

โครงสร้างของตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

ในบทนี้จะศึกษาทางด้านตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ โดยจะศึกษาถึงปัจจัยที่มาของความนิยมกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย จากนั้นจะศึกษาในส่วนของการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ว่ามีผู้เกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง และมีสภาพโครงสร้างการตลาดเช่นไร

ความนิยมกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย

“กีฬา” เป็นสิ่งที่คู่กับสังคมมนุษย์มาตั้งแต่อดีตกาล ดังจะเห็นได้จากการแข่งขันกีฬาระหว่างรัฐต่าง ๆ ในสมัยกรีกโบราณ หรือที่เรารู้จักกันดีในนาม “โอลิมปิกยุคโบราณ” ซึ่งในสมัยนั้นมีการจัดการแข่งขันกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในรัฐต่าง ๆ นั้นได้มีโอกาสหยุดพักผ่อน สนุกสนานกับการแข่งขันกีฬา เสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง รวมทั้งยังเป็น การกระชับสัมพันธ์ไมตรีระหว่างรัฐต่าง ๆ อีกด้วย

ในอดีตนั้น กีฬามักจะดัดแปลงมาจากการใช้ทักษะการต่อสู้ เช่น มวยปล้ำ เป็นต้น หรือกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งมีกติกาไม่สลับซับซ้อน และไม่ต้องใช้อุปกรณ์เข้ามาช่วย เช่น วิ่ง หรือ วាយน้ำ เป็นต้น จากนั้นกีฬาจึงค่อย ๆ มีการพัฒนา และวิวัฒนาการรูปแบบ และกติกาการเล่นที่สลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

ฟุตบอลเป็นกีฬาอีกประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยถือกำเนิดในช่วงระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 16 ที่ประเทศอังกฤษ จากนั้นจึงค่อย ๆ ขยายความนิยมเข้าสู่ประเทศต่าง ๆ ในยุโรป แล้วจึงไปสู่ทวีปอเมริกา จากนั้นจึงค่อยกระจายไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกในที่สุด จนในปัจจุบันนี้มีการประมาณการว่ามีผู้ให้ความสำคัญกับกีฬาฟุตบอล ซึ่งมีทั้งติดตามผลการแข่งขัน และเล่นกีฬาประเภทนี้ในปี 2535 อยู่ถึงกว่า 4,000 ล้านคนทั่วโลก (สตาร์ชอคเกอร์, 2539 : 12-14) และมีประเทศต่าง ๆ เป็นสมาชิกของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือฟีฟ่ากว่า 180

ประเทศทั่วโลก (สตาร์ชอคเกอร์, 2539 : 60-62) ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า ฟุตบอลเป็นกีฬาที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทยนั้น กีฬาฟุตบอลได้เริ่มเข้ามาสู่ประเทศไทยในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยที่ผู้ริเริ่มนำฟุตบอลเข้ามาเล่นในประเทศไทยคนแรกคือ เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี จนต่อมาฟุตบอลก็ได้เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ตอนแรกได้นำไปแข่งขันกันในโรงเรียนก่อน ต่อมาจึงไปเผยแพร่ยังสโมสรกีฬาและไปจนถึงต่างจังหวัดอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นจึงได้มีการก่อตั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ขึ้น เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2459 (ถนอมวงศ์ กฤษณ์เพ็ชร์, 2538: 67) ถึงปัจจุบันก็เป็นเวลากว่า 80 ปีแล้วที่กีฬาชนิดนี้เข้ามาเป็นที่รู้จักของคนไทย ซึ่งจากจุดนั้นจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาอีกชนิดหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมสำหรับคนไทยเป็นอย่างสูง ซึ่งหลายฝ่ายก็ยอมรับในจุดนี้เป็นอย่างดี

“เราต้องยอมรับจริงๆว่า สำหรับคนไทยแล้วกีฬายอดนิยมคงมีอยู่สองประเภท อันดับหนึ่งคงต้องให้กับกีฬามวย อันดับสองคงจะเป็นฟุตบอล”(สรารุท พงษ์อังกูรสกุล, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2540)

“ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ประชาชนนิยม ทั้งเล่นและดู ตามโรงเรียนต่าง ๆ จะมีสนามฟุตบอลเป็นหลัก แม้แต่ลานหน้าวัด เด็กวัดก็นิยมเล่นฟุตบอลกัน อาจจะเป็นเพราะเป็นกีฬาที่ใช้เพียงลูกบอลลูกเดียว ประตูก็ใช้เก้าอี้มาตั้งหรือเพียงรองเท้าตะวางเป็นเสาประตูก็เล่นได้แล้ว” (โสภิตา สัตตบุศย์, บันทึก, 11 เมษายน 2540)

ความนิยมของประชาชนที่มีต่อกีฬาฟุตบอลนั้นค่อย ๆ สั่งสมกันมาตั้งแต่ก่อน ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังไม่ก้าวหน้านั้น ความนิยมในกีฬาฟุตบอลยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ๆ เฉพาะในหมู่ผู้รู้ หรือผู้ที่สนใจเท่านั้น การแข่งขันฟุตบอลที่จะมีให้ชมก็จะเป็นเพียงการแข่งขันฟุตบอลระดับต่าง ๆ ภายในประเทศ ณ สนามที่ทำการแข่งขันเท่านั้น ผู้ที่ไม่มีโอกาสได้ชมก็จะต้องติดตามผลกันเองต่อไป ต่อมาเทคโนโลยีโทรทัศน์เริ่มพัฒนาขึ้น ประเทศไทยเริ่มมีการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ขึ้นในปี 2498 (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2535 : 96 อ้างถึงในสมเกียรติ ยังชินสวัสดิ์, 2537 : 5) ประชาชนจึงเริ่มที่จะได้มีโอกาสรับชมภาพการแข่งขันฟุตบอลทางโทรทัศน์ได้เพิ่มขึ้นอีกทาง จุดนี้เองที่อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความนิยมในกีฬาฟุตบอลของคนไทย

เพราะหลังจากนั้นในปีพ.ศ. 2509 (ค.ศ. 1966) โทรทัศน์ไทยเริ่มมีการนำภาพการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศเข้ามาแพร่ภาพ ในครั้งนั้นเป็นภาพการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบ

สุดท้าย ครั้งที่ 8 ณ ประเทศอังกฤษ โดยนำเอาแม้ออกอากาศหลังจากการแข่งขันสิ้นสุดไปแล้ว ระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งคู่นำมาออกอากาศเป็นคู่ชิงชนะเลิศในครั้งนั้นระหว่าง อังกฤษ กับ เยอรมัน ตะวันตก (ซอคคูณ, 2540, 8) ทำให้ประชาชนได้รู้จักฟุตบอลจากต่างประเทศมากขึ้นเป็นครั้งแรก

ต่อมาโทรทัศน์ช่องต่างๆจึงเริ่มมีการนำเสนอรายการฟุตบอลมากขึ้น ทั้งการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศและจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามสัดส่วนของรายการก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับกีฬามวย ซึ่งมีการนำเสนอเป็นรายการประจำของทางสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องอยู่ก่อนแล้ว

กระทั่งถึงประมาณปีพ.ศ. 2515-2516 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้นำเอา ฟุตบอลดิวิชั่น 1 อังกฤษ ซึ่งต่อมาก็คือฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในปัจจุบัน เข้ามาแพร่ภาพในรูปแบบที่ชื่อว่า “ฟุตบอลรวมดาราสตาร์ชอคเกอร์” เข้ามาแพร่ภาพเป็นครั้งแรก แต่ดำเนินอยู่ได้เพียงสัก ระยะเวลาหนึ่งก็ต้องล้มเลิกสัญญาไป หลังจากนั้นช่องอื่นก็ได้ลิขสิทธิ์ไป (สุคต ชูพินิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2540)

“.....เพราะมีการถ่ายทอดมากขึ้น ทั้งสดทั้งแห้ง ทั้งเทปในรายการต่างๆมากขึ้น สมัยก่อนจะมีการถ่ายทอดสดอย่างมากปีละครั้ง คือ ฟุตบอลเอฟเอคัพของอังกฤษ นอกนั้นก็นานๆ จะมีสักครั้ง แต่ปัจจุบันมีการถ่ายทอดมากหรือเกิน โดยเฉพาะอย่างการแข่งขันฟุตบอลโลก ถ่ายทอดสดทุกนัด ซึ่งพอทางทีวีมีการถ่ายทอดมาก ก็เลยทำให้ได้รับความสนใจมาก” (สาริต กรีกุล, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540)

ในการแข่งขันฟุตบอลโลกเมื่อปี 1990 (พ.ศ. 2533) ที่ประเทศอิตาลี โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยได้ทำการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญๆ กันอย่างมากมาย แม้ว่าทีมชาติไทยจะไม่สามารถผ่านเข้าไปแข่งขันในรอบสุดท้ายด้วยได้ แต่ก็เป็นตัวจุดประกายความสนใจให้กับประชาชนให้หันมาสนใจกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นในปีดังกล่าวนี้ ในระหว่างการแข่งขันฟุตบอลในกีฬาเอเชียนเกมส์ ที่กรุงปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ทีมฟุตบอลทีมชาติไทยสามารถสร้างประวัติศาสตร์คว้าตำแหน่งที่ 4 ซึ่งถือว่าเป็นตำแหน่งสูงที่สุดที่ทีมชาติไทยเคยได้รับในขณะนั้น จึงยังเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้วงการฟุตบอลในบ้านเราเป็นที่นิยม และน่าสนใจอย่างรวดเร็วเรื่อยมา

สื่อมวลชนแขนงต่างๆก็มีบทบาทสำคัญอย่างมากเช่นกันในการทำให้กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยม ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ก็มีหนังสือพิมพ์กีฬาเกิดขึ้น หรือแม้กระทั่งหนังสือพิมพ์ฟุตบอล

บอลรายวัน, วิทย์ ก็มีวิทย์คลื่อนกีฬา 24 ชั่วโมงเกิดขึ้น, นิตยสาร หรือแม้กระทั่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ - อินเทอร์เน็ต นอกเหนือไปจากโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลอย่างสูงอยู่แล้ว

“ในขณะนี้สื่อต่างๆ เดี่ยวนี้เรียกว่ามีการให้ข่าวกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งสื่อทีวีก็มีการถ่ายทอด สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์มีรายงานผลการแข่งขัน และความเคลื่อนไหว ให้ข้อมูลต่างๆ ทำให้คนไทยมีโอกาสได้ใกล้ชิด และยิ่งรู้จักมากได้ดูมาก ก็ยิ่งชอบมากยิ่งขึ้น” (สาธิต กรีกุล, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540)

ทางด้านของการพนันนั้น เป็นอีกปัจจัยเสริมอีกอันหนึ่ง ที่ช่วยเสริมสร้างความนิยมในกีฬาฟุตบอล แต่เป็นเพียงปัจจัยส่วนหนึ่งเท่านั้น โดยที่ผู้ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลแล้วส่วนใหญ่จะไม่นับถือให้ความสำคัญกับการพนันขั้นต่อสักเท่าไร ในขณะที่ผู้ชมเฉพาะกิจ (คำเรียกนักพนันที่ติดตามชมรายการฟุตบอล - ผู้วิจัย) นั้นจะเป็นเขียนพนันอาชีพมากกว่า อย่างไรก็ตามหลายฝ่ายเห็นว่าการพนันมีส่วนกระตุ้นความนิยมของกีฬาฟุตบอลอยู่ในระดับหนึ่งเช่นกัน

“ไม่อาจที่จะปฏิเสธได้ว่า มีกลุ่มคนที่ดูบอล ดูบอลเพราะว่ารักจริงๆกลุ่มหนึ่ง อีกกลุ่มหนึ่งคืออาจจะชอบอยู่บ้าง แต่ว่าดูเพราะเล่นพนันไว้ อย่างคนที่ชอบอยู่แต่เล่นพนันเป็นหลัก จากที่ดูฟุตบอลบางครั้ง พอเล่นพนันไว้ก็ต้องติดตามดู ถ้าสมมุติว่าเราเล่นพนันสัก 1,000-2,000 รายการฟุตบอลช่วงดึกสักที 2 ก็ต้องดู เพราะมันดูแล้วสนุก ได้ลุ้นมากกว่า แต่พี่ก็ยังเชื่อว่ากลุ่มคนที่ชื่นชอบฟุตบอลจริงๆยังมีมากกว่า เพราะจะมีความผูกพันอยู่กับทีมที่ตัวเองเชียร์ ถ้าเป็นแฟนทีมลิเวอร์พูล แฟนทีมแมนยูแล้ว เวลาถ่ายทอดบอลทางโทรทัศน์ เขาก็ต้องดู เพราะรัก และติดตามมาตลอด มีความผูกพันกันเป็นส่วนใหญ่ (เอกราช เก่งทุกทาง, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2540)

“ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จะมีคนชอบดูฟุตบอลขึ้นอีกหนึ่งกลุ่ม คือ คนที่ชอบเล่นการพนัน คือ แทนที่จะไปเล่นม้า เล่นหวย แต่พอมีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์กันมาก มีเกือบทุกวัน ทำให้มีกลุ่มนักพนันหันมาให้ความสนใจกันมาก ตรงนี้จึงทำให้เกิดความตึกตัก เพราะทำให้ฟุตบอลได้รับความสนใจมาก และ แพร่ขยายออกไปมาก ซึ่งมีทั้งผู้ที่เล่นกันหนักเรือนแสน ไปจนถึงผู้ที่เล่นเพื่อความสนุกเล็กน้อย 10-20 บาท เป็นค่าข้าวประกอบการชมให้ได้ลุ้นมากขึ้น” (สาธิต กรีกุล, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540)

อย่างไรก็ตามความนิยมในกลุ่มผู้ชมชาวไทยที่มีต่อฟุตบอลภายในประเทศและจากต่างประเทศ จะมีความแตกต่างกันอยู่ กระแสความนิยมในฟุตบอลจากต่างประเทศจะมีเพิ่มมากขึ้น

ในขณะที่ฟุตบอลระดับในประเทศของเราเองกลับมีกระแสความนิยมที่ตกต่ำลงอย่างรวดเร็ว และมีความแปรปรวนอยู่ตลอดเวลา

“ฟุตบอลไทยของเราเอง และฟุตบอลต่างประเทศสมัยก่อนนั้น คนนิยมดูถือว่าสูสีกัน แต่พอมาระยะหลังยิ่งฟุตบอลจากต่างประเทศนั้นเป็นเกมการแข่งขันระดับโลก ระดับอินเตอร์ ซึ่งทำให้คนดูดูแล้วสนุก เพราะเป็นเกมที่สนุก เป็นเกมที่พุดง่าย ๆ ว่าเขาเล่นเก่งกว่าเรา ของเรา ทำผลงานไม่ได้ทำเขา ในขณะที่เดียวกันพอคนดูมาเปรียบเทียบกับบอลไทยแล้ว เราสู้เขาไม่ได้ บอลภายในก็ไม่สนุกเหมือนระบบฟุตบอลหลาย ๆ ประเทศ ก็เลยทำให้ความสนใจไปอยู่ที่ฟุตบอลต่างประเทศเยอะ (สาริต กรีกูล, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540)

นอกจากการเล่นที่ดูแตกต่างและห่างชั้นกันอยู่มากแล้ว ความสามารถของผู้เล่น รวมทั้งระบบของความเป็นมืออาชีพในการจัดการแข่งขัน ก็เป็นตัวทำให้ฟุตบอลต่างประเทศได้รับความนิยมมากกว่าฟุตบอลภายในประเทศของเราเอง

“มันเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพด้วย เพราะว่าฟุตบอลลีกต่างประเทศมันเป็นฟุตบอลอาชีพ ที่เขาเล่นนี่เขาทำเป็นอาชีพ และเขาก็มองว่ามาเล่นฟุตบอล เวลาที่เขาจะเลี้ยงชีพด้วยการเตะฟุตบอลมันสั้น เพราะฉะนั้นช่วงนี้เขาต้องทำมันให้ดีที่สุด เพราะถ้าฝืนทำไม่ดีเขาก็จะหลุดออกจากทีม เขาจะไม่มีเงินมาเลี้ยงดูครอบครัวเลย ถ้าทำได้ดีตรงนี้มีมันก็สบายไปเลย เพราะฉะนั้นก็เลยทุ่มเทมากกว่านักฟุตบอลของเรา ของเราเหมือนกับมาเล่นแบบแผลง ๆ เพื่อที่จะเอาตัวให้เด่นขึ้นมา แล้วไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ บ้านเราเล่นบอลเสร็จแล้วยังต้องไปเรียนไปทำอาชีพอื่นอีก” (นิกร ชานาญกุล, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2540)

ซึ่งแม้แต่ตัวของนักกีฬา รวมทั้งผู้ฝึกสอนของทีมซึ่งร่วมการแข่งขันฟุตบอลรายการ “จอห์นนี่ วอลด์เกอร์ ไทยแลนด์ลีก” เอง ยังยอมรับว่าสนใจในรายการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศมากกว่า

“ชอบฟุตบอลต่างประเทศมากกว่า ดูแล้วมีความรู้สึกที่สนุก ความสามารถเฉพาะตัวเขาดีมากกว่านักบอลไทยมาก ดูแล้วเกมเขาสนุก เล่นแล้วเป็นระบบดี” (นาร์ตน์ มุนีนพมาศ, สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2540)

“ฟุตบอลต่างประเทศ ความสามารถเฉพาะตัวของผู้เล่นดี ทำให้ดูแล้วสนุก ก็เหมือนกับสินค้าดีมีคุณภาพ คนก็ซื้อมากกว่าสินค้าที่คุณภาพต่ำ อีกอย่างก็คือบรรยากาศของสนาม คนดูเต็มย่อมดีกว่า อย่างไทยแลนด์ลีกนี้คนดูน้อย เสียงในสนามก็ไม่สนุก อีกอย่างหนึ่งก็ตามหลัก

ของ Marketing ถ้าสินค้าดี ก็ทำ Sale Promotion ได้ง่าย ถ้าสินค้าไม่มีคุณภาพ ก็ไม่มีทาง ก็ เหมือนกับเวลาคนไปดูฟุตบอล ระหว่างบอลนักเรียน กับ บอลทีมชาติแข่ง คนก็อยากดูบอลทีมชาติมากกว่า ยกเว้นบอลดารา คนก็อาจจะดูมากกว่าอีก สำคัญอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์” (จุฑา ดิงศภักดิ์, สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2540)

จากระบบจัดการแข่งขันที่แตกต่างกัน ระหว่างการแข่งขันฟุตบอลในต่างประเทศ กับ การแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทยเองนั้น พอที่จะแยกให้เห็นถึงความแตกต่างของระบบจัดการแข่งขัน ระยะเวลาที่ใช้ในการแข่งขัน และ ลักษณะโดยทั่วไปของการแข่งขันฟุตบอลในต่างประเทศ โดยเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลจากทวีปยุโรป โดยเปรียบเทียบกับการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทย เพื่อสร้างเข้าใจถึงธรรมชาติของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น ได้ ดังนี้

การแข่งขันฟุตบอลภายในของแต่ละชาติในทวีปยุโรป จะเป็นการแข่งขันในแบบฟุตบอลอาชีพ โดยที่ผู้เล่น หรือ นักเตะจะมีรายได้จากการเล่นฟุตบอลเพียงอย่างเดียว ระบบการแข่งขันจะเรียกว่า ฤดูกาล (SEASON) ซึ่งจะมีระยะเวลาประมาณ 9 เดือน โดยจะเริ่มประมาณเดือนสิงหาคม และทำการแข่งขันเรื่อยไปจนถึงสิ้นสุดประมาณปลายเดือนพฤษภาคมของอีกปีหนึ่ง (ดูตารางที่ 4.1)

ตาราง 4.1 - แสดงรายละเอียดการแข่งขันฟุตบอลของประเทศต่างๆที่สำคัญในยุโรป

ประเทศ	ระยะเวลาที่แข่งขัน	ชื่อเรียกของลีกสูงสุด	จำนวนทีมในลีก
อังกฤษ	สิงหาคม-พฤษภาคม	พรีเมียร์ลีก	20 ทีม
อิตาลี	สิงหาคม-พฤษภาคม	กัลโช่ ซีรีส์เอ	18 ทีม
เยอรมัน	สิงหาคม-พฤษภาคม	บุนเดสลีกา	18 ทีม
สเปน	สิงหาคม-พฤษภาคม	สแปนิช ลีกา	22 ทีม
ฮอลแลนด์	สิงหาคม-พฤษภาคม	พรีเมียร์ลีกดัทช์	18 ทีม
ฝรั่งเศส	กรกฎาคม-พฤษภาคม	ดิวิชั่นหนึ่ง	20 ทีม
โปรตุเกส	สิงหาคม-พฤษภาคม	ดิวิชั่นหนึ่ง	18ทีม

ในประเทศหนึ่งๆจะมีการแข่งขันรายการหลักๆอยู่ 2 รายการ รายการแรก ได้แก่ การแข่งขันในลักษณะที่เรียกว่า ลีก (LEAGUE) ซึ่งจะมีชื่อแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ ลักษณะการแข่งขันแบบนี้ จะเป็นการแข่งขันโดยทำการจัดทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งหมดออกเป็นกลุ่ม แล้วทำการแบ่งออกเป็นระดับ เรียกว่า ดิวิชั่น (Division) ในแต่ละระดับจะมีทีมอยู่ตามที่

แบ่งกลุ่มไว้ ซึ่งจะอยู่ระหว่าง 16-22 ทีม แล้วแต่ในแต่ละประเทศ โดยระดับที่ถือว่าสำคัญสูงที่สุดก็คือ ระดับ ดิวิชันหนึ่ง และลดหลั่นกันลงไปเป็นดิวิชันสอง สาม สี่ ไป โดยที่การแข่งขันจะเป็นแบบพบกันหมด ทีมละ 2 ครั้ง ตัวอย่างเช่น การแข่งขันฟุตบอลลีกในประเทศอังกฤษ มีทีมร่วมการแข่งขันทั้งสิ้น 20 ทีม ดังนั้นทีมหนึ่งๆ จะต้องพบคู่แข่งทั้งหมด 19 ทีม ทีมละ 2 ครั้ง รวมมีการแข่งขันทั้งหมด 38 นัดในหนึ่งฤดูกาล เป็นต้น ความน่าสนใจในการแข่งขันลักษณะนี้ก็คือ ทีมที่ชนะเลิศในการแข่งขันในลีกสูงสุดจะถือได้ว่าเป็นผู้ชนะเลิศของประเทศ และได้เป็นตัวแทนของประเทศ เข้าร่วมการแข่งขันในระดับนานาชาติในฤดูกาลถัดไป ในขณะที่ทีมที่ได้อันดับท้ายๆ จะถูกเลื่อนปรับตกลงไปอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า และทีมชนะเลิศของระดับที่ต่ำกว่า ก็จะได้เลื่อนขึ้นมาอยู่ในระดับที่สูงกว่า ซึ่งการแข่งขันฟุตบอลลีกนั้น ถือได้ว่าเป็นการแข่งขันที่สูงที่สุดของแต่ละประเทศ และนับได้ว่าเป็นรายการที่ได้รับความสนใจมากที่สุดอีกด้วย

รายการที่สอง จะเป็นการแข่งขันฟุตบอลที่เรียกว่า เอฟเอคัพ (FA CUP) ซึ่งจะเป็นการแข่งขันประเภทแพ้คัดออก โดยเป็นทีมต่างๆที่อยู่ในประเทศนั้นทั้งหมดเข้าร่วมแข่งขัน การแข่งขันจะใช้การจับสลากว่าทีมใดจะพบกับทีมใด ผู้ชนะทั้งหมดจะได้เข้ารอบต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเหลือผู้ชนะเลิศทีมสุดท้ายเพียงทีมเดียว การแข่งขันรายการนี้ถือได้ว่าเป็นรายการที่มีความสำคัญรองลงมาจากรายการฟุตบอลลีก

ซึ่งการแข่งขันทั้งหมดนั้นจะแข่งขันกันสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ในทุกๆวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์เป็นส่วนใหญ่ จะมีเพียงบางครั้งที่ต้องแข่งขันกันในวันธรรมดาเพิ่มขึ้นมาอีก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าในฤดูกาลแข่งขันนั้น มีการแข่งขันฟุตบอลรายการอื่นๆอยู่อีกมากน้อยเพียงใด

ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลทั้งสองจะเรียกว่า ทีมสโมสร (Club) เช่น สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด หรือ สโมสรลิเวอร์พูล เป็นต้น สโมสรฟุตบอลต่างนั้นมักจะเป็นทีมที่ตั้งอยู่ตามเมืองต่างๆในแต่ละประเทศนั่นเอง

นอกเหนือไปจากฟุตบอลภายในของแต่ละประเทศแล้ว ในแต่ละฤดูกาลแข่งขัน ยังมีการแข่งขันในระดับนานาชาติอีกด้วย ซึ่งเป็นการแข่งขันระหว่างทีมสโมสรของแต่ละประเทศในทวีปยุโรป โดยการแข่งขันหลักๆจะมีอยู่ 3 รายการคือ รายการฟุตบอล “ยูฟ่าแชมเปียนลีก” (UEFA CHAMPION LEAGUE) ซึ่งจะให้สิทธิ์ทีมที่เข้าร่วมแข่งขันมาจาก ทีมที่ชนะเลิศการแข่งขันฟุตบอลลีกสูงสุดของแต่ละชาติมาร่วมแข่งขันกัน, รายการฟุตบอล “คัพ วินเนอร์ส คัพ” (CUP WINNERS CUP) ซึ่งจะให้สิทธิ์ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันมาจาก ทีมชนะเลิศการแข่งขันฟุตบอลเอฟเอคัพของแต่ละชาติมาร่วมแข่งขันกัน และ รายการฟุตบอลยูฟ่า คัพ (UEFA CUP)

ซึ่งจะให้สิทธิ์ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันมาจาก ทีมที่มีอันดับรองลงมาจากผู้ชนะเลิศในการแข่งขันฟุตบอลลีกของแต่ละชาติเข้าร่วมการแข่งขัน

ทางด้านการแข่งขันฟุตบอลที่น่าสนใจอีกอันหนึ่งก็คือ การแข่งขันฟุตบอลจากทวีปอเมริกาใต้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการแข่งขันที่น่าสนใจรายการหนึ่ง จะมีลักษณะที่แตกต่างจากการแข่งขันฟุตบอลจากฝั่งทวีปยุโรป ลักษณะของการจัดการแข่งขันโดยทั่วไปจะเป็นในลักษณะลีก เช่นเดียวกับฟุตบอลประเทศต่างๆของทวีปยุโรป โดยที่ชาติที่ได้รับการยอมรับว่ามีการแข่งขันฟุตบอลที่น่าติดตามจะมีอยู่ 2 ชาติ ได้แก่ บราซิล และ อาร์เจนติน่า ซึ่งได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่ามีทีมฟุตบอลที่ดีที่สุด โดยเฉพาะฟุตบอลจากประเทศบราซิล แต่ความแตกต่างระหว่างฟุตบอลลีกของยุโรป และฟุตบอลของบราซิล ก็คือ เวลาในการดำเนินการแข่งขัน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศในยุโรป กับ อเมริกาใต้ต่างกัน ประเทศในยุโรปจะได้เปรียบทางด้านขนาดของประเทศที่พอเหมาะไม่ใหญ่โตจนเกินไป ทำให้การแข่งขันระหว่างทีมต่างๆทำได้ง่าย ในขณะที่ประเทศบราซิลมีอาณาเขตที่กว้างใหญ่ ทีมฟุตบอลต่างๆอยู่กระจัดกระจาย การแข่งขันจึงต้องกินเวลานานกว่า คือ ฤดูกาลแข่งขันหนึ่งๆต้องกินเวลาถึง 11 เดือนในหนึ่งปี กว่าที่จะมีทีมชนะเลิศ

นอกจากนี้สโมสรฟุตบอลภายในประเทศบราซิลเอง แม้ว่าจะมีระบบการแข่งขันที่เป็นแบบอาชีพแล้วก็ตาม แต่นักฟุตบอลส่วนใหญ่ของประเทศกลับมีรายได้ที่แย่มาก แทบไม่พอประทังชีวิต นอกจากนี้ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลส่วนใหญ่ ซึ่งถ้าไม่ใช้การแข่งขันนัดที่สำคัญแล้วจะมีจำนวนน้อยมาก เพียงหลักร้อย หรือ พันคน ในขณะที่สนามสามารถจุผู้ชมได้เป็นหลักแสน ทั้งนี้เนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศบราซิลเองไม่ดีนัก ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวนี้ทำให้นักฟุตบอลที่มีฝีมือดีต้องออกมาค้าแข้งกันนอกประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมายังประเทศในยุโรปซึ่งจะมีรายได้ที่ดีกว่ามาก ทำให้การแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศของบราซิลเองไม่ได้รับความนิยมจากผู้คนทั่วโลกเท่าที่ควรนั่นเอง

ซึ่งหากเราจะจำแนกถึงลักษณะจุดเด่น และจุดด้อย รวมทั้งความแตกต่างของฟุตบอลลีกจากชาติต่างๆ ทั้งจากประเทศทางยุโรป และ จากทางอเมริกาใต้แล้ว (โดยที่ผู้วิจัยจะแยกให้เห็นในส่วนเฉพาะของฟุตบอลที่มีการนำเสนอทางโทรทัศน์ในประเทศไทยเท่านั้น) พอที่จะแสดงให้เห็นได้ดังนี้

ตาราง 4.2 - แสดงความแตกต่างของฟุตบอลชาติต่างๆที่มีออกอากาศทางโทรทัศน์
ที่มีผลต่อการเลือกชมของผู้ชม

ชาติ	จุดเด่น	จุดด้อย
อังกฤษ	- มีเกมการเล่นที่รวดเร็ว น่า ตื่นเต้น เน้นการบุกเพื่อทำ ประตูเป็นหลัก	- ผลการแข่งขันจะคาดการณ ได้ยาก ทีมต่าง ๆ พังง่าย
อิตาลี	- เน้นเทคนิค ลีลา ทักษะของ ผู้เล่นที่มีชื่อเสียง มีดารา นัก ฟุตบอลระดับโลกจำนวนมาก เข้ามาเล่นอยู่ในอิตาลี ทำให้มี สีสันเพิ่มขึ้น	- รูปเกมจะช้า ดูแล้วน่าเบื่อ มีการถ่วงเวลาในการแข่งขัน มาก ไม่ค่อยจะเน้นเกมบุก
เยอรมัน	- เน้นทางด้านเทคนิค มี ระบบการเล่นที่แน่นอน มีการ วางแผนในการเล่นเป็นอย่างดี เน้นผลการแข่งขัน	- เน้นผลการแข่งขันมาก ทำ ให้ทีมต่าง ๆ ไม่ค่อยมีลูกเล่น ไม่หรือหว่า
บราซิล	- มีลูกเล่นแพรวพราว ลีลา สวยงาม ความสามารถเฉพาะ ตัวของผู้เล่นสูง	- ไม่ค่อยมีดารา นักเตะเป็นที่ รู้จักของผู้ชมมากนัก เกมการ แข่งขันค่อนข้างรุนแรง มีการ หยุดเกมตลอดเวลา

นอกจากนี้ในส่วนของผู้เล่นในทีมฟุตบอล จากความสามารถของผู้เล่นที่แตกต่างกัน
ของผู้เล่นจากต่างประเทศกับผู้เล่นในประเทศไทย ทำให้นักฟุตบอลจากต่างประเทศนั้นเป็นที่รู้
จักและสนใจมากกว่านักฟุตบอลภายในประเทศของเรา ความสามารถของนักฟุตบอลก่อให้เกิด
ความเป็นดาราขึ้น จนมีผู้สนใจติดตามชม เป็นที่น่าสังเกตได้ว่าผู้ที่ติดตามชมฟุตบอลใน
ประเทศไทยนั้น จะสามารถจดจำชื่อนักฟุตบอลที่มีความสามารถโดดเด่นได้เป็นอย่างดี ยิ่งถ้า
หากเป็นช่วงของการแข่งขันฟุตบอลทัวร์นาเมนต์ที่สำคัญๆ อย่างเช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก
หรือ ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรปแล้ว ผู้ชมก็จะมีกรกล่าวถึงชื่อนักฟุตบอลที่เป็นขวัญใจกัน
อย่างมาก นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงเหล่านี้ จะเล่นอยู่ในลีกของแต่ละชาติ ซึ่งนักฟุตบอลอาจจะไม่
ได้เล่นอยู่ในลีกของประเทศตนเองก็ได้ นอกจากความสามารถของนักฟุตบอลแล้ว ความเป็น
ดาราที่ขึ้นชอบของผู้ติดตามชม ยังเกิดได้จากรูปร่าง หน้าตา ของนักฟุตบอลได้อีกด้วย
ลักษณะดังกล่าวนี้มักก็จะเกิดกับผู้ชมที่เป็นผู้หญิง ซึ่งจะเริ่มดูฟุตบอลจากการติดตามดาราคนใด
คนหนึ่งก่อน แล้วจึงค่อยพัฒนาไปสู่การศึกษาการเล่น และติดตามฟุตบอลอย่างจริงจังต่อไปใน
ที่สุด ตัวอย่างของนักฟุตบอลที่เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่มุติดตามชมฟุตบอลทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน

เช่น เดวิด เบ็คแฮม, เरिक คันโตน่า, สตีฟ แม็คมานามาน ในฟุตบอลพรีเมียร์ลีก; เปาโล มัลดีนี, โรแบร์โต บัคโจ้ ของฟุตบอลกัลโช่ซีรีส์เอ จากอิตาลี ; เจอร์เก้น คลินสมันส์, มัทธีอัสน์ ซามเมอร์ ของฟุตบอลบุนเดสลีกา เยอรมัน เป็นต้น ซึ่งผู้ที่ติดตามชมรายการฟุตบอลจะรู้จักดารานักฟุตบอลเหล่านี้เป็นอย่างดี ปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เช่นกัน

ในขณะที่ระบบการแข่งขันฟุตบอลภายในของประเทศไทยนั้น ยังไม่มีระบบที่เด่นชัดแน่นอน การแข่งขันหลักๆ ไม่มีกำหนดระยะเวลาของการจัดการแข่งขันที่แน่นอน โดยที่ผ่านมาการแข่งขันฟุตบอลรายการต่างๆ จะจัดเป็นรายการที่มีระยะเวลาการแข่งขันในช่วงสั้นๆ ปีหนึ่งๆ หลายรายการ ทำให้ระบบการจัดการแข่งขันไม่เป็นเอกภาพอย่างเช่นการจัดการแข่งขันของต่างประเทศ บางครั้งมีการจัดการแข่งขันที่ซ้อนกันขึ้น ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย จึงไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลรายการต่างๆ นั้น จะมีเพียงไม่กี่ทีม และมักจะเป็นทีมที่สังกัดหน่วยงานต่างๆ เช่น กองทัพ ธนาคาร หรือ รัฐวิสาหกิจ เป็นต้น โดยที่ผู้เล่นมีสถานภาพเป็นพนักงาน หรือ ลูกจ้างของหน่วยงานนั้นๆ มีรายได้จากเงินเดือนในการทำงานประจำ ผู้เล่นจึงเป็นเพียงนักฟุตบอลสมัครเล่น หรือ กึ่งอาชีพเท่านั้น

จากลักษณะของความแตกต่างที่ได้กล่าวมาแล้วบางส่วนนั้น สามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างฟุตบอลภายในประเทศและต่างประเทศ ตามตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 - แสดงความแตกต่างระหว่างการแข่งขันฟุตบอลในประเทศ กับ ฟุตบอลจากต่างประเทศ

ฟุตบอลไทย	ฟุตบอลต่างประเทศ
1. มีระบบการจัดการแข่งขันที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี ทำให้การติดตามชม และ ติดตามข่าวสารเป็นไปได้ยาก	1. มีระบบการจัดการแข่งขันที่แน่นอนตายตัว ผู้ชมสามารถที่จะรู้ได้ถึงกำหนดการล่วงหน้าของการแข่งขันว่าเป็นอย่างไร
2. นักฟุตบอลยังเป็นระดับสมัครเล่น ทำให้ขาดการฝึกฝนทักษะที่ดี จึงมีความสามารถเฉพาะตัวที่ต่ำ การแข่งขันที่ออกมาจึงไม่ค่อยมีคุณภาพ	2. เป็นการแข่งขันระดับอาชีพ นักฟุตบอลมีหน้าที่เตะฟุตบอลเพียงอย่างเดียว จึงต้องพัฒนาตัวเองตลอดเวลา มิฉะนั้นจะเป็นการตัดหนทางในการหาเลี้ยงครอบครัว การแข่งขันกันจึงมีสูง และมีคุณภาพ น่าติดตาม

ตารางที่ 4.3(ต่อ) - แสดงความแตกต่างระหว่างการแข่งขันฟุตบอลในประเทศ กับ ฟุตบอลจากต่างประเทศ

ฟุตบอลไทย	ฟุตบอลต่างประเทศ
3. ทีมที่เข้าร่วมแข่งขัน เป็นทีมสังกัดหน่วยงาน ทำให้ขาดความรู้สึกรักผูกพันจากผู้ชมในท้องถิ่นต่างๆ ผู้ชมจึงให้ความสนใจน้อย	3. ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน มาจากเมืองต่างๆ จึงมีผู้ชมคอยติดตามชม ผู้ชมมีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของทีม หากทีมประสบความสำเร็จก็มีความภูมิใจ และติดตามผลงานของทีมต่อไป
4. มีการประชาสัมพันธ์ หรือ ใช้การตลาดมาช่วยในการจัดการแข่งขันน้อย ทำให้ผู้ชมไม่ค่อยได้รับรู้ จึงไม่สนใจติดตาม	4. มีการจัดการที่เป็นระบบ มีการสร้างดารา สร้างความรู้จัก และเสนอข่าวสาร ให้ผู้ติดตามรับชมตลอดเวลา ทำให้เกิดความน่าสนใจ และติดตามขึ้น
5. ความสนใจของประชาชนไม่แน่นอน และแปรปรวน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับความสำเร็จของทีมชาติไทยเป็นหลัก	5. ความสนใจของผู้ชมมีอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้มีโอกาสรับทราบความสำเร็จของทีมต่างๆผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดการติดตามตลอดเวลา

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น แม้ว่าปัจจัยต่างๆเหล่านั้นมีส่วนช่วยสร้างความสนใจให้กับกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่ก็ไม่อาจที่จะปฏิเสธได้ว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือ ตัวของสื่อโทรทัศน์เอง ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างๆมากมาย ซึ่งทำให้วงการฟุตบอลเกิดการตื่นตัว และได้รับความนิยมอย่างสูง ประชาชนสามารถที่จะติดตามชมได้ง่าย การดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล และมีการแข่งขันกันอย่างสูงตามไปด้วย ซึ่งโครงสร้างและการดำเนินธุรกิจนั้นจะได้มีการนำเสนอในส่วนถัดไป

องค์ประกอบของโครงสร้างการตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ ได้กลายเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีมูลค่ามหาศาล จึงเป็นธุรกิจที่มีผลประโยชน์และผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย การที่จะศึกษาถึงโครงสร้างของการตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น จะต้องศึกษาถึงผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจนี้เสียก่อน ซึ่งแต่ละส่วนนั้นจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ก่อนที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์

ระหว่างกัน ผู้วิจัยจะนำเสนอในส่วนขององค์ประกอบแยกแต่ละส่วนก่อน เพื่อให้เกิดความเข้าใจเบื้องต้นเสียก่อน จากนั้นจึงจะมาศึกษาถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

รายการฟุตบอล

ตัวรายการฟุตบอล เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจนี้ รายการฟุตบอลนั้นจะมีทั้งรายการฟุตบอลในประเทศ และรายการฟุตบอลจากต่างประเทศ รูปแบบของรายการฟุตบอลจะมีลักษณะที่ชัดเจน เห็นแล้วเป็นที่รับรู้กันโดยทันที ทั้งนี้ผู้ชมจะรู้ว่าฟุตบอลเล่นกันอย่างไร และกติกาโดยทั่วไปแล้วก็เป็นที่เข้าใจง่าย ไม่ค่อยสลับซับซ้อน รูปแบบรายการในปัจจุบันนี้ อาจจะกล่าวได้ว่ามีอยู่สองลักษณะ ได้แก่

1. รายการที่นำเสนอการแข่งขัน เป็นรายการที่นำเสนอการแข่งขันระหว่าง 2 ทีม โดยที่ทำการออกอากาศให้ชมตลอดระยะเวลาของการแข่งขัน ซึ่งผู้ชมจะสามารถรับชมเหตุการณ์ต่างๆตลอดการแข่งขันว่ามีเหตุการณ์เป็นอย่างไร สนุกตื่นเต้น หรือน่าเบื่อ รายการที่นำเสนอการแข่งขันนี้จะมีทั้งรายการที่เป็นการถ่ายทอดสด และเป็นการถ่ายทอดบันทึกเทป ทั้งนี้จะขึ้นกับปัจจัยต่างๆ เช่น การติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์, เป็นรายการที่ได้รับความสนใจจากผู้ชม และ ผู้สนับสนุนมากน้อยเพียงใด, เวลาที่ออกอากาศ หรือออกอากาศทางฟรีทีวี หรือ เคเบิลทีวี เป็นต้น

2. รายการที่นำเสนอแบบไฮไลต์(Highlight)หรือสรุปการแข่งขัน จะเป็นรายการที่นำเสนอภาพของการแข่งขันเฉพาะช่วงที่มีความสำคัญ ซึ่งจะทำการตัดต่อเฉพาะภาพที่เป็นจุดเด่นๆ ของการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นภาพของการยิงประตูในเกมการแข่งขันเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ผู้ชมได้รู้ว่าผลการแข่งขันเป็นอย่างไร ใครเป็นผู้ทำประตู และ ประตูที่ทำได้นั้นมีความสวยงามมากน้อยเพียงใด นอกจากนั้นอาจจะมีการนำเสนอภาพเหตุการณ์ความรุนแรงในการแข่งขัน หรือ เหตุการณ์ที่เป็นจุดเปลี่ยนแปลงในเกมการแข่งขัน เช่น ผู้เล่นได้รับใบแดง ต้องออกจากการแข่งขัน ทำให้อีกฝ่ายหนึ่งได้เปรียบในเรื่องของตัวผู้เล่น เป็นต้น รวมทั้งอาจมีการนำเสนอบทวิเคราะห์ หรือ สารคดีที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล ควบคู่ไปในรายการด้วย

สำหรับรายการต่างๆทั้งหมดที่มีการนำมาออกอากาศในช่วงที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะได้ทำการสรุป และนำเสนอในบทถัดไป

เจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอด

เจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นอีกองค์ประกอบที่มีส่วนทำให้เกิดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ เพราะหากไม่มีผู้ถือลิขสิทธิ์ การถ่ายทอดสด หรือการนำมาออกอากาศทางโทรทัศน์ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

รายการฟุตบอลในประเทศนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยทั่วไปก็คือ ผู้จัดการแข่งขันนั้นๆนั่นเอง เช่น การแข่งขันฟุตบอลจอห์นนี่ วอล์คเกอร์ ไทยแลนด์ลีก ผู้จัดการก็คือ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ก็เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในการออกอากาศทางโทรทัศน์ด้วย ซึ่งในการแข่งขันฟุตบอลทุกรายการที่เกิดขึ้นในประเทศนั้น จะต้องได้รับการรับรองจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งมีสิทธิ์ที่จะให้การรับรองการแข่งขันนั้นๆหรือไม่ ไม่ใช่ใครจะจัดก็จัดได้ ดังนั้นจึงมีลักษณะของการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์รายการฟุตบอลแฝงอยู่ในตัวสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยอีกด้วย บทบาทและหน้าที่ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยจึงมีส่วนสำคัญต่อรายการฟุตบอลภายในประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งจากอำนาจหน้าที่ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยอันได้แก่ การส่งเสริม การสอดส่องและควบคุมการดำเนินการด้านกีฬาฟุตบอล เพื่อป้องกันมิให้เกิดอันตรายแก่ผู้เล่นกีฬา หรือเกิดความเสียหายหรือเป็นภัยแก่ประเทศชาติ อันเป็นสิทธิอันชอบธรรมของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งเกิดจากบทบัญญัติของภารกิจแห่งประเทศไทย ในการให้สมาคมกีฬาต่าง ๆ เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินการเกี่ยวกับกีฬารายการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย (ปรีชา กลิ่นรัตน์, 2536: 93-119) นอกจากนี้ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยยังได้รับการรับรองจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือ FIFA ในการควบคุมดูแลและให้การรับรองการแข่งขันต่าง ๆ ภายในประเทศ รวมทั้งดำเนินการจัดส่งทีมฟุตบอลตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขันในระดับนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็นฟุตบอลโลก ฟุตบอลโอลิมปิก หรือฟุตบอลเอเชียนคัพ บทบาทของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยที่มีต่อการดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศจึงเพิ่มมากขึ้น และต้องมีส่วนเกี่ยวพันกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นหากการแข่งขันรายการใดไม่ได้รับการยอมรับ หรือ ไม่ได้รับการอนุมัติให้จัดการแข่งขัน รายการฟุตบอลนั้นก็ไม่ได้เกิดขึ้น ลิขสิทธิ์รายการทางโทรทัศน์ก็จะไม่เกิดขึ้นตามไปด้วย และในการที่รายการใดจะได้รับการรับรองนั้น ทางผู้ที่จะจัดก็ต้องจ่ายเงินให้กับทางสมาคมฯด้วยเช่นกัน รวมทั้งการดำเนินการเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ก็ต้องแจ้งให้กับทางสมาคมฯให้รับทราบด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการแข่งขันอาจจะมอบหมายให้ตัวแทน ซึ่งก็คือ บริษัทต่าง ๆ ซึ่งเข้ามาสนับสนุนการแข่งขัน หรือ มอบหมายให้กับบริษัทที่รับผิดชอบทางด้านการตลาด เป็นผู้จัดการลิขสิทธิ์การออกอากาศทางโทรทัศน์อีกทอดหนึ่ง ดังเช่น การแข่งขันชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพครั้งที่ผ่านมานั้นเอง โดยที่จะดำเนินการติดต่อซื้อเวลากับทางสถานีโทรทัศน์ หรือ สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ติดต่อกันเพื่อให้นำออกอากาศต่อไป

สำหรับรายการฟุตบอลจากต่างประเทศ เจ้าของลิขสิทธิ์จะมีลักษณะเช่นเดียวกับเจ้าของลิขสิทธิ์ฟุตบอลในประเทศเช่นเดียวกัน แต่ทางผู้จัดการแข่งขันซึ่งได้ขายลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทอื่นเพื่อทำการออกอากาศในประเทศของตนแล้ว บริษัทเหล่านี้จะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดไปสู่ต่างประเทศอีกด้วย เช่น บริษัทซีเอสไอ(CSI)ของประเทศอังกฤษ หรือบริษัทซีซีทีวี(CCTV)ของยุโรป (สุดต ชูพินิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2540) ซึ่งหากประเทศไทยของเราจะดำเนินการถ่ายทอดเกมการแข่งขันฟุตบอล ก็จะต้องติดต่อขอซื้อกับเจ้าของลิขสิทธิ์เหล่านี้ต่อไป นอกจากนี้แล้วยังมีบริษัทที่เป็นตัวแทนของเจ้าของลิขสิทธิ์เดิมจากยุโรปหรือ อเมริกา ที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างๆ เช่น เอเชีย-แปซิฟิก, ออสเตรเลีย, อีกด้วย

ซึ่งจะทำให้การถ่ายทอดสดรายการฟุตบอลต่างๆ จากต่างประเทศมีทางที่จะสามารถติดต่อได้เพิ่มมากขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้รวมไปถึงรายการบันเทิงประเภทอื่นๆ จากต่างประเทศด้วยเช่นกัน

“การซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดรายการฟุตบอลนั้นเมื่ออยู่ 2 กรณี ในกรณีแรกคือเราเป็นคนติดต่อเอง อีกกรณีหนึ่ง คือ สถานีเป็นคนติดต่อเอง การติดต่อลิขสิทธิ์นี้หมายถึงว่าซื้อลิขสิทธิ์มาไว้ในมือแล้ว ในกรณีแรกนี้ การ link ลิขสิทธิ์ของเราต้องติดต่อกับเอเจนซี (agency) ซึ่งก็คือ บริษัทตัวแทนของเจ้าของลิขสิทธิ์จากยุโรป ในภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก ส่วนใหญ่แล้วจะตั้งอยู่ที่สิงคโปร์” (สราวุธ พงษ์อังกูรสกุล, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2540)

ลักษณะของการซื้อลิขสิทธิ์รายการฟุตบอล โดยเฉพาะรายการฟุตบอลที่เป็นการถ่ายทอดสดนั้น หากเป็นการแข่งขันในแบบทัวร์นาเมนต์ (Tournament) เช่น การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ หรือการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป เป็นต้น การติดต่อซื้อขายกับเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น จะเป็นลักษณะเหมาตลอดการแข่งขัน โดยที่ผู้ซื้อลิขสิทธิ์สามารถที่จะทำการถ่ายทอดสดได้ทุกนัด ซึ่งในกรณีที่เป็นการแข่งขันภายในประเทศ ผู้ที่ถ่ายทอดมักจะเลือกคู่ที่มีทีมชาติไทยลงแข่งขัน หรือไม่ก็เป็นการแข่งขันในนัดชิงชนะเลิศเป็นหลัก ส่วนกรณีที่เป็นการถ่ายทอดสดจากต่างประเทศ จะขึ้นอยู่กับทางประเทศผู้ส่งสัญญาณการถ่ายทอดว่าจะทำการถ่ายทอดคู่ใด หากเป็นการแข่งขันในแบบลีก (League) เช่น ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก หรือฟุตบอลจอร์แดน วอลส์คเกอร์ ไทยแลนด์ลีก เป็นต้น การติดต่อซื้อขายลิขสิทธิ์ โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะทำสัญญากันแบบปีต่อปี มีบางกรณีที่เป็นแบบ 2-3 ปี เช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสายสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของลิขสิทธิ์ และตัวผู้ติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์เอง ว่าเป็นเช่นไร จากนั้นการจะเลือกคู่ถ่ายทอด ก็จะเป็นลักษณะเช่นเดียวกับกรณีที่เป็นการแข่งขันในแบบทัวร์นาเมนต์เช่นกัน

สถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์เปรียบเสมือนกับตัวกลาง (Medium) ในการนำภาพรายการฟุตบอลไปสู่ผู้ชม หากสถานีไม่นำเอารายการฟุตบอลมาออกอากาศ ผู้ชมก็ไม่มีโอกาสได้ดู ซึ่งในปัจจุบันนี้ประชาชนสามารถรับชมรายการต่างๆจากสถานีโทรทัศน์ของส่วนกลาง หรือฟรีทีวีได้ 6 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และไอทีวี ซึ่งสถานีต่างๆก็มีรายการฟุตบอลนำเสนอออกอากาศอยู่ แต่ที่อาจจะกล่าวได้ว่ามีรายการฟุตบอลให้ชมเป็นประจำได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 7 และ ช่อง 9 นอกจากนี้ผู้ชมยังมีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก หรือ เคเบิลทีวีรายต่างๆที่คอยให้บริการอยู่ไว้เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งเคเบิลทีวีที่มีรายการฟุตบอลออกอากาศอยู่ก็คือ ไอบีซี เคเบิลทีวี, ยูทีวี และ ไทยสกายทีวี ซึ่งแต่ละรายนั้นก็มีการฟุตบอลที่นำเสนอทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกันออกไป

แต่เดิมนั้น หากเป็นรายการกีฬาต่างประเทศที่ใหญ่ๆแล้ว โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย จะเป็นตัวกลางในการเจรจาขออนุญาตลิขสิทธิ์ของรายการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ในนามของโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย เช่น ลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาโอลิมปิก ซึ่งทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ พยายามที่จะเจรจาต่อรองให้ได้ราคายุติธรรม และให้ได้ราคาเหมาะสม โดยการแชร์กันระหว่างสถานี และซื้อลิขสิทธิ์รวม แทนที่จะต่างคนต่างแย่งกันซื้อ เพราะจะทำให้ราคาสูง แต่ในปัจจุบันแล้วการที่จะนำรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มาออกอากาศจะมีอยู่สองลักษณะ

ลักษณะแรกจะเป็นแบบที่ทางสถานีติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์เอง และนำมาจัดสรรเวลาออกอากาศ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสด, ถ่ายทอดบันทึกการแข่งขัน หรือนำมาทำเป็นรายการประเภทสรุปผลหรือรวมภาพไฮไลต์ของการแข่งขัน โดยที่ทางสถานีจะจัดหาผู้สนับสนุนรายการเอง และดำเนินการทุกขั้นตอนเองหมด ลักษณะนี้โดยทั่วไปแล้วจะเป็นรูปแบบที่เคเบิลทีวีจะใช้อยู่ ในขณะที่ฟรีทีวียังใช้กันอยู่บ้างในบางโอกาสเช่นกัน

“การขอซื้อลิขสิทธ์นั้น หากเป็นรายการที่จัดแข่งในประเทศ ก็จะขึ้นอยู่กับผู้จัดการแข่งขันจะเจรจาดตกลงกับสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือสถานีใดเสนอค่าตอบแทนได้สูงกว่า การขอซื้อลิขสิทธ์นั้นจะอยู่ที่การตัดสินใจของผู้ถือลิขสิทธ์ และค่าตอบแทนก็อยู่ที่แต่ละรายการจะตกลงกัน ซึ่งปัจจัยแปรก็คือความนิยมของผู้ชม และสถานที่จัดการแข่งขัน แต่ละสถานีอาจจะเสนอค่าตอบแทนที่แตกต่างกัน ใครให้มากกว่าก็ได้ลิขสิทธ์ไป หากเวลาการแข่งขันตรงกับรายการประจำที่ไม่สามารถเลื่อนเวลา หรือตัดวันไปได้ เช่น ข่าวกีฬา หรือ ละครหลังข่าว ก็จะเป็นเทบบันทึกการแข่งขัน โดยทางสถานีจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย

องค์การโทรศัพท์ เพื่อจองเวลาดาวเทียมต่างๆไปสู่ผู้ชมทางบ้าน (โสภิตา สัตตบุศย์, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2540)

การติดต่อเพื่อนำรายการกีฬาที่น่าสนใจนั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายของทางสถานีด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันนี้การแข่งขันเพื่อแย่งตำแหน่งการเป็นผู้นำทางด้านรายการกีฬา โดยเป็นที่ยอมรับว่าทางช่อง 7 เป็นสถานีที่เป็นผู้นำทางการกีฬาในปัจจุบัน

“ช่อง 7 ยังมีจุดแข็งในเรื่องของข่าวกีฬา และรายการกีฬาต่างๆ ทั้งสดและแห้ง ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่ช่อง 7 สามารถดึงคนดูได้มากที่สุดช่วงหนึ่งก็ว่าได้” (คู่แข่ง, สิงหาคม 2539 : 143)

ดังนั้นรายการฟุตบอล ซึ่งดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าเป็นกีฬาที่เป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย จึงเป็นรายการกีฬาอีกประเภทหนึ่งที่ทางสถานีช่องต่างๆต้องพยายามไขว่คว้าหารายการกีฬาที่ดีที่สุดเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับทางสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นฟรีทีวี หรือเคเบิลทีวี

“เมื่อสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีนโยบายส่งเสริมกีฬา จึงเลือกฟุตบอลเป็นกีฬาที่ส่งเสริมให้เยาวชน และผู้ชมทั่วไปได้รับชมรายการดีๆจากต่างประเทศ รวมทั้งร่วมกับเอกชนอื่นๆ และการกีฬาฯ หรือกรมพลศึกษา จัดรายการแข่งขัน เพื่อหานักกีฬาทิมชาติ หรือนักกีฬาอาชีพต่อไป นอกจากนี้ยังส่งเสริมกีฬาอื่นๆตามมาเช่น วอลเลย์บอล มวย กอล์ฟ ว่ายน้ำ เทนนิส สนุกเกอร์ อเมริกันฟุตบอล และอื่นๆ ซึ่งก็ได้รับความนิยมมากแต่ยังไม่สูงเท่าฟุตบอล ซึ่งปัจจุบันรายการฟุตบอลที่มีออกอากาศก็มีทั้ง การถ่ายทอดฟุตบอลโลก ฟุตบอลอังกฤษ และยุโรป” (โสภิตา สัตตบุศย์, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2540)

ทางส่วนของเคเบิลทีวีนั้น ก็ถือว่ารายการกีฬา เป็นรายการอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีกลุ่มผู้บริโภค หรือผู้ชมรายการกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนๆของรายการกีฬา ทางเคเบิลทีวีจึงมีการแข่งขันทางด้านรายการประเภทนี้กันอย่างสูง และค่อนข้างที่จะเห็นได้อย่างชัดเจนมากกว่าทางฟรีทีวี และรายการฟุตบอลก็เป็นชนิดกีฬาที่มีการนำออกมาเป็นจุดขายของเคเบิลทีวี เพื่อใช้ในการดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาเป็นสมาชิกของตนให้มากที่สุด

“คอนเซ็ปของเราคือ กีฬา 24 ชั่วโมง ซึ่งไม่เคยมีใครทำมาก่อน แล้วในส่วนนี้ เราก็มองว่ากีฬาที่เป็นที่นิยมในเมืองไทยมีอะไรบ้าง แล้วก็คอนเซ็ปก็คือว่าต้องสด หรือถ้าไม่สดก็ต้องเร็วที่สุดเท่าที่สามารถจะนำมาออกอากาศ เช่น การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ซึ่งมี

การถ่ายทอดทุกคืนวันเสาร์ อาทิตย์ และจันทร์ วันละหนึ่งคู่ ตลอดทั้งฤดูกาล เป็นต้น หลังจากเราได้กีฬาต่างๆมา เราก็เริ่มซื้อลิขสิทธิ์มากขึ้น โดยเริ่มจากจุดเริ่มต้นตรงนี้ ถึงในปัจจุบันนี้ผมก็ยังยืนยันว่า นับเฉพาะฟุตบอลถ่ายทอดสด เอพีทีวี 4-5 ช่องมารวมกัน ก็ไม่เท่าไอพีซีทีเดียว” (กฤษฎา ตฤณานนท์, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2540)

“การเกิดของยูทีวี สปอร์ตโซน เราได้มีการติดต่อไปทั่วโลกว่าจะสามารถถ่ายทอดรายการใดได้บ้าง ซึ่งเราก็ประสบความสำเร็จที่จะสามารถได้ลิขสิทธิ์ฟุตบอลบุนเดสลีกา รวมถึงสเปนนิชลีกด้วย ในปีที่แล้วเราใช้เงินไปประมาณ 51 ล้านบาท มีรายการกีฬาให้สมาชิกชมตลอดปี ปีนี้ตัวเลขตกอยู่ประมาณ 150 ล้านบาท เรามั่นใจว่าแฟนกีฬาคงพอใจมากกว่าปีที่แล้ว” (ธราวุธ นพจินดา, งานแถลงข่าว ยูทีวี สปอร์ตโซน, 21 มีนาคม 2540)

จากที่มีการแข่งขันกันระหว่างสถานีต่างๆกันอย่างสูง ทั้งระหว่างฟรีทีวีด้วยกันเอง ระหว่างเคเบิลทีวี รวมไปถึงระหว่างฟรีทีวีกับเคเบิลทีวีแล้ว การใช้กลยุทธ์พันธมิตรก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เพื่อช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับรายการฟุตบอลของตนด้วยเช่นกัน

“กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งไอพีซีเข้าไปจับมือกับแกรมมี่ และช่อง 7 สี จะเป็นอีกตัวที่เข้ามาสร้างแต้มต่อในการทำตลาด โดยเฉพาะกับการลดต้นทุนในเรื่องของการซื้อซอฟต์แวร์ ทำให้มีซอฟต์แวร์ทั้งไทยและเทศ หมุนเวียนเข้ามานำเสนออย่างต่อเนื่องจากพันธมิตรที่ร่วมมือกัน” (คู่แข่งธุรกิจ, มกราคม 2539 : 147)

สำหรับรายละเอียดในส่วนนี้จะได้ทำการนำเสนอในส่วนของการส่งเสริมการตลาด ในบทถัดไป

ในขณะที่อีกลักษณะหนึ่ง สถานีจะเป็นเพียงผู้ออกอากาศ โดยการที่สถานีขายเวลาให้กับบริษัทที่ซื้อลิขสิทธิ์เข้ามา สถานีมีหน้าที่รับสัญญาณมา และแพร่ภาพออกไปเท่านั้น ส่วนหน้าที่อื่นๆไม่ว่าจะเป็นการติดต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ จองสัญญาณดาวเทียม จัดหาผู้บรรยาย หาผู้อุปถัมภ์รายการ ทั้งหมดจะเป็นหน้าที่ของบริษัทผู้ซื้อเวลาเองทั้งหมด สถานีจะเป็นเพียงช่องทางในการนำเสนอไปสู่ผู้ชมรายการ ซึ่งรายละเอียดจะได้นำเสนอในหัวข้อถัดไป

บริษัทผู้ซื้อเวลาสถานี

ดังที่ได้กล่าวไปในส่วนที่แล้วว่า ในปัจจุบันนี้มีบริษัทที่ดำเนินการทางด้านรายการโทรทัศน์ ได้หันมาให้ความสนใจในการนำเสนอรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ บริษัทเหล่านี้เปรียบ

เสมือนกับ ผู้รับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเข้ามาขายในห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การค้า โดยขอเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้านั้น เพื่อนำไปวางขายให้กับผู้บริโภคสุดท้ายอีกต่อหนึ่ง ดังนั้นทั้งบริษัทผู้ที่เข้ามาซื้อเวลาของทางสถานี และตัวสถานีโทรทัศน์เอง จึงมีความสัมพันธ์กันแบบพึ่งพาอาศัยกันอีกด้วย

จากการที่ผู้วิจัยได้สอบถามถึงประวัติการดำเนินการของทางบริษัทที่มีการจัดทำรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น พบว่า บริษัทเหล่านี้จะมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 7-10 ปี โดยก่อนที่จะเข้ามาทำรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น บริษัทจะเริ่มดำเนินการจากรายการประเภทอื่นมาก่อน ซึ่งมักจะเป็นประเภทรายการกีฬา ไม่ว่าจะเป็น มวย หรือ กอล์ฟ ไม่ว่าจะเป็นบริษัท เอ็นเอส มีเดีย แอสโซซิเอท จำกัด หรือ บริษัท อาร์วายบี จำกัด เป็นต้น

“บริษัทเรดำเนินการมาเป็นปีที่ 7 แล้ว โดยเริ่มจากการทำกีฬามวยมาก่อน แล้วจึงค่อยเริ่มหันมาจับรายการฟุตบอล” (สรวิฑูร พงษ์อังกูรสกุล, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2540)

“บริษัทอาร์วายบี มีจุดเริ่มต้นคือ เราดำเนินธุรกิจทางด้านรายการกีฬา โดยเฉพาะกีฬา กอล์ฟ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี มีรายการซูเปอร์กอล์ฟ ทำมาแล้ว 9 ปี ทาง ททบ.5 เหตุผลที่มาจัดรายการฟุตบอล เพราะหนึ่ง เป็นกีฬาที่เล่นง่าย, สอง เป็นกีฬาที่มีคนนิยมมาก, สาม มีคนเล่นเยอะ ไม่เหมือนกับกอล์ฟ และ สี่ สถานที่ จะเห็นได้ว่าสถาบันต่างๆ แม้กระทั่ง โรงเรียน ก็มีสนาม ซึ่งมีเกือบทุกโรงเรียนประเทศไทย เราจึงหันมาจับทางด้านนี้” (อรณพ อินทะสร้อย, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2540)

ในขณะที่บางบริษัทก็เริ่มมาจากการดำเนินการด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment) มาก่อน ไม่ว่าจะเป็นการจัดคอนเสิร์ตจากต่างประเทศ, การจัดจำหน่ายวิดีโอ เป็นต้น ก่อนที่จะหันมาดำเนินการด้านรายการกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกีฬาฟุตบอล เช่น บริษัท เทโร แทรฟฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นต้น

“ทั้งนี้เราหันมาจับการกีฬาก็เนื่องมาจาก การที่บริษัทต้องการที่จะทำธุรกิจการบันเทิง ให้เต็มรูปแบบ ซึ่งปัจจุบันการกีฬาก็จัดได้ว่าเป็นความบันเทิงในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งผู้ชมได้ชมแล้วก็จะรู้สึกสนุกสนาน ได้รับความเพลิดเพลินไปด้วย เช่นเดียวกับการชมภาพยนตร์ หรือการแสดงต่างๆ” (วรเทพ ว่องวิทวัส, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2540)

ในขณะเดียวกันบริษัทอย่าง สยามสปอร์ต ซินดิเคท ซึ่งเติบโตมาจากการทำนิตยสารสตาร์ช็อกเกอร์ เมื่อ 20 กว่าปีที่ผ่านมา ก่อนที่จะหันมาทำหนังสือพิมพ์กีฬาและหนังสืออื่นๆอีก

มากมาย ก็มีการดำเนินรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เช่นกัน หลังจากที่ในปัจจุบันก็ได้เข้าไปดำเนินการวิทยุข่าวสารด้านกีฬาเพิ่มขึ้นอีกสื่อหนึ่งแล้ว

ในส่วนการดำเนินการของบริษัทเหล่านี้ นั้น หลังจากที่ดำเนินการติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์แล้ว ก็จะเริ่มการติดต่อขอซื้อเวลากับทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เพื่อที่จะนำรายการที่ตนติดต่อได้นั้นมาออกอากาศต่อไป ทั้งนี้ทางสถานีโทรทัศน์ต้องเห็นพ้องด้วยว่าจะนำรายการนั้นมาออกอากาศได้ โดยที่เวลาในการออกอากาศไม่คาบเกี่ยวกับรายการประจำของทางสถานี ซึ่งหากเกิดปัญหาขึ้น ทางบริษัทผู้ซื้อเวลาก็จะต้องติดต่อทางสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นเพื่อหาเวลาออกอากาศต่อไป

“หากตัดสินใจว่าจะติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์จากตัวแทนแล้ว ใครจะเอาก็ต้องมาติดต่อมาเสียค่าเช่าสถานีเอง ทำการติดต่อกับสถานีแล้วก็จองดาวเทียมขาลง ขาขึ้น รวมถึงค่าลิขสิทธิ์ด้วย นี่คือนั่นส่วนของการติดต่อทั้งหมด” (สราวุธ พงษ์อังกูรสกุล, สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2540)

นอกจากนี้ยังมีลักษณะของการที่สถานีเป็นผู้ที่ติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์รายการเองแล้ว ทางบริษัทจะเขามาติดต่อขอซื้อเวลาการออกอากาศทั้งหมด เพื่อดำเนินการจัดหาผู้สนับสนุนรายการต่อไป

“กรณีที่เราเหมาให้กับลูกค้าภายนอก อย่างมีบริษัทใด อย่างเช่น บริษัท NS MEDIA, บริษัท PRIME TIME หรือบริษัทอะไรก็ตามเข้ามาซื้อ เราก็มเหมาไปเลย ให้เขาเหมาไปทั้งหมด อาจจะเป็นเราซื้อลิขสิทธิ์มา 1 หมื่นเหรียญ ที่นี้รวมค่าใช้จ่าย ค่าดาวเทียม ค่าเวลาสถานี ค่าผู้บรรยาย อะไรต่อมิอะไรแล้ว สมมุติตก 9 แสนบาท เราก็อาจบวกกำไร 10 % หรือว่า 5 % แล้วแต่การตกลง แล้วขายให้เขาไป แล้วก็ป็นหน้าที่ของผู้รับเหมาจากเราไปดำเนินการหาโฆษณาเอง แต่ว่าต้องตกอยู่ภายใต้กำหนดกฎเกณฑ์ของ กบว.” (สุคต ชูพินิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2540)

หน้าที่ของบริษัทผู้ซื้อเวลายังจะต้องทำการทำการประชาสัมพันธ์รายการที่จะออกอากาศ เพื่อบอกกล่าวให้ผู้ชมได้ทราบ และให้หันมาสนใจเพื่อที่จะติดตามชมรายการให้มากขึ้น ทั้งนี้บริษัทจะอยู่ได้นั้นรายการจะต้องได้รับความสนใจจากผู้ชม จึงจะมีผู้สนับสนุนรายการเข้ามาอุปถัมภ์รายการ การทำการประชาสัมพันธ์รายการนั้นโดยทั่วไปแล้วมักจะออกมาในรูปของสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งรายการจะออกอากาศช่องใดทางบริษัทก็ต้องจัดทำสปอตเพื่อจะประชาสัมพันธ์ต่อไป โดยที่สปอตโปรโมทในส่วนนี้ทางสถานีโทรทัศน์จะให้

ความร่วมมือกับบริษัทผู้ซื้อเวลาในการออกอากาศสไปดต่อไป โดยจะหาช่องเวลาในการออกอากาศสไปดนั้น รวมทั้งอาจจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่วงข่าวกีฬาภาคค่ำของทางสถานีเอง อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ยังมีการทำประชาสัมพันธ์ทางสื่ออื่น ๆ อีกด้วย

“นอกจากสไปดโปรโมททางโทรทัศน์แล้ว เรายังมีการโปรโมทรายการของเราทางหนังสือพิมพ์ แล้วก็ทางวิทยุ ซึ่งทางเรามีสถานีวิทยุของเราอยู่ด้วย” (วรเทพ ว่องวิวิทส์ , สัมภาษณ์ , 13 มีนาคม 2540)

ปัจจุบันนี้การประชาสัมพันธ์รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ไม่ได้หยุดอยู่เพียงการบอกกล่าวผู้ชมว่าจะออกอากาศรายการเมื่อใดเท่านั้น แต่ยังมีการใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายเข้ามาช่วย เช่น การจัดการทายผลการแข่งขัน หรือทายหาผู้ที่จะชนะเลิศในทวีนาเมนต์นั้น เป็นต้น โดยที่บริษัทผู้ซื้อเวลาอาจจะดำเนินการเองก็ได้ แต่ปกติแล้วจะร่วมมือกับทางสไปดเซอร์รายการใดรายการหนึ่ง หรือหลายรายการ ตามแต่โอกาสไป ซึ่งการใช้การส่งเสริมการตลาดทางบริษัทฯ ก็จะต้องทำสไปดโปรโมทโปรแกรมร่วมสนุกนี้เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบอีกทีหนึ่งด้วย

นอกจากที่บริษัทต่างๆ จะต้องทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการฟุตบอลของตนเองแล้ว รายการจะถูกโปรโมทได้โดยสื่อมวลชนทางด้านกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสื่อหนังสือพิมพ์อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งสื่อมวลชนมักจะเสนอว่า รายการนี้จะมีการออกอากาศในวันและเวลาใด เพื่อให้ผู้ที่ติดตามได้รับทราบและติดตามชมรายการต่อไป

ผู้บรรยาย

ผู้บรรยายในรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น มีบทบาทสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความโดดเด่นและความสนุกสนานให้กับรายการที่ออกอากาศ ซึ่งจะมีผลทำให้รายการนั้นมีผู้ติดตามชมมากขึ้นหรือลดลงประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จอีกด้วย

ปัจจุบันผู้บรรยายในรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น มักจะมีประสบการณ์มาจากการเป็นนักข่าวทางด้านสื่อหนังสือพิมพ์มาก่อน โดยที่เกือบทั้งหมดจะมีความรู้ทางด้านกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ซึ่งผู้บรรยายแต่ละคนก็จะมีน้ำเสียงและลีลาการบรรยายที่แตกต่างกันออกไป

“อันนี้มันน่าจะเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่ทางผู้บริหารมองเห็นว่า คือ เราทำงานทางด้านนี้ทางสื่อสิ่งพิมพ์มาตลอด ตั้งแต่ปี 24-25 แล้วก็ไล่มาอย่างต่อเนื่อง ก็คือเราติดตาม

มาตลอด เพราะฉะนั้นในเรื่องนี้พอมีสื่อทางโทรทัศน์นำมาตัวนี้มานำเสนอก็เลยต้องการคนที่ ความรู้จริงๆในเรื่องนี้ เพราะฉะนั้นตรงนี้จึงคิดว่าเป็นจุดที่มาทำตรงนี้ได้” (นิกร ชำนาญกุล , สัมภาษณ์ , 21 มีนาคม 2540)

นอกจากนี้ในการบรรยายแต่ละครั้ง ผู้บรรยายจะต้องมีการเตรียมข้อมูลให้พร้อมก่อน การบรรยาย เพื่อที่จะสามารถเพิ่มรสชาติให้กับรายการ ทั้งยังเป็นการให้ข้อมูล และความรู้แก่ผู้ ชมเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งแหล่งข้อมูลก็มาจากทางหนังสือพิมพ์ ซึ่งผู้บรรยายก็จะมีสายสัมพันธ์ใน การที่จะสอบถามข้อมูลต่างๆได้โดยตรงอยู่แล้ว

ในการบรรยายรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น ไม่มีกฎระเบียบ หรือกฎเกณฑ์บังคับ ตายตัวนัก ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่องของคำพูด การแสดงความเห็นแก่ตัว และการออกเสียงให้ ชัดเจน ซึ่งผู้บรรยายต้องคอยระวังในสิ่งเหล่านี้เท่านั้น จะมีก็แต่เพียงในเรื่องของมารยาทส่วน ตัวของผู้บรรยายที่เป็นที่เข้าใจกันเองว่า ในส่วนของฟรีทีวีนั้น เมื่อบรรยายอยู่ช่องใดช่องหนึ่ง แล้วก็จะกลายเป็นคนของช่องนั้นโดยพฤตินัย การจะข้ามไปบรรยายอีกช่องหนึ่งนั้นเป็นเรื่อง ยาก แม้ว่าจะไม่มีข้อบังคับตรงนี้ชัดเจน

“พอมานั่งอ่านข่าวที่ช่อง 3 ก็เหมือนกับพีโย่ง (เอกชัย นพจินดา-ผู้บรรยายกีฬาชื่อดัง - ผู้วิจัย) อ่านข่าวอยู่ช่อง 7 พีโย่งก็ต้องพากย์กีฬาให้กับช่อง 7 เป็นตามมารยาท ก็เหมือนกัน ผมตกลงใจอ่านข่าวที่ช่อง 3 ก็พากย์แต่เฉพาะช่อง 3 แต่ในส่วนของเคเบิลทีวีก็สามารถพากย์ ได้ ก็พากย์อยู่กับไอบีซีด้วยเหมือนกัน” (สาธิต กรีกุล, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540)

“ก็บรรยายช่อง 7 มาตลอด ตามมารยาทแล้วก็ไปไหนไม่ได้ นอกจากช่อง 7 อนุญาต อย่างเป็นทางการได้เพราะ ช่อง 7 กับ ไอบีซีนั้น เขาร่วมมือกันอยู่” (วิรัตน์ นิลกลัด, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2540)

ในปัจจุบันผู้บรรยายรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น จะเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ผู้ชม เพราะผู้ชมจะรับรู้ได้จากการที่ผู้บรรยายแต่ละคนจะมีการบรรยายการแข่งขันในรายการประจำ ของตน รวมทั้งผู้บรรยายแต่ละคนก็มีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป แต่หากที่จะกล่าวถึงผู้บรรยายที่มี ชื่อเสียงโด่งดังมากที่สุด และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมรายการฟุตบอลเกือบทั้งหมดว่า เป็นผู้ บรรยายการแข่งขันฟุตบอลมือหนึ่งของเมืองไทยแล้วก็คือ คุณเอกชัย นพจินดา หรือ ที่รู้จักกัน ดีในนามว่า ย.โย่ง ซึ่งเพิ่งจะเสียชีวิตไปเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2540ที่ผ่านมา ซึ่งความเป็น “มือ 1” ในเรื่องข่าวกีฬาหรือบรรยายฟุตบอลยังไม่มีใครในเมืองไทยเทียบได้ ซึ่งคุณเอกชัยได้รับการ ยอมรับว่าเชี่ยวชาญและมากล้นด้วยความรู้ในเรื่องฟุตบอลต่างประเทศ จนเป็นที่มาของสมญา

นาม “คัมภีร์ฟุตบอล” นอกจากนี้คุณเอกชัย ยังถือได้ว่าเป็นผู้จุดประกายให้คนไทยได้คลั่งไคล้ฟุตบอลต่างประเทศอย่างแท้จริง โดยเฉพาะฟุตบอลอังกฤษ ตั้งแต่ยุคก่อนที่เป็นฟุตบอลดิวิชั่น 1 จนพัฒนามาเป็นพรีเมียร์ลีกในปัจจุบัน เมื่อก่อนคนไทยยังไม่มีโอกาสได้ชมการแข่งขันแบบสดๆ ทุกวันนี้ได้ดูสัปดาห์ละหลายคู่ ล้วนแต่เป็นผลพวงมาจากการที่คุณเอกชัยได้บุกเบิกไว้ทั้งสิ้น (สยามรัฐ, 8 มี.ค. 40 : 1) ผู้ชมส่วนใหญ่ชื่นชมการบรรยายของคุณเอกชัยว่า เป็นผู้บรรยายที่รู้จริง ให้ความสนุก และความรู้ควบคู่ไปกับการชมฟุตบอล หลายคนยอมรับอีกว่าเขาติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ก็เพราะจาก การบรรยายฟุตบอลของคุณเอกชัย การเสียชีวิตของคุณเอกชัยนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่สูญเสียต่อวงการบรรยายรายการฟุตบอลเป็นอย่างมาก

สำหรับผู้บรรยายรายการแข่งขันฟุตบอลทางโทรทัศน์ช่องต่างๆที่เป็นที่รู้จักกันของผู้ชมในปัจจุบัน (ในช่วงที่ทำการศึกษาระดับปริญญาโท) สามารถที่จะแยกแยะออกให้เห็นได้ดังตารางที่ 4.4 นี้

ตาราง 4.4 - แสดงผู้บรรยายรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์

สถานี	ผู้บรรยาย
ช่อง 3	สาธิต กรีกุล นิกร ชำนาญกุล เจษฎา วิจารณ์
ช่อง 7	เอกชัย นพจินดา วีรศักดิ์ นิลกลัด ดร.จุฑา ดิงศภักดิ์ เอกราช เก่งทุกทาง
ช่อง 9	ธราวุธ นพจินดา นพพันธ์ ศรีศรี สุริยะ กุลธำรงค์
ไอพีซี เคเบิลทีวี	เอกชัย นพจินดา วีรศักดิ์ นิลกลัด ดร.จุฑา ดิงศภักดิ์ เอกราช เก่งทุกทาง นพพันธ์ ศรีศรี สาธิต กรีกุล
ยูทีวี	ธราวุธ นพจินดา สุริยะ กุลธำรงค์ ธีระ พรสัมฤทธิ์สกุล

ในการบรรยายรายการฟุตบอลต่างๆนั้น หากเป็นรายการประเภทถ่ายทอดการแข่งขันนั้นมักจะมีผู้บรรยายอย่างน้อย 2 คนร่วมกันบรรยายเป็นหลัก ในบางรายการก็จะมีผู้บรรยายร่วมกัน 3 คน ซึ่งแต่ละช่องก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละรายการ โดยที่ทีมงานในการบรรยายรายการฟุตบอลแต่ละสถานีจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปอย่างชัดเจน โดยที่หลักทั่วไปแล้วผู้บรรยายมักจะเป็นนักข่าวในฟุตบอลตามแต่ละชาติที่มานำเสนอ ประกอบกับมารยาทของการเป็นผู้บรรยายประจำสถานีใดสถานีหนึ่งอยู่ก่อนแล้วหรือไม่ เช่น หากเป็นฟุตบอลอังกฤษ(ช่อง 7)ก็จะเป็น คุณเอกชัย นพจินดา หรือ คุณวีรศักดิ์ นิลกลัด, ฟุตบอลเยอรมัน(ช่อง 3)ก็จะเป็น คุณนิกร ชำนาญกุล และ คุณ เจษฎา วิจารณ์, ฟุตบอลอิตาลี(ช่อง 9)ก็จะเป็น คุณพนันท์ ศรีตร และคุณสุริยะ กุลธำรงค์ เป็นต้น

จากลักษณะ และความสำคัญของบทบาทผู้บรรยายที่มีต่อรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ดังที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ดังนั้นเราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ผู้บรรยายเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มีความสมบูรณ์ รวมถึงความสำเร็จที่จะมีต่อรายการอีกด้วย

ผู้ชม

ผู้ชมเป็นกลุ่มที่มีคนจำนวนมากที่สุดที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ เพราะรายการโทรทัศน์ถูกผลิตออกมาก็เพื่อให้ผู้ชมชม ผู้ชมจึงเป็นปัจจัยที่วัดความสำเร็จของรายการ ในขณะที่เดียวกัน ผู้ผลิตรายการ หรือ ผู้นำเอารายการมานำเสนอ ก็จะต้องคำนึงถึงความสนใจของผู้ชมด้วยเช่นกัน

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า กลุ่มผู้ที่เฝ้าติดตามชมรายการฟุตบอลนั้นจะมีอยู่สองกลุ่มหลักคือ กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล กับ กลุ่มผู้ชมที่เป็นนักพนัน แต่กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในกีฬาฟุตบอลจะเป็นกลุ่มที่มีปริมาณมากกว่า ซึ่งกลุ่มนี้จะมีทั้งผู้หญิง และผู้ชาย อายุประมาณตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป บางคนก็ดูฟุตบอลมานานเป็นสิบๆปี บางคนก็เพิ่งจะเริ่มหันมาดูกีฬาฟุตบอลได้ไม่นาน

“ดูฟุตบอลมานานแล้ว ตั้งแต่ชั้น ป.6 ได้ ตอนนั้นเปิดมาเจอฟุตบอล จำได้ว่าเป็นทีมลิเวอร์พูล ดูแล้วสนุกดี มันเป็นระบบ ส่งบอลกันไปส่งบอลกันมาสวยงาม ก็เลยดูบอลมาตลอด ทำให้เราดูบอลมากขึ้น อย่างบอลทีมชาติไทยเราก็พอที่จะรู้เรื่องบ้าง ตอนนั้นก็ยังดู ยังรู้อยู่ แต่รู้เฉพาะที่ตั้งจริง ๆ อย่างทีมลิเวอร์พูล แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด” (ศิริลักษณ์ อินทรไทยวงศ์, สัมภาษณ์, 13 เมษายน 2540)

“ฟุตบอลเหรอ ชอบมาก เพิ่งดูจริง ๆ ก็ประมาณ 3-4 ปีนี้เอง แรก ๆ ก็ไม่ชอบหรอก ไม่สนใจ แต่เห็นเพื่อน ๆ มันดูกันหลายคน เลยลองดูบ้างก็สนุกดี จากนั้นเลยดูตลอด ตามตลอด หาข้อมูลศึกษาว่าทีมนี้มีใครบ้าง มีดาราเป็นใคร เล่นระบบอะไร ถ้ามีบอลทางโทรทัศน์ ก็แทบจะนั่งดูตลอด ถ้าว่าง ส่วนการพนันเหรอ ก็เล่นบ้าง แต่นิดหน่อย ไว้คุยชมกับเพื่อนมากกว่า” (สกล กนกมณีรัตน์ , สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2540)

ทางด้านในส่วนของเขียนพนันนั้น ผู้วิจัยได้มีโอกาสพูดคุยกับผู้ไปแทงพนันย่านสีลม-บางรัก พบว่า เขียนพนันโดยทั่วไปแล้วเข้ามาชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ เพราะการพนันกันมาก่อน โดยเริ่มจากการแทงพนันในคู่ที่มีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ก่อน แต่หลังจากการเล่นพนันไปสักพักหนึ่งจนเริ่มมีความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับทีมต่าง ๆ มากขึ้น ก็จะหันไปเลือกคู่ที่คิดว่าแน่ใจว่าได้แน่นอนโดยไม่คำนึงถึงว่าจะต้องเป็นคู่ที่มีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ในขณะที่เขียนพนันบางส่วนซึ่งไม่ได้เล่นพนันฟุตบอลเป็นหลัก ก็จะเล่นเฉพาะคู่ที่ทำการถ่ายทอดทางโทรทัศน์เพราะมีความรู้สึกว่าได้ลุ้น และที่เล่นพนันก็เพราะเล่นตามเพื่อนของตนที่แนะนำมาอีกทีหนึ่ง

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ชมอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งจะเป็นเด็กผู้หญิง อายุระหว่าง 10-20 ปี เริ่มหันมาให้ความสนใจกีฬาฟุตบอลมากขึ้น ซึ่งเริ่มมาจากกระแสความดังของกีฬาฟุตบอล โดยเฉพาะอย่างยิ่งดารานักฟุตบอลบางคนที่ไม่ได้ดัง ไม่ว่าจะเป็นนักฟุตบอลไทยหรือนักฟุตบอลต่างประเทศ จนกลายเป็นสื่อกลางที่ทำให้พวกเขาเหล่านี้หันมาติดตามกีฬาฟุตบอลมากขึ้น

“มีเพื่อนบอกมาให้ลองดูฟุตบอล ให้ลองดูนักเตะ หมายเลข 10 ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เบ็คแฮม หนูดูแล้วก็เห็นว่าน่ารักดี ก็เลยตามดูต่อ ดูบ่อย ๆ เข้าก็รู้สึกว่าเขาเล่นเก่งดี การเลี้ยงบอล การส่งบอลทำได้ดีมาก ก็เลยติดตามหาประวัติการเล่นของเขา ต่อมาจึงได้รู้จักนักฟุตบอลอีกหลายคน ไม่ว่าจะเป็น แม็คมานามาน หรือ กิกส์ ก็เลยต้องดูตลอด แทบทุกนัดที่มีโอกาส” (นักเรียนหญิงชั้น ม.4 โรงเรียนสตรีมหาพฤฒาราม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

“ก็อย่างผู้หญิง ก็ต้องยอมรับว่า กีฬาฟุตบอลนั้น บางทีเขาก็ดูมาตั้งแต่แรกแล้ว แต่ที่บางทีเขาดูส่วนหลักเลย ผมว่าบางทีมาจากอาจจะเจอนักฟุตบอลที่น่ารักดี เหมือนกับคนเราบ้าดารา ก็เหมือนดูหนัง ดูภาพยนตร์ แล้วก็ชอบดาราคนนั้นหล่อ คนนี้เท อะไรอย่างนี้ แล้วที่นี้พอที่มีฟุตบอลโลกใช้ใหม่อะ ฟุตบอลโลกที่ผ่านๆมา แล้วก็ฟุตบอลโลกนี้แหล่งศูนย์รวมเลย เพราะมาจากทุกชาติ มีทั้งอังกฤษ ทั้งฝรั่งเศส ทั้งอิตาลี ซึ่งมันก็มีหลายเชื้อชาติ หลายชนชาติให้เห็น ซึ่ง

มีผู้หญิงเขาอาจจะเห็นตรงนี้ก็ได้อีก แต่ก็ไม่ทั้งหมดหรอกนะ คงผสมผสานกันไป แต่ว่ามีส่วนแน่” (บุรณิฉน์ รัตนะวิเชียร, สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2540)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันมีกลุ่มผู้ชมทุกระดับ ทุกเพศ ทุกวัย ที่เฝ้าติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละรายการก็จะมีกลุ่มผู้ชมที่ติดตามแตกต่างกันออกไป ตามประเภทของรายการ และความชอบของแต่ละกลุ่มผู้ชม

ผู้สนับสนุนรายการ (SPONSOR)

ผู้สนับสนุนรายการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์สามารถดำรงอยู่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการทางฟรีทีวี เพราะ sponsor นี้เองที่เป็นที่มาของแหล่งรายได้ของผู้ดำเนินรายการไม่ว่าผู้ดำเนินรายการจะเป็นตัวสถานีเอง หรือจะเป็นบริษัทผู้ซื้อเวลาทางสถานี ซึ่งการดำเนินการหาผู้อุปถัมภ์รายการก็จะมีทั้งผ่านทางบริษัท เอเจนซีโฆษณา หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์แจ้งความจำนงเข้ามา รวมทั้งใช้สายสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้บริหารด้วยกัน เพื่อขอการอุปถัมภ์ในรายการที่ออกอากาศ

“ด้านการหาผู้อุปถัมภ์รายการ จะผ่านเอเจนซีโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่สินค้าที่มีกำลังประชาสัมพันธ์สูงและสนใจบอกผ่านเอเจนซี หากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นผู้แข่งขันกันเอง เช่น เป๊ปซี่ โค้ก พร้อมผลิตภัณฑ์ในเครือ ก็จำเป็นต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น และส่วนใหญ่แต่ละรายการจะขายเป็นยูนิต์ไม่ใช่ขายเป็นนาที่ตามปกติ ซึ่งแต่ละยูนิต์จะเป็นอย่างไรอยู่ที่การเจรจาแต่ละรายการ เช่น พักครึ่งเวลาในระหว่างการแข่งขัน สามารถใส่โฆษณาได้กี่ครั้ง เป็นต้น” (โสภิตา สัตตบุศย์, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2540)

“อย่างบางทีผมโทรศัพท์ไปว่า เอาไหม แมนฯ ยูฯ - ปอร์โต้ นะ ก็ได้แล้ว บางทีความสัมพันธ์ส่วนตัวมันก็ได้ดีกว่า ริงรอกกันไปเอง” (อรรถนพ อินทะสร้อย, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2540)

บริษัทบางแห่งยังมีการใช้ทีมจัดหาผู้อุปถัมภ์รายการจากภายนอกมาช่วย ทั้งนี้เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญในการหาผู้อุปถัมภ์รายการทางโทรทัศน์ มากกว่า

“การจัดหาสปอนเซอร์ของเรา จะให้ทางบริษัทเอ-ทีม สปอร์ต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือมาช่วยจัดหาให้” (นพนนท์ ศรีศรี, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2540)

นอกจากนี้รูปแบบของผู้สนับสนุนรายการยังมีอยู่ในเคเบิลทีวีอีกเช่นกัน แม้ว่าทางเคเบิลทีวีจะไม่สามารถที่จะมีโฆษณาในระหว่างรายการต่างๆได้ โดยที่จะเป็นลักษณะการเอ่ยชื่อของผู้สนับสนุนรายการ และ แสดงสัญลักษณ์ของสินค้าในช่วงก่อนเริ่ม และ หลังจากการถ่ายทอดรายการฟุตบอล

รายละเอียดของผู้สนับสนุนรายการ ในส่วนของชนิดของผู้ที่เข้ามาสนับสนุนรายการนั้น จะได้นำเสนอในบทถัดไป

สื่อมวลชน : ผู้สื่อข่าว

สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อหนังสือพิมพ์นั้น มีบทบาทเกี่ยวข้องกับธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ทั้งนี้ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ก็จะทราบว่า มีรายการฟุตบอลทางสถานีโทรทัศน์ช่องใดบ้าง ซึ่งตามคอลัมน์ หรือบทวิจารณ์ต่างๆ เมื่อมีการกล่าวถึงการแข่งขันที่จะมีการออกอากาศทางโทรทัศน์ ให้ผู้อ่านได้ทราบ นอกจากนี้ข่าวคราว หรือ ข้อมูลที่นำเสนอทางหน้าหนังสือพิมพ์ มักจะเป็นข้อมูลที่มีลักษณะเสนอเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย ความเคลื่อนไหวต่างๆของทีมฟุตบอลต่างๆ หรือ จะเป็นเพียงเรื่องเฉพาะของนักฟุตบอลคนใดคนหนึ่ง เป็นการสร้างพร้อมกับกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในการติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ให้เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังเป็นการช่วยสถานีโทรทัศน์ประชาสัมพันธ์รายการฟุตบอลที่จะออกอากาศอีกทางหนึ่งด้วย

ซึ่งหลังจากที่รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ได้ออกอากาศไปแล้ว หนังสือพิมพ์ก็มักจะมีการรายงานผล รวมทั้งบทวิเคราะห์ วิจารณ์ต่างๆที่จะตามมา ทำให้ผู้ที่ได้รับชมรายการไปแล้ว ต้องติดตามบทความ หรือ ความเคลื่อนไหวต่างๆนี้ทางหน้าหนังสือพิมพ์ต่อไป ทั้งนี้โดยทั่วไปแล้วผู้ที่รับชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ก็มักจะเป็นผู้ที่ติดตามข่าวสารทางด้านฟุตบอลทางหนังสือพิมพ์อยู่ด้วยเช่นกัน

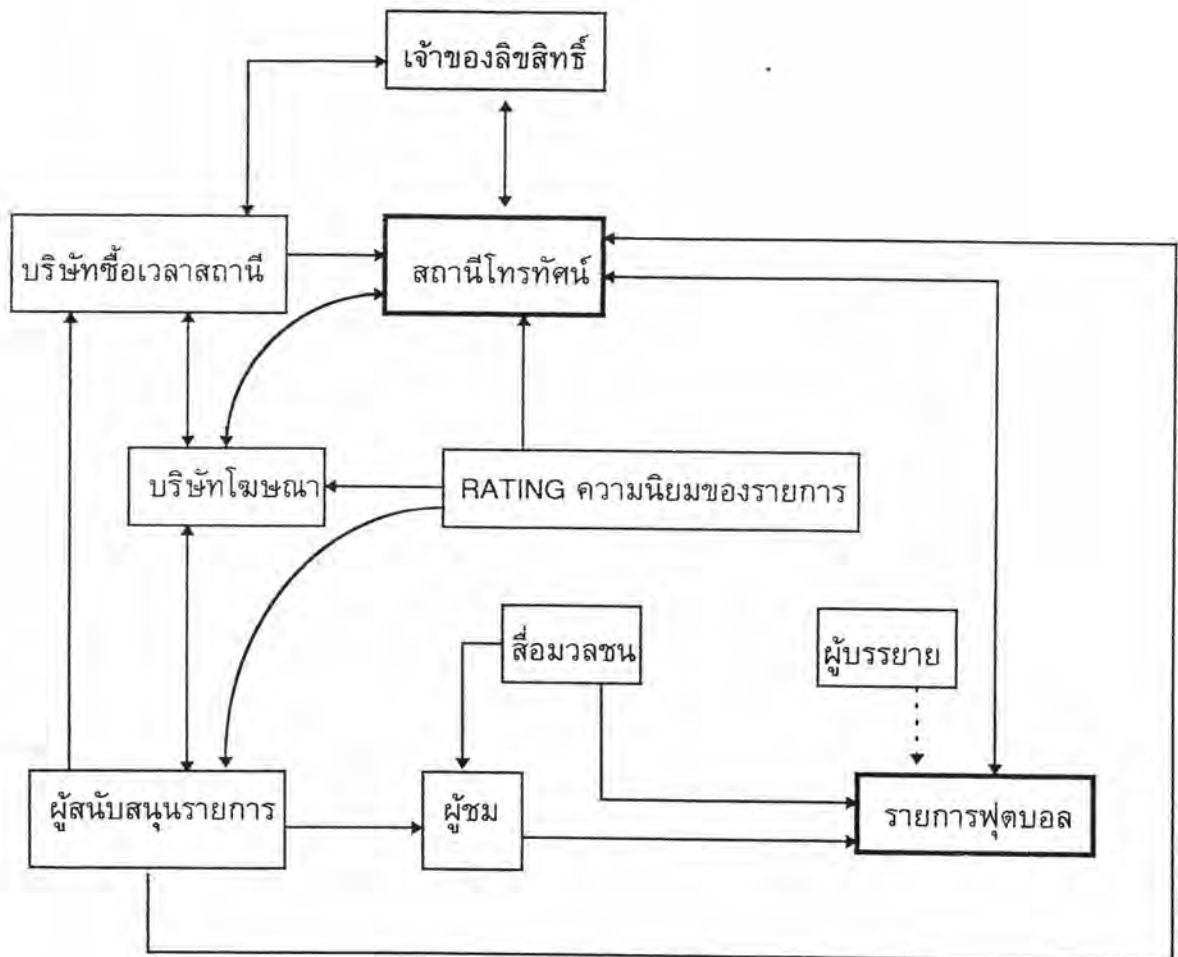
สื่ออีกชนิดหนึ่งที่เริ่มจะมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในปัจจุบันก็คือ สื่อประเภทวิทยุ ซึ่งจะเห็นได้จากสถานีวิทยุเพื่อการกีฬา FM 99.0 “SPORT RADIO” ซึ่งรับผิดชอบและดำเนินการโดย บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์สยามกีฬา รายวัน และสิ่งพิมพ์ด้านการกีฬาอื่นๆอีกมากมาย เพราะรายการทางสถานีวิทยุนี้จะมีการรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลแบบสดๆให้กับผู้ติดตามการแข่งขันฟุตบอล เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ชมที่ไม่สามารถจะติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้รายการทางวิทยุยังเพิ่มโอกาสให้กับผู้ติดตามฟุตบอลสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นของตน

ได้ หลังจากที่มีการแข่งขันจบลง ซึ่งเป็นการช่วยตอกย้ำให้เกิดการติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ต่อไปด้วยนั่นเอง

จึงอาจจะกล่าวได้ว่าสื่อมวลชน หรือ ผู้สื่อข่าว ก็มีความสัมพันธ์ที่มีผลเกี่ยวเนื่องต่อการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เช่นกัน

เมื่อได้ทราบถึงลักษณะขององค์ประกอบต่างๆของโครงสร้างธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์แล้ว ในส่วนถัดไปผู้วิจัยจะได้นำเสนอถึง ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆในธุรกิจนี้

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย



แผนภาพที่ 4-1 : แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์

จากแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าในแต่ละองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์ต่อกันทั้งในแบบทางตรง และทางอ้อม โดยสามารถที่จะจัดกลุ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ผู้ผลิต กลุ่มตัวกลาง และกลุ่มผู้บริโภค แต่ภายในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่มนี้ ก็ยังมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบที่ไม่เหมือนกับการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป ในขณะที่องค์ประกอบบางตัวก็

ยังมีสถานภาพที่ดำรงอยู่ในความสัมพันธ์นี้อยู่มากกว่าหนึ่งสถานภาพ ซึ่งเราสามารถที่จะแยกวิเคราะห์ได้ตามลักษณะภาพรวมโครงสร้างการตลาดในธุรกิจทั่วไปได้ดังนี้

ตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งทำให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ก็คือ รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ โดยที่รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้นจะเปรียบเสมือนกับ เป็นสื่อกลางที่ทำให้ผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง ตลอดจนผู้บริโภค รวมไปถึงผู้ที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมอื่น ๆ เกิดกิจกรรมขึ้นระหว่างกัน ซึ่งรายการฟุตบอลจะประสบความสำเร็จ เป็นที่ได้รับความนิยมนจากผู้ชม หรือประสบความสำเร็จล้มเหลว ก็จะมีผลกระทบต่อเนื่องไปยังทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ตัวเจ้าของลิขสิทธิ์จะดำรงอยู่ในสถานภาพของผู้ผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ รายการฟุตบอลต่าง ๆ ทั้งรายการจากภายใน และภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตามการที่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะนำผลิตภัณฑ์มานำเสนอขายต่อผู้บริโภคนั้นไม่อาจที่จะสามารถทำได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ผลิตไม่มีช่องทางในการจัดจำหน่าย (นำเสนอ) หรือ ไม่สามารถที่จะมาจัดจำหน่ายเองได้ (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการฟุตบอลที่มาจากต่างประเทศ) ดังนั้นจึงต้องอาศัยตัวกลาง หรือ พ่อค้าคนกลาง ในการนำผลิตภัณฑ์มานำเสนอให้กับผู้บริโภคต่อไป โดยที่ผู้ผลิตจะได้ค่าตอบแทนเป็นค่าลิขสิทธิ์ของรายการไปนั่นเอง

ตัวคนกลาง หรือ พ่อค้าคนกลางนั้น มีอยู่สองลักษณะ ได้แก่ ตัวสถานีโทรทัศน์เอง กับ บริษัทที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากผู้ผลิต เพื่อที่จะนำเสนอต่อไปยังผู้บริโภค หรือผู้ชมอีกต่อหนึ่ง โดยที่ทางตัวกลางในธุรกิจนี้ จะลงทุนซื้อรายการมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ แล้วจึงนำรายการดังกล่าว มาแสวงหารายได้ โดยการนำเสนอรายการไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งหากตัวกลางคือสถานีโทรทัศน์ ต้นทุนในส่วนนี้ก็คือ ค่าลิขสิทธิ์ที่จ่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์เดิม กับ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดทำ และ ออกอากาศรายการ หากตัวกลางเป็นบริษัทที่ซื้อลิขสิทธิ์มา นอกจากต้นทุนจะประกอบไปด้วยค่าลิขสิทธิ์รายการที่ซื้อมาแล้ว ยังมีค่าซื้อเวลาของสถานีโทรทัศน์เพื่อทำการออกอากาศอีกด้วย ทั้งนี้รายจ่ายจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับชนิดของรายการที่จะนำเสนอว่าเป็นอย่างไร

ในส่วนของตัวเอง นอกจากจะดำรงอยู่ในสถานะของพ่อค้าคนกลางแล้ว ยังคงดำรงอยู่ในสถานภาพของการเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าอีกด้วย ขึ้นอยู่ว่าจะดำรงอยู่ในสถานะของช่องทางในการจัดจำหน่ายอย่างเดียว (ในกรณีที่บริษัทที่จัดทำรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มาซื้อเวลาของทางสถานี) หรือจะดำรงสองสถานะ ทั้งตัวกลาง และช่องทางในการจัดจำหน่ายควบคู่กันไปด้วย (ในกรณีที่สถานีเป็นผู้ดำเนินการรายการเองทั้งหมด)

จะเห็นได้ว่าในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น ตัวของพ่อค้าคนกลางจะมีบทบาทมากที่สุดไนโครงสร้างของธุรกิจนี้ เพราะเป็นผู้ที่กำหนด หรือ คัดเลือกรายการที่จะมานำเสนอต่อผู้บริโภค ซึ่งพ่อค้าคนกลางก็ย่อมที่จะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่แล้ว

อย่างไรก็ตามรายได้ที่ทางสถานีโทรทัศน์ หรือบริษัทที่จัดทำรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์จะได้รับนั้น ยังสามารถที่จะแยกออกได้เป็นสองกรณี คือในกรณีของฟรีทีวี และกรณีของเคเบิลทีวี ในกรณีของฟรีทีวีนั้น รายได้ของคนกลางของธุรกิจนี้จะไม่ได้อาจมาจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของรายการทางโทรทัศน์นั้น รายได้จะเกิดจากการขายโฆษณา ดังนั้นผู้สนับสนุนรายการจึงจะเป็นปัจจัยในการกำหนดว่าคนกลางในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นี้จะได้อำไร หรือ ขาดทุน โดยมีผู้บริโภค หรือผู้ชมรายการเป็นสื่อกลางในการทำให้เกิดรายได้นั่นเอง ส่วนในกรณีของเคเบิลทีวีนั้น รายได้จะมาจากผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งก็คือค่าสมาชิกของทางเคเบิลทีวีเอง หากเคเบิลทีวีรายได้มีรายการฟุตบอลที่เป็นที่สนใจของผู้ชมมาก ก็จะทำให้มีสมาชิกมาก รายได้ก็จะมากตามไปด้วย

ทางด้านกลุ่มของผู้บริโภคนั้น สามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น กลุ่มของผู้ชมรายการ กับกลุ่มของผู้สนับสนุนรายการ ในกลุ่มของผู้ชมรายการนั้น เป็นกลุ่มที่บริโภคผลิตภัณฑ์รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์โดยตรง ซึ่งผู้ชมต่างก็ต้องการความบันเทิงจากการชมรายการ เช่นเดียวกับต้องการความพอใจจากการใช้สินค้าต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ตามแนวคิดเบื้องต้นด้านการตลาดนั้น เมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคแล้ว จะต้องมีการแลกเปลี่ยนกันเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อผู้บริโภคจะได้สินค้าต่างๆมา โดยทั่วไปนั้นจะต้องจ่ายเงิน หรือนำสิ่งมีค่าอื่นไปแลกมา แต่ในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น หากเป็นในระบบของฟรีทีวีแล้ว ผู้บริโภคไม่จำเป็นที่จะต้องเสียเงินเพื่อชมรายการฟุตบอลโดยตรง (ผิดกับทางเคเบิลทีวีที่ผู้ชมจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าเป็นสมาชิกก่อนรวมทั้งค่าบริการรายเดือน ซึ่งหากผู้ชมอยากชมรายการฟุตบอลที่ทางเคเบิลทีวีมี ก็จะต้องสมัครเป็นสมาชิกของเคเบิลทีวีเอง) นอกจากนี้ที่จะต้องเสียเงินเพื่อซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ เสาอากาศ ค่าไฟฟ้าในการเปิดโทรทัศน์เพื่อรับชมรายการ (ซึ่งเป็นปกติที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้อยู่แล้ว) แต่สิ่งที่ผู้ชมรายการจะต้องสูญเสียไปนั้นจะเกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนรายการที่จะมาพร้อมกับรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์

ผู้สนับสนุนรายการเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้บริโภครายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในแง่ที่ว่า จะต้องเสียค่าโฆษณาสินค้าของตนแลกกับกับนำเสนอสินค้าของตนผ่านรายการฟุตบอลทางโทร

ทัศน์ เพื่อให้ผู้รับชมรายการได้เห็น และรู้จักสินค้าของตน ดังนั้นผู้สนับสนุนรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ จึงไม่ได้เป็นผู้บริโภคของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์โดยตรง แต่เปรียบเสมือนกับเป็นผู้ที่เข้ามาขอใช้รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าของตนไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอีกทางหนึ่ง มีผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการตลาดระหว่างผู้ที่เข้ามาสนับสนุนรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ กับ ผู้ที่ชมรายการขึ้นมาอีกอันหนึ่ง ซึ่งผู้ที่เข้ามาสนับสนุนรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ จึงต้องพิจารณาถึงผู้ที่ชมรายการฟุตบอลด้วยว่า เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายสำหรับสินค้าของตนเองหรือไม่

การจะเข้าไปสนับสนุนรายการนั้น สามารถที่จะติดต่อขอลงโฆษณาสินค้าของตน โดยวิธีการต่างๆกันดังนี้คือ ติดต่อไปที่สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศรายการโดยตรง ในกรณีที่รายการนั้นเป็นรายการที่ทางสถานีดำเนินการด้านตลาดเอง หรือ ติดต่อไปที่บริษัทที่จัดรายการฟุตบอลโดยใช้เวลาของทางสถานีโทรทัศน์อีกต่อหนึ่ง หรือ ติดต่อผ่านทางบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างๆ ให้เป็นตัวกลางในการซื้อเวลาโฆษณาในรายการ ในขณะที่เดียวกันสถานีโทรทัศน์ และ บริษัทผู้ผลิตรายการ ก็อาจที่จะแจ้งทางบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างๆ เพื่อบอกผ่านกลับไปยังเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อขอให้เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนรายการด้วยก็ได้ ดังนั้นบริษัทตัวแทนโฆษณาจึงเข้ามาเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งในโครงสร้างธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน

เรตติ้ง(Rating) และ ความนิยมต่อตัวรายการฟุตบอล จะเป็นตัวที่ช่วยชี้ถึงความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากหากรายการใดมีเรตติ้งค่าความนิยมสูง มีผู้เฝ้าติดตามรายการมาก รายการก็จะสามารถมีรายได้จากผู้สนับสนุนรายการมาก (ในกรณีของฟรีทีวี) หรือมีรายได้จากการสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกของทางสถานีมาก (ในกรณีของเคเบิลทีวี) ทำให้รายการประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของผู้ชม และ ในแง่ของรายได้ ซึ่งทั้งฟรีทีวี และ เคเบิลทีวีจะมีการตรวจสอบเรตติ้งรายการของตนอยู่ตลอดเวลา (เช่นเดียวกับบริษัทผู้ซื้อเวลาของสถานี ในการดำเนินรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์) เพื่อให้ทราบถึงความนิยมในรายการที่นำมาเสนอว่ามีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ในขณะที่เดียวกัน เรตติ้ง หรือ ความนิยมต่อตัวรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ของผู้ชม ก็มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องไปยังผู้สนับสนุนรายการเช่นกัน ทั้งนี้ผู้สนับสนุนรายการ ก็จะต้องคำนึงถึงเช่นกันว่า การจะเลือกสนับสนุนรายการฟุตบอลรายการใดนั้น คำนึงกับเงินที่จะต้องจ่ายเป็นค่าเวลาโฆษณาหรือไม่ และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ชมรายการฟุตบอลนั้นหรือไม่อีกด้วย

อย่างไรก็ตามในบางครั้ง รายการถ่ายทอดสดที่อยู่นอกเหนือจากผังรายการของทางสถานี ผู้สนับสนุนรายการก็จะไม่สามารถที่จะทำการจะพิจารณาเรตติ้งของรายการนั้นได้ ทำให้ผู้สนับสนุนรายการต้องพิจารณาถึงปัจจัยในแง่ของความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก ซึ่งความสำคัญของการแข่งขันที่ถ่ายทอดนั้นจะเป็นตัวช่วยกำหนดว่า จะมีผู้ชมรายการมากน้อยเพียงใด เช่น รายการที่มีความสำคัญ หรือ เป็นการแข่งขันในนัดชิงชนะเลิศ ย่อมมีผู้ชมมากกว่า การแข่งขันในรอบรองชนะเลิศ เป็นต้น

สื่อมวลชนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยในแง่ของการเสริมสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับตัวรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่เป็นส่วนของการส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ และสื่อประเภทวิทยุ เนื่องจากปัจจุบันนี้มีหนังสือพิมพ์กีฬาออกมาแนะนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ของวงการกีฬาอยู่หลายฉบับ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป ก็มีส่วนของข่าวกีฬาเป็นส่วนหนึ่ง ในขณะที่รายการวิทยุก็มีสถานีที่เป็นคลื่นของข่าวสารด้านวงการกีฬา ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีทั้งการถ่ายทอดเสียงการแข่งขันฟุตบอลแบบสด ๆ มีการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ฟุตบอลต่าง ๆ มากมายหลายรายการ ทำให้ผู้ชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์สามารถที่จะติดตามข่าวคราว ความเคลื่อนไหวในวงการฟุตบอลได้อย่างรวดเร็ว และ เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดมีผู้สนใจในกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น และติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มากขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน สื่อมวลชนเองก็ยังคงแสดงบทบาทของการเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ต่าง ๆ ไปสู่ผู้ชมอีกทางหนึ่งด้วย โดยการนำเสนอว่าจะมีรายการฟุตบอลอะไร นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ใด และออกอากาศในเวลาใด

ผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับอีกรายหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ส่วนหนึ่งด้วยเช่นกัน ได้แก่ ผู้บรรยาย โดยที่ผู้บรรยายในรายการนั้นจะมีบทบาทที่ช่วยส่งเสริมให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้น เพราะในการนำเสนอรายการบางครั้งจำเป็นที่จะต้องให้ผู้บรรยายที่มีความสามารถ และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมรายการว่า เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในกีฬาฟุตบอลจริง เพราะจะทำให้การชมฟุตบอลครั้งนั้นสนุกสนาน และมีความน่าสนใจมากขึ้นอีกด้วย ดังตัวอย่างกรณีของคุณเอกชัย นพจินดา หรือ ย.โย่ง ซึ่งผู้ชมรายการมากมายก็ยอมรับในบางครั้งว่า ผู้บรรยายก็มีส่วนช่วยในการตัดสินใจชมรายการฟุตบอลด้วยเช่นกัน บางครั้งผู้ชมจะจดจำผู้บรรยายการแข่งขันได้ดีกว่าตัวรายการ หรือผู้เล่นในการแข่งขันฟุตบอลที่ได้ชมเสียอีก ในขณะเดียวกันผู้ที่ผลิตรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ก็ต้องคัดเลือกผู้บรรยายที่มีความเหมาะสมกับรายการของตน หรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในรายการฟุตบอลของตนด้วยเช่นกัน เช่น หากเป็นรายการฟุตบอลจากประเทศอังกฤษ ก็ต้องหาผู้บรรยายที่มีความรู้ความเข้าใจใน

เกมฟุตบอล รวมทั้งผู้เล่นของทีมต่างๆในอังกฤษ เป็นต้น ไม่เช่นนั้นแล้วรายการฟุตบอลของคุณ อาจจะไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ชมได้เช่นกัน

ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบต่างๆในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ โดยทั่วไปแล้ว จะเป็นลักษณะของการส่งผ่านผลิตภัณฑ์รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ จากผู้ผลิต หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ไปยังผู้ชม ซึ่งจะต้องอาศัยช่องทาง หรือ ตัวกลางในการนำเสนอ อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ต่างๆ เป็นผู้ที่ส่งผ่านไปยังผู้ชมให้ โดยที่โครงสร้างความสัมพันธ์นี้ ยังมีองค์ประกอบอื่นๆเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริม และเชื่อมโยงให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ตัวกลาง และผู้บริโภคสามารถที่จะดำเนินต่อไปได้ อันได้แก่ เรตติ้งความนิยมของรายการ รวมไปถึงบริษัทตัวแทนโฆษณา กับ ผู้สนับสนุนรายการ ที่จะเป็นตัวกำหนดถึงการดำรงอยู่ของรายการ ทำให้ผู้ผลิตรายการมีรายได้ ในขณะที่ผู้บริโภคก็ยังได้รับชมรายการต่อไป รวมทั้งผู้สนับสนุนรายการก็สามารถที่จะขายสินค้าของตนไปสู่ผู้ชมได้อีกด้วย ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจึงมีส่วนเกี่ยวเนื่อง และสนับสนุนองค์ประกอบต่างๆในระบบซึ่งกันและกัน