



โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

NAKHONSI
UNITED



สโมสรฟุตบอล นครศรีอยุธยา



โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด เป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ของประเทศไทย ประกอบด้วย 23 อำเภอ และมีประชากร 1.5 ล้านคน

ในฐานะ “มังกรแดนใต้” สโมสรแห่งนี้เป็นตัวแทนคนสำคัญของภาคใต้ในเวทีไทยลีก 2 และยังเป็นสัญลักษณ์แห่งความภาคภูมิใจของคนทั้งภาคใต้อีกด้วย

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2557 และกำลังจะก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ที่นำทีมเด่น ภายใต้การเข้ามาเป็นเจ้าของคนใหม่ของคุณโทนี่ บาชา นักฟุตบอลอาชีพชาวออสเตรเลีย ด้วยการนำเงินลงทุนใหม่ มุมมองฟุตบอลระดับโลก และความหลงใหลอย่างลึกซึ้งในวงการฟุตบอลไทย คุณโทนี่จึงมีวิสัยทัศน์ที่จะยกระดับ “มังกรแดนใต้” จากทีมท้องถิ่นที่แข็งแกร่งให้กลายเป็นสโมสรชั้นนำระดับประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะเลื่อนชั้นสู่ไทยลีก 1 ให้ได้ภายในสองฤดูกาลข้างหน้า

ด้วยประสบการณ์กว่าสองทศวรรษในด้านการพัฒนาเยาวชน การบริหารสโมสร และระบบฟุตบอลระดับนานาชาติ ในฐานะผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาของ Australian Soccer Academy รวมถึงอดีตโค้ชของสโมสรชั้นนำในออสเตรเลีย คุณโทนี่จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างรากฐานที่ยั่งยืนเพื่อความสำเร็จในระยะยาว โดยมีแผนการที่จะพัฒนาระบบอะคาเดมี่สำหรับเยาวชนที่แข็งแกร่ง ส่งเสริมศักยภาพของนักเตะท้องถิ่น และนำแนวทางการทำทีมแบบยุโรปที่ทันสมัยมาปรับใช้โดยยังคงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมของไทยไว้เป็นอย่างดี

นโยบายของสโมสรคือการยกระดับผลงานและเปิดโอกาสให้นักเตะไทยได้ก้าวไปสู่การแข่งขันระดับนานาชาติ โดยอาศัยการเชื่อมต่อที่กว้างขวางของโทนี่ในลีกชั้นนำของยุโรป เช่น พรีเมียร์ลีกและเซเรียอา การเปลี่ยนผ่านสู่เจ้าของคนใหม่นี้จึงถือเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของสโมสร และเป็นก้าวที่กล้าหาญไปสู่อนาคตที่สดใสและกว้างไกลยิ่งขึ้น

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด นำเสนอโอกาสทางธุรกิจและการเป็นพันธมิตรที่หลากหลายสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตร ไม่ว่าจะเป็นผู้สนับสนุนหลัก ผู้สนับสนุนร่วมของสโมสร จากหมวดหมู่ที่ไม่ใช่คู่แข่งทางการค้า รวมถึงผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตร

ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อเต็ม

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด

ความจุสนาม

5,000

ก่อตั้งเมื่อ

พ.ศ. 2557

รายละเอียดถ่ายทอดสด

การแข่งขันในลีกทุกนัดมีการถ่ายทอดสดทาง AIS Play ซึ่งเป็นข้อตกลงใหม่กับสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ โดยมีระยะเวลา 4 ปี

ฉายา

มังกรแดนใต้

เจ้าของ

คุณโทนี่ บาชา

ชุดแข่ง

ชุดเหย้า:

สีทอง/เหลือง-ดำ-ขาว

ลีก

ไทยลีก 2

กรรมการบริหาร

ชนนพัฒน์ นาคส์

จำนวนนัดที่แข่งขัน

เหย้า 17 นัด / เยือน 17 นัด ต่อฤดูกาล

ประธานสโมสร

คุณกฤตพร คงเควีจ

ช่วงเวลาการแข่งขัน

15 สิงหาคม พ.ศ. 2568 ถึง 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2569

หัวหน้าผู้ฝึกสอน

โอริโอล โมเฮตาโน เซกูรา (สเปน)

สนามประจำทีม

สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช

เชิญร่วมเป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์ของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด มาร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของเรา

NAKHONSI



แพ็คเกจสำหรับการสนับสนุน

เราได้จัดทำแพ็คเกจสำหรับการสนับสนุนที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลัก

ผู้สนับสนุนหลักบนเสื้อแข่งด้านหน้า สูงสุด 2 ราย (บนเสื้อแข่งด้านหน้าตรงกลาง หรือรวมเป็นผู้สนับสนุนหลักรายเดียวก็ได้)
ผู้สนับสนุนหลักบนเสื้อแข่งด้านหลัง 1 ราย (ได้หมายเลขเสื้อด้านหลังและด้านหน้าขวาบนใกล้คอ)

ระดับที่ 2: พันธมิตรสโมสรอย่างเป็นทางการ

ผู้สนับสนุนร่วมอย่างเป็นทางการ สูงสุด 2 ราย จากหมวดหมู่ที่ไม่ใช่คู่แข่งทางการค้า รวมถึงผู้ผลิตชุดแข่ง

ระดับที่ 3: ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ

ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ สูงสุด 10 ราย ที่จะจัดหาสินค้าและ/หรือบริการที่จำเป็นต่อสโมสร
สื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ สูงสุด 10 ราย

เราจะมองหาพันธมิตรจากหลากหลายอุตสาหกรรมที่สามารถจัดหาสินค้าและ/หรือบริการ และสื่อสนับสนุนสโมสรได้
ซึ่งรวมถึงภาคส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

สายการบิน	พลังงาน	กฎหมาย
ผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่ม / ชุดแข่ง	วิศวกรรม	สื่อ
ยานยนต์	สิ่งแวดล้อม	การถ่ายภาพ
บริการสำหรับธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B)	แพชั่นและเครื่องแต่งกาย	บริการวิชาชีพ
ธนาคาร	อุตสาหกรรมภาพยนตร์	การสรรหา / จัดหางาน
เครื่องดื่ม - น้ำอัดลม	บริการทางการเงิน	คำปรึกษา
เครื่องดื่ม - เครื่องดื่มเกลือแร่ / กีฬา	การเงิน	โทรคมนาคม
เครื่องดื่ม - น้ำดื่ม	อาหาร	จำหน่ายบัตร
เสื้อผ้า	หน่วยงานรัฐบาล - ท้องถิ่น / ส่วนกลาง	การจับเวลา
เครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับผู้บริโภค	โรงแรม	การท่องเที่ยว
บริการจัดส่งพัสดุ	การประกันภัย	สาธารณูปโภค: พลังงานและน้ำ
บัตรเครดิต	การเงินเพื่อการลงทุน	





ฟุตบอลในเอเชีย

รายงาน ASN แปรณต์ที่สนับสนุนฟุตบอลในเอเชีย 2567

ในปี พ.ศ. 2566 การสนับสนุนสโมสรฟุตบอลในเอเชียมีมูลค่า 1.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งคิดเป็นเพียง 2.4% ของตลาดการสนับสนุนฟุตบอลทั่วโลกที่มีมูลค่า 58 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และส่วนใหญ่ของเงินจำนวน 1.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นี้ถูกนำไปใช้กับฟุตบอลในอังกฤษและยุโรป มากกว่าที่จะใช้กับฟุตบอลในภูมิภาคเอเชีย โดย 62% ของข้อตกลงการเป็นผู้สนับสนุนที่ใหญ่ที่สุด 20 อันดับแรกในเอเชีย (ซึ่งคิดเป็น 31% ของการใช้จ่ายทั้งหมดในเอเชีย) มุ่งไปยังสโมสรชั้นนำในอังกฤษและยุโรป

อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การเป็นผู้สนับสนุนฟุตบอลในเอเชียเติบโตขึ้นถึง 73% โดยธุรกิจเทคโนโลยี ค้าปลีก และการพนัน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่แข็งแกร่งที่สุด

ฟุตบอลเป็นแพลตฟอร์มการสนับสนุนที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย คิดเป็น 29% ของการลงทุนด้านการสนับสนุนกีฬาโดยรวมทั้งหมด ขณะที่มอเตอร์สปอร์ต ซึ่งเป็นคู่แข่งที่ใกล้เคียงที่สุด คิดเป็นเพียง 12% ของทั้งหมดเท่านั้น

แต่เงินทุนสนับสนุนเหล่านั้นไม่ได้อยู่ในภูมิภาคเอเชียทั้งหมด โดย 38% ของยอดรวม 1.35 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตกไปอยู่กับเจ้าของสิทธิ์ในลีกฟุตบอลของอังกฤษและยุโรป ซึ่งรวมถึง 62% ของข้อตกลงที่ใหญ่ที่สุดที่ทำโดยแปรณต์เอเชียในปี 2023

แต่สิ่งที่น่าชื่นชมสำหรับฟุตบอลในท้องถิ่นคือ ในขณะที่แปรณต์เอเชีย 50 อันดับแรกคิดเป็น 58% ของการลงทุนทั้งหมด แต่ 42% ที่เหลือมาจากการลงทุนของแปรณต์อื่น ๆ อีก 661 แปรณต์ ตามคำกล่าวของ คุณพอล พูล ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนที่กล่าวว่า “ฟุตบอลมอบโอกาสที่หลากหลายสำหรับการสนับสนุน ตั้งแต่ระดับโลกไปจนถึงระดับรากหญ้า”

สิ่งที่น่าชื่นชมไม่แพ้กันคือการลงทุน 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จาก 28 ข้อตกลงเพื่อสนับสนุนฟุตบอลหญิง ซึ่งเพิ่มขึ้น 30% จากปี พ.ศ. 2565





ฟุตบอลในเอเชีย

ฟุตบอลในประเทศไทย

คนไทยมีความหลงใหลในกีฬาฟุตบอลอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ทุกวันนี้คนไทยจำนวนมากรับชมการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสดทางทีวี ทั้งช่องฟรีทีวีและเคเบิลทีวี แบบเสียค่าบริการ รวมถึงการเข้าชมเกมในสนามจริง

ฟุตบอลมีประวัติศาสตร์อันยาวนานในประเทศไทย โดยเริ่มเข้ามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2440 และในปี พ.ศ. 2459 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงก่อตั้ง “สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์” ขึ้น

ในปี พ.ศ. 2552 สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้ก่อตั้งบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เพื่อทำหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพนักเตะฟุตบอลของไทยและยกระดับทีมชาติไทยให้เป็นพลังสำคัญในวงการฟุตบอลระดับนานาชาติ

โครงสร้างลีกในประเทศไทย

ระบบลีกฟุตบอลอาชีพของประเทศไทยประกอบด้วย 3 ระดับ โดยฤดูกาลแข่งขันจะเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงพฤษภาคมของทุกปี การแข่งขันส่วนใหญ่จะจัดขึ้นในวันเสาร์และอาทิตย์ และมีบางนัดที่จัดขึ้นในวันธรรมดา

- ไทยลีก 1 - ‘วิวายดี ซีโลออน ซิกส์ ลีก หนึ่ง’ ประกอบด้วย 16 สโมสร โดยแต่ละทีมจะลงแข่งขัน 30 นัด
- ไทยลีก 2 - ‘วิวายดี ซีล ไฟว์ ลีก สอง’ ประกอบด้วย 18 สโมสร โดยแต่ละทีมจะลงแข่งขัน 34 นัด
- ไทยลีก 3 - ‘วิวายดี ดอลฟิน ลีก สาม’ ประกอบด้วย 70 สโมสร แบ่งออกเป็น 6 โซนภูมิภาค

ในแต่ละปี สโมสรที่อยู่ 3 อันดับสุดท้ายของไทยลีก 1 จะตกชั้นลงไปสู่ไทยลีก 2 และในไทยลีก 2 ทีมอันดับ 1 และ 2 จะได้เลื่อนชั้นขึ้นไปสู่ไทยลีก 1 โดยอัตโนมัติ ส่วนทีมอันดับ 3 จะต้องแข่งขันเพลย์ออฟเพื่อเลื่อนชั้น

ในส่วนของไทยลีก 3 ทีมอันดับ 1 และ 2 จากแต่ละโซนทั้ง 6 โซนจะได้เข้าแข่งขันในรอบแชมเปียนส์ลีกเพื่อชิงตั๋วเลื่อนชั้นสู่ไทยลีก 2 จำนวน 3 ทีม





เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเด็ค

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเด็ค คือ การเป็นสโมสรฟุตบอลที่ดีที่สุดที่สามารถเป็นตัวแทนของชาวนครศรีธรรมราชได้อย่างแท้จริง

พันธกิจสโมสร

- ดำรงรักษาและพัฒนาสโมสรอาชีพแห่งนี้ให้สมบูรณ์แบบเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น
- พัฒนาทักษะและความสามารถของนักเตะเยาวชนเพื่อผลักดันสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพ
- สร้างพันธมิตรกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อยกระดับวงการกีฬาให้ก้าวหน้าทั่วทั้งจังหวัด
- เพิ่มการมีส่วนร่วมของแฟนบอล ทั้งในด้านยอดผู้เข้าชมการแข่งขัน การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และกิจกรรมของชุมชน
- นำเสนอโครงการที่มีประโยชน์และมุ่งเน้นฟุตบอล เพื่อให้เยาวชนในท้องถิ่นได้ทำกิจกรรมและมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

การเปลี่ยนแปลงสู่เจ้าของคนใหม่

คุณโทนี่ บาชา นักฟุตบอลอาชีพชาวออสเตรเลียได้เข้ามาเป็นเจ้าของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเด็คคนใหม่ด้วยความเชื่อที่แน่วแน่ว่า พรสวรรค์ที่ซ่อนอยู่ในวงการฟุตบอลไทยสมควรได้รับเวทีที่ยิ่งใหญ่กว่านี้ จากการทำเขาได้มาเยือนประเทศไทยหลายครั้ง ทำให้เขารู้สึกผูกพันกับวัฒนธรรมและจิตวิญญาณแห่งความเป็นชุมชนที่ขับเคลื่อนสโมสรแห่งนี้ และเขากล่าวว่า “ผมรักฟุตบอลไทยและเชื่อในศักยภาพที่ซ่อนอยู่” โดยได้ตั้งเป้าหมายที่จะยกระดับสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเด็ค จากทีมที่เป็นความภาคภูมิใจของท้องถิ่นสู่การเป็นสโมสรระดับประเทศอย่างแท้จริง

มุ่งมั่นต่อการสร้างรากฐานที่มั่นคง โดยไม่ใช่แค่การแก้ปัญหาระยะสั้น

นโยบายหลักของคุณโทนี่มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนในระยะยาว ด้วยการขยายอะคาเดมี่เยาวชน เสริมสร้างโครงสร้างการฝึกสอน และยกระดับสิ่งๆที่ได้ทำได้อยู่แล้ว แทนที่จะพึ่งพานักเตะต่างชาติระยะสั้น เขากล่าวว่า “เราจะเป็นสโมสรที่มอบโอกาสและเติบโตจากรากฐานที่แข็งแกร่ง” พร้อมทั้งเน้นย้ำถึงการเคารพในวัฒนธรรมฟุตบอลไทย ควบคู่ไปกับการนำแนวทางแบบยุโรปที่ทันสมัยมาปรับใช้ ผลลัพธ์ที่ได้คือเส้นทางที่หล่อหลอมนักเตะท้องถิ่น สร้างความสุขให้กับแฟนบอล และดึงดูดพันธมิตรที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคง





เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในอดี

มุมมองระดับโลกและความเชี่ยวชาญที่ผ่านการพิสูจน์แล้ว

คุณโทนี่เป็นผู้ฝึกสอนที่ได้รับใบอนุญาต UEFA B-Licence และดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาของ Australian Soccer Academy มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เขามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผู้เล่นและบริหารสโมสรมาแล้วมากมาย ตั้งแต่ Parramatta Eagles ไปจนถึง Rydalmere Lions FC ประสบการณ์ที่สั่งสมมาในด้านการพัฒนาเยาวชนและการสร้างโครงสร้างสโมสรที่ยั่งยืน ทำให้เขามีความพร้อมอย่างยิ่งที่จะเปิดประตูสู่เวทีนานาชาติให้กับนักเตะไทย เขากล่าวว่า “หากนักเตะมีฝีเท้าดีพอ เราจะเป็นสะพานที่เชื่อมพวกเขาไปสู่ความฝัน” ซึ่งนับเป็นโอกาสอันน่าตื่นเต้นสำหรับผู้สนับสนุนที่ต้องการร่วมเป็นพันธมิตรกับสโมสรที่กำลังเติบโตและเจ้าของที่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในระดับโลก

ประวัติสโมสร

- พ.ศ. 2557 : ก่อตั้งภายใต้ชื่อ สโมสรฟุตบอลราชพฤกษ์-นนทบุรี ยูไนเต็ด
- พ.ศ. 2559 : เปลี่ยนชื่อเป็น สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- พ.ศ. 2560 : เปลี่ยนชื่อเป็น สโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูนิตี
- พ.ศ. 2561 : เปลี่ยนชื่อเป็น สโมสรฟุตบอลดับบลิว ยู-นครศรี ยูไนเต็ด
- พ.ศ. 2563 : สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในอดี

ในปี พ.ศ. 2563 คุณชนนพัฒน์ นาคล้ำ และทีมงานได้เข้ามาบริหารสโมสรอย่างเต็มตัว พร้อมกับริเริ่มการปรับภาพลักษณ์ครั้งใหญ่ รวมถึงการออกแบบโลโก้ใหม่ โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะสร้างตัวตนที่แข็งแกร่งให้กับสโมสร ซึ่งเชื่อมโยงกับการพัฒนาเยาวชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน พวกเขาได้ก่อตั้งอะคาเดมีฟุตบอลในจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อพัฒนาศักยภาพของนักเตะท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การเลื่อนชั้นสู่ไทยลีก 2 ในฤดูกาล 2565/2566 ถือเป็นก้าวสำคัญในประวัติศาสตร์ของสโมสร และในขณะนั้น สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในอดี เป็นสโมสรเดียวจากภาคใต้ที่ลงแข่งขันในไทยลีก 2

ผลงานที่ผ่านมา

- ฤดูกาล 2565/2566 ไทยลีก 2 - อันดับ 8
- ฤดูกาล 2066/2567 ไทยลีก 2 - อันดับ 5
- ฤดูกาล 2067/2568 ไทยลีก 2 - อันดับ 9





โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเต็ด

รายชื่อนักเตะประจำฤดูกาล 2568/2569

รายชื่อนักเตะของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเต็ด ประกอบด้วย

ผู้รักษาประตู

พุทธิพงษ์ พรมล
ชมพัฒน์ บุญเลิศ
อนุศิษฐ์ เต็มมี

กองหลัง

อักรินทร์ ปิตตาโส: แบ็คซ้าย
อดิศักดิ์ เส้นสมเอียด: เซ็นเตอร์แบ็ค
ณัฐวุฒิ สานละ: เซ็นเตอร์แบ็ค
ธนชัย นาดธนกุล: กองหลัง
อักรวิษณุ เสมารัมย์: แบ็คซ้าย
นิราศ บูหง่า: แบ็คขวา
เพชรรัตน์ โชติปาละ: กองหลัง
คิวิรุต ผลหิรัญ: แบ็คซ้ายตัวสำรอง
แอนนิล วิกเนสวาริน: เซ็นเตอร์แบ็ค (มาเลเซีย)

กองกลาง

อดิคร หนูนารถ: กองกลางตัวรับ
ปัญญาวัฒน์ นิสังรัมย์: กองกลางตัวกลาง
วันเฉลิม ยิ่งยง: กองกลางตัวรับ
นวมินทร์ ชัยประเสริฐ: กองกลางตัวรับ
รณยศ มิ่งมิตรวัน: กองกลางตัวกลาง
เรียวสุเกะ นากาซาวะ: กองกลางตัวรุก (ญี่ปุ่น)
กฤษณะ นนทาร์ักษ์: กองกลางตัวรุก
ดีแลน รุยซ์-ดีแอซ: กองกลางตัวรุก (ออสเตรเลีย)

กองหน้า

อิวาน โคโซ: กองหน้า (ออสเตรเลีย)
กฤษฎา ศรีวินิชย์: ปีกขวา
ธนน ปลอดภัย: ปีกซ้าย
นันทวัฒน์ สนวนแก้ว: กองหน้าตัวกลาง
เบนจามิน บรูคเนอร์: กองหน้าตัวกลาง (ออสเตรเลีย)
เนติศาสตร์ กล้าดี: กองหน้า

นักฟุตบอลทุกคนเป็นคนไทย เว้นแต่จะระบุสัญชาติอื่น





ตารางการแข่งขันสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเต็ด ประจำปีฤดูกาล 2568/2569

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเต็ด จะลงแข่งขันมากกว่า 30 นัดตลอดฤดูกาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในลีก รวมถึงฟุตบอลถ้วย และอาจมีเกมอุ่นเครื่องบ้าง

การแข่งขันในลีก

ไทยลีก 2 ประกอบด้วย 18 ทีม ซึ่งได้แก่

สโมสรฟุตบอล	ที่ตั้ง	สนามแข่งขัน	ความจุ
บางกอก เอฟซี	ทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร	สนามเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา	8,000
ชัยนาท ฮอร์นบิล เอฟซี	จังหวัดชัยนาท	สนามเขาพลอง	12,000
จันทบุรี เอฟซี	จังหวัดจันทบุรี	สนามกีฬาจังหวัดจันทบุรี	5,000
เชียงใหม่ ยูไนเต็ด	จังหวัดเชียงใหม่	สนามเฉลิมฉลอง 700 ปีเชียงใหม่	17,900
เกษตรศาสตร์ เอฟซี	เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	สนามอินทรีจินตราศรีรินทร์	4,000
ขอนแก่น ยูไนเต็ด	จังหวัดขอนแก่น	สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น	8,000
มหาสารคาม SBT เอฟซี	จังหวัดมหาสารคาม	สนามกีฬาจังหวัดมหาสารคาม	3,000
นครปฐม ยูไนเต็ด	จังหวัดนครปฐม	โรงเรียนกีฬาเทศบาลนครปฐม	6,000
นครศรีอยุธยาในเต็ด	จังหวัดนครศรีธรรมราช	สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช	5,000
หนองบัว พิชญ เอฟซี	จังหวัดหนองบัวลำภู	พิชญสเตเดียม	10,000
ปัตตานี เอฟซี	จังหวัดปัตตานี	สนามกีฬาจังหวัดปัตตานี	8,000
พัทลุง ยูไนเต็ด เอฟซี	เมืองพัทลุง	สนามหนองปรือ	5,800
แพร่ ยูไนเต็ด	จังหวัดแพร่	สนามห้วยม้า	3,000
สโมสรไปลิค เทโร เอฟซี	เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	สนามบุญยะจินดา	3,550
ราชภัฏ ยูไนเต็ด	อำเภอราชภัฏ จังหวัดศรีสะเกษ	สนามกีฬาศรีสะเกษจังหวัด	2,500
ศรีสะเกษ ยูไนเต็ด	จังหวัดศรีสะเกษ	สนามศรีนครลำดวน	11,200
สงขลา เอฟซี	จังหวัดสงขลา	สนามติณสูลานนท์	20,000
ตราด เอฟซี	จังหวัดตราด	สนามกีฬาจังหวัดตราด	6,000

แหล่งข้อมูล: Transfermarkt & Wikipedia

การแข่งขันฟุตบอลถ้วยภายในประเทศ

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเต็ด จะลงเล่นในฟุตบอลถ้วยที่จัดโดยสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย 2 รายการ ได้แก่ “โตโยต้า ลีกคัพ” และ “ช้าง เอฟเอคัพ” โดยรอบการแข่งขันฟุตบอลถ้วย จะจัดขึ้นในช่วงกลางสัปดาห์และในช่วงที่ฟีฟ่าเดย์

ผู้ชนะเลิศรายการช้าง เอฟเอคัพ จะได้รับสิทธิ์เข้าแข่งขันรอบแบ่งกลุ่มของรายการ เอเอฟซี แชมเปียนลีก 2 ซึ่งเป็นสโมสรฟุตบอลระดับทวีปเอเชียในระดับที่สอง ภายใต้รูปแบบใหม่ของรายการ เอซีแอล อีลีก / เอซีแอล 2

การแข่งขันในระดับทวีปเอเชีย

ระดับ	การแข่งขัน	ข้อมูลสำคัญ	รางวัลในระดับทวีปเอเชีย
1	เอเอฟซี แชมเปียนลีก อีลีก	24 สโมสร	ผู้ชนะเลิศสิทธิ์เข้าร่วม ฟีฟ่า คลับ เวิลด์ คัพ และกลับมาแข่งขันในฤดูกาลถัดไปของเอซีแอล อีลีก
2	เอเอฟซี แชมเปียนส์ ลีก 2	32 สโมสร	ผู้ชนะเลิศสิทธิ์เพลย์ออฟในฤดูกาลถัดไปของเอซีแอล อีลีก
3	เอเอฟซี ชาเลนจ์ ลีก	18-20 สโมสร	ผู้ชนะเลิศเลื่อนชั้นเข้าสู่รอบแบ่งกลุ่มเอซีแอล 2 ในฤดูกาลถัดไป





โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



สนามประจำสโมสร

สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือที่คนในท้องถิ่นรู้จักกันในชื่อ สนามกีฬากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของตัวเมืองเก่า และเป็นเสมือนป้อมปราการของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ในวันแข่งขัน

สนามกีฬาแห่งนี้เป็นสถานที่ที่เนกประสงค์ มีสนามหญ้าธรรมชาติที่ล้อมรอบด้วยลู่วิ่งกรีฑา และสามารถรองรับผู้ชมได้ 5,000 ที่นั่ง

นอกเหนือจากการแข่งขันในลีกแล้ว สนามแห่งนี้ยังเป็นศูนย์กลางทางกีฬาและเป็นแหล่งรวมกิจกรรมของชุมชนภายในจังหวัด ทั้งการจัดการแข่งขันกรีฑาระหว่างโรงเรียน รอบชิงชนะเลิศฟุตบอลระดับจังหวัด และคอนเสิร์ตในช่วงปิดฤดูกาล นอกจากนี้ บริเวณโดยรอบยังถูกใช้ในการจัดกิจกรรมวิ่งการกุศลและตลาดท้องถิ่นอีกด้วย

ปัจจุบันมีการปรับปรุงสนามอย่างต่อเนื่อง ทั้งการติดตั้งไฟส่องสว่าง LED ใหม่ และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักกีฬา เพื่อให้มั่นใจว่าสนามแห่งนี้เป็นไปตามมาตรฐานการถ่ายทอดสดของไทยลีก

ฐานแฟนคลับ

การสนับสนุนสโมสรแห่งนี้เป็นโอกาสที่ดียิ่งในการเข้าถึงกลุ่มแฟนบอล

ฐานแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราชในเขต เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องพร้อมกับการเติบโตของสโมสรในลีกต่าง ๆ ในวันแข่งขัน “มังกรแดนใต้” สามารถดึงดูดผู้ชมได้มากถึง 5,000 คน ด้วยที่ตั้งของสโมสรซึ่งอยู่ใจกลางภาคใต้ ทำให้แฟนบอลที่เดินทางมาจากต่างถิ่นหลังไหลเข้ามาจากทั้งในตัวเมืองและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้การแข่งขันทุกนัดให้ความรู้สึกเหมือนเป็นงานเฉลิมฉลองของคนทั้งภูมิภาค

สำหรับช่องทางออนไลน์ การเข้าถึงของสโมสรประกอบด้วย: เพจ Facebook อย่างเป็นทางการที่มีผู้ติดตามเกิน 120,000 คน สร้างการมองเห็นรายเดือนได้ถึง 580,000 ครั้ง และมีส่วนร่วม 380,000 ครั้ง จากวิดีโอไฮไลต์ คลิป TikTok ในวันแข่งขัน ตลอดจนเนื้อหาเจาะลึกถึงเบื้องหลัง

ด้วยกลุ่มแฟนบอลที่เป็นคนรุ่นใหม่และใช้งานสื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้สนับสนุนและพันธมิตรได้รับประโยชน์ทั้งจากการมองเห็นในสนามและจากการเผยแพร่บนโซเชียลมีเดียตลอดทั้งปี

ในขณะที่เจ้าของคนใหม่กำลังผลักดันสโมสรให้ก้าวไปสู่อันดับ 1 การเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนในตอนนี้จึงเป็นประตูสู่ชุมชนแฟนบอลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มีการมีส่วนร่วมสูง และสะท้อนถึงความหลงใหลและกำลังซื้อของคนภาคใต้ได้อย่างแท้จริง





โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



เหตุผลที่ควรเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

ผู้สนับสนุนจะได้รับประโยชน์จากการเป็นพันธมิตรในหลายด้าน รวมถึง

การสร้างการรับรู้และยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์ ผ่านสื่อระดับชาติ ภูมิภาค และนานาชาติ ด้วยการเชื่อมโยงกับแบรนด์ของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยา และนักฟุตบอลที่โดดเด่น ซึ่งทำหน้าที่เป็นแบบอย่างในการพัฒนา

การสนับสนุนอนาคตของฟุตบอลในทวีปเอเชีย ผ่านโครงการพัฒนาเยาวชนของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยา และ Australasian Soccer Academy

การสร้างเครือข่ายและการต้อนรับลูกค้า ใช้การเป็นพันธมิตรเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มธุรกิจ รวมถึงลูกค้า ซัพพลายเออร์ และพนักงาน

การตลาดเชิงประสบการณ์ การนำเสนอสินค้าตัวอย่างภายในสนามกีฬาและในงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การช่วยส่งเสริมกีฬาฟุตบอลและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชน

ผู้สนับสนุนทีมในปัจจุบันและในอดีตของสโมสรฟุตบอลนครศรีฯ

ผู้สนับสนุนทีมปัจจุบันของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยา ได้แก่

ไทย โลออน แอร์	มูนไลท์ ซาวด์	หาดทิพย์
เมเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ มอลล์	3BB	H3
WASHENJOY	ยู-ดีไซน์	กระแอสลินธุ์
เมืองไทยประกันภัย	ปตท. ทุ่งใหญ่	BAAN SEE SUAY
PE-PE TUNE ICE	369 MACHINE	
โรงพยาบาลนครพัฒน์	บริษัท ลিংห์อรรถจักร จำกัด	





เหตุผลที่ควรเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

การเปิดรับแบรนด์

โลโก้ของผู้สนับสนุนและพันธมิตรจะถูกแสดงอย่างเด่นชัดทั้งภายในและบริเวณโดยรอบพื้นที่สำคัญ ของสนามกีฬาซึ่งรวมถึงบริเวณที่มีผู้คนสัญจรไปมาสูง เช่น ทางเข้า โชนอาหารและเครื่องดื่ม ห้องนำ และรอบสนาม

<p>ภายในสนามกีฬา (ทั้งสื่อดิจิทัลและไม่ใช้ดิจิทัล) ป้ายบิลบอร์ด ป้ายตั้งพื้น A บอร์ด จอ LED อุโมงค์นักกีฬา</p>	<p>ชุดนักกีฬา เสื้อ ชุดเอี๊ยมฝึกซ้อม</p>
<p>สื่อส่งเสริมการขาย สื่อส่งเสริมการขายและสื่อมวลชน ทั้งสื่อดิจิทัลและไม่ใช้ดิจิทัล ณ ศูนย์สื่อมวลชน บอร์ดฉากหลังสำหรับการสัมภาษณ์สื่อ บนบัตรเข้าชมการแข่งขัน</p>	<p>เจ้าหน้าที่สโมสร ทีมโค้ชผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่สโมสร</p>

การติดโลโก้บนเสื้อ

- ระดับที่ 1: มีโลโก้หลักอยู่ด้านหน้า หรือมีโลโก้หลักอยู่ด้านหลังและมีโลโก้ขนาดเล็กกว่าที่ด้านหน้าขวาบน
- ระดับที่ 2: ผู้สนับสนุนร่วมมีพื้นที่สูงสุด 100 ตารางเซนติเมตรบนไหล่ซ้ายด้านหน้าและคอด้านหลัง
- ระดับที่ 3: มีพื้นที่ขนาดเล็กกว่าระดับอื่นบนเสื้อสูงสุด 4 จุด โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

การติดโลโก้บนกางเกงและถุงเท้า

สามารถติดโลโก้ผู้สนับสนุนบนกางเกงและถุงเท้าได้ โดยมีขนาดไม่เกิน 100 ตารางเซนติเมตร ซึ่งเป็นสิทธิ์สำหรับพันธมิตรระดับที่ 1





โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



เหตุผลที่ควรเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (บทบรรณาธิการ)

โทรทัศน์

การแข่งขันไทยลีก 1 และ 2 ทุกนัดจะมีการถ่ายทอดสด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ฉบับใหม่กับสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เป็นระยะเวลา 4 ปี

การแข่งขันทุกนัดจะสามารถรับชมได้แบบสด ๆ ผ่าน AIS Play ซึ่งสามารถเข้าถึงได้จากอุปกรณ์มือถือ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและช่องทีวี MONO29 ข้อตกลงนี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในวิธีการรับชมกีฬาฟุตบอลของแฟนบอลไทย เพราะทำให้ทุกการแข่งขันอยู่ใกล้แค่ปลายนิ้ว

สื่อดิจิทัลและโซเชียล

สิทธิในการเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญส่งเสริมการขายของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเน็ต ทั้งในรูปแบบดิจิทัลและไมโซดิจิทัล ซึ่งจัดขึ้นตลอดทั้งปี รวมถึงแคมเปญโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด

ซึ่งครอบคลุมถึง: การมีส่วนร่วมในโอกาสต่าง ๆ บนสื่อโซเชียลและดิจิทัลอย่างเป็นทางการ รวมถึง Facebook, X, Instagram, YouTube และช่องทางดิจิทัลอื่น ๆ ของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเน็ต



Facebook: ผู้ติดตาม 100,000+ คน



Instagram: ผู้ติดตาม 3,456 คน



TikTok: ผู้ติดตาม 24,400 คน



YouTube: สมาชิก 13,000 คน

ประสิทธิภาพบนโซเชียลมีเดีย ในช่วง 28 วันที่ผ่านมา

ผู้ติดตาม	การมีส่วนร่วม	ผู้ติดตามใหม่สุทธิ
120,729	380,000	1,692
ยอดไลค์เพจ	ยอดแชร์	ยอดไลค์สุทธิ
85,592	1,623	954
การเข้าถึง	ยอดดูรูปภาพ	ยอดดูวิดีโอ 3 วินาที
580,000	39,079	230,000

ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2025

เชื่อแปง "ประกันภัยนะ" เมืองไทยประกันภัย

ประกันภัย อุบัติเหตุรถส่วนบุคคล ประกันภัยรถยนต์ ประกันภัยรถบรรทุก

ประกันภัยบ้าน ประกันภัยทรัพย์สิน

ประกันภัยรถมอเตอร์ไซด์ ประกันภัยรถจักรยานยนต์

ประกันภัยรถตู้ ประกันภัยรถแท็กซี่

ประกันภัยรถโดยสาร

ประกันภัยรถบรรทุก

CallCenter 1484

0:30

อบจ. นครศรีธรรมราช



เหตุผลที่ควรเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (บทบรรณาธิการ) 

การประชาสัมพันธ์และคอนเทนต์

การมีส่วนร่วมในแคมเปญบรรณาธิการที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี

แคมเปญส่งเสริมการขาย

การเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญโฆษณาต่าง ๆ ที่ดำเนินการตลอดทั้งปี สโมสรได้นำแผนการตลาดที่แข็งแกร่งมาใช้ผ่านโซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) และสื่อท้องถิ่น (วิทยุชุมชน รถโฆษณา)

ข้อมูล

การโปรโมทในฐานข้อมูลของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเน็ต การมีส่วนร่วมในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์และจดหมายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์

ชิ้นงานการตลาดและสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้สนับสนุนและพันธมิตรจะได้รับสิทธิในการปรากฏบนสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผ่นพับและโบรชัวร์

โครงการเพื่อสถานศึกษาและความรับผิดชอบต่อสังคม

โอกาสในการมีส่วนร่วมกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเน็ต

โครงการคลินิกฟุตบอล

- คลินิกฟุตบอลภายใต้แบรนด์ของผู้สนับสนุนพร้อมด้วยนักเตะสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาในเน็ต
- การสร้างทักษะและให้ความรู้ด้านฟุตบอลแก่เยาวชน
- กลุ่มเป้าหมาย: โรงเรียนและชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง
- บ้ายโฆษณา วิดีโอโฮสต์ และการนำเสนอข่าวในสื่อต่าง ๆ ของผู้สนับสนุน

โครงการริเริ่มด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

- กิจกรรมระดมทุนบริจาคให้แก่โรงเรียน สถานสงเคราะห์ และสถานเลี้ยงเด็กกำพร้าในท้องถิ่น
- นำเสนอข่าวความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้แบรนด์ของผู้สนับสนุน
- แสดงโลโก้และชื่อโฆษณานบนแพลตฟอร์มของสโมสร





เหตุผลที่ควรเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

สิทธิในการต้อนรับ

- สิทธิในการเข้าถึงพื้นที่ส่วนตัว / ห้องรับรองพิเศษ / พื้นที่ต้อนรับ VIP ทุกประเภท
- สิทธิในการเข้าถึงบัตรเข้าชมการแข่งขัน / บัตรแบบเหมาฤดูกาล
- สิทธิในการเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรรายอื่น ๆ ของสโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด

สิทธิเชิงประสบการณ์

- สิทธิเชิงประสบการณ์ดังต่อไปนี้สำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตร
- พื้นที่ในสนามกีฬาสำหรับจัดแสดงเพื่อส่งเสริมการขาย และจำหน่ายสินค้าและบริการ
- โอกาสในการจัดกิจกรรมป๊อปปูล่าหรือกิจกรรมในช่วงพักครึ่ง

กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับแฟนบอล: มีการจัดบุฟเฟ่ต์ผู้สนับสนุนในวันแข่งขัน จัดกิจกรรมพิเศษ และจัดการแข่งขันนัดกระชับมิตรกับทีมชั้นนำ เพื่อดึงดูดแฟนบอล

สิทธิในการผลิตสินค้าที่ระลึก

สโมสรฟุตบอลนครศรีอยุธยาไนเต็ด เปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนและพันธมิตรสามารถผลิตสินค้าที่ระลึกแบบร่วมแบรนด์ได้ ตัวอย่างเช่น เสื้อผ้าและสินค้าส่งเสริมการขายอื่น ๆ ที่มีโลโก้ร่วมกัน สินค้าที่ระลึกเหล่านี้ประกอบด้วยเสื้อแข่ง ผ้าพันคอ และแก้วน้ำ ซึ่งจำหน่ายเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของแฟนบอลและเพิ่มรายได้

การบริหารจัดการและการรายงานผล

มีผู้จัดการบัญชีเพื่อดูแลการเป็นผู้สนับสนุน และมีการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อประเมินประสิทธิภาพของการเป็นผู้สนับสนุน





โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



รายการสิทธิประโยชน์	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก ของสโมสร 3 ราย	ระดับที่ 2 พันธมิตรสโมสร อย่างเป็นทางการ (ผู้สนับสนุนร่วม) 2 ราย	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือ บริการอย่างเป็นทางการ 10 ราย และ สื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ 10 ราย
สิทธิพิเศษเฉพาะตามหมวดหมู่และสิทธิ์การใช้ชื่อ			
ระดับที่ 1: มีสิทธิ์ใช้ชื่อว่า "ผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด" สำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	มี		
ระดับที่ 2: มีสิทธิ์ใช้ชื่อว่า "พันธมิตรสโมสรอย่างเป็นทางการของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด" สำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	มี		
ระดับที่ 3: มีสิทธิ์ใช้ชื่อว่า "ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด" สำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์			มี
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวในหมวดหมู่นั้น ๆ	มี	มี	มี
สิทธิในการโฆษณาแบรนด์และทรัพย์สินทางปัญญา			
สิทธิในการใช้โลโก้และรูปภาพ			
มีสิทธิ์ใช้โลโก้สโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด ในการทำการตลาดทั้งหมด	มี	มี	
มีสิทธิ์ในการใช้เนื้อหาเชิงพาณิชย์ของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด ซึ่งรวมถึงรูปภาพและวิดีโอที่สโมสรมอบให้	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์โดยรวม			
พื้นที่การติดแบรนด์ทั้งหมด (ไม่รวมบนเสื้อแข่ง) จะถูกจัดสรรตามสัดส่วนดังนี้ ผู้สนับสนุนหลักระดับที่ 1: 60% - แบ่งกันในกลุ่มพันธมิตรหลักระดับที่ 1 พันธมิตรสโมสรระดับที่ 2: 20% - แบ่งกันในกลุ่มพันธมิตรสโมสรระดับที่ 2 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการระดับที่ 3: 20% - แบ่งกันในกลุ่มผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการระดับที่ 3	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนชุดแข่ง			
พื้นที่การติดแบรนด์บนเสื้อแข่งทั้งหมด ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนหลัก (ผู้ใช้ชื่อ) ของสโมสร - มีพื้นที่สูงสุด 650 ตารางเซนติเมตร โดยแบ่งกันในกลุ่มผู้สนับสนุนหลัก 3 ราย ระดับที่ 2 - พันธมิตรสโมสร / ผู้สนับสนุนร่วม - มีพื้นที่สูงสุด 100 ตารางเซนติเมตร (หลังซ้ายด้านหลังและด้านหลัง) ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ - มีพื้นที่ขนาดเล็กกว่าสำหรับพันธมิตรระดับที่ 3 สูงสุด 4 ราย ที่ชำระค่าพรีเมียม (แขนเสื้อและชายเสื้อ)	มี	มี	มี
การติดแบรนด์ที่สนามแข่ง			
ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (2 ม. x 6 ม.)	X2	X2	X2
ป้ายตั้งพื้น A บอร์ด	X1	X1	
การติดโลโก้บนจอ LED	มี	มี	มี
การติดแบรนด์ที่อุโมงค์ทีมเหย้า	มี		
การติดแบรนด์ในสื่อ			
โลโก้บนฉากหลังสำหรับสัมภาษณ์สื่อ / งานแถลงข่าว	มี	มี	มี
การติดแบรนด์ในวันแข่งขัน			
กิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การประกาศผ่านระบบเสียงในวันแข่งขัน โฆษณาวิดีโอบนสกอร์บอร์ด LED ก่อนการแข่งขัน การนำเสนอเนื้อหาของผู้สนับสนุนแบบเดี่ยว (อย่างน้อย 20 ครั้ง/ฤดูกาล) การแสดงไฮไลต์ของผู้สนับสนุนแบบรวมในทุกนัดเหย้า	มี	มี	มี

รายการสิทธิประโยชน์	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก ของสโมสร 3 ราย	ระดับที่ 2 พันธมิตรสโมสร อย่างเป็นทางการ (ผู้สนับสนุนร่วม) 2 ราย	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือ บริการอย่างเป็นทางการ 10 ราย และ สื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ 10 ราย
สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (รวมถึงเนื้อหาดิจิทัลและไม่ใช่ดิจิทัล)			
ได้เป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญส่งเสริมการขายทั้งในรูปแบบดิจิทัลและไม่ใช่ดิจิทัลตลอดทั้งปี รวมถึงแคมเปญโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์	มี	มี	มี
ได้มีส่วนร่วมในโอกาสต่าง ๆ บนสื่อโซเชียลและดิจิทัลอย่างเป็นทางการ รวมถึง Facebook, Instagram, TikTok (อย่างน้อย 2 คลิปต่อฤดูกาล), YouTube, เว็บไซต์ และช่องทางดิจิทัลอื่น ๆ	มี	มี	มี
ได้เป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญการประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี	มี	มี	มี
โลโก้บนสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสื่อมวลชน	มี	มี	มี
แสดงแบรนด์ในงานแสดงสินค้า / งานต่าง ๆ ที่สโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ดเข้าร่วม	มี	มี	
สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล			
ได้เข้าถึงฐานข้อมูลของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด	มี	มี	
มีส่วนร่วมอยู่ในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด	มี	มี	
ส่งจดหมายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ไปยังฐานข้อมูลสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด	มี	มี	
สิทธิในการต้อนรับ สร้างเครือข่าย และบัตรเข้าชมการแข่งขัน			
สิทธิในการเข้าถึงพื้นที่ส่วนตัว / ห้องรับรองพิเศษสำหรับแขก VIP ทุกประเภท	มี	มี	
สิทธิในการเข้าถึงตัวสำหรับงานกิจกรรมพิเศษของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด (หากมี)	มี	มี	
สิทธิในการเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรรายอื่น ๆ ของสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด (หากมี) เช่น โรงแรม	มี	มี	
สิทธิในการรับตัวตลอดปีสำหรับพนักงาน	มี	มี	มี
สิทธิเชิงประสบการณ์			
พื้นที่ในสนามกีฬาเพื่อจัดแสดง ส่งเสริมการขาย นำเสนอสินค้าตัวอย่าง และจำหน่ายสินค้าและบริการ	4 x 4 ม.	3 x 3 ม.	2 x 2 ม.
ประสบการณ์แบบป๊อปอัพ: โอกาสในการจัดกิจกรรมป๊อปอัพซึ่งต้องตกลงร่วมกับสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด โดยมีผู้สนับสนุนเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย	มี	มี	มี
สิทธิในการผลิตสินค้าที่ระลึก			
สิทธิในการผลิตสินค้าที่ระลึก/ของที่ระลึกพรีเมียมแบบร่วมแบรนด์กับสโมสรฟุตบอลนครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด	มี	มี	มี
สิทธิในการบริหารจัดการบัญชีและการรายงานผล			
การจัดหาผู้จัดการบัญชีเพื่อดูแลการเป็นผู้สนับสนุน	มี	มี	
รายงานประจำปีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการเป็นผู้สนับสนุน	มี	มี	



โอกาสในการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



ติดต่อ

บริษัท สโมสรนครศรี ยูไนเต็ด จำกัด

ถนนสะพานยาว
ตำบลโพธิ์เสด็จ
อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช
จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประเทศไทย
www.nakhonsiutd.com

คุณปีเตอร์ บรुकเนอร์

ที่ปรึกษา (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: peter.bruckner@wentworthchambers.com.au
เบอร์โทร: +61 2 9230 3265 / +61 408 224 336

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด

198 ถนนตะนาว
แขวงบวรนิเวศ
เขตพระนคร
กรุงเทพมหานคร 10200
ประเทศไทย
เบอร์โทร/แฟกซ์: +66 2622 0605 - 7
www.paulpoole.co.th

คุณพอล พูล

กรรมการผู้จัดการ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: paul@paulpoole.co.th
เบอร์โทร: +66 8 6563 3196

คุณอุดมพร ปานจินดาวรรณ

ผู้ช่วยส่วนตัว (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: udomporn@paulpoole.co.th
เบอร์โทร: +66 8 6382 9949

