เป็นพื้นที่รองรับเรื่องราวกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยให้ปรากฏมาถึงคนรุ่นหลัง เห็นได้จากการรายงานข่าวการแข่งขันฟุตบอลผ่านสิ่งพิมพ์ของชาวตะวันตกในสยาม บันทึกการแข่งขันฟุตบอลระดับนักเรียนผ่านนิตยสาร “วิทยาคาร” รวมถึง “หนังสืองานศพ” ซึ่งมีการบันทึกเรื่องราวการเล่นฟุตบอลในสมัยรัชกาลที่ 5 อันเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงการขยายตัวของกีฬาฟุตบอลในสมัยนั้น ด้วยเหตุนี้ สิ่งพิมพ์จึงมีบทบาทในการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลในสยามทั้งการแข่งขันหรือแนะนำนักฟุตบอลที่น่าสนใจ เช่นเดียวกับการสร้างสำนึกและความภาคภูมิใจเกี่ยวกับชาติไทยผ่านข่าวผลการแข่งขันฟุตบอลกับทีมต่างชาติตั้งแต่อดีตจนถึงในยุคปัจจุบัน

การเข้ามาของโทรทัศน์ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 2490 คนไทยจึงเริ่มรับรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลของต่างประเทศ โดยเฉพาะอังกฤษ ซึ่งเป็นประเทศ “ต้นกำเนิด”

กีฬาฟุตบอลที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน การมีผู้นำฟุตบอลต่างประเทศเข้ามาเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ มีส่วนต่อการรับรู้เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลที่หลากหลาย โดยเฉพาะเรื่องผลการแข่งขัน หรือการชมและเชียร์ทีมที่ตนชื่นชอบ แต่รวมถึงประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนบรรยากาศภายในสนามฟุตบอล (Prakopkit 2002) ซึ่งเป็นสิ่งที่ในประเทศไทยเพิ่งปรากฏเพียงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา เนื่องด้วยปัจจัยประการหนึ่งคือ ก่อนทศวรรษ 2550 สโมสรฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์องค์กรที่เป็นเจ้าของ โดยที่ไม่ได้สร้างความผูกพันกับผู้คนแต่อย่างใด แม้จะมีสื่อกีฬารายใหญ่อย่าง “สยามกีฬา” ที่นำเสนอความเคลื่อนไหววงการฟุตบอลไทย แต่ก็ยังมีสัดส่วนที่น้อยกว่า “บอลนอก” จนเมื่อกระแสความนิยมฟุตบอลไทยเติบโตอย่างมากในช่วงทศวรรษ 2550 เรื่องราวเกี่ยวกับวงการฟุตบอลไทยจึงออกมามากมายหลายช่องทาง ทั้งในแง่ความเป็นกีฬา บรรยากาศทั้งในและนอกสนาม ฯลฯ ขณะเดียวกัน นักฟุตบอลไทยบางคนยังได้รับโอกาสไปปรากฏในพื้นที่ที่สื่อบันเทิงและเป็นฟรีเซนต์อโรโฆษณาสินค้า (Thongyuukong 2017)

อย่างไรก็ตาม ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนจากอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การขยายตัวของสื่อสังคมออนไลน์ (social media) รวมถึงแพลตฟอร์ม YouTube ทำให้คนทั่วไปได้เข้ามาสัมผัสบทบาทในฐานะ “ผู้ผลิตสื่อ” นอกจากการเป็นผู้ชม / ผู้บริโภคกีฬาฟุตบอล ผ่านการจัดทำเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เป็นศูนย์กลางให้กลุ่มแฟนคลับสโมสรได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับทีมฟุตบอลของตน คุุณานกับสื่ออาชีพและช่องทางของสโมสรที่เป็นสื่อ “ทางการ” (official) ด้านหนึ่งจึงทำให้ผู้คนจำนวนมากต่างได้มีส่วนร่วมกับการเชียร์และรับรู้ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสโมสรในระยะเวลารวดเร็ว แต่ในอีกด้านหนึ่ง เมื่อทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (content) ด้วยตนเอง ทำให้หลายกรณีเหตุการณ์บางรูปแบบได้แพร่กระจายจนกลายเป็นข่าวใหญ่ในพื้นที่สื่อมวลชน เช่น ความรุนแรงทั้งในและรอบสนามหลังจากจบการแข่งขัน การแสดงออกอย่างสุดโต่งของแฟนฟุตบอลบางกลุ่ม ซึ่งได้สร้างภาพจำด้านลบเกี่ยวกับวงการฟุตบอลไทย และเป็นสิ่งที่ยังต้องหาทางแก้ปัญหาเพื่อป้องกันผลกระทบระยะยาวในภายภาคหน้า โดยเฉพาะการถูกลงโทษจากองค์กรที่จัดการแข่งขันทั้งระดับทวีปคือเอเอฟซีและระดับโลกคือ สหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือฟีฟ่า

ข้อสังเกตและประเด็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจ

หนังสือ “(ก่อน) บอลไทยจะไปบอลโลก” เป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลไทยจากความสนใจของผู้เขียนสองท่านคือ อาจินต์ ทองอยู่คง อาจารย์ประจำสาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เรื่อง “แฟนบอล: ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” ซึ่งเผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2555 และยังคงได้รับการกล่าวถึงในงานวิชาการทั้งแผนศึกษาและกีฬาหลายชิ้น (รวมถึงในหนังสือเล่มนี้ด้วย) ขณะที่รองศาสตราจารย์ ดร.ภิญญพันธุ์ พจนะลาวัณย์ อาจารย์ประจำสาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ได้เข้ามาเติมเต็มเนื้อหาทางด้านประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่ในฐานะบริบท ซึ่งมีส่วนต่อการประกอบสร้างกีฬาฟุตบอลให้มีพื้นที่ ตัวตน และพลวัตในสังคมไทย

แม้ว่าฟุตบอลเป็นหนึ่งในกีฬาที่คนไทยให้ความสนใจมากที่สุด แต่ยังมีงานเพียงไม่กี่ชิ้นที่นำเสนอฟุตบอลในมิติทางประวัติศาสตร์ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้น พัฒนาการ จนกระทั่งเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในแวดวงวิชาการไทยตลอดช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นเพื่ออธิบาย “กีฬาฟุตบอล” ในสังคมไทย ผ่านมิติที่หลากหลายชิ้น นอกเหนือจากในแง่ความเป็นกีฬาและนันทนาการ จากที่ผู้วิจารณ์อ่านมา มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับหนังสือเล่มนี้อย่างน้อย 2 ประการ ดังนี้

ประการแรก การใช้หลักฐาน เนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้ผู้เขียนใช้ข้อมูลจากหลักฐานชิ้นต้นหลายประเภทที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีสื่อในช่วงเวลานั้น ๆ โดยในยุคแรกล้วนมาจากสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จดหมายข่าวของราชการ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แม้ว่าข้อมูลที่ปรากฏจะเป็นรายละเอียดของการแข่งขันเท่าที่ผู้บันทึกสามารถทำได้ แต่ก็ทำให้คนรุ่นหลังได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลในประเทศไทย ณ ช่วงเวลานั้น ๆ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตคือ การศึกษาเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทย ก่อนการเข้ามาของสื่อโทรทัศน์ (โดยเฉพาะช่วงรัชกาลที่ 7 - ต้นรัชกาลที่ 9) หากมีการค้นพบหลักฐานเพิ่มเติมที่มาจากผู้อยู่ในเหตุการณ์เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นบันทึกหรือข้อเขียนของชาวสยามหรือชาวต่างชาติจากแหล่งอื่น ๆ ด้วย ก็จะทำให้คนรุ่นหลังได้รับรู้มุมมองของคนที่อยู่ร่วมสมัยเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลซึ่งอาจมีบริบทที่แตกต่างจากความคุ้นเคยของคนในปัจจุบัน ซึ่งทำให้การอธิบายกีฬาฟุตบอลในมิติทางสังคมมีความชัดเจนขึ้น

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ การขยายตัวของสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะการเกิดนิตยสารที่มีเนื้อหาเฉพาะตามความสนใจของแต่ละคน ซึ่งไม่เพียงทำหน้าที่ให้ความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายจากการเรียนหรือทำงาน แต่ยังนำเสนอเรื่องราวและภาพประกอบที่สามารถจัดเก็บไว้เป็นความทรงจำ ณ ช่วงเวลานั้น อีกทั้งยังเป็น “คลังข้อมูล” ทางประวัติศาสตร์ (Potjanalawan & Thongyuukong 2023: 117) ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการทำงานวิชาการ ไปจนถึงการทำคอนเทนต์ (content) เกี่ยวกับฟุตบอลไทยผ่านแพลตฟอร์มสื่อหลายประเภท (platform) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลงานชิ้นนั้น ๆ ของตน ในหนังสือเล่มนี้ปรากฏเนื้อหาจำนวนหนึ่งที่ผู้เขียนนำมาอธิบายหรือยกตัวอย่างประกอบ ผู้วิจารณ์มีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง รวมถึงเหตุการณ์สำคัญของวงการฟุตบอลในอดีตซึ่งผู้อ่านบางคนหรือแม้กระทั่งเด็กรุ่นหลังที่เกิดไม่ทันเรื่องราวเหล่านี้อาจนึกภาพไม่ออกในทันทีว่าเป็นอย่างไร

ขณะเดียวกัน แม้ว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่โทรทัศน์ เคเบิลทีวี สื่อใหม่อย่างเว็บไซต์ (website) สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ตลอดจนสตรีมมิ่ง (streaming) โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม YouTube ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงกีฬาฟุตบอลได้จากทุกที่ ทุกเวลา และทุกโอกาส อีกทั้งสามารถบรรจุข้อมูลจำนวนมากได้ในที่เดียว แต่ด้วยข้อจำกัดบางอย่าง เช่น ระยะเวลาออกอากาศ แนวทางการนำเสนอ การจัดเก็บข้อมูลที่มีต้นทุนค่อนข้างสูง รวมถึงการดูแลรักษาระบบของเว็บไซต์ ซึ่งต้องสัมพันธ์กับจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ด้วย เมื่อการเข้ามาและแพร่หลายของสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook Page ส่งผลทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ต่าง ๆ มีจำนวนลดลง ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เว็บไซต์ที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลไทยบางราย อาทิ fourfourtwo (โฟร์โฟร์ทู) footballchannel (ฟุตบอลชาแนล) รวมถึง thailandsusu (ไทยแลนด์ซูซู) ต้องปิดตัวลง ผลที่ตามมาคือ ผู้ที่ต้องการอ่านหรือสืบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ดังกล่าวไม่สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ ดังปรากฏในท้ายเล่ม ซึ่งการอ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์บางแห่งพบข้อความ “ปัจจุบันไม่สามารถเข้าถึงได้ - กองบรรณาธิการ” สิ่งเหล่านี้อาจถือเป็นข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่งของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้จัดเก็บหลักฐานที่เป็นรูปธรรมไว้ ด้วยเป็นสิ่งที่สามารถใช้เพื่อการอ้างอิงหรือตรวจสอบทานกับแหล่งข้อมูลอื่น ๆ หากมีผู้ต้องการศึกษาเกี่ยวกับฟุตบอลไทยในอนาคต

นอกจากนี้ เรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอลในประเทศไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาหนึ่งศตวรรษ ยังคงค่อนข้างกระจุกกระจายในสามกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรก หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมพลศึกษา การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้จัดการแข่งขัน และส่งเสริมกีฬาฟุตบอลในฐานะส่วนหนึ่งของวิชาพลศึกษาในสถานศึกษา กลุ่มที่สอง สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่เป็น “สายกีฬา” ซึ่งนำเสนอข้อเขียนเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลที่มีเนื้อหาเชิงลึก นอกเหนือจากตารางและผลการแข่งขันในแต่ละวัน แต่ในประเทศไทยกลับมีสื่อดังกล่าวเพียงไม่กี่ราย กลุ่มสุดท้าย แหล่งข้อมูลที่มาจากผู้เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิ นักฟุตบอล ผู้ฝึกสอน ผู้บริหารระดับต่าง ๆ สมาคมกีฬาฟุตบอลฯ ฯลฯ รวมถึงกลุ่มผู้ติดตามฟุตบอลไทยเป็นประจำ ซึ่งข้อมูลจากกลุ่มคนเหล่านี้มีความสำคัญลำดับต้น ๆ สำหรับการศึกษาวงศ์วานประวัติศาสตร์ฟุตบอลไทย เพราะเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยยืนยันเรื่องราวเกี่ยวกับวงการฟุตบอลไทยที่เกิดขึ้นในอดีต ขณะเดียวกัน ผู้ที่ต้องการจะศึกษาก็ควรใช้หลักฐานชั้นรอง อาทิ สิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะช่อง (channel) ในแพลตฟอร์ม YouTube ที่นำเสนอเกี่ยวกับวงการฟุตบอลไทยเพื่อตรวจสอบความถูกต้องควบคู่ไปด้วย

ประการที่สอง ฟุตบอลไทยกับบริบทโดยรอบ ด้วยฟุตบอลเป็นกีฬาสากลที่ครองความนิยมในประเทศไทยมายาวนาน กระทั่งช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา นักการเมืองและนักธุรกิจระดับจังหวัดจำนวนไม่น้อยต่างเข้ามาทำธุรกิจสโมสรฟุตบอลที่นำเสนอว่าเป็น “ตัวแทน” ของคนจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ บางจังหวัดมีมากกว่า 1 สโมสร (บางฤดูกาลยังอยู่ในลีกระดับเดียวกันเสียด้วยซ้ำ) ส่วนใหญ่ล้วนนำพาความเจริญและความภาคภูมิใจมาสู่ท้องถิ่นของตน หากพิจารณาภาพรวมของเนื้อหาหนังสือเล่มนี้ ผู้วิจารณ์มองว่ากีฬาฟุตบอลกับการเมืองต่างมีความสัมพันธ์ที่พึ่งพิงซึ่งกันและกันมาโดยตลอด และคงจะเป็นเช่นนี้ไปอีกนาน

อย่างไรก็ดี ฟุตบอลในประเทศไทยยังมีมิติด้านอื่นที่น่าสนใจ ซึ่งหนังสือเล่มนี้ก็มีกล่าวถึงบ้างในบางช่วงบางตอน เช่น มิติด้านเศรษฐกิจ ช่วงทศวรรษ 2530 แม้ว่าหลายภาคส่วนจะมีความศรัทธา แต่ฟุตบอลกลับไม่ได้เป็นที่สนใจของคนทั่วไป เมื่อเทียบกับฟุตบอลลีกต่างประเทศ (โดยเฉพาะพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษ) ข้ำทุกภาคส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องต่างประสบกับการขาดทุนหรือ “ได้ไม่คุ้มเสีย” จนขาดความต่อเนื่อง แต่เมื่อฟุตบอลลีก “ตั้งหลัก” ได้ในช่วงทศวรรษ 2550 ไม่ว่าจะเป็นด้วย

แรงกดดันจากแฟนฟุตบอลไทย นักการเมืองคนสำคัญบางรายที่พยายามผลักดันฟุตบอลไทยสู่เวทีระดับโลก รวมไปถึงมาตรฐานการบริหารธุรกิจสโมสรฟุตบอลของเอเอฟซี ทำให้กีฬาฟุตบอลกลายเป็นสิ่งที่ช่วยยกระดับทั้งในแง่การทำให้จังหวัด (ที่ตั้งสโมสร) เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผ่านการเข้ามาของคนต่างถิ่น โดยเฉพาะกองเชียร์ของทีมเยือนที่ไม่เพียงมาร่วมเชียร์ทีมของตน แต่ยังนำไปสู่การใช้จ่ายใช้สอย รวมถึงการไปเที่ยวสถานที่สำคัญของจังหวัดนั้น ๆ ดังกรณีจังหวัดบุรีรัมย์ จากความสำเร็จของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ไม่เพียงช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดในด้านการท่องเที่ยวและการกีฬาซึ่งอย่างหลังกลายมาเป็นอีกหนึ่ง landmark ของจังหวัด (Polyiam 2016) แต่ยังเป็นแบบอย่างที่น่าสนใจสำหรับอีกหลายจังหวัดทั้งการบริหารจัดการธุรกิจสโมสรฟุตบอลให้ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสที่จังหวัดได้รับเลือกให้จัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ (รวมทั้งฟุตบอล) อย่างที่เกิดขึ้นกับหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก และยังมีส่วนต่อการพัฒนางานฟุตบอลไทยในระดับภูมิภาคผ่านการที่สโมสรแต่ละแห่งมีโรงเรียนฝึกสอนฟุตบอล (football academy) ซึ่งเด็กท้องถิ่นบางคนต่อมากลายเป็นนักฟุตบอลอาชีพของสโมสรที่มีชื่อเสียงและก้าวไปติดทีมชาติไทยชุดใหญ่ในที่สุด (Sa-nguansak 2016)

อีกมิติหนึ่งที่น่าสนใจคือ มิติด้านวัฒนธรรม โดยปกติฟุตบอลเป็นกีฬาที่อาศัยภาพลักษณ์ความเป็นชายผ่านความแข็งแรงของนักฟุตบอล การปะทะทั้งในเกม รวมไปถึงระหว่างกองเชียร์ ขณะเดียวกันการแข่งขันฟุตบอลก็มีลักษณะที่เป็นความบันเทิงไปจนถึงความตื่นเต้นที่ผู้ชมต้องลุ้นอยู่ตลอดเวลา หากย้อนไปช่วงทศวรรษ 2530 การแข่งขันฟุตบอลสโมสรรายการต่าง ๆ ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ แต่กลับไม่ได้รับความสนใจอย่างที่ควรจะเป็น แม้จะมีความพยายามนำความบันเทิงอย่างการแสดงตลกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดฟุตบอลไทย จนเมื่อฟุตบอลลีกเริ่มตั้งตัวได้ภายใต้หลายปัจจัยที่เอื้อมากขึ้น แต่ละสโมสรไม่เพียงต้องทำผลงานให้เป็นที่ประจักษ์เพื่อสร้างฐานแฟนขนาดใหญ่ นอกจากการสนับสนุนโดยคนในท้องถิ่นเอง สโมสรบางแห่งก็มีกลยุทธ์การตลาดซึ่งกลายเป็น “ภาพจำ” ในสายตาคนทั่วไปที่แม้จะไม่ได้ติดตามฟุตบอลโดยตรง ดังกรณีสโมสรบางกอกกลาส เอเอฟซี (ชื่อปัจจุบันคือ บีจี-ปทุม ยูไนเต็ด) ที่มีกลุ่มหญิงสาวหน้าตาดีซึ่งผ่านการคัดเลือกมาทำหน้าที่

ประชาสัมพันธ์สโมสรทั้งในและนอกสนาม จนเป็นแม่แบบให้กับอีกหลายสโมสร (Namprai 2017: 561 - 563) ต่อมากระแสความนิยมไอดอลสไตร์ญี่ปุ่นอย่าง BNK48 (บีเอ็นเคโฟร์ตี้เอต) ซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายจากเพลง *คุกกี้เสี่ยงทาย* นำไปสู่การได้รับเลือกจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ให้มาร่วมเชียร์ทีมชาติไทยในทัวร์นาเมนต์ระดับนานาชาติหลายรายการ อีกทั้งมีการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (merchandise) โดยหวังขยายฐานแฟนของแต่ละฝ่ายให้เพิ่มขึ้น (Srisomwongse 2018) ซึ่งการนำดาราสโมสรมาเป็นส่วนหนึ่งของกีฬาดังกรณีทีมชาติฟุตบอลชายไทยนั้นไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก ยังเป็นกลุ่มเด็กสาวที่เรียกว่า “ไอดอล” (idol) ซึ่งลงหลักปักฐานในวงการบันเทิงไทยได้ไม่กี่ปี และเป็นปรากฏการณ์ที่มีกระแสเพียงช่วงระยะหนึ่งเท่านั้น ประเด็นนี้ผู้วิจารณ์ตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากปัจจัยเรื่องกระแสนิยมของ BNK48 ที่ถดถอย รวมถึงความแตกต่างบางประการระหว่างวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลกับวัฒนธรรมแฟนคลับศิลปินไอดอล ผลงานของทีมชาติไทยทั้งระดับชุดใหญ่จนถึงระดับเยาวชนก็ยังก้าวข้ามไม่พ้นจากระดับภูมิภาคเสียทีเมื่อเผชิญกับคู่แข่งที่เหนือกว่าซึ่งมีส่วนทำให้กลยุทธ์การตลาดที่กล่าวมาข้างต้นไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ถึงกระนั้น การที่ภาคธุรกิจฟุตบอลไทยนำผู้หญิงเข้ามาปรากฏในพื้นที่ฟุตบอลมากขึ้น ไม่เพียงเพื่อสีสันและสร้างบรรยากาศที่ดีในการแข่งขันแต่ละครั้ง ด้านหนึ่งคือการส่งเสริมค่านิยมและสร้างบรรทัดฐานใหม่ที่เหมาะสมกับสังคมไทยในปัจจุบัน นอกจากการเปิดกว้างให้ผู้หญิงเข้ามาเป็น “ตัวแสดงหลัก” ในสนาม ทั้งในฐานะผู้เล่น ผู้จัดการทีม ไปจนถึงการทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินในรายการแข่งขันฟุตบอลชาย ภายใต้กระแสโลกในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญเรื่องความเสมอภาคและความเท่าเทียมมากขึ้น ทั้งนี้จากความสำเร็จของฟุตบอลหญิงทีมชาติไทยที่ผ่านเข้าไปเล่นฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายได้ถึง 2 ครั้งติดต่อกัน (2015 และ 2019) อาจเป็นอีกหนึ่งเหตุการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้ฟุตบอลชายทีมชาติไทยต้องสร้างประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญนี้ให้เป็นจริง

“(ก่อน) บอลไทยจะไปบอลโลก” เล่มนี้ เป็นหนังสือที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “สารานุกรมฟุตบอลไทย” คุณภาพอีกชิ้นหนึ่งสำหรับผู้สนใจวงการฟุตบอลไทย เพราะไม่เพียงข้อมูลทางประวัติศาสตร์ซึ่งบางเรื่องคนจำนวนมากยังไม่ทราบเนื่องจากเป็นข้อมูลที่ผู้เขียนนำมาจากงานวิชาการของตน แล้วย่นำมาเรียบเรียงให้เห็นการมีอยู่และพัฒนาการของกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยภายใต้ความสัมพันธ์กับปัจจัยหรือ

บริบทต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้อ่านจะได้รับคือ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย ทั้งการเป็นสิ่งที่ช่วยหล่อเลี้ยงจิตใจของผู้คนจำนวนมาก การเป็นส่วนหนึ่งของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ปรากฏในบ้านเกิดของตน ด้านหนึ่งจึงเปรียบได้กับ “ศาสนา” สำหรับบางคนบางกลุ่มเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ หรือเป็นตัวแทน “ความเป็นหนึ่ง” ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ เช่นเดียวกับการเป็นวัฒนธรรมประชาานิยมที่ฟุตบอลทำหน้าที่บางสิ่งบางอย่างให้สอดคล้องกับความต้องการของตนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะการเป็นเครื่องมือแสดงพลังอำนาจของนักการเมืองหรือกลุ่มทุนขนาดใหญ่ ซึ่งมีผลทั้งคุณและโทษต่อวงการฟุตบอลไทยมาจนถึงทุกวันนี้ หนังสือเล่มนี้จึงตอบโจทย์ผู้ที่สนใจหรือกำลังมองหาแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับฟุตบอลไทยได้อย่างน่าสนใจ

References

- Namprai, P. (2018). ผู้หญิงในสนามบอล: ชุมชนของแฟนบอลหญิงและพรตดีสาว สโมสร [Women on the football field: A community of female football fans and football club pretty girls]. In Sirasoonorn P. & Puttaraksa W. (ed.), *วัตถุ วัฒนธรรม ผี คน: รวบรวมบทความทางวิชาการทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา* [Objects, culture, ghosts, people: collection of academic articles in sociology and anthropology] (59 - 78). Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center (Public Organization).
- Polyiam, S. (2016). บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ [The Role of Buriram United Football Club for Tourism Promotion in Buriram Province]. *Chophayom Journal*, 27(1), 91 - 101.
- Potjanalawan, S. & Thongyuukong, A. (2023). *(ก่อน) บอลไทยจะไปบอลโลก* [(Before) Thai Football Goes to the World Cup]. Bangkok: paragraph Publishing.
- Prakopkit, N. (2002). *พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ. 2509 - 2544* [Development of foreign football culture in Thai society, 1966 - 2001 A.D.]. (Master's Thesis, Thammasat University).
- Sa-nguansak, P. (2016). เยาวชนและเส้นทางสู่อาชีพนักฟุตบอล [Youth and a path to football career]. In Panyakeaw W. (ed.), *ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: ผู้หญิง อำนาจ วัฒนธรรมแฟน และชนชั้นใหม่* [Thai Premier League: women power fan culture and new class] (88 - 118). Bangkok: Center for Gambling Studies, Faculty of Economics, Chulalongkorn University.

- Srisomwongse, S. (2018). *บอลทีมชาติกับการตลาด BNK 48* [National football team and BNK 48 Marketing]. Retrieved December 18, 2023, from <https://www.thebangkokinsight.com/news/sport/4444/>.
- Thongyuukong, A. (2012). *แฟนบอล: ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย* [Fans: cultural practices of Thailand's domestic football club fans]. (Master's Thesis, Thammasat University).
- Thongyuukong, A. (2017). *นักฟุตบอลไทยเซเลบ: สถานะทางสังคมแบบใหม่ของแรงงานกีฬากับความโหยหาวีรบุรุษของสังคมไทย* [Celebrity Thai Footballer: The New Social Status and Demanding for Hero of Thai Society]. *Journal of Humanities and Social Sciences Review Lampang Rajabhat University*, 11(2), 88 - 109.