

รายการกีฬา : เนื้อหารายการสำหรับโทรทัศน์ดิจิทัล Sports Program: Program Content for Digital Television

ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจือวงศ์*
Supasil Kuljitjuewong*

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000
Faculty of Communication Arts Rambhai Barni Rajabhat University
41 M.5 Tachang, Muang, Chanthaburi 22000

บทคัดย่อ

รายการกีฬาเป็นรายการประเภทความบันเทิงรูปแบบหนึ่ง ที่มีลักษณะตื่นเต้น ไร้อำนาจ และสร้างความสนุกสนานได้ตลอดการรับชมบนพื้นฐานของกฎกติกาการแข่งขัน อีกทั้งยังมีกีฬาให้เลือกหลายประเภทตามความชื่นชอบของผู้ชม โดยเฉพาะกีฬาประเภทมวยและฟุตบอล ที่มีฐานผู้ชมคนไทยเป็นจำนวนมากให้ความสนใจ นอกจากนี้รายการกีฬาจะอยู่ในความสนใจของผู้ชมแล้วยังช่วยสร้างการจดจำในช่องรายการ และสามารถนำมาต่อยอดเป็นรูปแบบรายการอื่นๆ ได้ เช่น สัมภาษณ์นักกีฬา ไฮไลท์การแข่งขัน การวิเคราะห์การแข่งขัน เป็นต้น ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลหลายช่องต่างซื้อลิขสิทธิ์รายการกีฬาจากทั้งในและต่างประเทศ โดยคาดหวังว่าจะสามารถสร้างเรตติ้งให้กับช่องรายการของตน ดังนั้น รายการกีฬาจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลในการสร้างเรตติ้งให้กับช่องรายการของตนนอกจากรายการละครและวาไรตี้

คำสำคัญ : รายการกีฬา เนื้อหารายการ โทรทัศน์ดิจิทัล

*Corresponding author. E-mail: supasil_k@hotmail.com

Abstract

Sports program is considered one of the entertainment programs that is exciting and stimulating and it also creates fun all the time while watching based on the rules of competition. It also sports a variety of categories based on the appreciation of the audience. Especially, the sport of boxing and soccer audience in Thailand which have a lot of Thai fan base. Apart from the fact that this type of program is very popular with a big group of audience, it also helps remembering the program channel and other types of program can be added to the channel such as interviewing athletes, sports highlight and match analysis etc. The digital television business operators have bought sports programs from inside and outside the country expecting that it would increase the rating for their channel. Therefore, sports program is another choice of digital television business operator in creating rating to their channels apart from soap operas and variety shows.

Keywords: Sports program, Content, Television digital

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ทำให้มีจำนวนช่องรายการเพิ่มขึ้นจาก 6 ช่อง เป็น 24 ช่องในปัจจุบัน และเป็น 48 ช่องในอนาคต ผลจากจำนวนช่องที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ผู้ชมยังมีจำนวนเท่าเดิม ทำให้การแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลหลายรายต่างมุ่งพัฒนาเนื้อหารายการให้มีคุณภาพเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม บนพื้นฐานของแนวคิดที่ว่า เนื้อหารายการคือส่วนที่สำคัญที่สุด ที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจในการรับชมได้เป็นอย่างดี หรือที่เรียกว่า “Content is king, and the queen is platform” (ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557ช; สุวิทย์ สาสนพิจิตร, 2557; Friedman, 2015) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหารายการประเภทให้ความบันเทิงอย่างละครวาไรตี้ และกีฬา

รายการกีฬามีการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มาโดยตลอดแต่ยังไม่ได้รับความนิยมเหมือนในปัจจุบัน โดยสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากเทคโนโลยีที่ยังไม่พัฒนามากนัก และกีฬายังไม่ได้รับการสนับสนุนเหมือนในปัจจุบัน ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบการรับชมกีฬาจึงเกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ขณะที่ในปัจจุบันการพัฒนาทางเทคโนโลยีและระบบอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงรายการกีฬาได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการกีฬาจากต่างประเทศ ประกอบกับการพัฒนาวงการกีฬาในประเทศไทย ทั้งระดับเยาวชนและระดับมืออาชีพในหลากหลายประเภทกีฬา ผู้ชมสามารถเข้าถึงรายการกีฬาได้มากขึ้น และทำให้รายการกีฬาเปลี่ยนจากรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม มาเป็นรายการแบบ “มวลชน” ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างทุกพื้นที่ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกแขนงอาชีพ แม้กระทั่งเด็กเล็กก็นิยมดูรายการกีฬากันมากขึ้น (ณัฐฐวัฒน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง, 2554)

พื้นฐานของรายการกีฬา คือ รายการที่ให้ความสนุกสนาน ความบันเทิง และความหลากหลายตามประเภทของกีฬาแต่ละชนิด ทำให้ผู้ชมสามารถเลือกรับชมได้ตามความสนใจของตน แต่สิ่งที่ทำให้รายการกีฬามีความแตกต่างกับเนื้อหาการรูปแบบอื่นๆ คือ เนื้อหาของรายการกีฬานั้นไม่สามารถคาดเดาได้ว่าผลการแข่งขันจะออกมาอย่างไร ซึ่งแตกต่างกับรายการประเภทอื่นๆ ที่สามารถกำหนดเนื้อหาการให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ ความไม่แน่นอนว่าผลการแข่งขันจะออกมาในลักษณะใดทำให้ผู้ชมเกิดความตื่นเต้น เร้าใจ และสร้างการติดตามตลอดทั้งการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้นแล้ว ผู้ชมรายการกีฬามักให้ความสนใจเป็นพิเศษกับทีมกีฬาหรือนักกีฬาที่ตนชื่นชอบ โดยสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นเสมือนผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) โดยหากทีมที่ตนชื่นชอบทำการแข่งขันในช่วงใดก็ตาม ก็พร้อมที่จะติดตามรับชมไปพร้อมกัน ดังนั้น หากผู้ชมเกิดความจงรักภักดี (Royalty) ในทีมกีฬาที่ตนชื่นชอบแล้ว หากสถานีได้นำเสนอการแข่งขันก็มีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้ชมติดตามรับชมรายการกีฬาผ่านทางสถานีนั้นด้วย



ความนิยมและคุณค่าของรายการกีฬา

รายการกีฬาคือรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ รายการประเภทนี้ได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก รองจากรายการละคร (เชมทศน์ พลเดช, 2558) ด้วยกฎกติกาของการแข่งขันของกีฬาแต่ละประเภทจึงช่วยสร้างความตื่นเต้น ความสนุกสนาน และความบันเทิงให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง หากรายการกีฬาประเภทใดที่มีทีมชาติไทย ลงแข่งขัน หรือเป็นทีมที่ผู้ชมชื่นชอบ ก็จะช่วยสร้างความจงรักภักดีในการติดตามเชียร์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายถึงการที่ผู้ชมจะเปิดช่องรายการนั้นอย่างต่อเนื่องด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กีฬาประเภทฟุตบอล และมวยที่มีคนไทยติดตามรับชมเป็นจำนวนมาก (กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และณัฐพล เลิศศรีมงคล, 2558) สอดคล้องกับประเภทรายการกีฬาส่วนใหญ่ที่ช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลได้นำเสนอ โดยมักจะเป็นกีฬาประเภทมวย และฟุตบอล (ตารางที่ 1) รายการกีฬายังเป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มักจะชื่นชอบกีฬาประเภทนั้น

ตารางที่ 1 รายการกีฬาสำคัญในประกาศ Must have และ Non-exclusive list

รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะ ในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 (Must have)	การแพร่เสียงแพร่ภาพ รายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. 2556 (Non-exclusive list)
1. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกีฬาซีเกมส์	1. รายการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยโลก
2. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการอาเซียน พาราเกมส์	2. รายการแข่งขันคอนเฟเดอเรชันส์คัพ
3. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย หรือเอเชียนเกมส์	3. รายการแข่งขันเอเชียนคัพนัดสุดท้าย และนัดที่มีทีมชาติไทยเข้าร่วมแข่งขัน
4. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการเอเชียน พาราเกมส์	4. รายการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์โลก และฟุตบอลชิงแชมป์เอเชีย
5. การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก	5. รายการแข่งขันเซปักตะกร้อชิงแชมป์โลก
6. การแข่งขันกีฬาสำหรับคนพิการหลายประเภท จากทั่วโลก หรือกีฬาพาราลิมปิก	6. รายการแข่งขันวอลเลย์บอล ระดับชิงแชมป์โลก
7. การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย	7. รายการแข่งขันเทนนิสเดวิสคัพ นัดที่มีตัวแทนจากชาติไทยเข้าร่วมแข่งขัน

ที่มา : สร้างขึ้นโดยผู้เขียน

เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง, 2554) นอกจากจะให้ความบันเทิง และช่วยผ่อนคลายความเครียดแล้ว รายการกีฬายังก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และความสามัคคีด้วย ดังผลการศึกษาของปริศนา แซ่อั้ง (2548) พบว่า รายการกีฬาสำหรับนักเรียนช่วยก่อให้เกิดคุณธรรม ส่งเสริมให้เป็นผู้มีน้ำใจนักกีฬา อดทน อดกลั้น รู้จักความสามัคคี และช่วยให้มีการตัดสินใจเล่นกีฬามากขึ้น นอกจากนั้นแล้ว ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง (2554) ได้อธิบายถึงคุณค่าของการรับชมรายการกีฬาที่จะเกิดผลดีกับผู้ชมในหลายด้าน ดังนี้

1. สร้างพลังใจในการทำงาน การชมกีฬาเป็นการปลดปล่อยความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน คลายความทุกข์ในจิตใจ ร่างกายและจิตใจรู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีความสุขใจมากขึ้น และเกิดการฟื้นฟูพลังใจในการทำงานขึ้นมาใหม่

2. ชีวิตมีความหวัง การชมกีฬาทางโทรทัศน์ทำให้เห็นความก้าวหน้าของทีม ผลการแข่งขันของทีมไม่ว่าจะแพ้หรือชนะ ทำให้อยากติดตามผลการแข่งขันของทีม ผู้ชมเกิดความหวังที่จะกลับมาเชียร์ชมรายการกีฬาเพื่อเชียร์ทีมที่ตนชื่นชอบในการลงแข่งครั้งต่อไป

3. เป็นแรงบันดาลใจ การได้เห็นนักกีฬาที่ตนชื่นชอบเรียนรู้ ฝึกฝน แข่งขัน และทุ่มเทจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงและเงินทองที่ได้รับจากการแข่งขัน เป็นการสร้างแรงบันดาลใจอย่างหนึ่งให้แก่ผู้ชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชีวิตของตนเองให้ประสบความสำเร็จได้

4. กระตุ้นให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ การที่ผู้ชมเชียร์กีฬาทีมเดียวกันกับผู้ชมคนอื่นในที่ทำงาน ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นพวกเดียวกัน และมีรสนิยมแบบเดียวกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันร่วมกัน จนนำไปสู่ความร่วมมือกัน การเห็นทีมกีฬาที่มีความรักความสามัคคีสามารถแข่งขันด้วยพลังสามัคคี ร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะสร้างความโดดเด่นให้แก่ตนเองเพียงคนเดียว เป็นการสร้างการเรียนรู้ทางอ้อมให้กับผู้ชมกีฬา

5. สร้างความตระหนักในคุณค่าของการทำงานเป็นทีม การดูกีฬาที่แสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของนักกีฬาหลายๆ คนในทีม ในการแข่งขันอย่างเต็มที่ จนบางครั้งสามารถพลิกสถานการณ์จากแพ้เป็นชนะ ย่อมสร้างความรู้สึกร่วมกันประทับใจ เห็นคุณค่าของความเป็นทีม การทำงานที่ต้องอาศัยทีมเป็นหลัก มิใช่ทำเพื่อตนเอง

ด้วยคุณค่าและความสำคัญดังกล่าว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของประชาชนที่ควรได้รับบริการโทรทัศน์อย่างเป็นธรรม รวมทั้งการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนด้อยโอกาสให้สามารถเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป จึงได้ออกประกาศที่เกี่ยวข้องกับรายการกีฬา เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาค จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญ



ที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 และหลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. 2556

รายการกีฬากับหลักเกณฑ์การเผยแพร่รายการโทรทัศน์

“Must Have” และ “Non-exclusive list”

ประกาศ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 หรือ “Must have” ซึ่งรายละเอียดของประกาศในฉบับดังกล่าวได้กำหนดให้รายการทีวีสำคัญให้ออกอากาศได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป หรือ ฟรีทีวี (Free TV) เท่านั้น รวมทั้งประชาชนที่รับชมช่องรายการฟรีทีวีผ่านช่องทาง (Platform) ต่างๆ อาทิ เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ก็สามารถรับชมได้เช่นกัน ซึ่งรายการโทรทัศน์ที่สำคัญดังกล่าว ประกอบด้วยรายการกีฬา 7 ประเภท ได้แก่ การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกีฬาซีเกมส์ (South-East Asian Games, SEA Games) การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการอาเซียนพาราเกมส์ (ASEAN Para Games) การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย หรือเอเชียนเกมส์ (Asian Games) การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการเอเชียนพาราเกมส์ (Asian Para Games) การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก (Olympic Games) การแข่งขันกีฬาสำหรับคนพิการหลายประเภทจากทั่วโลก หรือกีฬาพาราลิมปิก (Paralympic Games) และการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final) (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555, 2556) (ตารางที่ 1)

ส่วนประกาศ เรื่อง หลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. 2556 หรือ Non-exclusive list มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการผูกขาดรายการกีฬาสำคัญที่ผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้ครอบครองลิขสิทธิ์รายการกีฬาประเภทนั้นๆ โดยผู้ที่ได้ลิขสิทธิ์ต้องเสนอให้ช่องฟรีทีวีเข้าเจรจาเพื่อออกอากาศด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองประชาชนให้สามารถเข้าถึงรายการดังกล่าวได้อย่างแพร่หลาย โดยไม่ถูกจำกัดช่องทางการรับชม (หลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. 2556, 2556) ประกอบด้วยรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ 7 ประเภท ได้แก่ การแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยโลก การแข่งขันคอนเฟเดอเรชันส์คัพ การแข่งขันเอเชียนคัพนัดสุดท้าย และนัดที่มีทีมชาติไทยร่วมแข่งขัน รายการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์โลก และฟุตบอลชิงแชมป์เอเชีย รายการแข่งขันเซปักตะกร้อชิงแชมป์โลก รายการแข่งขันวอลเลย์บอลระดับชิงแชมป์โลก และรายการแข่งขันเทนนิสเดวิสคัพ นัดที่มีตัวแทนจากชาติไทยเข้าร่วมแข่งขัน (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. 2556, 2556) (ตารางที่ 1)

จากประกาศทั้ง 2 ฉบับ แสดงให้เห็นว่า กสทช. ให้ความสำคัญกับรายการประเภทกีฬา โดยมองว่ารายการกีฬาดังกล่าวนั้นเป็นรายการที่สำคัญ และคนไทยทุกคนควรมีสิทธิในการเข้าถึงรายการอย่างเท่าเทียมกัน

สำหรับด้านผู้ประกอบการนั้นพบว่า มีช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลหลายช่องเลือกถ่ายทอดสดรายการกีฬา โดยมีที่มาจากการซื้อลิขสิทธิ์ทั้งในและต่างประเทศมาออกอากาศในช่องรายการของตน โดยหวังว่าจะสามารถถึงความสนใจจากผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก (ตารางที่ 2)

จากตารางที่ 2 สะท้อนให้เห็นว่า ช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่มีการถ่ายทอดสดกีฬาทั้งในและต่างประเทศ ประเภทของกีฬามีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการการรับชมของผู้ชมที่แตกต่างกัน อาทิ มวย (14 รายการ / ร้อยละ 42.4) ฟุตบอล (12 รายการ / ร้อยละ 36.3) วอลเลย์บอล (3 รายการ / ร้อยละ 9) กอล์ฟ วายน้ำ และรถแข่ง (ประเภทละ 1 รายการ / ร้อยละ 3) ตามลำดับ

ความนิยมของรายการกีฬา

หากพิจารณาโดยภาพรวมสามารถกล่าวได้ว่า รายการกีฬานั้นได้รับความนิยมจากทั้งในและต่างประเทศ แต่อาจมีความแตกต่างกันในด้านของประเภทกีฬาที่ผู้ชมในประเทศนั้นให้ความสนใจ โดยผลการศึกษาของเว็บไซต์ท็อปไฟว์ (The World's Top 5 Most Watched Sporting Events, 2013) ได้ทำการสำรวจ 5 อันดับการแข่งขันกีฬาที่มียอดผู้ชมสูงสุดทั่วโลกพบว่า อันดับ 1 ได้แก่ ฟุตบอล รองลงมาคือ โอลิมปิกเกมส์ คริกเก็ต อเมริกันฟุตบอลอาชีพ และการแข่งขันรถแข่ง ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

นอกจากผู้ชมทั่วโลกจะให้ความสนใจในการรับชมรายการกีฬาแล้ว ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลงานทางวิชาการหลายเรื่องพบว่า รายการกีฬาเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมในประเทศไทยเช่นกัน อาทิ ผลการศึกษาของธัญญา ศรีวิฑูรย์ และพรทิพย์ เย็นจะบก (2558) พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครคาดหวังว่า อยากให้มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาต่างๆ ในโทรทัศน์ดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ประกันต์ วิชัยไพบลูย์ (2547) พบว่า ผู้ชมมีความรู้สึกชอบกีฬามวยปล้ำเพราะเป็นรายการที่สนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ ชอบในความน่าสนใจและน่าติดตามของเนื้อหา และการศึกษาของนิตยสารมาร์เก็ตติ้งอัปส์ (2556) ได้สำรวจพฤติกรรมและช่องทางในการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนไทยพบว่า ผู้ชมรายการกีฬาผ่านสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับสูงสุด

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า รายการกีฬาเป็นรายการที่ได้รับความนิยมและความสนใจจากผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ แต่จะมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของกีฬา ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ดิจิทัลจึงควรเลือกประเภทกีฬาที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมมาออกอากาศ ซึ่งจะช่วยสร้างการติดตามรับชมรายการได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 2 การนำเสนอเนื้อหารายการกีฬาของโทรทัศน์ดิจิทัล¹

ช่องรายการ	ชื่อรายการ	ประเภทกีฬา
ช่อง 8	- ฟุตบอลลา ลีกา สเปน 2014/2015 - 8 Max มวยไทย - เดอะแชมเปียน - HBO Boxing - UFC มวยกรง 8 เหลี่ยม	ฟุตบอล มวย มวย มวย มวย
ช่อง MONO 29	- Top King World Series - MONO 29 Big Fight	มวย มวย
ช่อง PPTV	- ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ 2015/2016 - ฟุตบอลบุนเดสลีกาเยอรมัน 2015/2016 - ฟุตบอล International Champion Cup - คีกราชดำเนินซูเปอร์ไฟต์ - ฟุตบอลแคปปิตอล วัน คัพ	ฟุตบอล ฟุตบอล ฟุตบอล มวย ฟุตบอล
ช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี	- โตโยต้า ไทย พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2015	ฟุตบอล
ช่อง true4U	- โตโยต้า ไทย พรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2015	ฟุตบอล
ช่อง 7	- คีกรมวยไทย 7 สี - วอลเลย์บอล World Grand Pix 2015 - ฟุตบอลเอฟเอคัพ แชมเปียนลีก อังกฤษ - ฟุตบอลเอฟซี แชมเปียนลีก อังกฤษ - กอล์ฟ ฮอนด้า แอลพีจีเอ ไทยแลนด์ - วอลเลย์บอลหญิงอุดมศึกษา แชมป์กีฬา 7 สี - แชมป์กีฬา 7 สี เจ้าสระ - การแข่งขันชกมวย คิก M-150 พิชิตโลก	มวย วอลเลย์บอล ฟุตบอล ฟุตบอล กอล์ฟ วอลเลย์บอล ว่ายน้ำ มวย
ช่อง 3 (ถ่ายทอดสด ทั้งช่อง 3SD ช่อง 3HD และ ช่อง 3 Family)	- วอลเลย์บอลหญิงชิงแชมป์โลกชุด U23 - มอเตอร์ จีพี 2015 - ฟุตบอลหญิงชิงแชมป์โลก ปี 2015 - ฟุตบอลโลกเยาวชนรุ่นอายุไม่เกิน 20 ปี ชิงแชมป์โลก ปี 2015 - ฟุตบอลชายหาดชิงแชมป์โลก ปี 2015 - คิกเจ้ามวยไทย	วอลเลย์บอล รถแข่ง ฟุตบอล ฟุตบอล ฟุตบอล มวย
Bright TV	- คิกแม่ไม้มวยไทย	มวย
ไทยทีวี	- มวยคิก AEC สะท้านโลก - มวยชิงแชมป์โลก	มวย มวย
ช่อง 9	- คิกอัครวินด์	มวย
ช่อง 5	- มวยไทยลุมพินีเกริกไกร	มวย

¹นับเฉพาะรายการกีฬาที่ออกอากาศสด ไม่นับรายการที่ออกอากาศย้อนหลัง และรายการประเภทข่าวกีฬา

ที่มา : สร้างขึ้นโดยผู้เขียน

ตารางที่ 3 การจัดอันดับกีฬาที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุดทั่วโลก

อันดับที่	ประเภทกีฬา	ประเภทรายการการแข่งขัน	จำนวนผู้ชมโดยประมาณ
1	ฟุตบอล	FIFA World Cup	700 ล้านคน
2	โอลิมปิกเกมส์	The Olympics	600 ล้านคน
3	คริกเก็ต	ICC Cricket World Cup Championship	200 ล้านคน
4	อเมริกันฟุตบอลอาชีพ	Super Bowl XLV	111.5 ล้านคน
5	การแข่งขันรถแข่ง	Monaco Grand Prix	25 ล้านคน

ที่มา : The World's Top 5 Most Watched Sporting Events (2013)

ถึงแม้ว่ารายการกีฬาจะเป็นรายการที่มีผู้ชมเฉพาะกลุ่ม แต่ด้วยลักษณะของเนื้อหา รายการที่สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย ทำให้รายการกีฬาสามารถเข้าถึง (Reach) และแพร่หลาย ไปสู่ประชาชนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้รายการกีฬาเปลี่ยนจากรายการเฉพาะกลุ่มมาเป็นรายการแบบ “มวลชน” ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างทุกพื้นที่ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกแขนงอาชีพ แม้กระทั่งเด็กเล็กก็นิยมดูรายการกีฬากันมากขึ้น (ณัฐจิวัดน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง, 2554)

กรณีศึกษา : ช่องไทยรัฐทีวีกับการสร้างความนิยมจากผู้ชมด้วยเนื้อหาการด้านกีฬา

ไทยรัฐทีวีเป็น 1 ใน 24 ช่อง ของโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทธุรกิจ ในหมวดความคมชัดสูง (Hi Definition: HD) ซึ่งหากพิจารณาจากประสบการณ์ของธุรกิจในอดีต ไทยรัฐทีวีเป็นช่องที่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้านธุรกิจโทรทัศน์ มีความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์ และการผลิตเนื้อหาด้านข่าว อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลตลอดระยะเวลากว่า 1 ปีที่ผ่านมาพบว่า ไทยรัฐทีวีสามารถสร้างความนิยมจากผู้ชม (Rating) จนติด 1 ใน 5 ของโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุด ถึงแม้ว่าช่องไทยรัฐทีวีจะใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับช่องรายการของตน เช่น การจำลองภาพเหตุการณ์ด้วยภาพเสมือน (Immersive TV) สร้างการมีส่วนร่วมจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์สู่ผู้ชมโทรทัศน์ และการคัดเลือกประเด็นข่าวที่น่าสนใจจากประสบการณ์การทำงานหลายสิบปี เป็นต้น แต่หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ไทยรัฐทีวีประสบความสำเร็จ คือ การเลือกนำเสนอเนื้อหาการด้านกีฬา โดยเฉพาะกีฬาประเภทฟุตบอลที่กำลังเป็นที่นิยมจากผู้ชมมากขึ้น ข้อมูลจากสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (2558) อ้างถึงในนิตยสารโพซิชันนิ่ง (2558) พบว่า การถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก รอบคัดเลือก 2018 ระหว่างทีมชาติไทยกับทีมชาติอิรัก ในวันที่ 8 กันยายน 2558 นั้นทำให้ช่องไทยรัฐทีวีมีเรตติ้งขึ้นนำเป็นอันดับ 1 สูงกว่าทั้งช่อง 3 และช่อง 7 เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเวลา

และเดือนเดียวกัน (ภาพที่ 1) และหากเปรียบเทียบกับรายการอื่นๆ ตามผังรายการปกติในวันเดียวกันของช่องไทยรัฐทีวี พบว่า รายการกีฬาสามารถทำเรตติ้งได้สูงกว่าถึง 13 เท่า

ช่วงที่ทำการเรตติ้งสูงสุดของช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น เดือน ก.ย. 2558		
ช่องดิจิทัล	เรตติ้ง	วันที่ทำสูงสุด
	7.519	8 กันยายน 2558
	6.519	15 กันยายน 2558
	3.980	1 กันยายน 2558

ที่มา : Nielsen POSITIONING

ภาพที่ 1 เปรียบเทียบเรตติ้งช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 7 และ ช่อง 3 เดือนกันยายน 2558
ที่มา : นิตยสารโพซิชั่นนิ่ง (2558)

วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของรายการกีฬา

นอกจากรายการกีฬาจะได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมากแล้ว รายการกีฬายังมีข้อดีอีกหลายประการ รวมทั้งข้อเสียของเนื้อหารายการประเภทนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลจึงควรเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกีฬาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม โดยการบริหารเนื้อหารายการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งผู้เขียนได้วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของรายการกีฬาไว้ ดังนี้

1. สามารถสร้างฐานผู้ชม และการจดจำได้ ดังที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นว่ารายการกีฬาอยู่ในความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ดังนั้น เมื่อนำเสนอรายการกีฬานิโทรทัศน์ดิจิทัลช่องใดก็มีแนวโน้มที่ผู้ชมจะเกิดความสนใจติดตามรับชม อันจะส่งผลเรตติ้งที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังเช่นการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกปี 2014 ของช่อง 8 บริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ที่สามารถสร้างเรตติ้งจำนวนผู้ชมสูงถึงร้อยละ 300 (กรุงเทพมหานครออนไลน์, 2557) อีกทั้งเมื่อผู้ชมรับชมรายการอย่างต่อเนื่องก็จะเกิดการจดจำช่องรายการนั้นได้ ซึ่งเป็นผลที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว เช่น การสร้างการรับรู้ การสร้างภาพลักษณ์ และการต่อยอดทางธุรกิจ เป็นต้น

2. ประเภทของกีฬาช่วยกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ กีฬาแต่ละประเภทจะมีลักษณะเนื้อหาที่เฉพาะตามแต่ละประเภทของกีฬา รวมทั้งวิธีการนำเสนอของรายการกีฬาก็จะถูกกำหนดโดยกฎกติกาการแข่งขันของกีฬาแต่ละประเภท ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ต้องเสียเวลาในการออกแบบหรือสร้างสรรค์เนื้อหารายการ และวิธีการนำเสนอให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้ชมเหมือนกับรูปแบบรายการประเภทอื่นๆ อาทิ รายการละครและวาไรตี้ ซึ่งต้องคิดและพัฒนาเนื้อหารายการให้น่าสนใจอยู่เสมอ

3. เนื้อหาของรายการมีคุณค่า เนื่องจากการแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทจะมีช่วงเวลาในการแข่งขันที่แน่นอน ณ ช่วงใดช่วงหนึ่ง แต่จะไม่แข่งขันทุกวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาบางประเภทที่ใช้ระยะเวลาสั้นกว่าจะถึงเวลาแข่งขัน อาทิ ฟุตบอลโลก ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป (4 ปี/ครั้ง) และหากพลาดการรับชมในช่วงเวลาดังกล่าว ก็ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะมีการถ่ายทอดสดอีกครั้ง ถึงแม้ว่าจะสามารถรับชมการบันทึกผลการแข่งขันย้อนหลังได้ แต่เนื่องด้วยผลการแข่งขันได้ออกมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำให้ขาดความตื่นเต้นเร้าใจซึ่งไม่เป็นที่นิยมจากผู้ชม ทำให้รายการประเภทนี้จึงมักมีรูปแบบรายการถ่ายทอดสด ดังนั้นรายการกีฬาจึงมีคุณค่ามากกว่ารายการปกติทั่วไปที่ออกอากาศอย่างสม่ำเสมอ ผู้ชมสามารถรับชมได้ตามผังรายการปกติของสถานี และหากพลาดการรับชมก็ยังสามารถรับชมรายการย้อนหลังได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากรายการประเภทนั้น เป็นรายการประเภทบันทึกเทป การรับชมตามผังรายการและการรับชมรายการย้อนหลังจากช่องทางอื่นอาจไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

4. สามารถนำมาต่อยอดเป็นรูปแบบรายการอื่นๆ ได้ ถึงแม้ว่ารายการกีฬาจะนิยมรับชมสด (Live) แต่ภายหลังการแข่งขันจบลง ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการดังกล่าว มาพัฒนาและต่อยอดเพื่อนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ เช่น ไฮไลท์การแข่งขัน วิเคราะห์ผลการแข่งขัน และสัมภาษณ์ผู้แข่งขัน เพื่อเป็นการบริหารเนื้อหาที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ารายการกีฬาจะได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก และมีข้อดีหลายประการ แต่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลก็ควรกำหนดให้รายการกีฬาเป็นรายการหลักของสถานี แต่ควรใช้เป็นรายการเสริมเพื่อกระตุ้นความสนใจผู้ชมในโอกาสที่เหมาะสมเท่านั้น ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. เนื้อหารายการกีฬามีอายุสั้น ถึงแม้ว่ารายการกีฬาจะมีลักษณะให้ความบันเทิงคล้ายกับรายการละคร แต่เสน่ห์ของรายการกีฬา คือ ความสดใหม่ และการลุ้นผลการแข่งขันตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของรายการกีฬา (ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง, 2554) การรับชมผ่านการถ่ายทอดสดโดยไม่ทราบผลการแข่งขันล่วงหน้าสร้างความตื่นเต้นและติดตามได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อผลการแข่งขันจบลงจะไม่นิยมนำมาออกอากาศซ้ำ (Re-match) เหมือนรายการละครที่สามารถนำมาฉายซ้ำได้ใหม่ (Re-run)



หรือนำมาสร้างใหม่ (Re-make) ก็ยังคงอยู่ในความสนใจของผู้ชมบางกลุ่ม ส่วนรายการกีฬา หากนำมาออกอากาศซ้ำก็มักจะนำเสนอในรูปแบบอื่น อาทิ ไฮไลท์การแข่งขัน หรือการสรุปผลการแข่งขัน ดังนั้น หากผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลพึ่งพารายการกีฬาเพียงอย่างเดียว ก็อาจส่งผลให้ช่องรายการมีเรตติ้งสูงขึ้นเฉพาะช่วงที่มีการแข่งขันกีฬาเท่านั้น ดังเช่นผลการศึกษาของ Nielsen Arianna พบว่า ช่วงเวลาที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลคิงคัพจะมีเรตติ้งสูงขึ้นมาก (สูงสุดที่ 6.0%) แต่ภายหลังจบการแข่งขันเรตติ้งก็จะกลับมาสู่ระดับปกติ (กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และณัฐพล เลิศศรีมงคล, 2558) เช่นเดียวกับช่วงเวลาของการถ่ายทอดกีฬาเอเชียนเกมส์ ระหว่างวันที่ 19 กันยายน-4 ตุลาคม 2557 ของช่อง 5 และช่อง 9 ที่มีเรตติ้งเพิ่มขึ้น แต่เป็นการเพิ่มขึ้นเพียงชั่วคราว หลังจากนั้นก็ค่อยๆ ลดลงอย่างต่อเนื่อง (พีรดา พรนิมิตเลิศเจริญ, 2558)

2. ลิขสิทธิ์ของกีฬาบางประเภทมีราคาสูง ลิขสิทธิ์ของรายการกีฬาและการดำเนินการในส่วนต่างๆ นั้นมีราคาสูงมาก โดยเฉพาะลิขสิทธิ์รายการจากต่างประเทศ (ฐิติมาศ จันทราภิรมย์, 2557) ซึ่งรายการกีฬาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น มีทั้งรายการกีฬาจากในและต่างประเทศ โดยรายการกีฬาจากต่างประเทศนั้นมีความจำเป็นต้องติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์เพื่อมาเผยแพร่ในประเทศไทย เช่น ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ (Premier League English) ฟุตบอลกาลโซ่ เซเรีย อา อิตาลี (Calcio Serie A Italy) และฟุตบอลลา ลีกา สเปน (Spain LA Liga) ซึ่งทุกรายการมีค่าลิขสิทธิ์กว่า 100 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับข้อตกลงทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมาก และมีค่าลิขสิทธิ์สูงถึง 202 ล้านปอนด์ หรือประมาณ 10,100 ล้านบาท (ถ่ายทอดสดทุกคู่ ระยะเวลา 3 ปี) ซึ่งเป็นต้นทุนที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลต้องรับภาระเพิ่มขึ้น ดังนั้น หากผู้ประกอบการบริหารจัดการได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ ก็เสี่ยงต่อการขาดทุน

แนวทางการพัฒนารายการกีฬาในโทรทัศน์ดิจิทัลในอนาคต

ถึงแม้ว่ารายการกีฬาจะมีประโยชน์หลายประการ แต่ก็มีข้อเสียในบางประเด็นที่ทำให้ผู้ผลิตรายการต้องพิจารณาเลือกนำเสนอเนื้อหารายการกีฬาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของคนไทย โดยผู้เขียนได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนารายการกีฬาที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ชมไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. เลือกชนิดกีฬาที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม ผู้ชมแต่ละกลุ่มจะมีความสนใจในกีฬาแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน การจะสร้างแรงจูงใจจากผู้ชมได้นั้นจึงจำเป็นต้องทราบความนิยมหรือความสนใจของผู้ชมเป็นสำคัญ โดยส่วนมากความสนใจในประเภทกีฬาของผู้ชมมักมีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ คนไทยชอบดูมวย คนอเมริกันชอบดูอเมริกันฟุตบอล เพราะเป็นกีฬาที่อยู่กับสังคมนั้นๆ มานาน จึงเกิดความคุ้นเคยเป็นอย่างดี

แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้าสู่สังคมสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถส่งผ่านได้ทั่วโลก ส่งผลให้ผู้ชมสามารถเปิดรับรายการกีฬาจากต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่องจนทำให้ในปัจจุบันกีฬาต่างประเทศได้รับความนิยมจากผู้ชมคนไทยเป็นจำนวนมาก เช่น ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก (อังกฤษ) ฟุตบอลลา ลีก้า (สเปน) และฟุตบอลลาลีกา เซเรียอา (อิตาลี) เป็นต้น มีข้อสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับชนิดของกีฬาที่มีทีมชาติไทยลงแข่งขันนั้น มักจะได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นจำนวนมากอยู่เสมอ สอดคล้องกับผลการสำรวจของบริษัท นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด (นิตยสารมาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์, 2558) ในการจัดอันดับกีฬาซีเกมส์ 2015 พบว่า 10 อันดับรายการกีฬาที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุดเป็นประเภทของกีฬาที่มีทีมชาติไทยลงแข่งขัน และ 4 อันดับแรกมีเรตติ้งเกิน 10 ดังนั้น การเลือกรายการกีฬาจึงควรพิจารณาจากความสนใจจากผู้ชม และหากเป็นรายการที่มีทีมชาติไทยลงแข่งก็จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการรับชมมากยิ่งขึ้น (นิตยสารมาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์, 2558)

2. การบริหารจัดการเนื้อหารายการกีฬาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถึงแม้ว่าผู้ผลิตรายการจะไม่สามารถกำหนดวิธีการนำเสนอเนื้อหารายการกีฬาได้เหมือนรายการประเภทอื่น ทั้งนี้เพราะวิธีการนำเสนอถูกออกแบบด้วยกฎกติกาของกีฬาแต่ละประเภท อีกทั้งด้วยมูลค่าของลิขสิทธิ์ที่มีราคาสูง ผู้ผลิตรายการจึงควรใช้เนื้อหาที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอาจบริหารจัดการเนื้อหารายการที่มีอยู่ออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนการแข่งขัน การแข่งขัน และหลังการแข่งขัน จากนั้น จึงเลือกใช้วิธีการนำเสนอเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของรายการที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การแบ่งช่วงการนำเสนอรายการกีฬา

ช่วงการนำเสนอ	ช่วงการนำเสนอ	ช่วงการนำเสนอ
ก่อนการแข่งขัน	วิเคราะห์ผลก่อนการแข่งขัน โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬานั้นๆ มาร่วมแสดงทรรศนะก่อนการแข่งขัน	เพื่อให้ข้อมูลก่อนการแข่งขัน กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ และ ความสนใจในการรับชมรายการกีฬานั้นๆ
การแข่งขัน	เป็นไปตามกฎกติกาของกีฬาแต่ละชนิด	สร้างความบันเทิงในการรับชม
หลังการแข่งขัน	สัมภาษณ์นักกีฬา ผู้ฝึกสอน ผู้ร่วมชม บรรยากาศหลังการแข่งขัน	วิพากษ์ผลการแข่งขัน และ ประชาสัมพันธ์การแข่งขันในครั้งต่อไป

ที่มา : สร้างขึ้นโดยผู้เขียน



3. สร้างเนื้อหารายการกีฬาเป็นของตัวเอง ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า ลิขสิทธิ์ของรายการกีฬามีราคาสูง ถึงแม้จะสามารถรับประกันได้ว่ามีผู้ที่ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก แต่ก็มีความเสี่ยงสูงต่อการขาดทุน ดังเช่นกรณีของบริษัท ซีทีเอช จำกัด (มหาชน) ที่ได้ลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ฤดูกาล 2013-2016 เพียงรายเดียวในประเทศไทย แต่ก็ต้องประสบกับภาวะขาดทุน เพราะถึงแม้จะมีรายได้มาจากการขายกล่องซีทีเอช และการขายโฆษณา แต่ก็ยังไม่มากเกินกว่าต้นทุนค่าลิขสิทธิ์ที่จ่ายไป ดังนั้น การสร้างเนื้อหารายการเป็นของตัวเองอาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ความเสี่ยงในการขาดทุนลดลงมาก แต่ก็ต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างแบรนด์กีฬาให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยม เช่น ช่อง 7 สร้างเนื้อหารายการกีฬาประเภทฟุตบอลกับโรงเรียนมัธยมศึกษา ในชื่อ แชมป์กีฬา 7 สี เป็นต้น

อภิปรายผล

รายการกีฬาได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของรายการที่สนุกสนาน และตื่นเต้นเร้าใจทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมตลอดทั้งการแข่งขัน สอดคล้องกับบริบททางสังคมโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน ที่เป็นสังคมเร่งรีบ ผู้คนต้องทำงานแข่งกับเวลา ส่งผลให้คนส่วนใหญ่เกิดความเครียด และต้องการหากิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและผ่อนคลายให้กับชีวิต สอดคล้องกับผลการศึกษาของปรังกันต์ วิชัยโพบูลย์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง รายการกีฬามวยปล้ำ กับความต้องการและความคาดหวังของผู้ชมทางเคเบิลทีวีพบว่า เหตุผลของการรับชมรายการกีฬามวยปล้ำของผู้ชมส่วนใหญ่ คือ ความสนุกสนานตื่นเต้นเร้าใจ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาข้างต้นขัดแย้งกับผลการศึกษาของกมลมาลย์ พลโยธา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้ของเยาวชนพบว่า สาเหตุที่เปิดรับรายการกีฬาของสถานีโทรทัศน์ คือ เป็นประเภทกีฬาที่ตนสนใจ จากความแตกต่างของทั้ง 2 ผลการศึกษานั้นสะท้อนให้เห็นว่า ความสนุกสนานตื่นเต้นเร้าใจเป็นพื้นฐานของกีฬาทุกประเภท ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมทั่วไปในสังคม ส่วนความสนใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความรู้สึกส่วนบุคคล เมื่อบุคคลสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วก็มักจะเลือกกระทำเรื่องนั้นก่อน โดยทั้ง 2 ส่วนนั้นล้วนเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้ชมเกิดพฤติกรรมการรับชมรายการกีฬา หรืออาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านความสนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจเป็นปัจจัยพื้นฐานในการรับชมรายการของผู้ชมทั่วไป ขณะที่ปัจจัยด้านความสนใจเป็นปัจจัยของผู้ชมกีฬาเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างของทั้ง 2 ผลการศึกษาแล้วพบว่า สอดคล้องกับการอภิปรายข้างต้น คือ ผลการศึกษาของปรังกันต์ วิชัยโพบูลย์ นั้นศึกษากับกลุ่มผู้ชมทั่วไป ขณะที่กมลมาลย์ พลโยธา (2549) ศึกษาเฉพาะกลุ่มเยาวชน ดังนั้น เพื่อให้รายการกีฬาสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างแท้จริง ผู้ผลิตรายการจึงควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสนใจของผู้ชมเพื่อจะสามารถเลือกชนิดกีฬาที่ผู้ชมต้องการได้อย่างเหมาะสม

สรุป

รายการกีฬาเป็นรายการที่มีเนื้อหาสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ ทำให้ผู้ชมได้ร่วมลุ้นระทึกไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดการแข่งขัน บนพื้นฐานของกฎกติกาตามประเภทของกีฬา รายการกีฬาจึงสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกกลุ่ม ซึ่งทำให้รายการประเภทนี้ได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลหลายรายจึงนำเสนอรายการกีฬามาย่ออากาศในช่องรายการของตน โดยหวังว่าจะสามารถสร้างแรงจูงใจในการรับชมจากผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะของเนื้อหาของรายการประเภทนี้ที่มีอายุสั้น และค่าลิขสิทธิ์ที่มีราคาสูง ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลจึงควรมีวิธีการบริหารเนื้อหาอย่างเหมาะสม สามารถใช้เนื้อหาที่มีต่อยอดและพัฒนาเป็นรูปแบบรายการประเภทต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งควรศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมแต่ละกลุ่มที่มีผลต่อการรับชม อาทิ ความสนใจ ความต้องการ และลักษณะการรับชม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาช่องรายการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2557). *อาร์เอสบลีสมอเตอร์ตั้งช่อง 8 พุง 300% รับบอลโลกเล็งปรับขึ้นค่าโฆษณา อีกเท่าตัวหวังดันรายได้แตะ 850 ลบ.* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2558, จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/589716>.
- กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และณัฐพล เลิศศรีมงคล. (2558). *กีฬาต้นเรตติ้งทีวีดิจิทัลอล (2)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2558, จาก : http://203.155.18.81/index.php?option=com_content&view=article&id=271809:-2&catid=246:i-connect&Itemid=633.
- กมลมาลย์ พลโยธา. (2549). *ผลของการชมรายการกีฬาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้ของเยาวชน.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและกีฬา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เขมทัตน์ พลเดช. (2558). *ทีวีดิจิทัลทุ้มระลอกใหม่ แหกวันลิขสิทธิ์ กีฬา ดิงเรตติ้ง* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2558, จาก : http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1438843545.
- ญาฎา ศรีวิฑูรย์ และพรทิพย์ เย็นจะบก. (2558). *ความรู้และความคาดหวังต่อโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53, 3-6 กุมภาพันธ์ 2558. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- จิตติมาศ จันทราภิรมย์. (2557). *กระแสความนิยม แนวนิยม และทิศทางของเคเบิลทีวี : ศึกษากรณีพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 7(2), 25-37.*



- ณัฐจิวัดน์ สุทธิโยธิน และเอกราช เก่งทุกทาง. (2554). *การสร้างสรรครายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 12 เรื่อง การสร้างสรรครายการโทรทัศน์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฮาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). *ทีวีดิจิทัล สงครามแย่งชิงคนดู*. ใน ฮาม เชื้อสถาปนศิริ (บก.), *เรื่อง สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล* (น. 92-96). กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- นิตยสารโพซิชันนิ่ง. (2558). *เปิดเรตติ้งทีวีดิจิทัล ก.ย. 58 พบยอดคนเรตติ้งช่องไทยรัฐพุ่งเบียดช่อง 7* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2558, จาก : <http://www.positioningmag.com/content/61492>.
- นิตยสารมาร์เก็ตติ้งอู๊ปส์. (2556). *พฤติกรรมและช่องทางในการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนไทย* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2558, จาก : <http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thai-watching-tv/>.
- ประกันต์ วิชัยโพบลูย์. (2547). *รายการกีฬาขายปล้ำกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ชมทางเคเบิลทีวี*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาสำคัญ พ.ศ. ๒๕๕๖” (2556, 11 กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 130 ตอนพิเศษ 83 ง. หน้า 39-40.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. ๒๕๕๕” (2556, 4 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 130 ตอนพิเศษ ๑ ง. หน้า 27-28.
- ปริศนา แซ่อึ้ง. (2548). *ความคิดเห็นของนักเรียนโรงเรียนไผ่ดำพิทยาคม รัชมังคลาภิเษกที่มีต่อรายการกีฬาทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพลศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พีรดา พรนิมิตเลิศเจริญ. (2558). *ลับ ดราม่า ดิจิทัลทีวี*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สมุทรสาคร : พิมพ์ดี.
- สุวิทย์ สาสนพิจิตร. (2557). *เล่าเรื่องใหม่ในโลกใบเดิม Digital Content*. ใน ฮาม เชื้อสถาปนศิริ (บก.), *เรื่อง สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล* (น. 109-124). กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- Friedman, W. (2015). *TV Programming: Content is King-But on a budget*. Retrieved November 18, 2015, from: <http://www.mediapost.com/publications/article/261076/tv-programming-content-is-king-but-on-a-budget.html>.
- The World's Top 5 Most Watched Sporting Events*. (2013). [Online]. Retrieved August 10, 2015, form: <http://sports-facts.top5.com/the-worlds-top-5-most-watched-sporting-events/?ViewOnSinglePage=true>.