

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

คำว่า "กีฬา" นั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่ฝังลึกอยู่ในจิตใจคนไทยมานานแสนนาน เพียงแต่ว่าในอดีตที่ผ่านมา คนที่สนใจในเรื่องของกีฬานั้นยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ๆ อยู่ และส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เนื่องจากยังไม่มีปัจจัยที่สามารถมากระตุ้นเรียกร้องความสนใจทางด้านกีฬาของมวลมหาชนออกมาได้อย่างเต็มที่และอย่างต่อเนื่อง เพราะขอบเขตของการสื่อสารในสมัยนั้นยังไม่กว้างขวางเท่าในปัจจุบัน เนื่องจากสื่อที่สามารถช่วยให้ผู้ที่สนใจสามารถติดตามอยู่นั้นมีอยู่อย่างจำกัด และไม่สะดวกรวดเร็วดังในปัจจุบัน การจะทราบถึงผลการแข่งขันจะต้องรอข้ามวัน และอาจต้องติดตามจากทางภาพข่าวของหนังสือพิมพ์ เพราะเหตุนี้จึงเป็นตัวกีดขวางที่สำคัญ ซึ่งทำให้ผู้สนใจทางด้านกีฬาในบ้านเรามีอยู่ในวงจำกัด

พัฒนาการของเทคโนโลยี ซึ่งนำไปสู่การเกิดของสื่อโทรทัศน์ ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่สาธารณชน เป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้เรื่องราวต่าง ๆ ที่มีการถ่ายทอดผ่านทางสื่อโทรทัศน์นั้น จะมีอิทธิพลต่อผู้ที่ได้รับชมอย่างสูง ทั้งนี้เพราะสื่อโทรทัศน์นั้นสามารถที่จะเห็นได้ทั้งภาพและเสียง อีกทั้งยังแพร่กระจายได้รวดเร็ว รวมทั้งยังสามารถบันทึกไว้ได้อีกด้วย

Rieff and Cochran, 1965 ได้กล่าวไว้ว่า "โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ชมทางบ้านจะต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งหูและตา จึงจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเหตุการณ์และจดจำได้นาน ๆ และเชื่อถือในสิ่งที่ตนได้สัมผัสมา (สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์, 2537: 4)

อาจจะกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันนี้โลกของเรากำลังตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์อย่างสิ้นเชิง เพราะไม่ว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสารโทรคมนาคมจะเจริญรุดหน้าไปเพียงใด เช่น

การติดต่อสื่อสารผ่านดาวเทียม ทำให้เราสามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่างๆ จากสถานที่อีกแห่งหนึ่งได้ในเวลาเดียวกับที่เกิดเหตุการณ์นั้นอยู่ การพยายามปรับปรุงเทคนิคในการสื่อสารให้ได้รายละเอียดที่ชัดเจนขึ้นและสะดวกขึ้น ฯลฯ เทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้ในที่สุดก็ต้องผ่านกระบวนการเพื่อส่งภาพและเสียงออกมาทางเครื่องรับโทรทัศน์อยู่ดี เช่น การรายงานข่าวจากศูนย์ข่าวภูมิภาคของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างมายังส่วนกลาง หรือ การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผ่านมา เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้ทุก ๆ ส่วนในโลกนี้สามารถที่จะรับทราบเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน โดยที่มีโทรทัศน์เป็นสื่อกลางที่นำเอาเทคโนโลยีขั้นสูงทางด้านโทรคมนาคมมาแปรเป็นภาพและเสียงสู่สายตาของประชาชน จึงถือได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบัน

ด้วยความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว กับความนิยมของสาธารณชนในการติดตามชมสื่อโทรทัศน์ ทำให้การดำเนินการรายการโทรทัศน์ ได้กลายเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีมูลค่ามหาศาล และมีอัตราเจริญเติบโตที่รวดเร็วและสูงขึ้นทุก ๆ ปี

เมื่อการขยายตัวของสื่อโทรทัศน์เป็นไปอย่างรวดเร็วแล้ว การพัฒนาทางด้านรายการที่จะเสนอทางโทรทัศน์จึงต้องพัฒนาไปด้วย รายการทางโทรทัศน์จึงค่อนข้างมีอย่างหลากหลาย และจะต้องพยายามเจาะกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจให้ได้อีกด้วย เพื่อที่รายการจะสามารถดำรงอยู่ได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง

ในภาวะที่สื่อที่วิหยาตัวอย่างรวดเร็ว ทีวีเสรี 5 ช่องเร่งปรับปรุงตนเอง ไอทีวี (คลื่นยูเอชเอฟ) เร่งการแพร่สัญญาณจริงหลังการทดลองออกอากาศแล้ว ไอบีซีและไทยสกายทีวี มีการแข่งขันกันและสร้างความเหนือกว่าคู่แข่งอย่าง ยูทีวีเคเบิลทีวีของเครือซีพี และในอนาคตหากผู้ได้รับสัมปทานเคเบิลทีวีดำเนินการจริงทุกราย เคเบิลทีวีในเมืองไทยจะมีถึง 100 ช่อง

ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภค หรือผู้ชมโทรทัศน์นั้น ก็หวังว่าคุณภาพรายการจะดีขึ้น เช่นเดียวกับเจ้าของสินค้า และเอเยนซีโฆษณาหวังว่า รูปแบบและคุณภาพรายการจะสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้ตรงความต้องการมากขึ้น (ประสิทธิ์ ดินารักษ์, 2539: 156)

รายการกีฬาทางโทรทัศน์ เป็นรูปแบบรายการประเภทหนึ่งในปัจจุบัน ที่มีการพัฒนาและการแข่งขันกันอย่างสูง ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่กีฬาเป็นสิ่งที่สร้างความเร้าใจให้กับผู้ชมได้ตลอดการแข่งขัน รู้ผลเร็ว และไม่สามารถสรุปผลได้จนกว่าการแข่งขันจะสิ้นสุดลง หรือจนวินาทีสุดท้าย จึงทำให้การถ่ายทอดสดกีฬาเป็นรายการที่น่าสนใจ และมีแฟนรายการประจำไม่แพ้รายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นละคร ทอล์กโชว์ เกมโชว์ หลายเกมการแข่งขันที่ทำการ

ถ่ายทอดมาบ้านเราแล้ว ผู้ชมจะต้องลุ้นเชียร์ที่หน้าจอมากกว่าลุ้นรายการเกมโชว์เสียอีก ทั้งๆที่ในอดีตจะมีเพียงแคในรูปของชาวกีฬาในแต่ละวันเท่านั้น

การพัฒนารูปแบบรายการ “กีฬา” ในวงการโทรทัศน์ ก็ได้เป็นไปตามกระแสของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้วยเช่นกัน ซึ่งจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงก็คือ การเริ่มต้นของการถ่ายทอดมวยไทยเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2500 ครั้งนั้นได้ถือว่าเป็นการถ่ายทอดรายการกีฬาเป็นครั้งแรกของประเทศไทยอีกด้วย

ต่อมาก็เริ่มมีการนำเสนอกีฬาต่างๆเพิ่มมากขึ้น แต่ยังไม่มียุทธูปแบบที่แน่นอนนัก นอกจากนั้นยังไม่มีความต่อเนื่องกันอีกด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า ผู้ชมไม่ค่อยสนใจในการกีฬาเท่าที่ควร เช่นเดียวกับทางสถานีและผู้ผลิตรายการเองก็ไม่ให้ความสำคัญกับรายการกีฬามากสักเท่าไร เพราะรายการประเภทอื่น เช่น ละคร สามารถที่จะทำรายได้ได้มากกว่าและมีผู้ชมจำนวนมาก ดังนั้นกลุ่มผู้ที่เป็นผู้ชมการกีฬาจึงเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจในการกีฬามากกว่า

รายการกีฬาในบ้านเรา เริ่มที่จะได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้นเพิ่มเป็นลำดับ โดยเฉพาะในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการตื่นตัวทางด้านกีฬาจะเกิดขึ้นเป็นช่วงไป ในมหกรรมการแข่งขันกีฬาใหญ่ๆ อย่าง โอลิมปิกเกมส์ เอเชียนเกมส์ และที่ใกล้ตัวของพวกเรามากที่สุดคือ ซีเกมส์ มหกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆเหล่านี้ สื่อต่างๆได้ให้ความสนใจในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลกับผู้ชมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ถึงขนาดที่มีการรวมตัวของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง หรือโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ เพื่อทำการถ่ายทอดการแข่งขันให้ผู้ชมชาวไทยได้รับชมตลอดระยะเวลาการแข่งขันในแบบวันต่อวันเลยทีเดียว ทำให้เกิดความตื่นตัวในการติดตามชมมหกรรมกีฬาต่างๆได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ พอหมดเทศกาลกีฬานั้นๆก็จะค่อยๆเงียบหายไปเองในที่สุด

รายการกีฬาอีกประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจอย่างสูงจากผู้ชมในประเทศไทยก็คือ รายการที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งกีฬาฟุตบอลเองก็เป็นที่นิยมกันอย่างมากในทุกภูมิภาคของโลก มีคนให้ความสำคัญกับกีฬาฟุตบอล ซึ่งมีทั้งติดตามผลการแข่งขันและเล่นกีฬาประเภทนี้ในปี 2535 อยู่ถึงกว่า 4,000 ล้านคนทั่วโลก (นิตยสารสตาร์ช็อคเกอร์, 2539: 12-14)

รายการกีฬาประเภทฟุตบอลทางโทรทัศน์เริ่มเป็นที่สนใจอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2533 คือในการแข่งขันฟุตบอลโลกที่อิตาลี'90 ในครั้งนั้นมีประชาชนที่สนใจอดหลับอดนอน เพื่อบรรยายการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญๆกันอย่างมากมาย เนื่องจากเวลาที่ทำการแข่งขันในท้อง

ถึ้นนั้นตรงกับเวลาในบ้านเรากลางดึก ถึงแม้ว่าทีมฟุตบอลไทยจะหมดสิทธิ์ไปแข่งขันในรอบ 24 ทีมสุดท้ายก็ตาม

หลังจากนั้น ยังมีเหตุการณ์กีฬาที่เข้ามาจุดกระแสความสนใจของคนไทยเรื่อยมา เริ่มตั้งแต่ฟุตบอลยูโร'92 ณ ประเทศสวีเดน การแข่งขันครั้งนั้น บ้านเรามีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแทบทุกวัน คล้ายๆกับในช่วงมหกรรมฟุตบอลโลก'90 ยิ่งเป็นอีกตัวกระตุ้นให้การตื่นตัวทางด้านการศึกษาแพร่หลายไปทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ

จนถึงในปี 2537 นี้เองซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่สำหรับวงการกีฬาในบ้านเรา นั่นคือมหกรรมกีฬาฟุตบอลโลก 1994 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในช่วงนั้นแม้แต่ในส่วนของบริษัท ห้างร้านต่างๆก็เกิดการตื่นตัวอย่างมาก โดยเฉพาะกับการเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนรายการ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลโลก ทำให้ในแต่ละแมตช์การแข่งขันจะมีการโฆษณาอย่างมากมาย

เมื่อหมดเทศกาลฟุตบอลโลก'94 วงการกีฬากลับมาที่บ้านเราจึงตื่นตัวขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมากทุกประเภท ไม่ใช่แต่เฉพาะวงการฟุตบอลและมวยเท่านั้น หลังจากช่วงนั้นรายการกีฬาก็ได้กลายเป็นรายการหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆทุกสถานี ไม่ว่าจะ เป็นฟรีทีวี หรือ เคเบิลทีวี

“รายการที่ถ่ายทอดสด ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นรายการประเภทกีฬา ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ยิ่งถ้าเป็นรายการที่กำลังอยู่ในความนิยมก็ยิ่งได้รับความสนใจอย่างมาก อาทิ รายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลนัดสำคัญของต่างประเทศและเป็นทีมที่ได้รับความนิยมในเมืองไทย อย่างเช่นทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ลิเวอร์พูล, เอ ซี มิลาน, จูเวนตุส เป็นต้น หรือเป็นการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาที่มีตัวแทนของคนไทยมีส่วนร่วมในการแข่งขันนั้นด้วย เช่น รายการศึกชิงแชมป์สุนัขเกอร์นัดสำคัญที่มีต้อง ศิษย์ฉ่อย แข่งขันรายการต่างๆเหล่านี้ ก็จะได้ความนิยมมากเป็นพิเศษ” (อ้างถึง จอมพล สุภาพ, 2539: 48)

ปัจจุบันรายการการแข่งขันฟุตบอล ที่มีการถ่ายทอดออกอากาศทางโทรทัศน์ ในปีฤดูกาล 1996-1997 (ปี พ.ศ. 2539 - 2540) ที่พอจะรวบรวมได้ มีดังต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| 1. การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก | จากประเทศอังกฤษ (ทางช่อง 7, IBC, UTV) |
| 2. การแข่งขันฟุตบอลเอฟเอคัพ | จากประเทศอังกฤษ (ทางช่อง 7, IBC) |
| 3. การแข่งขันฟุตบอลลีกคัพ | จากประเทศอังกฤษ (ทางช่อง 7, IBC) |
| 4. การแข่งขันฟุตบอลบุนเดสลีกา | จากประเทศเยอรมัน (ทางช่อง 3) |

5. การแข่งขันฟุตบอลกัลโช่ซีรี่ส์เอ จากประเทศอิตาลี (ทางช่อง9, IBC)
6. การแข่งขันฟุตบอลโคปปาอิตาเลีย จากประเทศอิตาลี (ทางIBC)
7. การแข่งขันฟุตบอลยูโรเปียนแชมเปียนลีก (ทางช่อง3, IBC, UTV)
8. การแข่งขันฟุตบอลคัพวินเนอร์คัพ (ทางช่อง7, IBC, UTV)
9. การแข่งขันฟุตบอลยูฟ่าคัพ (ทางช่อง7, IBC)
10. การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบคัดเลือก (ทางช่อง3, ช่อง7, IBC, UTV)
11. การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติบราซิล (ทางIBC, UTV)
12. การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรอเมริกาใต้ (ทางIBC, UTV)
13. การแข่งขันฟุตบอลเมเจอร์ลีก (ทางIBC, UTV)
14. การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรโลก (ทางช่อง 7)
15. การแข่งขันฟุตบอลจอร์นีนีวอลล์เกอร์ไทยแลนด์ลีก (ทางช่อง7, IBC)

ส่วนรายการที่เป็นรายการเทปโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล ซึ่งออกอากาศทางโทรทัศน์ในปีฤดูกาล 1996-1997 ที่พอจะรวบรวมได้ ได้แก่

- | | |
|--|----------|
| 1. รายการ “ไฮไลต์การแข่งขันฟุตบอลบุนเดสลีกา” | ทางช่อง3 |
| 2. รายการ “ไฮไลต์การแข่งขันฟุตบอลยูฟ่าแชมเปียนลีก” | ทางช่อง3 |
| 3. รายการ “ฮอทไลน์ สตาร์ชอคเกอร์” | ทางช่อง7 |
| 4. รายการ “ยูโรลีก” | ทางช่อง9 |
| 5. รายการ “ไฮไลต์การแข่งขันฟุตบอลกัลโช่ซีรี่ส์เอ” | ทางช่อง9 |

นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดสดฟุตบอลรายการพิเศษอื่นๆ ทั้งจากภายในประเทศ และนอกประเทศอีกหลายรายการด้วย เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลเอเชียนคัพ จากประเทศสหรัฐอเมริกาอเมริกา, การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลในกีฬาแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งรายการประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับช่วงเวลา และ ข้อตกลงของผู้ที่จัดการแข่งขันกับทางสถานีโทรทัศน์ว่าจะถ่ายทอดการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร

นอกเหนือไปจากการที่มีปัจจัยอย่างต่อเนื่องทั้งจากวงการกีฬาเองก็ดี หรือจากเทคโนโลยีการสื่อสารก็ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งผลักดันให้กีฬากลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า “ซอฟต์แวร์ เอนเตอร์เทนเมนต์” (software Entertainment) อย่างเต็มรูปแบบในปัจจุบัน และมีการแข่งขันกันอย่างสูง ระหว่างสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้ติดตามการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลของทางสถานีแล้ว ปัจจัยทางด้านการตลาดก็ได้เข้ามาเป็นอีกปัจจัยที่ช่วยในการดำเนินรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ให้ประสบความสำเร็จได้มากขึ้นเช่นกัน

รายการกีฬาทางโทรทัศน์ซึ่งได้กลายเป็นธุรกิจที่สำคัญ ไม่แพ้การดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ไป แล้วนั้น ต่างก็หันมาใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือ Marketing Mix มาเป็นหลักในการดำเนินการทางด้าน การตลาด และช่วยกำหนดกิจกรรมทางด้าน การตลาดของรายการฟุตบอลทาง โทรทัศน์เกือบทุกรายการ ไม่ว่าจะเป็นส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการกระจาย(Place หรือ Distribution) หรือทางด้าน การส่งเสริมการตลาด (Promotion) อาทิเช่น เริ่มมีการใช้วิธีทุ่มเงินประมุลมูลค่ามหาศาล ซื้อเอาลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลเข้ามาเป็นรายการของตน เพื่อสร้างจุดได้เปรียบ และความแตกต่างให้กับตน หรือมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มากมายเพื่อช่วงชิงความได้เปรียบระหว่างสถานีกัน "..... การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจซึ่งไอบีซีได้เข้าไปจับมือกับแกรมมี่ และช่อง 7 สี จะเป็นอีกทางที่เข้ามาช่วยสร้างแต้มต่อในการทำตลาด โดยเฉพาะกับการลดต้นทุนในเรื่องของการซื้อซอฟต์แวร์ เช่น การนำรายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีกและเอฟเอคัพของอังกฤษที่ช่อง 7 สีถือลิขสิทธิ์อยู่มานำเสนอทั้งถ่ายทอดสดและเทป โดยฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษนี้จะถ่ายทอดสดในแมทช์วันเสาร์ วันจันทร์ และวันอาทิตย์บางวัน ในขณะที่ลิขสิทธิ์ที่คู่แข่งของไอบีซีถืออยู่จะเป็นการถ่ายทอดในคืนวันจันทร์" (นิตยสารคู่แข่ง, 2539: 140-141)

จะเห็นได้ว่าในตัวรายการแต่ละรายการเอง กลยุทธ์แต่ละอย่างก็ทางผู้ผลิตรายการนำมาใช้ ต่างก็มีจุดเด่น และ จุดด้อยที่แตกต่างกันไป รายการที่มาจากต่างประเทศอาจจะมีจุดเด่นอยู่ที่ตัวรายการ หรือ Product เอง เพราะมีผู้ที่ให้ความสนใจในรายการฟุตบอลจากต่างประเทศมากมายอยู่แล้ว ในขณะที่รายการฟุตบอลภายในประเทศนั้น อาจจะเน้นที่ช่องทางการนำเสนอ หรือ Distribution Channel-Place มากกว่า ที่สามารถจะนำเสนอได้ในราคาที่ถูกลง และ ในช่วงเวลาที่ดีกว่าฟุตบอลจากต่างประเทศ รวมทั้งสามารถหาสถานีโทรทัศน์เพื่อทำการนำเสนอได้ง่ายกว่าอีกด้วย เป็นต้น ในขณะที่ในบางกรณี อาจจะต้องใช้การส่งเสริมการตลาด หรือ Promotion เข้ามาช่วย เพื่อให้รายการมีผู้ที่ติดตามเพิ่มมากขึ้น

การเติบโต และ พัฒนาการของผู้ชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์ในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นรายการฟุตบอลในประเทศ เช่น การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก, การแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษระหว่างทีมชาติไทยกับทีมจากต่างประเทศ หรือ การแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศ ซึ่งมีมากมายจากหลายชาติ ทั้งในระดับสโมสร ไม่ว่าจะเป็นพรีเมียร์ลีกจากประเทศอังกฤษ กัลโชเซีร์รี่เอจากอิตาลี บุนเดสลีกาจากเยอรมัน หรือกระทั่งการแข่งขันฟุตบอลจากประเทศบราซิล ไปจนถึงการแข่งขันฟุตบอลระดับทีมชาติระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนารูปแบบของรายการโทรทัศน์ และมีปัจจัยหลายอย่างมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบกับการดำเนินการทางธุรกิจรายการกีฬาทางโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง มีการใช้กลยุทธ์ และส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัวมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการรายการ ทำให้เป็น

ที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่ว่า การดำเนินการจัดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น มีลักษณะและรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ และการจัดการทางด้านการตลาดอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างของตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย
2. เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการดำเนินงานทางด้านการตลาดของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการบริหาร ส่วนประสมทางการตลาดดังต่อไปนี้
 - 2.1 การกำหนดลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์
 - 2.2 การกำหนดราคาของตัวผลิตภัณฑ์
 - 2.3 การกำหนดช่องทางในการนำเสนอ
 - 2.4 การใช้การส่งเสริมการตลาด
3. เพื่อให้เข้าใจถึงการนำแนวคิดด้านการตลาดต่างๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย
4. เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

เป็นการศึกษาถึงลักษณะทางการตลาด และลักษณะการดำเนินธุรกิจของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ทั้งที่ออกอากาศ ทางฟรีทีวี และ เคเบิลทีวี ในปี 2539-2540

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. รายการโทรทัศน์มีลักษณะการบริหารงานในรูปแบบการประกอบธุรกิจอย่างหนึ่ง
2. แนวคิดทางด้านการตลาดเป็นแนวคิดหลักที่มีบทบาทในการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย มีโครงสร้างด้านการตลาดที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยน การติดต่อธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์กัน รวมทั้งมีระบบการตลาดเช่นเดียวกับระบบธุรกิจชนิดอื่นๆ

2. ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ มีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการบริหารรายการ เช่นเดียวกับการบริหารธุรกิจชนิดอื่นๆ
3. ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มีการใช้แนวคิดการตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดด้าน Consumer Oriented, Production Oriented, Product Oriented, Selling Oriented, หรือ Societal Marketing Oriented มาใช้ในการบริหารธุรกิจนี้
4. การบริหารการตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ มีส่วนที่ต้องสัมพันธ์กับการบริหารตารางเวลาออกอากาศ โดยที่จะต้องสอดคล้องกับจำนวนผู้ชม ผู้อุปถัมภ์รายการ และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วย
5. ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ได้รับความนิยมเนื่องจากมีปัจจัยเสริมด้านต่างๆ อันได้แก่ การพนัน, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค, ผู้อุปถัมภ์รายการ ฯลฯ

นิยามศัพท์

การตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ หมายถึง การปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ที่มีผลทำให้มีการกำกับให้มีการนำเสนอรายการ ไหลผ่านจากผู้ผลิตรายการไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ชม

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง รายการฟุตบอลประเภทต่างๆ ที่มีการนำเสนอ โดยผ่านการออกอากาศทางโทรทัศน์ ทั้งฟรีทีวี และเคเบิลทีวี

รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล ทางสถานีโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง ที่มีผู้ชมสามารถติดตามชมรายการนั้นๆได้

ผู้ชมรายการ หมายถึง ผู้ที่รับชมรายการถ่ายทอดฟุตบอลทางโทรทัศน์ ในขณะที่มีการออกอากาศรายการฟุตบอลนั้นๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงงานด้านรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ให้ดีขึ้น
2. เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์รายการกีฬาประเภทอื่นๆทางโทรทัศน์ได้ต่อไป