

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ฟุตบอล” (football) นับเป็นกีฬาสportชนิดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมากที่สุด ในหมู่มวลมนุษยชาติ ซึ่งนักภูมิศาสตร์ชาวฝรั่งเศสคนหนึ่งได้ตั้งข้อสังเกตไว้ในหนังสือ ชื่อ *Game and Empires: Modern Sports and Cultural Imperialism* ของ Guttman (1994, p. 41) ว่า ไม่มีอะไรเป็นที่นิยมไปทั่วทั้งจักรวาลไปได้มากกว่าฟุตบอลอีกแล้ว เพราะในทุก ๆ พื้นที่จะสามารถพบเห็นสนามฟุตบอลอยู่ทั่วไป

นอกจากนี้ฟุตบอลโลกครั้งที่ 17 ปี พ.ศ. 2545 (ค.ศ. 2002) ฟุตบอลโลกครั้งแรก ที่จัดขึ้นในสองประเทศบนทวีปเอเชีย และดูเหมือนจะประสบความสำเร็จเกินคาด เพราะยอดผู้ชมของการแข่งขันในครั้งนี้เมื่อรวมการแข่งขันตลอดทุกนัดมีผู้เฝ้ามหาากาพย์ ถูกหน้จากทั่วโลกรวมแล้วสูงถึง 4.92 หมื่นล้านคน นับเป็นสถิติสูงสุดตั้งแต่ฟีฟ่าได้จัดการแข่งขันฟุตบอลโลกขึ้นมา จากคำกล่าวที่ว่า “สถิติมีไว้เพื่อทำลาย” ยังคงใช้ได้อยู่เสมอ เพราะการแข่งขันฟุตบอลโลก ค.ศ. 2006 (พ.ศ. 2549) โดย Mr. Kevin Arave นักวิเคราะห์อาวุโสแห่งบริษัท อินิซิเอทีฟ ฟิวเจอร์ จำกัด ได้วิจัยถึงทิศทางการรับชมของผู้คนผ่านสื่อโทรทัศน์มีการคาดหมายกันว่าจะมีแฟนลูกหนังทั่วโลกชมการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอีก 5 พันล้านคน หากเป็นเช่นนั้นจะทำให้ดอยซ์ลันด์ 2006 กลายเป็นฟุตบอลโลกที่มีผู้ชมผ่านทางโทรทัศน์ทุกนัดรวมกันสูงที่สุดเท่าที่เคยมีการจัดการแข่งขันขึ้นมาแต่ที่ตัวเลข 5.42 หมื่นล้านคนเลยทีเดียว (ผู้จัดการ 360 องศา, 2549) และสุดท้ายคำกล่าวอ้างก็เป็นจริง นับว่าฟุตบอลได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของมวลมนุษยชาติแล้ว

สาเหตุหนึ่งที่ฟุตบอลได้รับความนิยมมากเป็นเพราะฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีกฎกติกาที่เข้าใจง่าย ใช้อุปกรณ์ราคาไม่แพง ตลอดจนเทคนิคการเล่นที่เข้าใจง่าย (Giulianotti,

1999, p. 1) ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมที่ทุกคนสามารถรับชมฟุตบอลได้เพียงแค่มิโทรทัศน์ วิทยุ หรือคอมพิวเตอร์ สำหรับกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยนั้น มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่าร้อยปีแล้ว แต่กว่าจะมีฟุตบอลลีกประจำชาติก็ในปี พ.ศ. 2527 เมื่อสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในบรมราชูปถัมภ์ ได้จัดและดำเนินการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ชอกเกอร์ลีก มีรูปแบบการจัดการแข่งขันในระบบลีกแบบฟุตบอลอังกฤษ แต่ได้ระบบการแข่งขันเฉพาะทีมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากทีมในกรุงเทพมหานครมีความพร้อมมากกว่า โดยใช้สนามกลางในการแข่งขันเท่านั้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ก็ไม่สามารถจัดการแข่งขันได้อีกเลย ทั้งนี้ สาเหตุเนื่องมาจากความไม่พร้อมในหลาย ๆ ด้าน จนเมื่อปี พ.ศ. 2539 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นอีกครั้ง ภายใต้ชื่อตามสปอนเซอร์ “จอห์นนี่ วอล์กเกอร์ ไทยแลนด์ลีก”

ถึงแม้จะมีฟุตบอลลีกประจำชาติขึ้นมา แต่กระแสดความนิยมของคนไทยยังไม่ดีขึ้น เนื่องจากการจัดระบบของแต่ละสโมสรยังไม่มีความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เองยังจัดการแข่งขันเพียงแค่ว่าทีมฟุตบอลในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทำให้แข่งขันกันเฉพาะในสนามกลางอีกด้วย ทำให้ไม่สามารถสร้างกระแสดความนิยมแบบท้องถิ่นนิยมได้ในแบบฟุตบอลต่างประเทศที่ทีมฟุตบอลในแต่ละท้องถิ่นจะได้รับความนิยมจากบรรดาแฟนบอลในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นหลัก ก่อนที่เริ่มมีการพัฒนากระแสดความนิยมข้ามชาติ ตามแนวทางของทุนวัฒนธรรมที่บรรดาชาติตะวันตกได้อิงกระแสดโลกาภิวัตน์ในการเผยแพร่และครอบงำในฐานะที่เป็นพลังทุนในการแสวงหาผลประโยชน์จากมุมอื่นทั่วโลก (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2544, หน้า 89) ประเทศไทยจึงได้รับอิทธิพลเหล่านี้ไปเต็ม ๆ จากระบบการถ่ายทอดสดฟุตบอลผ่านดาวเทียมที่ได้พัฒนาไปไกลตามแนวคิดของ McLuhan (อ้างถึงใน สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัฒนากุล, 2550, หน้า 20) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของการสื่อสารจะสามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมาก

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 คนไทยสามารถรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศได้แทบทุกสัปดาห์ จากโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (IBC/UTV/UBC) รวมทั้งสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศอย่างแพร่หลาย

โดยเฉพาะฟุตบอลลีกยุโรป ทำให้กระแสความนิยมในฟุตบอลต่างประเทศรุ่งเรืองมากในประเทศไทย ทั้งทีมเมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ทีมลิเวอร์พูล หรือทีมเรอัลแมดริด เป็นต้น จนกลายเป็นชื่อยอดนิยมในหมู่แฟนบอลชาวไทย

จากกระแสความนิยมในการรับชมฟุตบอลต่างประเทศของผู้ชมชาวไทย ทำให้ฟุตบอลไทยลีกไม่ได้รับความสนใจจากผู้ชม การถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์มีเพียงเล็กน้อย แทบไม่มีผู้ติดตามรับชม การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนต่าง ๆ แทบจะเป็นในทางตรงกันข้ามกับข่าวฟุตบอลต่างประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2550 การกีฬาแห่งประเทศไทย ภายใต้การนำของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้นำเอาทีมสโมสรจากจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นแชมป์ในการแข่งขันไทยแลนด์โปรวินเชียลลีกเข้าร่วมแข่งขัน และมีการปรับระบบโดยให้แต่ละสโมสรต้องจัดหาสนามแข่งขันเป็นของตนเอง เพื่อดึงความนิยมจากบรรดาแฟนบอลท้องถิ่น แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะขาดความเป็นมืออาชีพในการบริหารจากฝ่ายจัดการแข่งขัน คือ สมาคมฟุตบอลฯ รวมถึงทีมที่เข้าร่วมแข่งขันด้วย

จนกระทั่งในช่วงท้ายการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ประจำปี พ.ศ. 2551 เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของวงการฟุตบอลไทย เพราะทีมสโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันในปีถัดไปต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อก้าวเข้าสู่ฟุตบอลอาชีพให้มากที่สุด เพื่อให้มาตรฐานของทุกสโมสรภายในประเทศต้องผ่านมาตรฐานของสโมสรฟุตบอลอาชีพ ตามเกณฑ์ที่ทางสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย หรือเอเอฟซี (AFC) วางไว้ให้เป็นแนวทางในการจดทะเบียนสโมสร และได้มอบหมายให้สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ คอยควบคุมก่อนที่จะมีการก่อตั้งบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด โดยมีนายวิจิต แย้มบุญเรือง เป็นประธานบริหาร ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนขึ้นมาคอยดูแลกำกับการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกโดยตรง โดยเกณฑ์มาตรฐานที่ทางสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย หรือเอเอฟซี (AFC) ให้ไว้มีดังนี้ (เมนคอร์ส, 2553, หน้า 73-75)

1. ทุกสโมสรที่ร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกต้องจดทะเบียนนิติบุคคล สามารถเลี้ยงตัวเองด้วยรายได้ที่มาจากสโมสรเท่านั้น
2. ในการแข่งขันแต่ละนัดต้องขายตั๋วให้ได้ไม่น้อยกว่า 5,000 ใบ

3. มีอนุกรรมการและทีมงานในนักการแข่งขันของทีมเหย้า ซึ่งในแต่ละนัดต้องมีความเป็นมืออาชีพ
4. นักเตะต้องรับเงินเดือนเต็มอัตราจากสโมสร และไม่สามารถไปแข่งฟุตบอลที่อื่นนอกจากแข่งในนามสโมสรเท่านั้น
5. สโมสรต้องมีความสัมพันธ์กับชุมชนที่สโมสรตั้งอยู่ เพื่อสร้างฐานแฟนบอล
6. สโมสรผู้จัดการแข่งขันต้องจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ รายละเอียดเกี่ยวกับการแข่งขัน
7. เปิดลงทะเบียนผู้สื่อข่าว มีตัวแทนสโมสรคอยแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ รวมทั้งนัดที่จะแข่งขัน

8. สโมสรมีสปอนเซอร์สนับสนุนและสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐาน

จากจุดเปลี่ยนดังกล่าวของฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ได้รับกระแสตอบรับครั้งใหญ่ คือ ความนิยมของแฟนบอลที่เข้าชมและเชียร์ถึงขอบสนามในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ประจำปี พ.ศ. 2552 มากขึ้น ดังเช่นในการแข่งขันระหว่างทีมเมืองทองฯ ยูไนเต็ดพบกับทีมชลบุรี เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2552 ที่มีผู้เข้าชมการแข่งขันเป็นประวัติการณ์ถึง 20,000 คน ทำให้สนามรองรับผู้ชมได้ไม่เพียงพอ จนฝ่ายจัดการแข่งขันต้องจัดจอโปรเจกเตอร์ขนาดยักษ์ให้รับชมกันในชั้นเดอร์โดม ทั้งนี้ยังมีแฟนบอลที่รับชมการถ่ายทอดสดผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เช่น คลื่นสปอร์ตเรดิโอ FM 90 ชองสยามกีฬา NBT 19 รวมทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 อย่างมากมาย นอกจากนี้ในสนามอื่น ๆ บางสนามมีแฟนบอลเข้าชมเรือนหมื่นเช่นกัน (“เมืองทอง-ชลบุรี ยอดผู้ชมพุ่งทะลุ 20,000,” 2552, หน้า 38) จนหนังสือพิมพ์ สยามกีฬาได้นำข่าวที่คนไทยตื่นตัวกับกระแสฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกไปลงใน “สรุปข่าวกีฬาเด่นในรอบปี 2552” (2553, หน้า 27) ในขณะที่เว็บไซต์ของเอฟซีและเว็บไซต์ชื่อดังอย่าง www.goal.com ได้ตีข่าวกระแสความนิยมฟุตบอลไทยเข้าไปติดอันดับ 7 ของเหตุการณ์ที่สำคัญในวงการฟุตบอลเอเชียประจำปี ค.ศ. 2009 หรือ พ.ศ. 2552 นั่นเอง (“เว็บดังลงข่าวความนิยมบอลไทยลีก,” 2553, หน้า 39) นับเป็นปรากฏการณ์ความนิยมในการรับชมฟุตบอลที่กำลังมาแรงในสังคมไทย

สำหรับฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกประจำปี พ.ศ. 2553 ที่มีกระแสความนิยมและมีการตอบรับเพิ่มขึ้น เมื่อสื่อมวลชนในแขนงต่าง ๆ เริ่มมีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ

ฟุตบอลไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มีการเพิ่มผังรายการเกี่ยวกับฟุตบอลไทย เช่น รายการผู้ฝันฟุตบอลไทย ของช่องไทยทีวี รายการสปอร์ตวาไรตี้ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการ Have a Nice Day ในช่วงข่าวภาคเช้าทันโลกกีฬาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นต้น ส่วนการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกนั้น เมื่อ ปี พ.ศ. 2552 มีเพียงช่องสยามกีฬาทีวี NBT 19 ของเครือสยามสปอร์ต และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เท่านั้น แต่ในปี พ.ศ. 2553 มีสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์เคเบิลทรูวิชั่นส์ ช่องทรูสปอร์ต และช่องที่สปอร์ตเพิ่มเข้ามา ซึ่งมีการถ่ายทอดสดร่วมกันครบทั้งหมด 240 แมตช์ หรือตลอดทั้งฤดูกาลการแข่งขัน (“240 แมตช์คอบอลดูกันตาและ,” 2553, หน้า 19)

ด้านการเสนอข่าวของสื่ออื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารนั้น หนังสือพิมพ์สยามกีฬา ได้เพิ่มหน้าข่าวในส่วนของฟุตบอลไทยมากขึ้น ในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ และเดลินิวส์ มีคอลัมน์เกี่ยวกับฟุตบอลไทยเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนสโมสรเมืองทองฯ อยู่ในเค็ดได้ผลิตนิตยสาร แฟนซีน อย่าง MTUTD (เมืองทองฯ อยู่ในเค็ด รายเดือน) ขึ้นมาเพื่อรองรับความนิยมของแฟนบอล นอกจากนี้ สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตได้มีเว็บไซต์ใหม่ ๆ เกี่ยวกับฟุตบอลไทยและสโมสรฟุตบอลไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น เว็บไซต์ www.mtutd.net เว็บไซต์ www.chonburifc.net เว็บไซต์ www.bangkokglassfc.com หรือเว็บไซต์ www.thaileagueonline.com เป็นต้น

จากการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่มีการพัฒนาไปในทางบวก ทำให้กระแสความนิยมฟุตบอลไทยเริ่มก่อตัว และถูกสร้างเป็นวัฒนธรรมการรับชมฟุตบอลของชาติไทยไม่ว่าจะเป็นการรับชมผ่านสนามจริงหรือผ่านสื่อโทรทัศน์ แต่วัฒนธรรมการรับชมฟุตบอลไทยนั้นยังได้รับอิทธิพลมาจากการรับชมฟุตบอลในต่างประเทศด้วยเช่นกันทั้งโดยตรงและโดยอ้อม อาทิ การชูผ้าพันคอสโมสร การร้องเพลงเชียร์ที่มี การนำทำนองเพลงมาจากสโมสรต่างชาติ เป็นต้น โดยที่คนไทยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ในการรับชมที่ยังมีความเป็นไทยส่วนหนึ่ง จนกลายเป็นวัฒนธรรมในการรับชมฟุตบอลเฉพาะตัวที่พบได้ในคนไทยเท่านั้น เช่น การนำแตงวงหรือกลองยาวมาประกอบการเชียร์ในสนาม การแสดงความยินดีในแบบไทย ๆ เมื่อทีมที่เชียร์แข่งขันชนะ และการรับชม

ฟุตบอลไทยนั้นมีมิติในการรับชมที่เพิ่มขึ้นมากกว่าการรับชมฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ คือ การรับชมโดยตรงจากสนามจริงที่เพิ่มขึ้นมา

สำหรับปรากฏการณ์ความนิยมกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ณ ขณะนี้ โดยเฉพาะการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่สนามแข่งขัน ยังเป็นเรื่องใหม่ของสังคมไทย แต่ในความนิยมด้านการรับชมฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อออนไลน์มีมานาน มีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้เองทำให้สื่อต่าง ๆ กลายเป็นพื้นที่ของบรรดาแฟนบอลใช้เป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจของตนเอง ในยามที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากเรื่องที่เคร่งเครียด นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงออกถึงตัวตนที่ไม่สามารถแสดงได้ในช่วงเวลาปกติ โดยผู้ชมหรือแฟนบอลมีการใช้เนื้อหาจากการรับชมผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเสริมในการชมฟุตบอลในมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ในขณะที่สื่อได้ทำหน้าที่ในการสร้างความหมายและกระแสนี้ให้ผู้คนรับรู้ถึงสังคมกำลังถูกขับเคลื่อนไปในทิศทางใด อย่างไรก็ตาม สื่อไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ผู้รับชมใช้ในการรับรู้ข้อมูล ประสบการณ์ตรง (direct experience) ในการรับชมผ่านสถานที่จริง (ในสนาม) นั้น สามารถเป็นช่องทางให้บรรดาแฟนบอลได้ใช้ในการรับรู้ข้อมูลเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นของตนเองในยามที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากเรื่องที่เคร่งเครียด จากการทำงานในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงออกถึงตัวตนที่ไม่สามารถแสดงได้ในช่วงเวลาปกติได้เช่นเดียวกับประสบการณ์การรับชมผ่านสื่อ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ชม (แฟนบอล) ในการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก โดยมีการเปรียบเทียบให้เห็นความเหมือนและแตกต่างในพฤติกรรมที่ปรากฏจากกระบวนการรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์และผ่านสนามจริงที่จะแสดงให้เห็นถึงความนิยมและความคลั่งไคล้ ตลอดจนอารมณ์ร่วมในการเชียร์ฟุตบอลทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน

สำหรับกระบวนการรับชมของบรรดาผู้ชมหรือแฟนบอลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกในระดับต่าง ๆ มากน้อยไม่เท่ากัน โดยขึ้นอยู่กับบรรยากาศในพื้นที่รับชมการแข่งขันนั้น ๆ และระดับของความเป็นแฟนบอลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการแข่งขันจากสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ ประสบการณ์ผ่านสื่อหรือประสบการณ์ตรง และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

เหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อระดับพฤติกรรมความเหมือนและแตกต่างกันของการรับชมในสนามแข่งขันและผ่านสื่อโทรทัศน์ ที่สามารถแยกออกมาได้หลายกรณี ดังที่ผู้วิจัยจะศึกษาต่อไปนี้

ปัญหานำการวิจัย

ผู้ชมมีพฤติกรรมตามกระบวนการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในสนาม และการรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ชม โดยศึกษาตามกระบวนการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในสนามและการรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ก่อนการรับชม ระหว่างการรับชม และหลังการรับชม

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีประเด็นการวิจัยในแนวทางการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมที่ปรากฏตามกระบวนการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกผ่านสนามและผ่านสื่อโทรทัศน์ของผู้ชมหรือแฟนบอล มีการออกแบบโดยใช้กระบวนการทศน์การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

หน่วยในการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนบอลชาวไทย ที่ติดตามรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในสนามแข่งขันและผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ดังนี้

1. ผู้ชมที่รับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกผ่านสื่อโทรทัศน์และสนามแข่งขัน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และเป็นการเลือกตัวอย่างแบบ Snowball Technique โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ดังนี้

1.1 เป็นผู้ที่มีการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกมาไม่น้อยกว่า 1 ปี ไม่ว่าจะเป็นในสนามแข่งขันหรือสื่อโทรทัศน์

1.2 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมความชื่นชอบ และเชียร์ทีมหรือนักฟุตบอล ในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกอย่างชัดเจน

ขอบเขตด้านการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านการวิจัย 3 วิธีดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยแบ่งออกเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ กับกลุ่มผู้ชมหรือแฟนบอลที่มีการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก วิธีในการสัมภาษณ์ คือ ผู้วิจัยมีประเด็นคำถามให้แก่ผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่ง แต่ผู้ให้ข้อมูลจะมีอิสระในการให้ข้อมูลและรายละเอียดอื่น ๆ เพิ่มเติม

2. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เป็นการสังเกตพฤติกรรมของผู้ชมที่แสดงออกมาอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงบรรยากาศของสถานที่ในการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ในขั้นตอนการสังเกตนี้ผู้วิจัยจะมีการเข้าถึงบรรดาผู้ชมเพื่อให้ได้ข้อมูล โดยมีการเข้าไปพูดคุยเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกเป็นกันเอง ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าผู้วิจัยนั้นเป็นส่วนหนึ่งในผู้ชมที่เข้ามาเชียร์ฟุตบอล

3. การวิเคราะห์เอกสาร เป็นวิธีการวิเคราะห์เอกสารที่มีข้อมูลสำคัญเกี่ยวข้องกับเนื้อหาการวิจัย โดยเน้นไปที่ข่าว ที่มีเนื้อหา บทสัมภาษณ์ และภาพบรรยากาศการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกของผู้ชมและแฟนบอล รวมทั้งรายละเอียดของการแข่งขันที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล เป็นข้อมูลเสริม เช่น หนังสือพิมพ์ สยามกีฬา หนังสือแนะนำการแข่งขันของแต่ละสโมสร หนังสือพิมพ์ สตาร์ช็อกเกอร์

ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากปรากฏการณ์ความนิยมของผู้ชมในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ทั้งในสนามแข่งขันและผ่านสื่อโทรทัศน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการวิจัย โดยแข่งขันในช่วงเดือนเมษายน-ตุลาคม

ขอบเขตด้านประเด็นเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประเด็นเนื้อหา เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมาให้เห็นอย่างชัดเจนของผู้ชมหรือแฟนบอลที่ปรากฏในกระบวนการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกในสนามและสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ การตอบสนอง ปฏิกริยา อารมณ์ ความรู้สึก และกิจกรรมทุก ๆ อย่างของบรรดาผู้ชมหรือแฟนบอลตลอดการแข่งขันฟุตบอล

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมการรับชม หมายถึง การแสดงออก การตอบสนอง อารมณ์ร่วมทั้งหมดของผู้ชมหรือแฟนบอลที่ปรากฏในการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก โดยมีการแสดงออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน

2. กระบวนการรับชม หมายถึง แนวทางและลำดับขั้นตอนในการรับชมฟุตบอล แบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาในการรับชม ได้แก่ ก่อนการรับชม ระหว่างการรับชม และหลังการรับชม ที่ผู้ชมแสดงออกมาทั้งในสนามแข่งขันและหน้าจอโทรทัศน์

3. ผู้ชม หมายถึง กลุ่มผู้ชม รวมถึงกลุ่มแฟนบอลที่เป็นปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบและให้ใจกับการแข่งขันฟุตบอลในฐานะผู้ดู โดยการเฝ้าติดตามชมและเชียร์ทีมโปรดหรือนักกีฬาคนโปรด โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1 ผู้ชมที่มีการรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์ คือ ผู้ชมหรือแฟนบอลที่มีการติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกทางโทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการรับชมในบ้านเป็นหลัก

3.2 ผู้ชมที่มีการรับชมในสนามแข่งขัน คือ ผู้ชมหรือแฟนบอลที่มีการติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่สนามแข่งขัน โดยที่ผู้ชมเสียค่าบัตรผ่านประตูเข้าไปชม

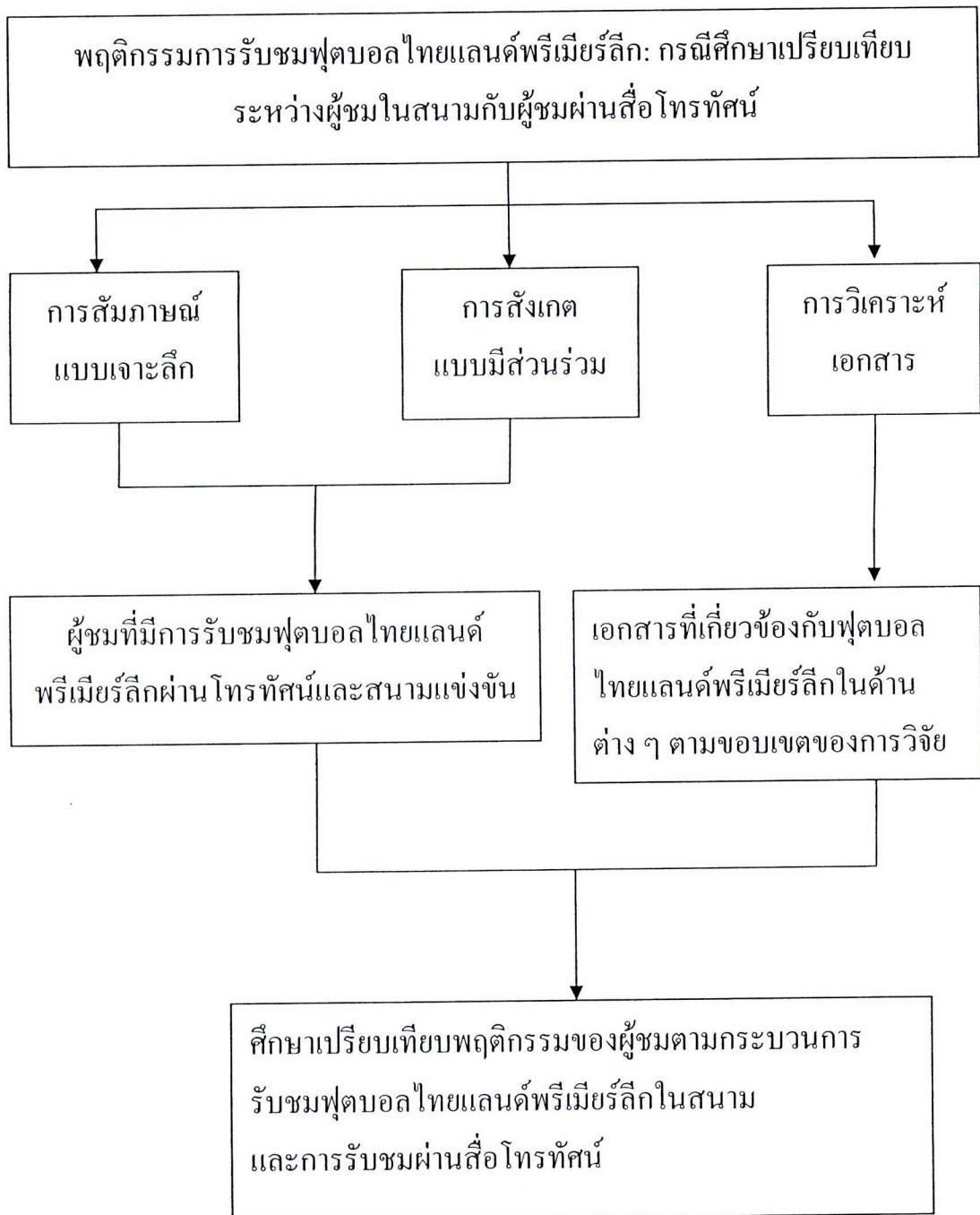
4. ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลอาชีพระดับสูงสุดของประเทศไทย ซึ่งมีการแข่งขันเป็นประจำทุกปี ใช้ระบบการแข่งขันแบบพบกันหมด โดยใช้ระบบแบบเหย้า-เยือน มีทีมเข้าแข่งขันทั้งหมด 16 ทีม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยมีการรับชมฟุตบอลไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับชมในสนามหรือผ่านสื่อโทรทัศน์
2. ส่งเสริมผู้ชมหรือผู้ที่มีส่วนร่วมในการรับชมฟุตบอลในระดับต่าง ๆ ภายในประเทศ มีกิจกรรมการชมฟุตบอลที่สร้างสรรค์ ปราศจากความรุนแรง
3. เพิ่มและพัฒนามาตรฐานการถ่ายทอดสดการแข่งขันไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกให้แพร่หลาย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ชม
4. สื่ออื่น ๆ นอกจากโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์และปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับสารให้ดียิ่งขึ้น
5. งานวิจัยเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่จะศึกษาด้านการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศไทยในโอกาสต่อ ๆ ไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการรับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ชมในสนามกับผู้ชมผ่านโทรทัศน์ ตามกระบวนการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย