

## บทที่ 6

### สรุป

การวิจัยเรื่อง “การตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย” เป็นการศึกษา เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างทางด้านการตลาดของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย รวมทั้งเพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนวิธีการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ การบริหารรายการ การมีส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการนำเสนอ และการใช้การส่งเสริมการตลาด มีการใช้แนวคิดทางด้านการตลาดใดเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจนี้

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีผู้ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ทั้งจากผู้เกี่ยวข้องทางสถานีโทรทัศน์ บริษัทที่ขอซื้อเวลาสถานีเพื่อออกอากาศรายการฟุตบอล ผู้บรรยาย สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล นักกีฬาฟุตบอล และผู้ที่เป็นผู้ชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์

ซึ่งผลการวิจัยสามารถที่จะสรุปได้ว่า ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่มีผลประโยชน์มหาศาล และยังเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง ทั้งทางฟรีทีวี และ เคเบิลทีวี ซึ่งผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้จำเป็นที่จะต้องใช้แนวคิดทางด้านการตลาดเข้ามาใช้ในการบริหารธุรกิจนี้ โดยที่จะต้องมีส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P มาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆโดยทั่วไป ซึ่งปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของรายการก็คือ ผู้ชมรายการ และ จำนวนผู้สนับสนุนรายการ

จากความนิยมที่มีต่อกีฬาฟุตบอลของคนไทยที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้ชมจากในอดีตที่เป็นเพียงผู้ที่เล่นกีฬานี้ แต่ในปัจจุบันฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีผู้ชมอยู่ในกลุ่มทุกเพศทุกวัย ทำให้ทางสถานีโทรทัศน์เริ่มที่จะให้ความสนใจในรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มากขึ้น อย่างไรก็ตามความนิยมในกีฬาฟุตบอลของคนไทยนั้น จะมีการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศในทวีปยุโรปมากกว่า การแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศเอง จะ

เห็นได้จากการที่สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ มีการนำเสนอรายการฟุตบอลของต่างประเทศ มากกว่ารายการฟุตบอลในประเทศไทยเราเอง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยทางด้านความเป็นกีฬาฟุตบอลอาชีพ มาตรฐานการเล่นของทีมต่าง ๆ ซึ่งเป็นทีมในระดับโลก ความสามารถเฉพาะตัวของผู้เล่น รวมทั้งระบบการจัดการแข่งขันที่ดีกว่า ทำให้ความแตกต่างทางด้านความนิยมเกิดขึ้น

ในการดำเนินธุรกิจนี้จะมีวงจรความสัมพันธ์กันเกิดขึ้น ในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ประกอบไปด้วย เจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดรายการ ตัวรายการฟุตบอล สถานีโทรทัศน์ บริษัทผู้ซื้อเวลาสถานี ผู้บรรยายการแข่งขัน ผู้ชม ผู้สนับสนุนรายการ และ สื่อมวลชน-นักข่าว องค์ประกอบทั้งหมดจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม แล้วแต่ว่าจะจะเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะใด นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบทางด้านความนิยมของรายการ และ เรตติ้ง มาเป็นตัวกำหนดทิศทาง และ แนวโน้มความสำเร็จของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ทั้งในด้านของผู้ชม และ รายได้

ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น มีลักษณะโครงสร้างทางการตลาดเช่นเดียวกับธุรกิจสินค้า และ บริการทั่วไป กล่าวคือจะต้องมีผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ พ่อค้าคนกลาง ตลาด ช่องทางในการจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และ ผู้บริโภค ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวนี้สามารถที่จะเห็นได้อย่างชัดเจน กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ผลิตก็คือ ผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอด เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รายการฟุตบอล โดยที่มีการซื้อขายผ่านทางพ่อค้าคนกลาง อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ ทั้งฟรีทีวี และเคเบิลทีวี รวมทั้งบริษัทต่าง ๆ ที่เข้าไปขอซื้อลิขสิทธิ์จากผู้ผลิตโดยตรง จากนั้นจึงมีการนำเสนอผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่าย ทางสถานีโทรทัศน์ โดยที่จะต้องมีการบริหารตัวรายการ มีการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะ เป็นอัตราค่าโฆษณา หรืออัตราค่าสมาชิกทางเคเบิลทีวี รวมทั้งมีการใช้การส่งเสริมการตลาดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายการให้เป็นที่รู้จัก และสนใจของผู้ชมมากขึ้น จนถึงขั้นตอนสุดท้ายในการที่ผู้ชม หรือผู้บริโภครับชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในที่สุด

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคมากที่สุดในการนำเสนอรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ก็คือ เรื่องของเวลาในการออกอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายทอดสดรายการฟุตบอลจากต่างประเทศ ทั้งนี้หากการถ่ายทอดสดดังกล่าว ตรงกับเวลาในประเทศไทยในช่วง Prime Time การถ่ายทอดสดรายการก็มักจะไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากทางสถานีจะต้องพิจารณาถึงรายการหลัก ซึ่งก็คือรายการละคร ซึ่งเป็นรายการที่มีกลุ่มผู้ชมมากกว่ารายการฟุตบอล ทำให้อาจจะต้องโยกรายการฟุตบอลไปเป็นการถ่ายทอดบันทึกการแข่งขันในช่วงดึก หรือ เช้าวันรุ่งขึ้นแทน อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวนี้อาจจะไม่เกิดกับทางเคเบิลทีวี เนื่องจากเคเบิลทีวีมีช่องทางการนำเสนออยู่หลายช่อง ทำให้สามารถจัดสรรรายการถ่ายทอดสดลงได้ นอกจากนี้เคเบิลทีวีก็เป็นช่องทางสำหรับกลุ่มผู้ชมเฉพาะ ซึ่งจะเลือกเป็นสมาชิกในรายการที่ตนสนใจนั่นเอง

ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มีลักษณะการใช้ส่วนประสมทางการตลาด เช่นเดียวกับการดำเนินธุรกิจชนิดอื่น ๆ โดยส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์จะเป็นการนำเสนอรายการที่มีคุณภาพดี เป็นที่สนใจของผู้ชม รายการฟุตบอลจากต่างประเทศจะมีสัดส่วนที่มากกว่ารายการฟุตบอลภายในประเทศ ซึ่งรายการที่เป็นที่นิยมมากที่สุดก็คือ รายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ อย่างไรก็ตามรายการฟุตบอลแต่ละรายการจะมีจุดเด่น และจุดด้อยที่แตกต่างกันไป ทำให้แต่ละรายการก็จะมีเอกลักษณ์เฉพาะรายการ และแนวโน้มของรายการในอนาคตจะมีการนำเสนอรายการที่เป็นรายการถ่ายทอดสดมากขึ้น เพราะจะได้รับ ความสนใจจากผู้ชมมากกว่า

ส่วนประสมทางด้านราคานั้น สามารถที่จะแยกออกได้เป็นสองส่วน คือราคาในแง่ของฟรีทีวี ได้แก่อัตราค่าโฆษณา และราคาในแง่ของเคเบิลทีวี เป็นราคาสำหรับผู้ชมที่จะต้องสมัครเข้าเป็นสมาชิกเพื่อรับชมรายการฟุตบอลที่ต้องการ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาก็คือ ความนิยมที่มีต่อรายการของผู้ชม ความสดของรายการ ซึ่งหากเป็นรายการถ่ายทอดสดก็จะสามารถกำหนดราคาได้สูงกว่ารายการบันทึกเทป รวมทั้งจะมีผู้ที่เข้ามาให้การสนับสนุนรายการมากขึ้นด้วย สำหรับอัตราค่าสมาชิกของเคเบิลทีวีนั้น จะมีปัจจัยอื่นมาเป็นตัวกำหนดราคาาร่วมด้วย เช่น รายการอื่นๆที่ทางเคเบิลทีวีแต่ละรายนำเสนอ หรือ คุณภาพของภาพและเสียง เป็นต้น

รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์จะมีสถานีโทรทัศน์เป็นช่องทางในการนำเสนอ ซึ่งสถานีอาจจะเป็นเพียงช่องทางอย่างเดียว คือขายเวลาให้กับบริษัทต่างๆนำเอารายการฟุตบอลมาออกอากาศ หรือ มีสถานภาพของการเป็นตัวกลางร่วมด้วย คือ สถานีซื้อลิขสิทธิ์รายการเอง ดำเนินขั้นตอนต่างๆเองทั้งหมด รวมทั้งหาผู้สนับสนุนรายการเอง โดยการที่จะนำเสนอรายการทางสถานีโทรทัศน์นั้นจะต้องมีการใช้กลยุทธ์ทางด้านการจัดวางผังรายการ เพื่อให้ผู้ชมสามารถที่จะติดตามชมรายการของทางสถานีได้มากที่สุด ซึ่งกลยุทธ์ที่ทางสถานีโทรทัศน์นำมาใช้ในการจัดผังรายการฟุตบอลก็คือ กลยุทธ์แบบ *Theming* คือมีการจัดวางรายการฟุตบอลไว้เป็นประจำ เพื่อให้ผู้ชมสามารถที่จะติดตามชมได้อย่างต่อเนื่องและเป็นประจำ

การใช้ส่วนประสมทางการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น มีทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อให้ผู้ชมได้ทราบถึงรายการที่จะออกอากาศ การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สื่อมวลชนต่างๆนำข่าวคราวของรายการฟุตบอลของทางสถานีไปนำเสนอต่อผู้ชมอีกที และการใช้การส่งเสริมการขายเพื่อมาช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมหันมาให้ความสนใจในการติดตามชมรายการมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่งเสริมอื่นๆที่เป็นตัวช่วยในการส่งเสริมให้ผู้ชมหันมาให้ความสนใจ และติดตามชมรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มากขึ้น ได้แก่ สื่อมวลชนต่างๆ หนังสือพิมพ์กีฬา และสถานีวิทยุ Sport Radio FM99 ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง เพราะมีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลตลอด 24 ชั่วโมง มีการถ่ายทอดเสียงบรรยายการแข่งขันฟุตบอล

บอลตลอดทุกสัปดาห์ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้น และปลุกเร้าให้ผู้ชมยิ่งติดตามชมรายการฟุตบอลมากยิ่งขึ้น หรือจะเป็นกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเกิดของแฟนคลับผู้ชื่นชอบทีมฟุตบอลทีมต่างๆ ก่อให้เกิดพฤติกรรมติดตามความเคลื่อนไหวของวงการฟุตบอลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของ การดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น จะมีการใช้แนวคิดทางด้าน Product Oriented หรือ การตลาดที่มุ่งเน้นตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เพราะตัวรายการฟุตบอลนั้น ถ้ามีคุณภาพ ผู้ชมก็จะให้ความสนใจติดตามชมเอง แม้ว่ารายการฟุตบอลฟรีทีวีของอังกฤษจะเป็นรายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในหมู่ผู้ชมชาวไทย แต่รายการฟุตบอลอื่นก็มีผู้ชมเฉพาะของกลุ่มตัวเอง นอกจากนี้ผู้ชมที่เป็นผู้ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ก็มักจะติดตามชมรายการฟุตบอลต่างๆ อยู่เสมอ นั่นเอง นอกจากนี้ยังมีการใช้แนวคิดที่ถือผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Oriented) มาใช้ร่วมด้วย โดยนำรายการฟุตบอลที่มีผู้ชมให้ความสนใจต้องการชมมานำเสนอ เพราะจะทำให้รายการมีผู้ติดตามชม และทำรายได้ให้กับผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้ได้มากขึ้น

### ปัญหาและอุปสรรคในการทำวิจัย

เนื่องจากการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะลึกเป็นหลัก ทำให้ผู้วิจัยจะต้องเข้าไปคลุกคลีสัมผัสกับบุคคลมากมาย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มิอำนาจดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ บริษัทต่างๆ ผู้บรรยาย สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับรายการฟุตบอลทั้งใน และต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วทุกท่านก็ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามต่างๆ เป็นอย่างดี แต่ในบางกรณี ผู้วิจัยก็ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากบางส่วน โดยเฉพาะจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เนื่องด้วยปัญหาของความลับทางธุรกิจ ซึ่งผู้ที่ให้ข้อมูลให้ผู้วิจัยติดต่อไปเกรงว่า ผู้วิจัยจะเข้าไปล้วงความลับ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเลขต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประมาณจากการสอบถามจากบุคคลภายนอกอื่นๆ ที่พอจะมีข้อมูลอยู่บ้าง จนได้รับคำตอบที่คิดว่าใกล้เคียงที่สุด

อุปสรรคอีกอันหนึ่งที่เกิดขึ้นก็คือ เนื่องจากผู้ที่ผู้วิจัยติดต่อเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์นั้น ส่วนใหญ่แล้วเป็นบุคคลที่ค่อนข้างจะมีงานรัดตัวทำให้มีหลายคนที่ไม่สามารถจะติดต่อได้ จึงต้องติดต่อขอสัมภาษณ์บุคคลอื่นที่พอจะให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยนี้แทน ทำให้อาจได้ข้อมูลที่ไม่ค่อยเป็นรายละเอียดที่เจาะลึกมากนัก

ข้อจำกัดอีกอันหนึ่งที่เกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูลครั้งนี้ก็คือ การเสียชีวิตของ คุณ เอกชัย นพจินดา ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุดในการวิจัยครั้งนี้ โดยที่ผู้วิจัยสามารถที่จะทำการนัดกับคุณเอกชัยได้แล้ว นับว่าเป็นการเสียโอกาสที่สำคัญ รวมทั้งข้อมูลต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้อีกด้วย

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้นจะมีสัดส่วนของการนำเสนอรายการฟุตบอลจากต่างประเทศมากกว่ารายการฟุตบอลภายในประเทศ จึงทำให้ผู้ชมมีทางเลือกเพียงรายการฟุตบอลจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นสถานีโทรทัศน์ต่างๆน่าที่จะมีการนำเสนอรายการฟุตบอลภายในประเทศให้มีสัดส่วนต่อรายการฟุตบอลจากต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มที่สนใจติดตามชมรายการฟุตบอลในประเทศอีกกลุ่มหนึ่งด้วย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ปัจจุบันนี้นอกจากรายการมวยแล้ว รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เป็นรายการกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง โดยเฉพาะรายการที่เป็นการถ่ายทอดสด ทำให้ทางสถานีโทรทัศน์ต่างๆเริ่มที่จะนำเสนอรายการกีฬาประเภทอื่นๆมากขึ้น ซึ่งตลาดรายการกีฬาประเภทต่างๆกำลังเป็นที่สนใจมากขึ้นเช่นกัน จึงเป็นประเด็นที่ว่า จะทำการศึกษาต่อไปว่า มีลักษณะการดำเนินธุรกิจรายการกีฬาประเภทอื่นๆ ทางโทรทัศน์อย่างไร ซึ่งงานวิจัยนี้น่าที่จะช่วยเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวได้ต่อไป