

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

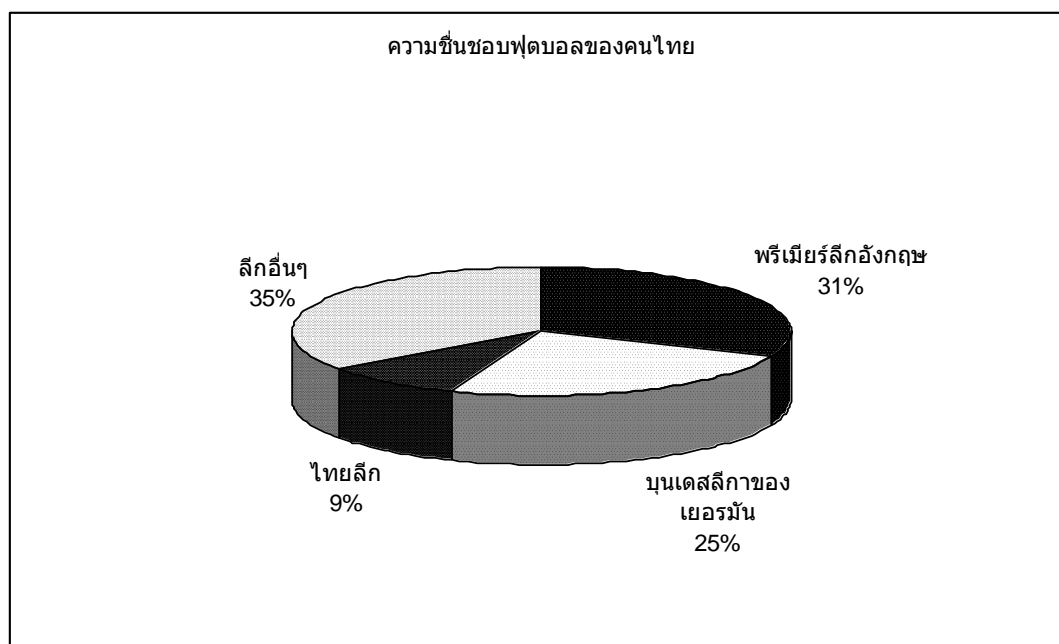
หากจะพูดถึงกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมถึงมีจำนวนแฟนกีฬาติดตามอยู่เป็นจำนวนมากที่สุดแล้วคำตอบคงหนีไม่พ้นกีฬาฟุตบอล ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยทุกครั้งที่มีการแข่งขันฟุตบอลโลก จะเห็นได้ว่ามีผู้ที่เข้าชมฟุตบอลโลกและผู้ที่เฝ้าคอยการถ่ายทอดสดอยู่เป็นจำนวนมาก จากการแข่งขันฟุตบอลโลกที่ชื่นชอบและได้รับความนิยมในทุกชนชาติ จนส่งผลให้มูลค่าทางการตลาดของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลสูงตามไปด้วย ในการแข่งขันฟุตบอลรายการสำคัญของโลก โดยเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลโลกหรือการแข่งขันลีกของแต่ละประเทศย่อมไม่ใช่เพียงเพื่อสปีริตเพียงอย่างเดียวเหมือนในอดีต แต่กีฬาฟุตบอลในปัจจุบันได้แปรสถานะเป็นธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบซึ่งเงินและผลประโยชน์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อเกม การแข่งขัน ประเทศใด ก็ตามที่ประสบความสำเร็จ ในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลระหว่างประเทศและสามารถพัฒนาการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพภายในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะส่งผล ให้ประเทศเหล่านั้นได้รับผลประโยชน์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเงินรายได้เข้าสู่ประเทศ การสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศชาติและเป็นการพัฒนางานกีฬารายในประเทศอีกด้วย แต่การที่ฟุตบอลอาชีพของไทยจะประสบความสำเร็จได้นั้นยังต้องอาศัยปัจจัยเสริมอีกมาก

โดยในส่วนของ ภาครัฐ นั้นให้ความสำคัญกับกีฬาเพื่อการอาชีพโดยเฉพาะกีฬาฟุตบอล โดยได้กำหนดเป็นนโยบายการส่งเสริมกีฬาอาชีพ โดยมีมติจากคณะรัฐมนตรี ให้ใช้แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ 4 ปีสร้างกีฬาสร้างชาติและแผนกลยุทธ์การกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อเป็นกรอบทิศทางและเป้าหมายการพัฒนา จึงได้มีการจัดการแข่งขันในรูปแบบของฟุตบอลอาชีพขึ้นมา การจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ นั้นได้มีองค์การที่ดำเนินการจัดการแข่งขัน คือ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (FAT) ซึ่งได้เริ่มจัดฟุตบอลกึ่งอาชีพขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2534 เรียกว่า “ไทยแลนด์ เชมปีโปร” และปี 2539 ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นครั้งแรก เรียกว่า “ฟุตบอลไทยแลนด์ลีก” และได้มีการจัดแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่ชื่อรายการแข่งขันเปลี่ยนตามบริษัทผู้ให้การสนับสนุน ส่วนการกีฬาแห่งประเทศไทย ได้สนับสนุนการจัดการลีกอาชีพ เป็นกีฬาंना ร่องตั้งตั้งแต่ปี 2542-2546 ใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ โปรวินเชียลลีก” ต่อมาในปี 2550 สมาคม

ฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (FAT) ร่วมกับการกีฬาแห่งประเทศไทย ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลลีกเป็นระบบเดียวที่ประกอบด้วย 4 รายการคือ ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก , ฟุตบอลลีกดิวิชั่น 1, ฟุตบอลลีกดิวิชั่น 2 และฟุตบอลไทยแลนด์โปรวินเชียลลีก โดยไทยพรีเมียร์ลีก จะมีทีมเข้าร่วมการแข่งขัน 10 ถึง 12 สโมสร จนกระทั่ง พ.ศ. 2550 จึงมีการเพิ่มเป็น 16 สโมสร แม้ว่าการพัฒนาฟุตบอลอาชีพของประเทศไทยได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องแต่ กลับพบว่าในภาพรวมของการพัฒนาฟุตบอลอาชีพยังขาดปัจจัยที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยหลัก อันได้แก่ การสร้างความสำเร็จให้กับสโมสรฟุตบอลอาชีพของไทย โดยที่ผ่านมามาภาพของ ฟุตบอลไทยที่คนคุ้นชินตาคือมีคณน้อย สนามหญ้าแห่งกรุงไม่ได้รับการดูแล สโมสรไม่มีความเป็นมืออาชีพ ทีมส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรต่างๆเท่านั้น นักฟุตบอลด้อยคุณภาพ เนื่องจากนักฟุตบอลที่มีฝีมือดีได้หนีไปอยู่กับสโมสรในต่างประเทศหมด ถ้วยแชมป์ของประเทศไม่ศักดิ์สิทธิ์ ไม่มีใครให้ความสนใจเพราะขาดการสนับสนุนที่ดีจากสปอนเซอร์รวมถึงสื่อมวลชน เมื่อ พ.ศ. 2552 สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) ได้มีกฎระเบียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพที่สมบูรณ์แบบ เพื่อต้องการยกระดับฟุตบอลอาชีพเอเชียให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เทียบเท่าฟุตบอลอาชีพของยุโรปเพื่อจะได้ใช้ในการต่อรองขอเพิ่ม ทีมที่จะสามารถเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลโลก ของประเทศในทวีปเอเชีย โดยบังคับให้ประเทศที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน AFC Champion League (ACL) ซึ่งหมายถึง การแข่งขันชิงแชมป์สโมสรแห่งทวีปเอเชีย โดยหนึ่งในนั้นคือประเทศไทย การที่ประเทศไทยต้องการได้สิทธิ์เข้าไปทำการแข่งขันฟุตบอลรายการนี้ ก็เพื่อเป็นใบเบิกทางไปสู่การเล่นฟุตบอลชิงแชมป์สโมสรโลก รวมถึงเงินรางวัลจำนวนมหาศาล ถึง 50 ล้านบาท ยังไม่รวมถึงโอกาส ในการพัฒนาสโมสรให้มีชื่อเสียงเกียรติยศ มูลค่าของสโมสร และผลกำไรต่างๆที่จะตามมา จึงไม่ใช่เรื่องดีที่ไทยจะปล่อยให้โอกาสหลุดลอยไป สมาคมฟุตบอลไทยจึงต้องทำการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสโมสรฟุตบอลไทยก่อนที่ AFC จะตัดสินภายในปี 2554 ถ้าหากประเทศไทยถูกตัดสิทธิ์ในครั้งนี้จะเสียโอกาสไปจนถึงการตัดสินในครั้งต่อไปคือ ปี 2556 ด้วยคะแนนที่วัดตามกฎเกณฑ์ของ AFC ในปี 2552 ประเทศไทยได้คะแนนเพียง 221.5 จากคะแนนเต็ม 500 ได้เกรด C โดยที่อันดับที่หนึ่งเกรด A คือประเทศญี่ปุ่นได้คะแนน 470 คะแนน ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่สโมสรของไทยจะไม่ได้เข้าร่วมการแข่งขัน ACL เพราะฉะนั้นหากสโมสรของประเทศไทยต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน ACL ต้องพัฒนางานฟุตบอลไทยเพื่อให้ได้ให้คะแนนรวมสูงกว่าเดิม อย่างน้อยต้องอยู่ใน 21 อันดับแรก ของเอเชีย โดย บริษัทที่จัดการแข่งขันฟุตบอล และ สโมสรต่างๆในประเทศต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของ AFC เพื่อที่จะสามารถเข้าร่วมการแข่งขัน ACL ได้ ด้วยเหตุนี้สมาคมฟุตบอล จึงจัดตั้งบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก เพื่อดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอล

ลีกภายในประเทศให้เป็นฟุตบอลอาชีพอย่างแท้จริง ซึ่งมีดร.วิจิตต์ แย้มบุญเรืองเป็นประธาน และได้ ออกกฎระเบียบเรื่องให้สโมสรฟุตบอลอาชีพต้องดำเนินการจัดตั้งเป็นบริษัทนิติบุคคลขึ้นมา กำกับ ดูแลสโมสร จนส่งผลให้สโมสรต่างๆ มีการบริหารจัดการที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น และจากการที่ สโมสรฟุตบอล ได้กลายเป็นองค์กรที่ทำธุรกิจ แล้วนั้น จึงต้องมีการแสวงหารายได้เพื่อนำมาเป็นทุน ในการบริหารจัดการสโมสรเพื่อสานพันธกิจของตน โดยรายได้ของสโมสรฟุตบอลนั้นมาจาก ตัว เข้าชมจากแฟนบอลที่เข้ามาดูการแข่งขัน ของที่ระลึกของสโมสรและสปอนเซอร์ สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นช่องทางสำคัญในการหารายได้มาสู่สโมสร ขึ้นอยู่กับว่าสโมสรฟุตบอล ใดจะมีความสามารถ เรียกความสนใจจากกลุ่ม แฟนบอล รวมถึง ภาครัฐและภาคเอกชนได้มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ที่สร้างรายได้จากธุรกิจของที่ระลึกจนเป็นรายได้หลัก ของสโมสรในปัจจุบัน ดังนั้นการทำให้ตราสินค้าขององค์กรมีอัตลักษณ์ย่อมนำมาซึ่งความโดดเด่น ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาซึ่งรายได้ของสโมสร

ดังนั้นสโมสรฟุตบอลในประเทศไทยจึงต้องทำการ พัฒนาสโมสรของตนเองให้เป็นที่ขึ้น ขอบของ แฟนฟุตบอล เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นหัน มาสนับสนุนทีมของตน เอง โดยต่างก็ทำการ แข่งขันกันทั้งในสนามและนอกสนามด้วยการ นำเสนอสโมสรของตนเองโดยใช้การสื่อสารการตลาด ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการสร้างอัตลักษณ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการสร้างตราสินค้า (Brand) ให้กับสโมสร เพราะการที่จะพัฒนา ตราสินค้าของ สโมสรฟุตบอลให้เป็นที่ดึงดูดได้นั้นต้องพัฒนา ทั้งผลการแข่งขัน(Quality) ภาพลักษณ์(Brand Image) และความเป็นอัตลักษณ์(Brand Identity) ซึ่งนอกเหนือจากการพัฒนานักกีฬาฟุตบอล ให้เก่งแล้วยังต้องสร้าง ความโดดเด่นให้เกิดขึ้นในใจ ของแฟนฟุตบอล ได้ไม่ว่าจะเป็นโลโก้ของทีมและชุดแข่งขัน ที่สวยงามทันสมัยเป็นเอกลักษณ์หรือ แม้แต่การสร้าง นักฟุตบอลที่มีความโดดเด่น จนเป็นที่จดจำและสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับ สโมสร ได้ แต่เนื่องด้วย ในคนไทยชื่นชอบฟุตบอลต่างประเทศมากกว่าฟุตบอลไทย โดยจากการสำรวจ ของสวนดุสิตโพลพบว่า ฟุตบอลลีกที่คนไทยชื่นชอบและติดตามชมมากที่สุดคือ ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ซึ่งมีชาวไทยทั้งชายและหญิงรวม 31.41% ที่ให้ความสนใจ และติดตามชมฟุตบอล รายการนี้ รองลงมาคือฟุตบอลบุนเดสลีกาของเยอรมันที่มีผู้ชื่นชอบจำนวน 24.56 % ส่วนฟุตบอล ไทยกลับมาเป็นอันดับสุดท้ายเพียง 9.02% (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2552)



ภาพ 1 แสดงความชื่นชอบฟุตบอลของคนไทย

ทำให้เห็นได้ว่าตราสินค้าสโมสรฟุตบอลไทยที่สร้างมายังไม่ประสบความสำเร็จ เพราะคนไทยยังให้ความสนใจฟุตบอลไทยน้อยมาก ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการสร้างตราสินค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาอัตลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยให้มีพลังในการทำให้แฟนบอลให้เกิดความสนใจ ชื่นชอบ และติดตามชมฟุตบอลไทย เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการแสวงหารายได้เพื่อนำมาเป็นทุนในการบริหารจัดการสโมสร การทำให้ตราสินค้าของสโมสรฟุตบอลไทย มีอัตลักษณ์ที่ดีไม่เพียงแต่นำมาซึ่งความโดดเด่น และชื่อเสียงของสโมสรเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีของฟุตบอลอาชีพของไทยด้วย เพราะจากการที่สโมสรฟุตบอลต่างๆภายในประเทศนั้นเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาฟุตบอลอาชีพของไทย ซึ่งในปัจจุบันมีสโมสรฟุตบอลไทยอยู่จำนวนไม่น้อยที่กำลังประสบปัญหาในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสโมสรของตนเองจะเห็นได้จากการที่แฟนบอลไทยยังไม่สามารถจดจำสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลไทย ได้มากเท่าหรือใกล้เคียงกับสโมสรฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็น สี่ โลโก้ คำขวัญประจำสโมสร หรือแม้แต่ นักฟุตบอลที่เล่นอยู่ในสโมสรต่างๆ ประกอบกับสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) ได้มีกฎระเบียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพที่สมบูรณ์แบบเพื่อต้องการยกระดับฟุตบอลอาชีพในทวีปเอเชียจนทำให้การแข่งขันทางด้านการตลาดของแต่ละสโมสรในประเทศไทยทวีความรุนแรง

ขึ้น ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของสโมสรต่างๆจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้าง ตราสินค้าที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสโมสรเอง

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมานี้ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางในการสร้าง อัตลักษณ์ โดยศึกษาถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ อีกทั้งต้องการศึกษาถึงอัตลักษณ์ ของสโมสรฟุตบอลไทยที่ทำให้เกิดการรับรู้และทำให้คน สนใจไม่ว่าจะเป็น โลโก้ เพลงประจำสโมสร สนามฟุตบอล ดาราประจำทีม ความเป็นมืออาชีพ ความขยัน ความสามารถ หรือทีมเวิร์ค และจะสามารถสื่อสารสิ่งเหล่านี้ให้มีพลังจนสร้างผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ของพวกเขาได้อย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาอัตลักษณ์ ของสโมสรฟุตบอลไทยและพัฒนางานการฟุตบอลไทยให้มีชื่อเสียงต่อไป

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวทางใน การสร้าง และพัฒนา อัตลักษณ์ ของตราสินค้า สโมสรฟุตบอลไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการใช้การสื่อสารการตลาดในการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของตราสินค้าสโมสรฟุตบอลไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าสโมสรฟุตบอลไทย
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประสานงานกับสโมสรฟุตบอลไทย เพื่อใช้ในกระบวนการสร้างตราสินค้าของสโมสรฟุตบอลไทย
3. เพื่อให้ประชาชนผู้ชื่นชอบฟุตบอล กลับมาชมและสนับสนุนฟุตบอลไทย ทั้งในระดับนานาชาติ และระดับสโมสรภายในประเทศ
4. นำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนางานการฟุตบอลไทยเพื่อให้เป็นที่รู้จักต่อไป

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยเฉพาะที่จดทะเบียนนิติบุคคล เชิงพาณิชย์ และปฏิบัติตามกฎของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย โดยมีพันธกิจหลักคือ การเลี้ยงตนเองด้วยกำไรที่มาจากสโมสรฟุตบอล โดยไม่ทำธุรกิจอื่นเคลือบแฝง ไร่การแทรกแซงทางการเมือง มีผู้บริหาร หารทำงานเต็มเวลาและ ะมีการจัดทำงบประมาณ

ตรวจสอบงบดุล งบกำไรขาดทุนที่ชัดเจน ซึ่งจะเป็น สโมสรที่ทำการแข่งขันอยู่ในไทยพรีเมียร์ลีก
ทั้งหมด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง กลุ่มของ ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นจากชื่อ เครื่องหมาย หรือ
สัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือองค์กร

อัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) หมายถึง ทุกสิ่งที่ทำให้ตราสินค้ามีเอกภาพไป
ในทิศทางเดียวกัน ทั้งเอกลักษณ์ด้านภาพ เสียง และพฤติกรรม

ตำแหน่งของตราสินค้า (Brand Position) หมายถึง การกำหนดคุณสมบัติพิเศษของ
สินค้าว่ามีลักษณะพิเศษในการแข่งขันอย่างไร

สโมสรฟุตบอลไทย หมายถึง ทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลรายการ ไทยพรีเมียร์ลีกที่
จัดโดยบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด

แฟนบอล หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความนิยม ชื่นชอบ และติดตามกีฬา
ฟุตบอลอย่างภักดีและต่อเนื่อง

ปัจจัยหลักที่ส่งผลสำเร็จต่อกา รพัฒนาฟุตบอลอาชีพ (Professional Football Key
Success Factors) หมายถึง ปัจจัยหลักที่ส่งผลสำเร็จต่อการพัฒนาฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย
ซึ่งประกอบด้วย ด้านนโยบายและการส่งเสริม จากภาครัฐ ด้านองค์กรหลักฟุตบอลอาชีพ (สมาคม
ฟุตบอลแห่งประเทศไทย คณะกรรมการจัดการแข่งขันฟุต บอลอาชีพ สโมสรฟุตบอลอาชีพ) ด้าน
การจัดการแข่งขัน ด้านนักฟุตบอลอาชีพ ด้านบุคลากรฟุตบอลอาชีพ (ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน) ด้าน
ความนิยมและแฟนคลับ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรายได้ธุรกิจและสิทธิ
ประโยชน์ ด้านสื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ด้านกฎหมาย (กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ) และด้าน
สวัสดิการ