

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในบรรดาสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่มีบทบาทและอิทธิพลสูง เนื่องจากโทรทัศน์สามารถส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้ชมจำนวนมากได้ทุกแห่งหนในเวลาอันรวดเร็วและพร้อมกัน โดยที่ผู้ชมไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถรับชมได้และข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ชมสามารถเห็นได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวที่มีสีสัน และได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กันด้วย ทำให้สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลเหนือกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

Rieffer and Cochran, 1965 ได้กล่าวไว้ว่า “โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ชมทางบ้านจะต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งหูและตา จึงจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเหตุการณ์และจดจำได้นาน ๆ และเชื่อถือในสิ่งที่ตนได้สัมผัสมา ส่วน Ray, 1973 นั้นกล่าวว่า “โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทุกคนให้ความสนใจเพราะการดูโทรทัศน์จะได้ยินทั้งเสียงและได้เห็นภาพที่เคลื่อนไหวติดต่อกันอย่างมีชีวิตชีวา

นอกจากนั้น โทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อสังคมอย่างมหาศาล ที่สามารถสร้างทัศนคติและพลังมวลชนได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ จนทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายเกิดความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนดำเนินการ โทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างมาก และนับวันก็จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

เมื่อการขยายตัวของสื่อโทรทัศน์เป็นไปอย่างรวดเร็วแล้ว การพัฒนาทางด้านรายการที่จะเสนอทางโทรทัศน์จึงต้องพัฒนาไปด้วย รายการโทรทัศน์จึงค่อนข้างมีอย่างหลากหลายและจะต้องพยายามเจาะกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจให้ได้อีกด้วย เพื่อที่รายการจะสามารถดำรงอยู่ได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง

ในภาวะที่สื่อโทรทัศน์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ฟรีทีวีทั้ง 6 ช่อง อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 , สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 , สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 , สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. , สถานีวิทยุโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ช่อง 11 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี รวมไปถึงเคเบิลทีวีอันได้แก่ UTV และ IBC (รวมกิจการเป็น UBC เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2541 รายละเอียดจะกล่าวถึงในภายหลัง) ต่างก็เร่งปรับปรุงตัวเองเพื่อสร้างความแตกต่างของตนในการดึงดูดผู้ชมให้ติดตามชมรายการของสถานีเพิ่มขึ้น

เมื่อมีการแข่งขันสูงขึ้น การมีรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมโดยรวมได้ ถือเป็นความได้เปรียบของสถานีโทรทัศน์ในการดึงดูดผู้ชมให้ติดตามรายการของตน รายการโทรทัศน์จึงต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างจุดขายของตน ประการสำคัญคือต้องสามารถเจาะผู้ชมเฉพาะกลุ่มได้ (Segmentation) ซึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญคือการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และความหลากหลายในรายการ ทำให้ผู้ชมหรือผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะติดตามชม เพื่อรายการจะสามารถอยู่ได้ในภาวะที่กดดันดังกล่าว

รายการกีฬาทางโทรทัศน์เป็นรูปแบบรายการประเภทหนึ่งในปัจจุบันที่มีการพัฒนาและการแข่งขันกันอย่างสูง ทั้งนี้เนื่องจากกีฬาเป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาการแข่งขัน ซึ่งไม่สามารถจะสรุปผลได้จนกว่าการแข่งขันจะสิ้นสุดลง นอกจากนี้รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของผู้ชมในปัจจุบันเริ่มใส่ใจในสุขภาพของตนมากขึ้น (Health Conscious) จึงทำให้รายการกีฬาประเภทต่าง ๆ เป็นที่สนใจของผู้ชมมากขึ้นเช่นเดียวกัน เพราะโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อกลางของสังคม จะกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความกระตือรือร้นที่อยากจะฝึกตามกีฬาที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ เช่น ฟุตบอล ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้เข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติมากขึ้น

เมื่อมีการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาไม่ว่าจะเป็นประเภทใดก็ตาม จะมีผู้ชมคอยติดตามและลุ้นเชียร์ทีมที่ตนชอบมากกว่าลุ้นรายการเกมส์โชว์อีก (สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง.นิตยสารคู่แข่งรายสัปดาห์.ปักษ์หลัง มิถุนายน 2539 :134-146.)

การพัฒนารูปแบบรายการกีฬาในวงการโทรทัศน์ ก็เป็นไปตามกระแสของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้วยเช่นกัน กล่าวคือมีการถ่ายทอดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม วีดีโอเท็กซ์ รวมทั้งคอมพิวเตอร์กราฟฟิค เป็นต้น ซึ่งผลที่เกิดขึ้นตามมาก็คือสื่อประเภทโทรทัศน์ได้มีการพัฒนาด้านเทคนิคอย่างก้าวหน้ามากขึ้นเรื่อย ๆ (ประโยชน์ เทียนศาสตร์ ,2536) ยิ่งโทรทัศน์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ก็จะช่วยเพิ่มความคมชัดของภาพสูงตามไปด้วย

กีฬาหลากหลายประเภท อาทิเช่น ฟุตบอล มวย บาสเก็ตบอล เป็นต้น ได้ชื่อว่าเป็นกีฬาที่ถูกยกระดับจากกีฬาท้องถิ่นมาสู่กีฬาระดับโลก โดยการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการสื่อสาร โดยเฉพาะการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม (Satellite) สาเหตุสำคัญคือ ถ้าจะดูการแข่งขันกีฬาให้สนุก ตื่นเต้น เร้าใจ ต้องดูของสด (Live) เพราะการชมการแข่งขันจากการถ่ายทอดสดนั้น จะทำให้ได้บรรยากาศในการติดตามชม ผู้ชมจะสามารถลุ้นผลการแข่งขันได้ตลอดเวลา ในขณะที่การติดตามชมผ่านทางเทปบันทึกการแข่งขัน ซึ่งส่วนใหญ่จะออกอากาศหลังจากที่การแข่งขันจริงได้เสร็จสิ้นลงไปแล้วนั้น ความรู้สึกที่อยากติดตามชมก็ลดน้อยลงไป เพราะผู้ชมสามารถทราบผลการแข่งขันก่อนนั่นเอง ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันการรายงานผลการแข่งขันต่าง ๆ นั้น สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ด้วยอาศัยเครื่องมือในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โทรสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุติดตามตัว (Pager) ตลอดจนผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้น เทคโนโลยีดาวเทียมจึงถูกนำมาใช้ในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ตรงสู่บ้านประชาชนที่ไม่มีโอกาสได้เข้าไปชมถึงขอบสนามการแข่งขัน

สำหรับประเทศไทยแล้วการถ่ายทอดกีฬาครั้งแรกนั้นเริ่มต้นจากการถ่ายทอดมวยไทยเมื่อปี พ.ศ.2500 (วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล , 2539:3) เหตุผลสำคัญคือ กีฬามวยไทยเป็นกีฬาประจำชาติที่มีมาแต่โบราณกาล และเป็นกีฬาที่ผู้ชม (โดยเฉพาะผู้ชมชาย) ให้ความสนใจ

ต่อมาก็เริ่มมีการนำเสนอกีฬาต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น แต่ยังไม่มียุทธวิธีที่แน่นอนนัก ทั้งยังไม่มีความต่อเนื่องกันอีกด้วย เนื่องจากผู้ชมยังไม่ค่อยสนใจในการกีฬาเท่าที่ควร เช่นเดียวกับทางสถานีและผู้ผลิตรายการเองก็ไม่ให้ความสำคัญกับรายการกีฬามากเท่าไร เพราะรายการประเภทอื่น เช่น ละคร สามารถที่จะทำรายได้ให้กับทางสถานีได้มากกว่าและมีผู้ชมสนใจเป็นจำนวนมาก ดังนั้น กลุ่มผู้ชมรายการกีฬาจึงเป็นกลุ่มผู้ชมเฉพาะ ที่มีความสนใจในการกีฬาและมีจำนวนน้อยกว่าผู้ชมละคร

รายการกีฬาในบ้านเรา เริ่มที่จะได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้นเพิ่มเป็นลำดับ โดยเฉพาะในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการตื่นตัวทางด้านกีฬาจะเกิดขึ้นเป็นช่วง ๆ ในมหกรรมการแข่งขันกีฬาใหญ่ ๆ เช่น โอลิมปิกเกมส์ เอเชียนเกมส์ หรือที่ใกล้ตัวที่สุดคือ ซีเกมส์ มหกรรมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เหล่านี้ สื่อทุกประเภทต่างก็ให้ความสนใจในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลกับผู้ชมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีการรวมตัวกันของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องเป็นโทรทัศน์รวมกันเฉพาะกิจ หรือ "ทีวีพูล" เพื่อทำการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ให้ผู้ชมชาวไทยได้รับชมตลอดระยะเวลาการแข่งขันแบบวันต่อวันเลยทีเดียว ทำให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการติดตามชมมหกรรมกีฬาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ พอหมดเทศกาลกีฬากระแสต่าง ๆ ก็จะไม่ค่อย ๆ เจียบหายไปไหนที่สุด

การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลโลกที่ประเทศอิตาลี (World Cup Italia 1990) ได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอันมาก ถือได้ว่าการแข่งขันฟุตบอลเริ่มเป็นที่สนใจอย่างจริงจังจากผู้ชมชาวไทย มีประชาชนที่สนใจอดหลับอดนอนเพื่อรอชมการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญ ๆ กันอย่างมากมาย เนื่องจากเวลาที่ทำการแข่งขันในท้องถิ่นนั้นตรงกับเวลาในบ้านเรากลางดึก

จนถึงปี พ.ศ.2537 นี้เอง ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่สำหรับวงการกีฬาในบ้านเรา นั่นคือมหกรรมกีฬาฟุตบอลโลก 1994 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา (World Cup USA 1994) ก็ได้เกิดปรากฏการณ์การชมฟุตบอลในลักษณะใหม่ นั่นคือ เมื่อมีการถ่ายทอดการแข่งขัน ระหว่างคั่นช่วงโฆษณาจะมีจอภาพเล็ก ๆ ที่มุมโทรทัศน์ (Window) ให้ผู้ชมสามารถติดตามการแข่งขันได้ต่อไปด้วย

เนื่องจากมีผู้ให้ความสนใจติดตามการแข่งขันฟุตบอลโลกมากขึ้นอย่างไม่มีมาก่อน ซึ่งในช่วงนั้นบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ก็เกิดการตื่นตัวอย่างมาก โดยเฉพาะกับการเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนรายการ รวมทั้งมีการทำโปรโมชันในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับฟุตบอลโลกด้วย ทำให้แต่ละนัดการแข่งขันมีโฆษณาอย่างมากมาย ซึ่งในช่วงแรกของการถ่ายทอดสดนั้นจะมีโฆษณามากันบ่อยจนผู้ชมเกิดความรำคาญและเกิดการวิพากษ์วิจารณ์กันเป็นอันมาก และได้มีการร้องเรียนไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลด้านสื่อ จนผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบได้กำหนดให้ทีวีพูลทำจอภาพเล็ก ๆ แทรกระหว่างการโฆษณาดังกล่าว

เมื่อหมดเทศกาลฟุตบอลโลก'94 วงการกีฬาบ้านเราจึงตื่นตัวขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมากทุกประเภท โดยเฉพาะวงการฟุตบอล หลังจากช่วงนั้นการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลรายการต่าง ๆ ก็ได้กลายเป็นรายการหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เกือบทุกสถานี ไม่ว่าจะเป็นฟรีทีวี หรือ เคเบิลทีวี

ฟุตบอลโลกได้เริ่มต้นอีกครั้งเมื่อปีค.ศ. 1998 หรือที่รู้จักกันชื่อ "World Cup FRANCE 98" ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศฝรั่งเศส ตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน - 12 กรกฎาคม พ.ศ.2541 แต่กระแสของฟุตบอลโลกในครั้งนี้ ไม่คึกคักเท่าที่ควรจะเป็น เมื่อเทียบกับกระแสและความตื่นตัวที่เกิดขึ้นกับฟุตบอลโลก 1994 ที่สหรัฐอเมริกา และฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป หรือยูโร 1996 ที่ประเทศอังกฤษ

จิระศักดิ์ สนธิวรชัย เจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวกีฬาช่อง 7 ได้ให้ความเห็นว่า

"บอลโลกปีนี้เรามีแค่รายการฟุตบอลโลกตอนคืนวันอังคาร เนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของนักบอลและทีมทั่ว ๆ ไป ส่วนรายการที่เพิ่มเข้ามาไม่น่าจะมีแล้ว ยกเว้นแต่รายการขอบสนามบอลโลกที่ทางสยามสปอร์ตเป็นผู้ผลิต ของสถานีคงมีแค่รายการเดียว"

(กรุงเทพธุรกิจ 6 พ.ค. 2541 : 8)

หากย้อนกลับไปในเดือนพฤษภาคม 1994 ก่อน USA 94 จะเริ่มสองสัปดาห์ ช่อง 7 ได้จัดรายการรับบอลโลกไว้ถึงสองรายการ คือ "เวิร์ลคัพ สเปนเชียล" ในช่วงข่าวภาคเช้า และ "เวิร์ลคัพ ยูเอสเอ" ในช่วงข่าวภาคค่ำ ทั้งสองรายการ ช่อง 7 ให้ความเวลาหนึ่งชั่วโมงเพื่อวิเคราะห์และรายงานความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น (จุดประกาย, กรุงเทพธุรกิจ 30 พ.ค.2537)

ส่วนทางช่อง 3 นั้น ก็มีเพียงรายการพิเศษเกี่ยวกับบอลโลกในช่วงข่าวภาคค่ำเท่านั้น ในขณะที่ช่อง 5 ที่เคยบุนบอลโลกใน World Cup USA 94 ถึงกับมีนโยบายให้คนดูทางบ้านร่วมสนุกส่งคำทายชิงรอยยิ้มชื่อดังจากยุโรป ทั้งยังให้เวลารายการถึง "สามช่วง" รายงานข่าวกันอย่างเต็มที่ ก็ยังไม่มึนโยบายเกี่ยวกับการจัดรายการพิเศษบอลอย่างชัดเจน ทางด้านช่อง 9 มีรายการเกี่ยวกับบอลโลกสั้น ๆ ในช่วงข่าวภาคค่ำเท่านั้น ขณะที่บอลโลก 1994 ช่อง 9 ผลิตรายการถึง 3 ช่วง เช่นเดียวกับช่อง 5

อย่างไรก็ตาม ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดยังเป็นหน้าที่ของทีวีพูลเช่นเดิม แต่สิ่งที่ตามมาคือปัญหาในเรื่องการคั่นโฆษณาบ่อยเกินไปเช่นเดียวกับ World Cup USA 94 ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ชมฟุตบอลโลก ซึ่ให้เห็นว่าการตัดโฆษณาในช่วงการแข่งขัน นอกจากเสียอารมณ์ในการชมแล้ว ยังทำให้ไม่ชอบสินค้ามัน ๆ ด้วย ในขณะที่ทีวีพูลเองยังเกรงใจสปอนเซอร์ หากมีการลดปริมาณโฆษณาลง เนื่องจากอาจเป็นเหตุผลที่ทางสปอนเซอร์ยกขึ้นมาอ้างในการไม่จ่ายค่าโฆษณา เนื่องจากในการขายโฆษณานั้น ยังไม่มีการเก็บเงินล่วงหน้า หากทีวีพูลทำการเปลี่ยนแปลงโฆษณา ก็อาจทำให้สปอนเซอร์อ้างได้ว่าทีวีพูลทำผิดสัญญาและไม่จ่ายค่าโฆษณาให้

คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งกำกับดูแลสื่อของรัฐกล่าวว่า ในช่วงฟุตบอลโลกได้รับการร้องเรียนจากประชาชนจำนวนมากเกี่ยวกับการโฆษณาในช่วงการถ่ายทอดการแข่งขัน แต่ทั้งนี้จะต้องคำนึงด้วยว่า หากไม่มีสปอนเซอร์ก็จะได้ดูการถ่ายทอดการแข่งขัน ดังนั้นแทนที่จะโฆษณามากเกินไป หรือในระหว่างการแข่งขัน ก็ใช้โฆษณาจอลเล็กแทน

“เราต้องขอบคุณสปอนเซอร์ แต่สปอนเซอร์ต้องดูด้วยว่าหากโฆษณาในช่วงคนสนใจเป็นพิเศษ อาจจะมีผลลบต่อสินค้าเช่นกัน เพราะฉะนั้น คงจะอยู่ได้ด้วยการอะลุ่มอล่วย” (กรุงเทพธุรกิจ 11 ก.ค.2541 : 9-10)

อย่างไรก็ตาม ต้องไม่ลืมว่า สิ่งที่ผู้ชมต้องการชมมากที่สุดจากการแข่งขันฟุตบอลโลก รวมถึงฟุตบอลรายการอื่น ๆ ก็คือ เกมการแข่งขันมากกว่านั่งชมโฆษณาสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่มากเกินไป แม้จะมีจอลเล็ก ๆ บนมุมขวาก็ไม่สามารถชดเชยกับความรู้สึกที่เสียไปในช่วงที่ฟุตบอลกำลังขับเคี่ยวกันอย่างเข้มข้น

“รายการที่ถ่ายทอดสด ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นรายการประเภทกีฬา ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ยิ่งถ้าเป็นรายการที่กำลังอยู่ในความนิยมก็ยิ่งได้รับความสนใจอย่างมาก อาทิ รายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลนัดสำคัญของต่างประเทศและเป็นทีมที่ได้รับความนิยมในเมืองไทย อย่างเช่น ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ลิเวอร์พูล, เอ ซี มิลาน , ยูเวนตุส เป็นต้น หรือเป็นการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาที่มีตัวแทนของคนไทยมีส่วนร่วมในการแข่งขันนั้นด้วย เช่น รายการศึกชิงแชมป์สโนว์เกอร์นัดสำคัญที่มี ตอง ศิษย์ฉ่อย แข่งขัน รายการต่าง ๆ เหล่านี้ ก็จะได้รับคามนิยมมากเป็นพิเศษ” (จอมพล สุภาพ , 2539:48)

อย่างไรก็ตาม การชมการแข่งขันที่ขอบสนามกับการชมการแข่งขันหน้าจอโทรทัศน์ มีอรรถรสของการชมที่แตกต่างกัน การชมที่ขอบสนามจะให้ความระทึกและบรรยากาศร่วมที่ดีกว่า การชมการแข่งขันหน้าจอโทรทัศน์ แต่ก็มีข้อจำกัดตรงที่ไม่สามารถชมสีหน้าหรือรายละเอียดของตัวนักกีฬา โดยเฉพาะสีหน้าของนักกีฬาในช่วงที่ทราบผลการแข่งขันว่าตนแพ้หรือชนะ ในขณะที่ผู้ชมหน้าจอโทรทัศน์จะมองเห็นรายละเอียดดังกล่าว (คู่มือรายวัน 25 ก.ค.2539:A6)

ปัจจุบัน ความนิยมรายการถ่ายทอดสดฟุตบอลได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทยมากขึ้นเป็นลำดับ โดยสะท้อนให้เห็นจากสปอนเซอร์ที่หันมาสนับสนุนฟุตบอล เช่น สินค้ากีฬา เหล้า เบียร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ขณะที่รายการถ่ายทอดมวย ซึ่งเดิมได้รับความนิยมอย่างมาก กลับได้รับความสนใจลดน้อยลงเป็นลำดับ โดยมีกระแสว่าการถ่ายทอดมวยในช่วงหลังมีมากเกินไป นักมวยหลายคนไม่ใช่ “ของจริง” ผู้ชมจึงเสื่อมความนิยมลงเรื่อย ๆ อาจเรียกได้ว่าเป็น “ยุคเสื่อม” ของกีฬามวยก็ได้

ประกอบกับในระยะหลังมีฟุตบอลแมตช์สำคัญ ๆ เข้ามาแข่งขันในประเทศมากขึ้น โดยมีการนำทีมฟุตบอลชั้นนำของโลกเข้ามาแข่งขันกับทีมชาติไทยให้ผู้ชมชาวไทยได้ดูถึงขอบสนาม เช่นรายการ “3 คีคแห่งทศวรรษ ไตโยต้า อินวิเตชัน 1997” จัดโดยบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และบริษัท สปอร์ต 2002 จำกัด ซึ่งจัดการแข่งขันระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม พ.ศ.2540 ซึ่งมีทั้งทีมชาติไอร์แลนด์เหนือ สโมสรเชลซี และสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด แห่งประเทศอังกฤษ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสโมสรที่มีแฟนบอลมากที่สุดในโลก หรือรายการ “ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 1997” จัดโดยบริษัท บางกอก อินเตอร์เนชันแนล สปอร์ต จำกัด โดยเชิญทีมชั้นนำจากยุโรปและอเมริกาใต้ มาแข่งในลักษณะทัวร์นาเมนต์สี่เส้า มีเงินรางวัลและถ้วย โดยเชิญทีม

อินเตอร์ มิลาน จากประเทศอิตาลี ทีมปอร์โต้จากโปรตุเกส และทีมโบคา จูเนียร์ จากอาร์เจนตินา แข่งขันระหว่างวันที่ 19-22 มิถุนายน 2540

ล่าสุดทางสมาคมธรรมศาสตร์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้จัดฟุตบอลนัดพิเศษ ฉลองพระชนมพรรษา 6 รอบ ระหว่างทีมอาร์เซนอลกับทีมชาติไทย ซึ่งสปอนเซอร์หลักคือโทรศัพท์เคลื่อนที่เฮลโล (HELLO) และวิทยุติดตามตัวโพสต์เทล (PostTel) โดยมีชื่อรายการว่า HELLO-PostTel SUPER MATCH จัดแข่งขันในวันที่ 22 พฤษภาคม 2542

“คนไทยเองรู้จักนักฟุตบอลต่างประเทศมากขึ้น เพราะหลายสื่อต่างพยายามนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากขึ้น ทำให้ขยายกลุ่มเป้าหมายได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ผู้ชมกว่าร้อยละ 70 เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ทำให้สปอนเซอร์ได้ทั้งยอดขาย และภาพลักษณ์สินค้าดีกว่าการโฆษณาแบบเหวี่ยงแห ประกอบกับเวลาที่ได้สำหรับการถ่ายทอดสดฟุตบอลก็อยู่ในช่วงที่ดีขึ้น ส่งผลให้เรตติ้งรายการสูงขึ้น ทำให้หาสปอนเซอร์สนับสนุนได้ง่ายขึ้นด้วย” (ประชาชาติธุรกิจ 17 เม.ย 2540:1)

ในยุคที่เศรษฐกิจกำลังซบเซานี้ ฟรีทีวีและเคเบิลทีวีกำลังแข่งขันกันอย่างหนัก เพื่อรักษาเรตติ้งผู้ชมเอาไว้ มีการนำรายการกีฬาจากทั่วทุกมุมโลกมาบรรจุในผังรายการมากขึ้น เพราะปัจจุบันรายการกีฬาในบ้านเรากำลังได้รับความสนใจเป็นอันมาก ตลาดของธุรกิจกีฬาเปิดกว้างมากขึ้น มีการแข่งขันในการป้อนข้อมูลข่าวสารกันอย่างสูง รายการโทรทัศน์และเคเบิลทีวีทั้งหลายต่างก็ตื่นตัวรับกระแสนี้ โดยการเร่งนำกีฬาแปลกใหม่ และกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมถ่ายทอดออกสู่สายตาประชาชนให้เร็วที่สุดและสมบูรณ์แบบที่สุด (ประชาชาติธุรกิจ 20 ม.ค. 2540:38)

ตัวแปรสำคัญที่ทำให้กีฬาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากกระทั่งกลายเป็นช่องทางธุรกิจขนาดใหญ่ มาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ประการแรกคือการเกิดขึ้นของฮีโร่ หรือซูเปอร์สตาร์ เช่น "ไทเกอร์ วูดส์" ทำให้คนทั่วโลกหันมาให้ความสนใจกีฬาอล์ฟกันมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประการที่สองคือ อิทธิพลจากระแสข่าวสารที่ถ่ายทอดเชื่อมโยงไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษ ฟุตบอลกัลโช่ ซีรีส์ เอ ในอิตาลี ฟุตบอลบุนเดสลีกาในเยอรมัน ฯลฯ ซึ่งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีการถ่ายทอดสดเกือบตลอดฤดูกาล ทำให้กระแสธุรกิจกีฬาในไทยเฟื่องฟูมากยิ่งขึ้น (คู่แข่งธุรกิจ 16 พ.ค.2540:4)

การถ่ายทอดสดฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 1996 หรือ "ยูโร'96" เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ต่อเนื่องจากการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลรายการใดก็ตาม

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย รายงานว่าช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรปที่ประเทศอังกฤษ ซึ่งจัดให้มีขึ้นระหว่างวันที่ 8-30 มิ.ย. 2539 นั้น ส่งผลให้ธุรกิจทั่วโลกที่เกี่ยวข้องข้องล้วนเฟื่องฟูต้อนรับศึกลูกหนังในครั้งนี้อย่างดี รวมทั้งประเทศไทย (สยามโพสต์ 15 มิ.ย.2539:3)

สำหรับธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์จากการแข่งขันฟุตบอลยูโร'96 ในครั้งนี้ ได้แก่ ธุรกิจสื่อสาร (โทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี วิทยุติดตามตัว และสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์และหนังสือกีฬา) รองลงมาได้แก่ สถานเริงรมย์ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ภัตตาคารและร้านอาหาร เป็นต้น

โทรศัพท์และโทรศัพท์มือถือ ช่วงการแข่งขัน แฟนบอลมักนิยมใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์การเล่นของแต่ละทีม โดยใช้โทรศัพท์เป็นสื่อกลาง เฉพาะช่วงเวลา 17.00-20.00 น. จะมีการใช้บริการที่มาก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่นักพนันตัดสินใจพนันหลังจากได้ศึกษารายละเอียด การเล่นของแต่ละทีม หลังจากเวลา 20.00 น. เป็นต้นไป การติดต่อสื่อสารในประเทศจะลดลง ขณะที่การติดต่อต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นจนกว่าจะจบการแข่งขัน เนื่องจากมีการถ่ายโอนเงินพนันไปต่างประเทศ ตลอดช่วงการแข่งขัน คาดว่าจะมีนักพนันฟุตบอลในตลาดประมาณ 100,000 ราย แต่ละรายใช้โทรศัพท์และต่อรองกันประมาณไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นเงินประมาณ 100 ล้านบาท

วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี นักพนันส่วนใหญ่จะเปิดฟังรายการวิทยุ ซึ่งตอนนี้มีสถานีวิทยุที่เข้าร่วมรายงานผลการแข่งขัน 5 สถานี คือสถานีวิทยุ A.M.999 สถานีวิทยุ F.M.90.0 สถานีวิทยุ F.M.90.5 สถานีวิทยุ F.M.99.0 และสถานีวิทยุ F.M.100.5 คาดว่าวงบค่าใช้จ่ายของแต่ละสถานีเพื่อใช้ในการจัดรายการ จะมีมูลค่าอยู่ระหว่าง 300,000-2,000,000 บาท

ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับลิขสิทธิ์มีเพียงสถานีเดียวคือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ซึ่งการขายเวลาโฆษณาในช่วงการแข่งขันฟุตบอลยูโร รอบก่อน 8 ทีมสุดท้าย สามารถขายเวลาไปได้แล้วประมาณร้อยละ 80 คิดเป็นมูลค่าโฆษณารวมประมาณกว่า 30 ล้านบาท ขณะที่เวลาโฆษณาในช่วงตั้งแต่รอบ 8 ทีมสุดท้ายเป็นต้นไป สามารถขายเวลาได้ทั้งหมด คาดว่าจะมีมูลค่า 20-30 ล้านบาท

วิทยุติดตามตัว นับเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างนักพนันคล่องตัว ในปัจจุบันมีผู้ใช้วิทยุติดตามตัวประมาณ 725,000 ราย ในปี 2538 ซึ่งจำนวนนี้จะมีเขียนพนันรวมอยู่ร้อยละ 3 หรือกว่า 20,000 รายและมีความถี่ในการใช้เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าวันละ 5 ครั้ง

วิดีโอเทป ม้วนวิดีโอเทปเปล่า ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งสำหรับผู้ชม ซึ่งมักจะนำม้วนวิดีโอเทปเปล่ามาอัดการแข่งขันในนัดที่ไม่สามารถดูได้ทันตามรายการถ่ายทอด คาดว่ามีความต้องการใช้ประมาณคนละ 1 ม้วน ซึ่งทำให้ยอดจำหน่ายตลับเทปวิดีโอเพิ่มขึ้นในช่วงนี้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5-10

ของชำร่วยและของที่ระลึก แฟนฟุตบอลที่ขอบสะสมสิ่งของที่ระลึกหรือของชำร่วยจากการแข่งขัน อันได้แก่ เสื้อกีฬา ธง และผ้าพันคอ สำหรับเสื้อกีฬานั้นส่วนใหญ่จะเป็นการสะสมเสื้อกีฬาทีมที่ชื่นชอบ เช่น ผู้นิยมชมชอบ อลัน เชียร์เรอร์ ศูนย์หน้าดาวยิงของทีมชาติอังกฤษ ที่นิยมเสื้อเบอร์ 9 หรือเจอร์เก้น คลิ้นส์มันน์ ตัวเก็งดาวซัลโว เป็นต้น ราคาของเสื้ออยู่ระหว่าง 200-300 บาท คาดว่าจะมีการจำหน่ายเสื้อได้ประมาณ 100-150 ตัวต่อวัน ในช่วงฤดูกาลแข่งขัน ส่วนหมวกและผ้าพันคอจะมีสะสมบ้างประปราย โดยราคาประมาณ 200 และ 600 บาท ตามลำดับ

สมลักษณ์ โหลทอง ผู้บริหารร้าน "สตาร์ ซอคเกอร์" ซึ่งเป็นร้านที่นำสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศมาจำหน่าย กล่าวว่า "ประชาชนในบ้านเรากำลังตื่นตัวในเรื่องของกีฬา โดยเฉพาะกีฬาจากต่างประเทศ ยิ่งสำหรับเด็กไทยรุ่นใหม่ ๆ ด้วยแล้ว เรียกได้ว่ากำลังคลั่งไคล้เลยทีเดียว และสื่อทางทีวีในปัจจุบันเองก็เป็นใจในการถ่ายทอดแมตช์การแข่งขันอาทิตย์ละ 5 วันทีเดียว...ยิ่งทีวีถ่ายทอดมากเท่าไร ก็ทำให้เด็กอยากได้ของที่ระลึกมากขึ้น เพราะอยากเก็บไว้เป็นที่ระลึก ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงที่ชอบสะสมของสวย ๆ งานม โปสเตอร์นักฟุตบอลที่ตนเองชอบ อย่าง "เบคแฮม" จะขายดีมาก จะซื้อโดยไม่ต้องคิดเลย ไม่เหมือนผู้ชายที่บางครั้งยังลังเล"

สถานบริการ มีการติดตั้งเคเบิลทีวีทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้ติดตามชมการถ่ายทอดสดได้โดยไม่มีโฆษณาเข้ามาคั่นให้เสียอารมณ์ นับเป็นทางเลือกใหม่ในการดึงลูกค้า อย่างไรก็ตาม ภัตตาคารและร้านอาหารบางแห่งจะได้รับก็คือบรรดานักพนันมักจะนัดปรีksenหาหรือในการตัดสินพนันบอลในแต่ละคู่ นอกจากนักพนันแล้ว ผู้ที่นิยมกีฬาฟุตบอลมักใช้สถานที่เหล่านี้เป็นที่นัดพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และสถานเริงรมย์ ช่วงที่มีการแข่งขัน จะมีสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โฆษณาค่อนข้างมาก และในส่วนของสถานเริงรมย์ยามค่ำคืน เช่น ผับ คาราโอเกะ ดิสโก้เธค ต่างก็ได้ผลกระทบจากการแข่งขันครั้งนี้ เนื่องจากผู้นิยมกีฬาจะใช้เป็นสถานที่พบปะกัน

หนังสือพิมพ์และหนังสือกีฬา หนังสือพิมพ์กีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ในเครือสยามสปอร์ต และหนังสือพิมพ์โลกกีฬา ในเครือของหนังสือพิมพ์วิญจักร ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นไปที่กีฬา โดยเฉพาะฟุตบอล

นอกจากนี้ยังมีการออกหนังสือกีฬา ฉบับรายในลักษณะการรายงานสถานการณ์ล่าสุดของกีฬา อันได้แก่ หนังสือพิมพ์สตาร์ ซอคเกอร์ ในเครือเดียวกับสยามกีฬารายวัน ที่จะรายงานเฉพาะกีฬาฟุตบอลอย่างเดียวและหนังสือพิมพ์สปอร์ตเกม ในเครือของโลกกีฬา ที่รายงานสถานการณ์กีฬาในต่างประเทศหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ฟุตบอลเป็นหลัก ซึ่งคาดว่าจะยอดขายจะเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 15-20 ขณะเดียวกันก็ทำให้ราคาค่าโฆษณาในช่วงนี้เพิ่มตามไปด้วย

เครื่องดื่ม ผลจากการอดนอนเพื่อรลุนการถ่ายทอดสดฟุตบอล ทำให้กาแพกกลายเป็นเครื่องดื่มที่ตรงใจแฟนบอลที่สุดตลอดช่วงการแข่งขัน ยอดขายกาแฟสำเร็จรูปมีมูลค่าเพิ่มขึ้นกว่า 200 ล้านบาท เครื่องดื่มอีกประเภทที่ได้รับประโยชน์จากการแข่งขันฟุตบอลคือ เครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้นประมาณ 700 ล้านบาท

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บรรดาแฟนฟุตบอลที่ติดตามลุนทีมต่าง ๆ ที่ตนเองชื่นชอบ และคงต้องหาอาหารรองท้องที่สะดวก ประหยัดเวลามารับประทาน คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ก็มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 150 ล้านบาท

นอกจากธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์จากการแข่งขันฟุตบอลดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น ธุรกิจได้ดินอย่างการพนันบอลก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้ผลประโยชน์มหาศาล หลังจากฟุตบอลโลกที่สหรัฐอเมริกาเป็นเจ้าภาพเมื่อปี พ.ศ.2537 สิ้นสุด การพนันฟุตบอลในเมืองไทยได้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว สาเหตุเนื่องมาจากประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับความเป็นไปของฟุตบอลรายการต่าง ๆ อย่างละเอียดจากสื่อต่าง ๆ ประกอบกับมาตรฐานในการกำหนดอัตราต่อรองของโต๊ะรับพนันฟุตบอลในเมืองไทยยังได้รับการพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับและเข้าใจของนักการพนันมากขึ้น การพนันฟุตบอลจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ตลาดหุ้นในประเทศตกอยู่ในภาวะชบเซา นักเล่นหุ้นบางส่วนจึงเริ่มหันมาให้ความสนใจในการต่อรองฟุตบอลมากขึ้น

บริษัท ศูนย์ข้อมูลวิจัยกสิกรไทย จำกัด เคยประเมินว่า มูลค่าตลาดพนันฟุตบอลต่างประเทศปีพ.ศ.2539 ในเมืองไทยสูงถึง 48,800 ล้านบาท โดยประเมินจากรายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ลีก โคคา โคล่า ลีกคัพ และเอฟ เอ คัพ ของอังกฤษ , กัลโช ซีรีส์ เอ และโคปปา อิตาเลีย ของอิตาลี บุนเดสลีก้าและเดเอฟเบ โพคาลของเยอรมัน, ยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก (ยูโรเปียนคัพ) , คัพ วินเนอร์ส คัพ และยูฟ่าคัพ ทั้งหมดนี้เป็นรายการหลัก ๆ ของทุกปี และเป็นรายการแข่งขันฟุตบอลในต่างประเทศที่นิยมเล่นการพนันกันมากในเมืองไทย

วงการพนันฟุตบอลในแต่ละคู่โดยปกติจะมีมูลค่าประมาณ 100-200 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม สำหรับรายการยูโร' 96 คาดว่าจะมีการเล่นได้เสียถึง 10,000 ล้านบาท ในจำนวนนี้รวมถึงวงเงินที่เล่นกันเองในประเทศและที่อินเล่นข้ามประเทศ เนื่องจากในการแข่งขันครั้งนี้แต่ละทีมค่อนข้างจะมีฝีมือใกล้เคียงกันมาก อีกทั้งยังมีการถ่ายทอดสดทุกคู่ทุกสนาม ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุคทองของการพนันฟุตบอลทีเดียว แม้ว่าจะมีการเข้มงวดมากขึ้นในการจัดกุมเซียนฟุตบอลก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ลดความคึกคักในตลาดส่วนนี้ลงไปได้เท่าไร ปัญหาสำคัญคือ เมื่อเจ้าหน้าที่เข้าสืบสวนจับกุม มักขาดพยานหลักฐานที่จะเอาผิดกับผู้เล่นและเจ้ามือได้ โทษที่ได้รับแค่ขั้นปรับเท่านั้น ทำให้ไม่เป็นที่เกรงกลัวของบรรดานักเล่น

ในอดีตกลุ่มที่เล่นการพนันฟุตบอลเป็นการเล่นกันในเฉพาะกลุ่มผู้ที่สนใจและติดตามในกีฬาประเภทนี้ ลักษณะการเล่นก็เพื่อต้องการให้ลุ้นการแข่งขันได้สนุก เพราะโดยพื้นฐานแล้วกล่าวกันว่า คนไทยมีนิสัยรักการพนันอยู่แล้ว เมื่อผนวกกับการปลุกเร้าของสื่อมวลชนที่เสนอเบื้องหน้าเบื้องหลังวิเคราะห์ราคาต่อรอง โดยมีเป้าหมายที่ว่า “ไม่ได้สนับสนุนการพนัน แต่ก็ไม่อยากให้ผู้อ่านเสียเปรียบใคร” จึงทำให้ตลาดพนันแพร่สะพัดอย่างกว้างขวาง คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ เริ่มให้ความสนใจ ไม่น้อยหน้าการเล่นหวยเถื่อนและล็อตเตอรี่รัฐบาล

แหล่งใหญ่ของโต๊ะพนันบอลในกรุงเทพฯ คือ สีลม สุรวงศ์ เยาวราช ทรงวาด จักรวรรดิเจริญกรุง ประตูน้ำ บางกะปิ ยานนาวา ท่าพระ ส่วนต่างจังหวัดจะมีตามหัวเมืองใหญ่ ๆ เช่น หาดใหญ่ เชียงใหม่ พิษณุโลก ภูเก็ต พัทธยา จันทบุรี นครราชสีมา อุบลราชธานี และขอนแก่น โต๊ะที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่เคยติดต่อกับโต๊ะเดิม ๆ โต๊ะแต่ละแห่งจึงมีการเชื่อมโยงติดต่อแลกเปลี่ยนลูกค้าและราคาซึ่งกันและกัน คาดว่าปัจจุบันจะมีโต๊ะพนันบอลเปิดให้บริการไม่ต่ำกว่า 300 โต๊ะ (คู่แข่งธุรกิจ 17 มิ.ย.2539:3)

จะเห็นได้ว่า การแข่งขันฟุตบอลทั้งในระดับสโมสร และระดับชาติ ต่างก็ได้รับความสนใจจากสังคมมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถนำภาพการแข่งขันเผยแพร่ให้ผู้คนได้รับชมไม่ว่าจะอยู่ที่มุมไหนของเมืองไทย เมื่อผนวกกับพลังการปลุกเร้าของสื่อมวลชน ฟุตบอลต่างประเทศจึงแพร่ขยายอย่างรวดเร็ว สถานีโทรทัศน์หลายช่องทั้งฟรีทีวีและเคเบิลทีวีจึงพยายามที่จะนำเสนอการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศมากขึ้น เพื่อดึงดูดผู้ชมให้ติดตามสถานีของตน

สำหรับรายการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศที่มีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ฤดูกาล 1997-1998 ที่พอจะรวบรวมได้ มีดังนี้

รายการ	ประเทศ	สถานี
พรีเมียร์ลีก	อังกฤษ	ช่อง 7 , IBC , UTV
เอฟ เอ คัพ	อังกฤษ	ช่อง 7 , IBC
ลีกคัพ	อังกฤษ	ช่อง 7 , IBC
บุนเดสลีกา	เยอรมนี	ช่อง 3 , UTV
เด เอฟ เบ โทคาล	เยอรมนี	UTV
กัลโช ซีรีส์ เอ	อิตาลี	ช่อง 9 , IBC
โคปปา อิตาเลีย	อิตาลี	IBC
ยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก (ยูโรเปียนคัพ)	-	ช่อง 3 , IBC , UTV
คัพ วินเนอร์ส คัพ	-	ช่อง 7 , IBC , UTV
ยูฟ่า คัพ	-	ช่อง 7 , IBC
ฟุตบอลโลกรอบคัดเลือก	-	ช่อง 3 , ช่อง 7 , IBC , UTV
ฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรอเมริกาใต้	-	IBC , UTV
ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติบราซิล	บราซิล	IBC , UTV
ฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป (ยูโร)	-	ช่อง 7 , IBC
ฟุตบอลเมเจอร์ ลีก	สหรัฐอเมริกา	IBC , UTV
ฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรโลก	-	ช่อง 7 , UTV

ตารางที่ 1.1 แสดงรายการฟุตบอลต่างประเทศที่ถ่ายทอดสดฤดูกาล 1997-1998

จากรายการการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศข้างต้น รายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมมากที่สุด คือ การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก จากอังกฤษ เนื่องจากทัวร์นาเมนต์นี้ไม่ได้เป็นที่ชื่นชอบของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่มีทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจโดยเฉพาะช่วงที่ผ่านมา แมทช์นี้ได้ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง และจากยอดผู้ชมที่สถิติกว่า 8 ล้านคนจากเดิม 1.5 ล้านคน โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย เมื่อช่วงต้นฤดูกาล 1996 ก็เป็นการตอกย้ำถึงความสำเร็จของการแข่งขันทัวร์นาเมนต์นี้ได้เป็นอย่างดี

ก่อนหน้าที่แฟนกีฬาชาวไทยจะรู้จักกับเกมลูกหนังรายการพรีเมียร์ลีกและกลายมาเป็นแมทช์ที่ชื่นชอบกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันนั้น คือลูกหนังรายการนี้ได้มีบทบาทมาก่อนแล้วในนามของฟุตบอล “ดิวิชั่น 1” โดยมีกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่ติดตามผลการแข่งขัน ประกอบกับภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนกันน้อย จึงทำให้สถานะของทัวร์นาเมนต์นี้ในยามนั้นไม่ได้รับความสนใจจากประชาชนเท่าที่ควร

แต่หลังจากปี พ.ศ.2535 เป็นต้นมาฟุตบอล “ดิวิชั่น 1” ซึ่งได้เปลี่ยนชื่อเป็น “พรีเมียร์ลีก” ตามความพยายามของนายรูเพิร์ต เมอร์ด็อก (Rupert Murdoch) เจ้าของบริษัทโทรทัศนดาวเทียมคนสำคัญของอังกฤษ ที่ต้องการผลักดันให้ทัวร์นาเมนต์นี้เป็นเอกเทศไม่ใช่ฟุตบอลลีกเหมือนในอดีต จึงได้ชักชวนทีมในดิวิชั่น 1 ให้เข้าร่วมทัวร์นาเมนต์ใหม่โดยเสนอตัวเองเป็นผู้สนับสนุน

การสนับสนุนนั้นเป็นไปในลักษณะที่รูเพิร์ต ขอซื้อสิทธิผูกขาดการถ่ายทอดสดการแข่งขันแต่เพียงผู้เดียว โดยให้ค่าตอบแทนแต่ละทีมในอัตราที่สูง ผลก็คือประสบความสำเร็จอย่างมากเมื่อทีมดังในดิวิชั่น 1 ทั้งหมด ต่างก็เข้ามาอยู่ในสังกัด ในที่สุดวงการฟุตบอลอังกฤษก็ได้ปรับกระบวนการแข่งขันใหม่ คือ เมื่อดิวิชั่น 1 แยกตัวไป ทีมที่อยู่ในระดับดิวิชั่น 2 ก็เลื่อนขึ้นมาเป็นทีมดิวิชั่น 1 และทีมในดิวิชั่นอื่น ๆ ก็รับตัวเลขตามความเปลี่ยนแปลงนั้น

จากนั้นเป็นต้นมาศึก “พรีเมียร์ลีก” ซึ่งได้สิทธิการถ่ายทอดสดโดยเมอร์ด็อกก็ได้ถูกขายสิทธิการถ่ายทอดสดต่อไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกที่สนใจในฟุตบอลทัวร์นาเมนต์นี้ ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติลูกหนังอังกฤษครั้งแรก หลังจากอังกฤษได้ก่อตั้งฟุตบอลลีกมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2431 หรือเมื่อ 104 ปีที่ผ่านมา

แฟนกีฬาชาวไทยก็ได้รับอิทธิพลความเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ด้วยเมื่อสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้สิทธิการถ่ายทอดสดฟุตบอลดิวิชั่น 1 ก่อนหน้าแล้ว จึงได้ตกลงทำสัญญาซื้อสิทธิการถ่ายทอดสด “พรีเมียร์ลีก” ต่อ ท่ามกลางกระแสความสนใจกีฬาของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้น

อัจฉริยะลูกหนังเจ้าของฉายา “ย.โย่ง” เอกชัย นพจินดา ผู้คลุกคลีกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ตั้งแต่สมัยเป็นฟุตบอลดิวิชั่น 1 มานาน 20 ปีเต็ม กล่าวถึงความยิ่งใหญ่ของทัวร์นาเมนต์นี้ที่แผ่อิทธิพลมาถึงคนไทยว่า “เพราะอังกฤษคือต้นแบบการมีฟุตบอลอาชีพประเทศแรก อังกฤษเป็นศูนย์รวมของนักเตะชื่อก้องโลก เป็นต้นตำรับรูปแบบการเล่นที่ได้มาตรฐาน และอังกฤษมีประวัติศาสตร์การเล่นฟุตบอลมายาวนาน เมื่อทุกอย่างอังกฤษเป็นผู้เริ่ม จึงไม่แปลกที่ทัวร์นาเมนต์ดังกล่าว จะได้รับการยอมรับไปทั่วโลก”

อีกเหตุผลที่ “ย.โย่ง” มองว่าเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้แฟนกีฬาชาวไทยหันมาให้ความสนใจมากขึ้น คือการนำเสนอข่าวสารที่เป็นไปอย่างไร้พรมแดนของสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสนับสนุนของภาคเอกชน

สอดคล้องกับแนวคิดของสาริต กวีกุล อีกหนึ่งนักพากษ์จากช่อง 3 ก็ยอมรับว่าพรีเมียร์ลีกของอังกฤษเป็นรายการลูกหนังต่างประเทศเพียงทัวร์นาเมนต์เดียวที่เข้าถึงแก่นจิตใจคนทุกเพศทุกวัยได้ดีกว่าศึกลูกหนังรายการอื่น ๆ แม้กระทั่งฟุตบอลบุนเดสลีก้าที่พากษ์อยู่

ทรงอภิรัฐ สิงห์โต บรรณาธิการข่าวกีฬาจากช่อง 5 ก็มีความเห็นเช่นเดียวกับเอกชัย นพจินดา ที่ว่าอังกฤษนั้นคือต้นแบบฉบับของกีฬาฟุตบอล ซึ่งทุกประเทศควรเอาอย่าง โดยเฉพาะทัวร์นาเมนต์พรีเมียร์ลีกนั้น มีอิทธิพลต่อวงการกีฬาฟุตบอลไทยมาก เพราะนั่นคือที่มาของการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก ฟุตบอลกึ่งอาชีพของไทยที่ลอกเลียนแบบอังกฤษมาทุกขั้นตอน ดังนั้นพรีเมียร์ลีกจึงเป็นสิ่งที่แฟนบอลชาวไทยหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ผู้จัดการ 18 พ.ย.2539:35-36)

ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษนี้ จึงเป็นที่ใฝ่ฝันของบรรดาฟรีทีวีและเคเบิลทีวีทั้งหลาย โดยเฉพาะเคเบิลทีวีนั้น ถือได้ว่าการขับเคลื่อนในการขอซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดกันอย่างหนัก เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่ชัดเจนขึ้นและดึงดูดให้คนมาเป็นสมาชิกมากขึ้น โดยที่ทางไอบีซีและยูทีวีเองต่างก็พยายามให้ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสด และไอบีซีเองก็ได้สร้างความฮือฮาให้กับบรรดาคอลูกหนังในประเทศไทย เมื่อได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกมา ซึ่งนอกจากจะเป็นการจุดกระแสความนิยมของฟุตบอลรายการนี้ให้เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณแล้ว ยังเป็นการเพิ่มกระแสความนิยมให้กับตัวไอบีซีเองด้วย (ผู้จัดการ 18 พ.ย.2539:2)

ในเมืองไทยนั้น ไอบีสี่ เคเบิลทีวี นำฟุตบอลพรีเมียร์ลีก มาให้แฟนบอลชาวไทยชมตั้งแต่ 4 ปีที่แล้ว ซึ่งหลายคนเชื่อว่า ความหลงใหลฟุตบอลของแฟนบอลชาวไทย ทำให้ไอบีสี่กลายเป็นผู้นำตลาดเคเบิลทีวีได้ในปัจจุบัน (คู่แข่งธุรกิจ 11 ส.ค.2540:3)

ปัจจุบันรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลถือเป็นจุดขายที่สำคัญของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีในเมืองไทย รายการถ่ายทอดกีฬาสำคัญ ๆ ที่เป็นลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวของไอบีสี่ เป็นจุดขายที่สำคัญในการดึงดูดลูกค้า ประกอบด้วยการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในอังกฤษ โดยไอบีสี่ถือลิขสิทธิ์ทั้งพรีเมียร์ลีก เอฟเอคัพ และโคคา โคล่า ลีกคัพ ล่าสุดยังได้ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดการแข่งขันในระดับดิวิชั่น 1 ด้วย

การแข่งขันฟุตบอลอาชีพในอิตาลี ทั้งกัลโช่ ซีรีส์เอ และโคปปา อิตาเลีย การแข่งขันฟุตบอลอาชีพในฝรั่งเศส (ดิวิชั่น 1) การแข่งขันฟุตบอลสโมสรทวีปยุโรปทั้ง 3 ด้วย ได้แก่ ยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก , คัพ วินเนอร์ส คัพ และยูฟ่าคัพ นอกจากนี้ยังมีรายการที่ถ่ายทอดผ่านทางอีเอสพีเอ็น (ESPN) อีกด้วย เช่น การแข่งขันฟุตบอลบราซิลเลียน คัพ (คู่แข่งรายสัปดาห์ 14 ก.ค.2540:11)

ส่วนยูทีวี แม้จะอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบไอบีสี่ไม่น้อย เพิ่มการถ่ายทอดสดฟุตบอลบนเดสลิทซ์ของเยอรมัน ฟุตบอลดิวิชั่นหนึ่งสเปน ฟุตบอลดิวิชั่นหนึ่งฮอลแลนด์ เป็นต้น ซึ่งทางยูทีวีเองคาดหวังว่ารายการถ่ายทอดสดที่เพิ่มขึ้นนี้ น่าจะสามารถทดแทนการได้สิทธิถ่ายทอดพรีเมียร์ลีก คู่แข่งขันคืนวันจันทร์ (Monday Night) เพียงวันเดียวได้ เนื่องจากฟุตบอลพรีเมียร์ลีกที่ไอบีสี่ยึดครองไว้นั้น ไอบีสี่มีฐานะเป็นเอ็กซ์คลูซีฟทั้งหมด ผู้ให้บริการรายอื่นไม่สามารถนำไปแพร่ภาพได้ ยกเว้นคู่แข่งขันคือวันจันทร์ (Monday Night) ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของอีเอสพีเอ็น และไอบีสี่เองก็ได้ทำสัญญาผูกมัดกับเจ้าของลิขสิทธิ์แบบระยะยาว (Long Term) ไว้ ซึ่งมีแฟนบอลจำนวนไม่น้อยที่เลือกไอบีสี่ เพราะฟุตบอลพรีเมียร์ลีก แทนที่จะเลือกความคมชัดของยูทีวี (ประชาชาติธุรกิจ 1 เม.ย. 2540:33)

ฟุตบอลอีกรายการหนึ่งที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ คือ ฟุตบอลบุนเดสลีก้าของเยอรมัน ซึ่งสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 นำเทปบันทึกการแข่งขันมาเผยแพร่เมื่อ 5-6 ปีก่อน ซึ่งประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่ก็ไม่ได้ถึงที่สุดยอด เนื่องจากคนไทยนั้นไม่ชอบ "ของแห้ง" และข่าวคราวฟุตบอลบุนเดสลีก้าเอง ก็ไม่ได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากภาษาเยอรมันนั้นไม่คุ้นหูคนไทยเท่าภาษาอังกฤษ และผู้ที่ชื่นชอบเกมลูกหนังเยอรมันก็ยังมีไม่มาก

ฟุตบอลบุนเดสลีก้า นั้น แม้ว่าจะยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควรนัก แต่ใครที่เคยชมภาพการแข่งขันฟุตบอลเยอรมัน ต่างก็ยอมรับในเทคโนโลยีการถ่ายภาพ และมุมมองของชาวเยอรมันว่าสุดยอดทั้งสิ้น หลังจากที่ยูทีวี ตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ให้แฟนบอลชาวไทยได้ชมกัน ในขณะที่ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ซึ่งประสบความสำเร็จในหมู่แฟนบอลชาวไทยและไอบีซี ที่ได้ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมาหลายปี กำลังถูกท้าทาย เพราะด้วยจุดเด่นด้านเทคโนโลยีของช่างภาพชาวเยอรมัน ที่ให้มุมมองของการถ่ายทอดได้ดีที่สุด เมื่อมาผนวกกับการส่งสัญญาณผ่านระบบเคเบิลใยแก้วนำแสงของยูทีวี ที่ให้ภาพคมชัดราวกับอยู่ขอบสนาม และมีมุมมองที่ให้ภาพในมุมแตกต่างกันเกินกว่าสายตาคนธรรมดาจะสัมผัสได้อีก จะทำให้ฟุตบอลบุนเดสลีก้าประสบความสำเร็จได้ไม่ยากเย็นนัก (คู่แข่งธุรกิจ 11 ส.ค. 2540:3)

การแข่งขันทางธุรกิจเคเบิลทีวีของ UTV และ IBC ต้องจบลง โดยที่ทั้งคู่ได้ผนวกกิจการกันในชื่อ UBC (United Broadcasting Corporation) เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2541 เหตุผลสำคัญอันเป็นที่มาของการรวมกิจการดังกล่าว มาจากปัญหาใหญ่จากผลกระทบอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงถึง 55 บาท / ดอลลาร์สหรัฐ ที่กลายเป็นต้นทุนมหาศาลของทั้งคู่ อันเนื่องมาจากการซื้อลิขสิทธิ์ดาวเทียม และนำเข้าซอฟต์แวร์รายการจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นช่องรายการที่ซ้ำซ้อนกัน ไม่ว่าจะเป็นช่องข่าวชั้นนำอย่าง CNN , BBC , CNBC ช่องกีฬา ESPN รายการสารคดีชื่อดังอย่าง Discovery Channel ช่องบันเทิง HBO , CINEMAX , TNT รวมถึงช่องเพลงอย่าง MTV และ CHANNEL <V> THAILAND เป็นต้น แต่เดิมทั้งคู่ต้องซื้อรายการเหล่านี้ด้วยต้นทุนที่สูงและสูงขึ้นอีกเป็นเท่าตัวจากผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนที่ตกต่ำมาตั้งแต่กลางปี 2540 แต่แม้จะไม่ได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน เจ้าตลาดเคเบิลทีวีทั้งคู่ก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโดยรวม

นายบุญคลี ปลั่งศิริ รองประธานกรรมการบริหาร บริษัทในเครือชินวัตร ให้ความเห็นว่า “ต่อไปรายการจะเหมือนกันทั้งสองบริษัท โดยจะคัดเฉพาะรายการเด่น ๆ มาเสนอ ด้านสมาชิกจะเลือกได้เฉพาะต้องการสมัครเป็นสมาชิกในระบบดาวเทียม หรือไฟเบอร์ออฟติกเท่านั้น ในด้านราคายังไม่มีการยืนยันว่าจะปรับหรือลดราคาลงมา” (กรุงเทพธุรกิจ 17 ก.พ.2541:12)

จากการรวมกิจการเคเบิลทีวีมาเป็น UBC ดังกล่าว รายการต่าง ๆ ที่ซ้ำซ้อนกันก็จะคงไว้ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่มีชื่อเสียง สำหรับรายการใดที่ UTV มีแต่ IBC ไม่มี เช่น ลิขสิทธิ์ฟุตบอลบุนเดสลีก้า หรือรายการที่ IBC มีแต่ UTV ไม่มีอย่าง ลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ, กัลโชเซียร์ส เอ อิตาลี ก็ก็นำรายการดังกล่าวมารวมกัน ในจุดนี้ถือว่าสมาชิกจะได้ผลประโยชน์ เพราะจะได้ชมฟุตบอลทั่วโลก หลายรายการ ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบัน UBC เป็นที่เดียวที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลรายการต่าง ๆ ไว้มากที่สุด

ทางด้านฟรีทีวีเอง ก็มีการแข่งขันทางด้านการนำเสนอการถ่ายทอดสดฟุตบอลเข้มข้นไม่แพ้เคเบิลทีวี ซึ่งปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่นิยมการถ่ายทอดโดยตรงจากต่างประเทศ ซึ่งต้องใช้เวลาของทางประเทศเจ้าภาพเป็นหลัก เช่น ฟุตบอลยุโรป มักจะมีการถ่ายทอดประมาณ 02.00 น. ตามเวลาในประเทศไทย เพราะพฤติกรรมของผู้ชมนิยมดูการถ่ายทอดสดมากกว่าเทป (ฐานเศรษฐกิจ 12 พ.ค. 2540:33-34)

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 ได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลบุนเดสลีก้า ซึ่งจะทำการถ่ายทอดสดทุกคืนวันศุกร์ แต่หากเวลาในการแข่งขันตรงกับละครหลังข่าว ก็จะทำให้น่าเสียดายที่ภาพการแข่งขันรายการสุดท้ายแทน และยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก รวมไปถึงการเป็นคู่สนับสนุนหลักทีมฟุตบอลทีมชาติไทยทุกระดับ ตั้งแต่ระดับเยาวชน จนถึงทีมชาติชุดใหญ่ ด้วยงบประมาณมากกว่าร้อยล้านบาท ซึ่งทำให้ได้สิทธิ์ถ่ายทอดสดเป็นเวลา 3 ปี เต็ม ถ้ามีทีมต่างประเทศเข้ามาเตะกับทีมชาติไทยในเมืองไทย ลิขสิทธิ์จะเป็นของช่อง 3 เสมอ แต่ถ้าทีมไทยออกไปเตะต่างประเทศ ก็จะขึ้นอยู่กับประเทศเจ้าภาพว่าจะขายลิขสิทธิ์ให้ใคร

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เคยได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลถ้วยซีริส เอ ของอิตาลี เมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้ว แต่ก็ต้องถอดการถ่ายทอดสดออกจากผังรายการ เนื่องจากประสบปัญหาขาดทุน เพราะความนิยมของผู้ชมยังมีน้อย การถ่ายทอดสดฟุตบอลจากต่างประเทศของช่อง 5 จึงไม่มีอีกเลย นอกจากภาพข่าวกีฬาเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในปีพ.ศ. 2540 ช่อง 5 ได้ทำการปรับปรุงปรับผังรายการใหม่ ด้วยการสร้างความชัดเจนในการนำเสนอรูปแบบรายการ โดยมีการเพิ่มรายการในลักษณะ Edutainment และการถ่ายทอดสดกีฬามากขึ้น (คู่แข่งธุรกิจ 23 ธ.ค.2539:4)

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก เอฟเอคัพ โคคา-โคล่า ลีกคัพ ฟุตบอลโลกรอบคัดเลือก ฟุตบอลยูฟ่า คัพ ฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรโลก เป็นต้น ซึ่งช่อง 7 เองได้เปรียบฟรีทีวีช่องอื่น ๆ ตรงที่ได้ลิขสิทธิ์พรีเมียร์ลีก แต่เพียงผู้เดียวในไทย นอกจากนี้ ยังได้ลิขสิทธิ์การแข่งขันฟุตบอลรายการต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีกมาก อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามาก เวลาของการแข่งขันตรงกับละครหลังข่าว ช่อง 7 จะนำเสนอเทปบันทึกภาพการแข่งขันเป็นรายการสุดท้าย (เช่นเดียวกับช่อง 3) โดยถือว่าละครหลังข่าวเป็นกลยุทธ์ในการดึงคนดูจากฟรีทีวีช่องอื่น ช่อง 7 จึงให้ความสำคัญกับแฟนกีฬาน้อยกว่าแฟนละครที่มีทั่วประเทศเกือบ 2 ล้านคน (ผู้จัดการ 7 มิ.ย. 2539:4)

สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในฤดูกาล 1996-1997 นำเสนอการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลถ้วย ซีริส เอ ของอิตาลี โดยมีสปอนเซอร์หลักเป็นเหย้าหยั่งดัง แต่ก็ต้องถอดรายการดังกล่าวออกจากผังรายการในฤดูกาลต่อมา ด้วยเหตุผลเดียวกับช่อง 5 นอกจากนี้ช่อง 9 ยังได้มีการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลเจ ลีก จากประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ฟุตบอลรายการดังกล่าวก็เป็นเพียงไฮไลต์ในรายการกีฬามากกว่าเป็นการถ่ายทอดสด

ในฤดูกาล 1998-1999 ช่อง 9 เป็นฟรีทีวีช่องเดียว ที่ได้รับลิขสิทธิ์เป็นผู้จัดถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ตลอดฤดูกาลแข่งขัน โดยซื้อลิขสิทธิ์จาก UBC เป็นจำนวนเงินกว่า 28 ล้านบาท รวม 30 นัด ซึ่ง UBC เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง จะรับสัญญาณจากประเทศอังกฤษวันเสาร์ละ 3 คู่ เป็นสัญญาณสด 2 คู่ และเทป 1 คู่ โดย UBC จะเป็นผู้เลือกถ่ายทอดการแข่งขันก่อน ทำให้การถ่ายทอดสดของช่อง 9 จะไม่ถ่ายทอดซ้ำกับคู่ที่แพร่ภาพทาง UBC

นางอรสา คุณวัฒน์ แสดงความเห็นว่า

"แม้ว่าช่อง 9 จะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นรายการที่มีคุณภาพ ที่แฟนกีฬาชาวไทยให้ความสนใจติดตามชมจำนวนมาก ตลอดจนจะเป็นการช่วยกระตุ้นให้เยาวชนของชาติเกิดความตื่นตัว และสนใจในการเล่นกีฬา ถือว่าคุ้มค่างบประมาณที่เสียไป" (กรุงเทพธุรกิจ 5 ส.ค.2541 : 12)

สำหรับคู่ที่มีการถ่ายทอดสดทาง UBC นั้น ลิขสิทธิ์ฟรีที่ยังคงอยู่กับช่อง 7 ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับว่า ช่อง 7 จะดำเนินการแพร่ภาพอย่างไรต่อไป

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 มีการปรับปรุงผังรายการให้มีสัดส่วนรายการกีฬามากขึ้น ปัจจุบัน ได้เซ็นสัญญาซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลยูฟ่า แชมเปียนลีก ใช้งานได้ 3 ปี โดยใช้งบประมาณสูงถึง 20 ล้านบาท ไม่นับรวมค่าจัดการอื่น ๆ เช่น ค่าดาวเทียม ค่าเวลาการออกอากาศ เป็นต้น (กรุงเทพธุรกิจ 30 ก.ย.2540:7) ช่อง 11 เคยได้รับคำชมมาแล้วจากการถ่ายทอดสดกีฬาโอลิมปิก ครั้งที่ 26 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา หรือแอตแลนต้าเกมส์ เนื่องจากจุดเด่นของช่อง 11 คือไม่มีโฆษณามาคั่นระหว่างการถ่ายทอด รวมไปถึงมีทีมพากษ์ระดับอาชีพ

จากการตื่นตัวในเรื่องการติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศ ทำให้เกิดกระแสหนึ่งที่น่าสนใจไม่แพ้เกมส์การแข่งขันเลย คือแฟนฟุตบอลมีการรวมกลุ่มกันตั้งเป็นแฟนคลับ เพื่อเชียร์ทีมในดวงใจของพวกเขา ซึ่งการรวมกลุ่มของคนเชียร์ฟุตบอลต่างประเทศในเมืองไทยนี้ เริ่มมาตั้งแต่ 15-20 ปีที่แล้ว แต่เนื่องจากในยุคนั้นสื่อประเภทต่าง ๆ ยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศเหมือนปัจจุบัน การรวมกลุ่มจึงจำกัดอยู่ในกลุ่มแคบ ๆ เท่านั้น โดยมากจะเป็นกลุ่มของคนต่างชาติที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย หรือเป็นกลุ่มนักเรียนไทยที่เคยไปศึกษาต่อที่ต่างประเทศ แฟนบอลเหล่านี้ไม่ได้จัดตั้งแฟนคลับขึ้นมาเป็นรูปธรรม เพียงแต่มีการนัดรวมตัวกันไปเชียร์ทีมที่ตนเองชื่นชอบตามร้านอาหารหรือบ้านของคนในกลุ่ม แทบทุกครั้งที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอล (ผู้จัดการ 28 เม.ย.2540:5)

กระทั่ง 5-6 ปีที่ผ่านมา เมื่อโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจฟุตบอลต่างประเทศ โดยถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมบ่อยครั้งและมากขึ้นเป็นลำดับ กระแสความนิยมของฟุตบอลจึงได้ขยายวงกว้างออกไปอย่างไร้ขีดจำกัดและแพร่ระบาดไปในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพรีเมียร์ลีกของอังกฤษนั้น ถือเป็นลีกที่คนไทยให้ความสนใจและติดตามชมกันมากที่สุด เพราะมีทั้งแฟนบอลเกือบทุกรุ่น ทุกวัย

ในที่สุด ผลพวงจากกระแสดังกล่าวก็เริ่มปรากฏเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เมื่อแฟนบอลได้มีการรวมตัวกันจัดตั้ง “แฟนคลับ” ขึ้นมาอย่างจริงจังเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อกลางปี พ.ศ.2537 และแฟนคลับที่ถือกำเนิดเป็นแห่งแรกคือ “แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ไทยแลนด์ แฟนคลับ” ซึ่งเป็นการรวมตัวของแฟนฟุตบอลทีม “ปีศาจแดง” ในเมืองไทยนั่นเอง หลังจากนั้นก็มีแฟนคลับลิเวอร์พูลเกิดขึ้นเป็นแฟนคลับที่สอง และตามติดด้วยแฟนคลับอีกหลายต่อหลายทีม ซึ่งแฟนคลับทีมในพรีเมียร์ลีกของอังกฤษจะมีเกือบทุกทีมเลยทีเดียว อย่างไรก็ตาม การตั้งแฟนคลับไม่ได้จำกัดตัวอยู่ที่พรีเมียร์ลีกแต่เพียงอย่างเดียว ในลีกอื่น ๆ เช่น กัลโช่ ซีรีส์เอ ของอิตาลี หรือบุนเดสลีก้าของเยอรมัน ก็มีแฟนคลับเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปธรรมประการหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงกระแสนิยมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ

จากประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าฟุตบอลต่างประเทศเข้ามามีบทบาทต่อผู้ชมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะปัจจัยหลัก 2 ประการที่ทำให้กระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อันได้แก่ การเกิดขึ้นของซูเปอร์สตาร์และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการปลุกเร้าความนิยมให้เกิดขึ้น ผู้ชมที่ได้ติดตามชมก็จะยิ่งชื่นชอบในกีฬาฟุตบอล และกับผู้ที่ เป็นวัยรุ่นด้วยแล้ว ก็จะมีแรงจูงใจในการติดตามชมที่แตกต่างกับคนในวัยอื่น ๆ เนื่องจากวัยรุ่นยังเป็นวัยที่มีการพัฒนาการทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคมเป็นลักษณะเฉพาะไม่เหมือนวัยอื่น ๆ ก็จะรับภาพซูเปอร์สตาร์เหล่านั้นไว้ในใจ นอกจากนี้ยังเป็นวัยที่จะถูกชักจูงได้ง่าย ซึ่งการพนันก็เป็นเหมือนสิ่งล่อใจให้เข้าไปลอง เพราะมีการได้เงินง่าย และในการติดตามการถ่ายทอดสดนั้น วัยรุ่นก็จะมีการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดจากสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ เป็นต้น เพื่อนำมาเป็นการเสริมข้อมูลที่ตนเองมีอยู่ หรือเป็นการแสวงหาข้อมูลที่ตนเองอยากรู้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นอื่น ๆ อีกที่น่าสนใจในการศึกษาว่าการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่นเป็นอย่างไร

ปัญหานำวิจัย

1. วิทยุรุ่นมีพฤติกรรมการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศเป็นอย่างไร
2. แรงจูงใจในการชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวิทยุรุ่นเป็นอย่างไร
3. ทักษะคติของวิทยุรุ่นที่มีต่อการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศเป็นอย่างไร
4. วิทยุรุ่นมีการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวิทยุรุ่น
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวิทยุรุ่น
3. เพื่อศึกษาทักษะคติของวิทยุรุ่นในการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวิทยุรุ่น

สมมติฐานในการวิจัย

1. วิทยุรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับชม แรงจูงใจ ทักษะคติ และการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศแตกต่างกัน
2. ทักษะคติของวิทยุรุ่นที่มีต่อการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม
3. พฤติกรรมการรับชมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวิทยุรุ่น

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาผู้ชมวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 14-25 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เคยหรือติดตามชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศในปัจจุบัน
2. ระยะเวลาที่ทำการศึกษา จะมุ่งศึกษาการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ในฤดูกาล 1997-1998
3. จะศึกษาทั้งฟรีทีวี 5 ช่อง ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 , สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 , สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 , สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (ยกเว้นไอทีวี เนื่องจากระยะเวลาที่ก่อตั้งสถานีไม่นานพอที่จะศึกษาผังรายการ) และเคเบิลทีวี อันได้แก่ ยูบีซี ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมสถานีที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล และครอบคลุมถึงลักษณะการบริหารสถานีในรูปแบบต่าง ๆ กัน คือ รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชน

นิยามศัพท์

1. **แรงจูงใจในการชม** หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการและความพึงพอใจในการชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ
2. **พฤติกรรมการรับชม** หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ในการชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น อันได้แก่ ความถี่ในการชม ช่วงเวลาที่ชม รายการที่ชม เป็นต้น
3. **ผู้ชมวัยรุ่น** หมายถึง กลุ่มผู้รับสารที่มีอายุระหว่าง 14-25 ปี ที่เคยหรือติดตามชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเป็นประจำ
4. **การรับรู้ประโยชน์** หมายถึง ความเข้าใจ การยอมรับรู้ การมองเห็นประโยชน์ ผลตอบแทนในเนื้อหาสาระด้านต่าง ๆ ที่ผู้ชมได้จากการพบเห็น จดจำไว้ใช้ เมื่อรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมในการรับชม แรงจูงใจ ทักษะคิด และการรับรู้ประโยชน์ จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น
2. เป็นฐานข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาปรับปรุงการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศ หรือผลิตรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม
3. ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายทอดสดกีฬาประเภทอื่น ๆ ให้กว้างขวางและละเอียดต่อไป