

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารนั้น ถือกำเนิดมาพร้อม ๆ กับการกำเนิดและการอยู่ร่วมกันเป็นหมู่เหล่าของมนุษยชาติ มนุษย์ได้ใช้กิริยาท่าทาง สีหน้า ตลอดจนน้ำเสียงในการสื่อสารบอกกล่าวกันตามธรรมชาติ อารมณ์ความรู้สึก และเรื่องราวที่เกิดขึ้น เมื่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ขยายตัวเป็นชุมชน เป็นหมู่บ้านและเมือง ซึ่งมีขนาดใหญ่ขึ้นทุกที ความสัมพันธ์ของมนุษย์ก็เพิ่มความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเป็นเงาตามตัว ความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารยังคงดำรงอยู่ กลไกในการผลิตและความสัมพันธ์ในการผลิตเปลี่ยนแปลงไป จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ข่าวสารที่ถ่ายทอดระหว่างกัน และประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ก็ได้รับการสร้างสรรค์สำหรับตอบสนองวิถีชีวิตของชุมชน ด้วยความชาญฉลาดของสมองและความสามารถในการใช้มือ มนุษย์จึงได้คิดประดิษฐ์เทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง จากคนกลุ่มหนึ่งไปยังหลาย ๆ คนพร้อมกัน ซึ่งเรียกว่า “สื่อสารมวลชน”

ประดิษฐกรรมที่มีการบันทึกไว้ว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกคือการพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ได้ถือกำเนิดขึ้นมานับตั้งแต่ วังซี (Wang Chieh) ชาวจีน ผู้คิดค้นการพิมพ์หนังสือจากเครื่องพิมพ์ชนิดบล็อก เมื่อ 868 ปี ก่อนคริสตกาล ซึ่งจัดว่าเป็นหนังสือที่มีความเก่าแก่ที่สุดในโลก จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1045 ไปเซ็ง (Pi Sheng) ชาวจีนเช่นกัน ได้คิดประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ชนิดหมุน (Movable Type) ด้วยวิธีการพิมพ์แบบอาศัยตัวพิมพ์ที่ทำจากดินเหนียวเผาไฟ นำมาเรียงบรรทัดเป็นหน้าบนแท่นที่หมุนได้ ต่อมาอีกประมาณ 400 ปี คือ ปี ค.ศ. 1440 โจฮัน กูเทนเบิร์ก (Johann Gutenberg) ได้ผลิตเครื่องพิมพ์ชนิดหมุน ซึ่งได้รับการปรับปรุงใหม่ไปเผยแพร่ในยุโรป อันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิชาการในเวลาต่อมาอย่างมากมาด้วยการกำเนิดสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของแผ่นประกาศข่าว จดหมายข่าว หนังสือข่าว และพัฒนาเรื่อยมาในหน้าที่ของการติดต่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น (สุกัญญา ตีระวนิช ; 2520)

จึงนับได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้น มีหน้าที่สำคัญในการ เป็นสื่อถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล (Information) ให้ความรู้ (education) ให้ความบันเทิง (entertainment) และให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่าง ๆ หรือในอีกแง่หนึ่ง สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ความทรงจำ เป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะ และเป็นเสมือนสะพานเชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปยังสังคมใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้า เพื่อทำความรู้จักกับ อดีต และความเป็นมาของมนุษย์ (ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม, 2539)

การที่สื่อสิ่งพิมพ์กำเนิดขึ้นในสังคมและถูกกำหนดหน้าที่ให้รับใช้มนุษย์ในสังคมไปใน สถานใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยประกอบหลายประการ ได้แก่ ความต้องการของสมาชิกภายในสังคม เทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้ประกอบการ ตลอดจนการสนับสนุนและควบคุมจากระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ทั้งในแง่ของปรัชญา นโยบาย และทรัพยากรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณาถึงสภาวะการณ์ในปัจจุบัน สื่อสิ่งพิมพ์ อันหมายรวมถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือต่าง ๆ ฯลฯ ได้ขยายตัวออกไปมาก มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในการ จัดทำ การผลิตและการกระจายของสิ่งพิมพ์ไปสู่ผู้อ่าน ได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ มีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการพิมพ์ สามารถสร้างเครื่องพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพสูง ในด้าน จำนวนการพิมพ์และคุณภาพการพิมพ์ ทำให้ผลิตสิ่งพิมพ์ได้จำนวนมากภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็น "ผลิตภัณฑ์ปริมาณมาก" (Mass Product) มีจำนวนผู้อ่านกว้างขึ้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ลำบากยากเย็นขึ้น ทุกที เพราะกลายเป็นการประกอบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยหลักการแห่งการลงทุน การประกอบการ และเป้าหมายของการลงทุนมีการแข่งขันในระบบอุตสาหกรรมเดียวกันนี้มากขึ้น (อนันต์ สายศิริวิทย์, 2523)

จนถึงทุกวันนี้ สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์หลาย ๆ ฉบับในท้องตลาดมีการดำเนินงานในลักษณะของธุรกิจ ส่วนใหญ่มีการปรับตัวในการดำเนินการโดยเอกชนในรูปแบบบริษัท จำกัด หรือห้างหุ้นส่วนจำกัดมาเป็นการดำเนินการในรูปแบบบริษัทมหาชน นับเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น การผลิตหนังสือพิมพ์จึงมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม มีการแข่งขันความก้าวหน้าทางด้าน เทคโนโลยีการพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์และการดำเนินการสมัยใหม่ การขยายการลงทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ค่าใช้จ่ายทางการพิมพ์ เช่น การซื้อแท่นพิมพ์ที่ทันสมัย การปลูกสร้าง

อาคาร เป็นต้น (สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย,2529) ดังนั้น ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาการแข่งขัน ล้วนแต่เป็นปัญหาสำคัญทางด้านการตลาด

ประกอบกับ บรรยากาศทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม เคเบิลใยแก้วนำแสงที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทั่วโลก อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการอ่าน ตลอดจนพื้นฐานการศึกษาของประชาชนที่สูงขึ้นทำให้อัตราการอ่านออกและเขียนได้ (Literacy Rate) ของประเทศอยู่ในอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนอยู่ในระดับกว่าร้อยละ 90 ในปัจจุบัน และมีส่วนผลักดันให้เกิดการใช้จ่ายในสิ่งตีพิมพ์ของประชากรไทยเพิ่มมากขึ้น อันเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งตีพิมพ์โดยรวม จากข้อมูลเกี่ยวกับการใช้จ่ายในสิ่งตีพิมพ์ของประชากรไทยที่รวบรวมโดยสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (มีการเก็บรวบรวมเพียงช่วงปี 2529-2533) พบว่าการใช้จ่ายในสิ่งตีพิมพ์โดยประชากรไทยมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่สูง คือ เฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ในช่วง พ.ศ. 2529-2533 แต่ยังคงเป็นสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 1 ของรายได้ประชาชาติ (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2529-2533) อีกทั้งประชากรในสังคมมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่จับใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจมากขึ้น และความต้องการด้านบันเทิงเพื่อการพักผ่อนเพิ่มขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ผลักดันให้สังคมก้าวเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า “ยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร” (Information Society) ส่งผลให้วงการสิ่งตีพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ต้องเร่งขยายตัวเพื่อพัฒนาสู่สังคมยุคใหม่นี้ นอกจากนั้น ความกดดันจากการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทั้งการแข่งขันระหว่างสื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี การสื่อสารข้ามชาติ รวมทั้งการแข่งขันระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกันเอง ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ต้องมีการพัฒนาตัวเองครั้งใหญ่ อาจจะต้องปรับตัวทั้งในระดับโครงสร้างและนโยบาย เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่สังคมข้อมูลข่าวสาร ซึ่งองค์กรที่ประกอบกิจการอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องมีการวางโครงสร้าง และระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในระยะหลายปีมานี้ สถานะการณ์การเมือง และเศรษฐกิจในประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าในอัตราที่สูง ส่งผลให้ธุรกิจแขนงต่าง ๆ ขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด อันเป็นผลให้ธุรกิจในการหนังสือพิมพ์ต้องมีการขยายตัวและแข่งขันกันอย่างสูงตามไปด้วย

การพัฒนาในส่วนของการเสนอข่าว เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก จากที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะเสนอข่าวสารแต่ละประเภทรวมกันไป ทั้งข่าวสังคม เศรษฐกิจ การ

เมือง บันเทิง และกีฬา ภายในฉบับเดียวกัน ซึ่งเป็นการเสนอข่าวเพื่อผู้บริโภคทั่ว ๆ ไป ไม่ได้เจาะจงลงไปในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ ข่าวที่เสนอก็คือจะเป็นข่าวที่นำเสนอข้อเท็จจริงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งต่อมาก็มักพัฒนาการมาเป็นการเสนอข่าวเชิงอธิบายขยายความ (Interpretative) ให้รายละเอียดในเนื้อหาของข่าวมากขึ้น และพัฒนามาสู่การเสนอข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน (Investigative) ที่ให้ข้อมูลที่เจาะลึกในประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น ๆ

จากลำดับขั้นของพัฒนาการในการรายงานข่าวที่ละเอียดมากขึ้นนี้ ทำให้เกิดความคิดที่จะผลิตหนังสือพิมพ์เฉพาะด้าน (Specialized Newspapers) เพื่อสนองตอบผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่ต้องการเนื้อหาข่าวสารที่มีความละเอียดและเจาะลึกในเรื่องหรือประเด็นที่ตนเองสนใจ ซึ่งในปัจจุบันก็มีหนังสือพิมพ์เฉพาะด้านมากมายหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หนังสือพิมพ์เด็ก หนังสือพิมพ์บันเทิง และหนังสือพิมพ์กีฬา เป็นต้น โดยจะเน้นเนื้อหาเฉพาะด้านนั้น ๆ อย่างละเอียด เป็นไปในลักษณะ เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Marketing approach) แม้ว่ากลุ่มผู้บริโภคจะเล็กลง แต่ก็มีความแน่นอนในเรื่องของยอดจัดจำหน่าย สามารถกำหนดเป้าหมายทางการตลาดได้ง่ายขึ้น และเหมาะกับสังคมที่เร่งรีบ มีการแข่งขันกันสูง และกระหายข่าวสาร

ซึ่งหนังสือพิมพ์เฉพาะด้าน (Specialized Newspapers) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อเสนอข่าวสารสู่ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากองค์กรที่ดำเนินกิจการด้านสิ่งพิมพ์อยู่ก่อนแล้ว โดยอาจจะเป็นการดำเนินการผลิตหนังสือพิมพ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง และได้ขยายกิจการโดยการผลิตหนังสือพิมพ์เฉพาะด้านขึ้น ซึ่งเป็นการดำเนินกิจการในลักษณะเป็นเครือ หรือ กลุ่มกิจการ ที่มีเจ้าของเดียวกัน เช่น เครือเดอะเนชั่น เครือผู้จัดการ เครือวิญจักร์ เครืออมรินทร์พริ้นติ้ง เครือสยามสปอร์ตซินดิเคท เป็นต้น และนอกจากจะเป็นการขยายกิจการทางสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว พัฒนาการขององค์กรเหล่านี้ยังขยายไปยังสื่ออื่น ๆ ทั้งสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ อีกด้วย

จากสภาพแนวโน้มความเป็นไปในสังคมไทยปัจจุบันนั้น มีการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ซึ่งก็เป็นไปตามกลไกของเศรษฐกิจ ที่มีการแข่งขันกันสูงมาก การทำงานของคนในสังคมเป็นไปอย่างเร่งรีบ ผลที่ตามมาก็คือ ความเครียดที่เกิดกับคนในสังคมเพิ่มขึ้นอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง ซึ่งทางออกในการที่จะผ่อนคลายความเครียดของแต่ละบุคคลก็แตกต่างกัน

กันออกไป ส่วนใหญ่เลือกที่จะแสวงหาความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่ได้รับจากการทำงาน และสภาพสังคมที่เร่งรีบให้บรรเทาลง โดยความบันเทิงที่แสวงหานั้นก็แตกต่างกันออกไปตามความชอบของแต่ละบุคคล

กีฬาถือเป็นความบันเทิงชนิดหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในสังคมปัจจุบัน แต่ละบุคคลก็จะเลือกวิธีผ่อนคลายความเครียดจากกีฬาแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น การเล่นกีฬา การเชียร์กีฬาทั้งจากในสนามและติดตามจากสื่อต่าง ๆ ทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ประกอบกับนิสัยของคนไทยที่มองทุกอย่างเป็นการแข่งขัน มีแพ้ มีชนะ และชอบที่จะเติมพันทหายผลการแข่งขัน จึงทำให้กีฬาได้รับความนิยมจากคนไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งในปัจจุบันทางภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกีฬามากขึ้น พยายามสร้างความเข้าใจกีฬาให้กับคนในสังคมเพื่อที่จะหันมาสนใจกีฬา เพราะกีฬานั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาคนในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 8 ทำให้ในปัจจุบัน สื่อต่าง ๆ หันมาเสนอเนื้อหาทางด้านกีฬาเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความเจริญก้าวหน้า ข้อมูลข่าวสารกีฬาจึงมีเพิ่มมากขึ้น โดยมีการนำเสนอมาจากทั่วทุกมุมโลกในระยะเวลาที่รวดเร็ว รวมทั้งภาครัฐก็เอิกชนที่หันมาให้ความสนใจในธุรกิจการกีฬามากขึ้น ประชาชนจึงมีโอกาสดูรับข่าวสารการกีฬากันอย่างเต็มที่

ในส่วนของสื่อมวลชนทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ก็มีการปรับปรุงการนำเสนอโดยเพิ่มเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น สื่อโทรทัศน์ก็มีการเพิ่มเวลาและรายการกีฬา ทั้งถ่ายทอดสด และบันทึกการแข่งขันกีฬาดัง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ส่วนสื่อวิทยุนั้นก็มีการเสนอข่าวสารการกีฬาเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบางสถานีมีการเสนอข่าวสารการกีฬาตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ในส่วนของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ก็มีการขยายเนื้อที่ของหน้าข่าวกีฬาเพิ่มมากขึ้นเกือบทุกฉบับ เพื่อแข่งขันกันเสนอข่าวสารด้านการกีฬาที่ได้รับความสนใจจากผู้อ่านเพิ่มมากขึ้นด้วย

ยกตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเดลินิวส์ ได้ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวกีฬา โดยการเพิ่มเนื้อที่ของข่าวกีฬา โดยจัดทำแยกส่วน (Sections) เพื่อเสนอข่าวกีฬาโดยเฉพาะ มีเนื้อหาข่าว ภาพข่าว และคอลัมน์กีฬาเพิ่มมากขึ้น มีการพาดหัวข่าว และการใช้ภาพสีเหมือนการพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งของข่าวทั่วไป

จึงเห็นได้ว่า ความสนใจของคนในสังคมไทยที่เพิ่มขึ้นนั้น ทำให้ธุรกิจข่าวสารการกีฬามีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการขยายตัวของข่าวสารการกีฬานี้ สืบเนื่องที่เกิดขึ้นในสังคมไทย และเติบโตขึ้นตามแนวโน้มความเป็นไปของสังคมก็คือ “หนังสือพิมพ์กีฬา” ที่นำเสนอเฉพาะข่าวสารการกีฬาทั้งจากภายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬานั้น มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา

การศึกษาสิ่งพิมพ์ที่ผ่านมา มักเป็นการศึกษาสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์ในแง่มุมต่าง ๆ อีกทั้งมีการศึกษาถึงองค์กรที่ประกอบการด้านอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์อยู่หลายแห่ง แต่สำหรับการศึกษาด้านหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวเฉพาะด้าน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กีฬานั้นยังไม่มีปรากฏ ซึ่งการขยายตัวขององค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาบางแห่งนั้น มีความน่าสนใจและน่าจะศึกษาเป็นการเฉพาะลงไป

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาการขยายตัวหรือการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันรวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเติบโตทั้งในส่วนที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรค โดยได้เลือกศึกษาหนังสือพิมพ์กีฬารายวันจำนวน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ สยามกีฬารายวัน สตาร์ซอคเกอร์รายวัน มวยสยามรายวัน และสปอร์ตพูล ซึ่งผลิตโดยบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

เหตุที่เลือกศึกษาหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ที่ผลิตโดย บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เพราะหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ มีส่วนแบ่งการตลาดถึงประมาณร้อยละ 90 ของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่วางจำหน่ายทั้งหมดรวม 6 ฉบับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬาที่ผลิตโดย บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) นั้นเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ภายในระยะเวลา 10 ปีกว่าเท่านั้น และยังเป็นบริษัทแรกที่มีเริ่มผลิตหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่ ให้บริการข่าวสารเฉพาะด้าน จากการเริ่มต้นที่ผลิตออกจำหน่าย 1 ชื่อฉบับ สามารถเติบโตเป็น 4 ชื่อฉบับได้ในปัจจุบัน

หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ฉบับแรก คือ “สยามกีฬารายวัน” ได้ถือกำเนิดขึ้นในปี 2528 ซึ่งสภาวะสังคมขณะนั้นมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน สังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ฯลฯ โดยในระยะแรก หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ผลิตโดย บริษัท สยามสปอร์ตพรีนติ้ง จำกัด ซึ่งถือเป็นหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับแรก และฉบับเดียว ในขณะนั้น โดยมีพัฒนาการเติบโตขึ้นมาเรื่อย ๆ จนสามารถมียอดจัดจำหน่ายเป็นอันดับ 3 ของหนังสือพิมพ์รายวันที่วางจำหน่ายในท้องตลาด

สยามกีฬารายวัน เป็นหนังสือพิมพ์กีฬาที่เสนอข่าวเน้นหนักทางด้านข่าวกีฬาทั้งภายใน ประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยเนื้อหาที่ปรากฏจะไม่ใช่เพียงแต่การรายงานผลการแข่งขัน แต่จะรวมเนื้อหาสาระอื่นๆ เช่น บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ การคาดคะเนผลการแข่งขัน เป็นต้น คอลัมน์หลักในสยามกีฬาราย วันจะเป็นบทความวิจารณ์ เช่น “มุมมองของ ย. โย่ง” (เขียนโดยนายเอกชัย นพจินดา ซึ่งเป็น ทั้งนักเขียนและนักพากย์กีฬาชื่อดังของประเทศไทย) คอลัมน์ตอบปัญหาจากผู้อ่านใน “ชัชยะ คุยเฟื่องเรื่องกีฬา” บทความสั้น ๆ เช่น “คอร์เนอร์แฟลก” “กำปั้นหุ้มนม” และ “หน้าต่าง รด” การคาดคะเนผลการแข่งขัน เช่น คอลัมน์ “ชาติรี พระประแดงซึ่มวยเด็ด” เป็นต้น นอกจากการนำเสนอข่าวกีฬาแล้ว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับวงการ บันเทิงในคอลัมน์อื่น ๆ เช่น “ชอย 9 ดาวบันเทิง” “เวทีบันเทิง” “กะเทาะจอตู้” และ “มิด ไนท์ สแควร์” เป็นต้น

จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ทำให้บริษัท สยาม สปอร์ต พรีนติ้ง จำกัด ซึ่งต่อมาเปลี่ยนเป็นบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด ได้ทำ การออกหนังสือพิมพ์ “สตาร์ช็อคเกอร์รายวัน” ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับที่ 2 ใน ปี 2535

สตาร์ช็อคเกอร์รายวัน เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเน้นในด้านกีฬาฟุตบอลในต่าง ประเทศ สาระและเนื้อหาหลักจะเป็นทั้งการรายงานและการคาดคะเนผลการแข่งขันฟุตบอลใน ต่างประเทศ พร้อมบทวิจารณ์และการตอบคำถามจากผู้อ่าน โดยมีคอลัมน์เด่น เช่น

“เจ้าแจ๊สแฟนคลับ” โดยน้องหนู “กับฟุตบอล กับแฟน ๆ กับบิกจี” “ละตะเข็บอินทรีเหล็ก” “หลากหลายหลากหลายสไตล์กับนายศิริ” เป็นต้น

และหนังสือพิมพ์ “มวยสยามรายวัน” ได้ถือกำเนิดขึ้นในปี 2537 เป็นฉบับที่ 3 ซึ่งเกิดจากความสำเร็จที่ได้รับจาก “นิตยสารมวยสยาม” ที่มีผู้อ่านและผู้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับวงการมวยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะการจัดการแข่งขันชกมวยไทยที่มีมาครั้งขึ้น ทำให้มีความต้องการข่าวกีฬาที่มีลักษณะเป็นรายวัน ทำให้เกิดหนังสือพิมพ์ “มวยสยามรายวัน” ที่รายงานข่าวเกี่ยวกับกีฬามวยโดยเฉพาะ วัตถุประสงค์ก็เพื่อรายงานผลและวิจารณ์กีฬาประเภทนี้ที่มีการแข่งขันทุกวันทั่วประเทศ เนื้อหาจะเป็นการรายงานข่าวกีฬาทั้ง มวยไทย มวยสากล ประมาณร้อยละ 80 ฟุตบอลยุโรป ประมาณร้อยละ 10 และข่าวบันเทิงอีกประมาณร้อยละ 10 โดยมีคอลัมน์เด่น เช่น “มุมกลาง บางปะกง” โดยบางปะกง “ขึ้นล็อกลุยเซียน” โดยมดตะนอย “ตลาดหุ่นนอกสังเวียน” โดยเป็กก็ไม่มีหมด ซึ่งเป็นคอลัมน์ทำนายผลการแข่งขันชก มวยไทยในแต่ละวัน สำหรับคอลัมน์เด่นในข่าวบันเทิงนั้นก็ มี เช่น “ระฆังบันเทิง” โดย .357 และ “เกาะขอบจอ” โดย มิสเตอร์โรโมท เป็นต้น

หลังจากนั้น บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด ได้ขยายกิจการเพิ่มขึ้นในหลาย ๆ ด้าน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ ทำให้ในปี 2538 บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)” ต่อมาในต้นปี 2539 จึงได้ออกหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ฉบับที่ 4 คือ “สปอร์ตพูล” เพื่อรองรับตลาดที่ต้องการข่าวสารการกีฬาที่โด่งดังรวมทั้งจำนวนผู้อ่านที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเสนอข่าวกีฬาต่างประเทศ จะมีเนื้อหาเน้นไปที่กีฬาบาสเกตบอล อเมริกันฟุตบอล กอล์ฟ เทนนิส และฟุตบอล เป็นต้น ซึ่งเป็นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการข่าวสารการกีฬาต่างประเทศที่ตนเองสนใจจากทั่วทุกมุมโลก อีกทั้งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การเสนอสดิติด่าง ๆ ในการแข่งขันกีฬาทั้งฟุตบอลมวย บาสเกตบอล และอเมริกันฟุตบอล รวมถึงการคาดการณ์ผลการแข่งขันในกีฬาที่กำลังจะมีการแข่งขันในวันหรือสัปดาห์นั้นอีกด้วย และมีข่าวบันเทิงสอดแทรกมาประมาณร้อยละ 5 ของเนื้อหาทั้งหมด โดยมีคอลัมน์เด่นในฉบับ เช่น “Extra Point” โดย อำนาจ สุนทรวัฒน์ เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวงการอเมริกันฟุตบอล “ฟรีสไตล์กับ ต.โด่ง” โดย ต.โด่ง เป็นคอลัมน์ที่ตอบจดหมายของผู้อ่าน “มุมมวยมุมมองของเซียนดี” โดย เซียนดี เป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขันชกมวยไทย

ในแต่ละวัน “โลกทัศน์ ซูเปอร์เป็ยก” โดย ซูเปอร์เป็ยก เสนอทวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลยุโรป “มองเกม” โดยนายต๋อศักดิ์ ฅ มีลูก เสนอการคาดการณ์ผลการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ และ “มิติมายา” โดย ว.สุริยา เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับวงการบันเทิง เป็นต้น

ข้อสังเกตที่เห็นได้ชัด หลังจากเริ่มผลิต “หนังสือพิมพ์ สยามกีฬารายวัน” นั้นยอดจำหน่ายในช่วงแรกที่ผลิตเพียง 10,000 ฉบับต่อวันเพิ่มขึ้นมาเป็นประมาณ 75,000 ฉบับในปัจจุบัน ส่วน “สตาร์ซ็อคเกอร์รายวัน” ได้เพิ่มขึ้นจาก 53,000 ฉบับต่อวันในช่วงแรก เป็นกว่า 90,000 ฉบับต่อวันในปัจจุบัน และ “หนังสือพิมพ์มวยสยามรายวัน” มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากช่วงแรก 19,000 ฉบับต่อวัน มาเป็น 26,000 ฉบับต่อวันในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาไม่กี่ปีหลังจากเริ่มผลิต และนอกจากจะซื้อข่าวจากต่างประเทศมากขึ้น ยังมีการส่งนักข่าวไปประจำยังต่างประเทศ เพื่อติดตามข่าวสารกีฬาต่าง ๆ รายงานกลับมายังประเทศไทยทุกวันอีกด้วย

ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้มีปัจจัยหลายประการที่มีส่วนส่งเสริมการขายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันดังกล่าว นำมาซึ่งความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งในส่วนที่ส่งเสริม รวมทั้งปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันด้วย

การศึกษา ถึง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน” นี้ อาจใช้เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถศึกษาถึงพัฒนาการของหนังสือพิมพ์กีฬาที่ถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้บริการข่าวสารเฉพาะด้าน ตลอดจนใช้คาดการณ์ถึงทิศทางต่อไปในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภท หนังสือพิมพ์กีฬาได้

ปัญหานำการวิจัย

1. หนังสือพิมพ์กีฬารายวันมีการขยายตัวอย่างไร
2. ปัจจัยอะไรบ้างที่มีส่วนส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน
2. เพื่อทราบปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน จำนวน 4 ชื่อฉบับ คือ สยามกีฬารายวัน สตาร์ซ็อคเกอร์รายวัน มวยสยามรายวัน สปอร์ตพูล ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายโดย บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาถึง “ปัจจัย” ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้งในส่วนที่เป็นปัจจัยส่งเสริม และปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ในช่วงเริ่มต้นตั้งแต่ พ.ศ. 2528 จนถึงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2539

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้ศึกษามุ่งทำการศึกษาเฉพาะ “หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน” จำนวน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ สยามกีฬารายวัน สตาร์ซ็อคเกอร์รายวัน มวยสยามรายวัน สปอร์ตพูล ซึ่งจะเป็นตัวแทนที่ใช้

ในการวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน มิได้มุ่งศึกษาองค์กรในส่วนอื่น ๆ และเนื้อหาของตัวสาร [Content Analysis]

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

การขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน เป็นผลมาจากปัจจัย 3 ประการอันได้แก่

1. ปัจจัยผู้ส่งสาร ในด้าน ทุนประกอบการ ผู้บริหาร นโยบาย แผนการตลาด การจัดการภายในองค์กร บุคลากร เทคโนโลยีในการผลิต การจัดระเบียบเนื้อหาและรูปลักษณ์
2. ปัจจัยผู้รับสาร ในด้าน ค่านิยม ทศนคติ สังคม
3. ปัจจัยแวดล้อม ในด้าน แนวโน้มของสังคม นโยบายของรัฐ การส่งเสริมจากสื่ออื่น เศรษฐกิจ โฆษณา มหกรรมกีฬา คู่แข่งขัน

โดยปัจจัยดังกล่าวนี้น่าจะส่งผลกระทบต่อทั้งในส่วนส่งเสริมและในส่วนที่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัว ได้ในขณะเดียวกัน

นิยามศัพท์

"หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน"

หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวกีฬาและคอลัมน์แสดงความคิดเห็นเรื่องกีฬาเพียงอย่างเดียว หรือเป็นส่วนใหญ่ โดยพิมพ์ออกจำหน่ายทุกวัน ซึ่งงานวิจัยนี้ เลือกศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์กีฬารายวันของ บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน) จำนวน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ สยามกีฬารายวัน สตาร์ซ็อคเกอร์รายวัน มวยสยามรายวัน และสปอร์ตพูล

“ การเติบโต ”

หมายถึง การขยายตัวขององค์กร ในส่วนของการเพิ่มขึ้นของทุนประกอบการ บุคลากร เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต ปริมาณการผลิต เนื้อหา จำนวนหน้า คอลัมน์ ประเภทกีฬา ยอดจำหน่าย การแตกย่อยเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาฉบับใหม่ รวมถึง การแปรสภาพลักษณะองค์กร จากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชน

“ ปัจจัย ”

หมายถึง องค์กรประกอบที่เข้ามามีบทบาท อิทธิพล และผลกระทบ ต่อการเติบโตของ หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้งในส่วนที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรค

สำหรับการศึกษานี้ จำแนกปัจจัยออกเป็น 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยผู้ส่งสาร ในด้านทุนประกอบการ ผู้บริหาร นโยบาย แผนการตลาด การจัด การภายในองค์กร บุคลากร เทคโนโลยีในการผลิต การจัดระเบียบเนื้อหาและรูปเล่ม
2. ปัจจัยผู้รับสาร ในด้าน ค่านิยม ทักษะ ทักษะ สังกศ
3. ปัจจัยแวดล้อม ในด้าน แนวโน้มสังคม นโยบายของรัฐ การส่งเสริมจากสื่ออื่น เศรษฐกิจ โฆษณา มหกรรมกีฬา คู่แข่งขัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้วางแผนในการพัฒนาคุณภาพหนังสือพิมพ์กีฬารายวันให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป
2. เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะเข้ามาประกอบการทางด้านนี้
3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้อาจจะใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการคาดการณ์ถึงอนาคตของธุรกิจหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน