

คอลัมน์ “เศรษฐกิจพรรคเจ้าพระยา”

นิตยสาร ผู้จัดการรายเดือน ฉบับเดือนมิถุนายน 2544

## Premier League 2000/2001

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์

การแข่งขันฟุตบอล Premier League ประจำปี 2000/2001 สิ้นสุดลงในเดือน พฤษภาคม 2544 Manchester United ยังสามารถรักษาแชมป์ไว้ได้ โดยที่สโมสร Bradford, Coventry City และ Manchester City ร่วงหล่นไปสู่ดิวิชั่นหนึ่ง ในขณะที่ Liverpool สามารถคว้า แชมป์ฟุตบอลถ้วย ทั้ง League Cup, F.A. Cup และ UEFA Cup พร้อมทั้งคว้าอันดับสาม ตามหลัง Manchester United และ Arsenal ซึ่งมีสิทธิในการแข่งขัน Champion League ในฤดู การแข่งขัน 2544/2545

นับตั้งแต่การปรับโครงสร้างการแข่งขันฟุตบอลในประเทศอังกฤษด้วยการ สถาปนา Premier League ในฤดูกาลแข่งขัน 2534/2535 เป็นต้นมา Premier League เจริญ รุ่งเรืองตามลำดับ ทั้งนี้เป็นผลจากความมั่งคั่งของรายได้จากการโฆษณาและรายได้จากการ ขายสิทธิในการถ่ายทอดโทรทัศน์

การแข่งขันฟุตบอล Premier League ในประเทศอังกฤษรู้จักกันในชื่อ Carling Premiership นับตั้งแต่ฤดูกาลแข่งขัน 2534/2535 เป็นต้นมา Carling เป็นยี่ห้อเบียร์ ซึ่งผลิตโดย BASS PLC แห่งประเทศอังกฤษ BASS เป็นยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ผลิตทั้งเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์ ทั้งยังประกอบธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวอีกด้วย BASS เป็น เจ้าของเครือข่าย Holiday Inn Worldwide

ในปี 2540 BASS PLC จ่ายค่าโฆษณาจำนวน 27 ล้านปอนด์สเตอร์ลิงแก่ Premier League เพื่อให้ใช้ชื่อ Carling Premiership สัญญาการโฆษณาดังกล่าวนี้อันสิ้นสุดเมื่อสิ้น ฤดูกาลแข่งขัน 2543/2544 Premier League ลังเลใจที่จะต่อสัญญาให้ BASS ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ Carling เป็นเบียร์ที่ดื่มกันภายในสหราชอาณาจักร Carling มิได้มีฐานะเป็น Global Brand สมาชิก Premier League จำนวนไม่น้อยมีความเห็นว่า หากได้ Global Brand มาเป็นสปอนเซอร์ รายได้จากการโฆษณาจะเพิ่มขึ้นอีกมาก นอกจากนี้ ยังมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์กันว่า การใช้ชื่อ Carling Premiership มีผลเสียต่อเยาวชนที่ชอบกีฬาฟุตบอล เพราะ Carling เป็นเครื่องดื่มที่มี

อัลกอซอส์ อาจมีผลกระทบต่อนักเชียร์ก่อนวัยอันควร อันเป็นวิวาทะที่รู้จักกันในหัวข้อ 'Lager and Lads'

การที่ Premier League ต้องการค่าโฆษณาในระดับ 60 ล้านปอนด์สเตอร์ลิงขึ้นไป ประกอบกับการแสดงอาการลงเลที่จะต่อสัญญา ทำให้ BASS PLC ประกาศถอนตัวจากการเจรจาในเดือนมกราคม 2544 (*Financial Times*, January 19, 2001) พลังที่ Carling Premiership สิ้นชีพ ยกย่องใหญ่เจ้าของ Global Brand ต่างเผยโฉมที่จะเจรจากับ Premier League ทั้ง Budweiser, Pepsi และ Coca Cola แต่แล้วก็ต้องล่าถอย ทั้ง Budweiser และ Pepsi (*Financial Times*, February 14, 2001)

อย่างไรก็ตาม Premier League คงหาสปอนเซอร์กระเป๋าหนักได้ไม่ยากนัก ยกย่องใหญ่ในธุรกิจรองเท้าอาจเป็นเป้าที่ Premier League หมายตา นับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา Reebok กับ Nike แข่งขันกันชนิดเอาเป็นเอาตายในการแย่งตลาดฟุตบอลในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Major Soccer League ในขณะที่ Adidas-Solomon พยายามยึดครองตลาดยุโรปอย่างเหนียวแน่น ในปี 2543 Adidas-Solomon ทำสัญญากับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ฝรั่งเศส เพื่อมีเอกสิทธิ์ในการจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาฟุตบอลแก่สโมสรฟุตบอลในดิวิชันหนึ่งแต่เพียงผู้เดียว เมื่อมีผู้ร้องต่อศาล Adidas-Solomon ถูกพิพากษาให้เสียค่าปรับ 2.4 ล้านยูโร (ประมาณ 1.5 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง) ในฐานะที่มีประพฤติกรรมรบกวนอำนาจผูกขาดตัดตอน (*Financial Times*, January 2, 2001)

Premier League มิได้มีรายได้จากสปอนเซอร์หรือค่าโฆษณาเท่านั้น หากยังมีรายได้จากการขายสิทธิการถ่ายทอดโทรทัศน์อีกด้วย ในสหราชอาณาจักร สิทธิการถ่ายทอดการแข่งขัน Premier League ตกเป็นของ BSkyB (= British Sky Broadcasting Corp) ส่วนนอกราชอาณาจักร ตกเป็นสิทธิของ Transworld International ร่วมกับ Canal Plus (บริษัทลูกของ Vivendi Universal แห่งฝรั่งเศส ขายบริการ Pay-TV) ในปี 2541 บริษัททั้งสองจ่ายค่าสิทธิการถ่ายทอดการแข่งขัน Premier League นอกสหราชอาณาจักรร่วมกัน 100 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง จำนวนประเทศที่ถ่ายทอดการแข่งขันเพิ่มจาก 27 ประเทศในปี 2534 เป็น 127 ประเทศในปี 2544 กระบวนการโลกาภิวัตน์ของการแข่งขัน Premier League ทำให้รายได้จากการขายสิทธิการถ่ายทอดโทรทัศน์เติบโต ในการเจรจาทำสัญญาฉบับใหม่ กลุ่มบริษัทที่เข้าร่วมทำสัญญา นอกจากจะประกอบด้วย Transworld International และ Canal Plus แล้ว Fox Television แห่งสหรัฐอเมริกา ก็กระโดดเข้าร่วมเป็นคู่สัญญาด้วย โดยที่รูเปอร์ต เมอร์ด็อก (Rupert Murdoch) เป็นเจ้าของทั้ง Fox Television และ BSkyB การที่ Fox กระโดดเข้าร่วมเป็นคู่สัญญาอย่างอ้อมมีนัยสำคัญ

ว่า Premier League กำลังคือปลานเข้าสู่สหรัฐอเมริกาและอเมริกาเหนือ อันสะท้อนให้เห็นความนิยมกีฬาฟุตบอลที่มีมากขึ้นในภูมิภาคดังกล่าว

Premier League ยังหวังที่จะมีรายได้จากการขายสิทธิการถ่ายทอดโทรทัศน์สำหรับบริการ Pay – per - View ผู้ที่ได้รับสิทธิดังกล่าวนี้มีสิทธิที่จะถ่ายทอดการแข่งขันปีละ 40 นัด โดยมีรายได้จากการเก็บค่าชมจากคนดูเป็นรายนัด เดิมทีบริษัท NTL ซึ่งมีเป็นบริษัท Cable TV ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร เสนอซื้อสิทธิดังกล่าวนี้ในราคา 328 ล้านปอนด์สเตอร์ลิง แต่แล้วกลับถอนตัว ซึ่งสร้างความผิดหวังแก่ Premier League อย่างยิ่ง

ความมั่งคั่งแห่งรายได้ของ Premier League ส่งผลต่อรายได้ของสโมสรฟุตบอลภายใน League ด้วย เมื่อ Premier League มีรายได้เพิ่มขึ้น จำต้องแบ่งปันรายได้แก่สโมสรในเครือข่ายเพิ่มขึ้นในระดับที่น่าพอใจด้วย มิฉะนั้นสโมสรชั้นนำอาจ ‘แตกแถว’ อันอาจนำมาซึ่งความล่มสลายของ Premier League ได้ ในปัจจุบัน มีความเคลื่อนไหวในหมู่สโมสรชั้นนำในประเทศ ‘มหาอำนาจด้านฟุตบอล’ ในยุโรปที่จะแยกตัวมาจัดตั้ง European Super League สโมสรฟุตบอลในกลุ่มนี้รู้จักกันในนาม G -14 อันประกอบด้วยสโมสรฟุตบอลยักษ์ใหญ่จำนวน 14 สโมสรจาก อิตาลี สเปน ฝรั่งเศส เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร หากการจัดตั้ง European Super League สำเร็จลุล่วง Premier League ก็จะมีคู่แข่งและตกต่ำโดยมีพิกัดต้องสงสัย

ความรุ่งเรืองทางธุรกิจของ Premier League ทำให้บรรดาสโมสรฟุตบอลต้องพยายามหาที่ยืนใน Premier League เพราะการร่วงหล่นจาก Premier League หมายถึงการสูญเสียรายได้ที่สำคัญ ซึ่งมีนัยรวมถึงการสูญเสียดารานักฟุตบอลชั้นนำ และสูญเสียโอกาสในการพัฒนาสโมสรด้วย แต่การหาที่ยืนใน Premier League นั้นไม่เพียงพอ หากแต่ต้องยืนในอันดับต้นๆด้วย การเป็นเจ้าฝูงของ Premier League มีผลต่อการเพิ่มพูนรายได้ของสโมสรอีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการแข่งขัน UEFA Champion League หากยืนอยู่ในอันดับรองจากเจ้าฝูง ก็ยังมีโอกาสหารายได้จากการแข่งขัน UEFA Cup

การพลาดโอกาสในการเข้าแข่งขัน UEFA Champion League หรือแม้แต่ UEFA Cup หมายถึงการสูญเสียโอกาสในการหารายได้ที่สำคัญ ด้วยเหตุดังนั้น เมื่อเข้าสู่ปลายฤดูการแข่งขัน ความเข้มข้นในการแข่งขันยิ่งทวี มิเฉพาะแต่ Premier League แห่งอังกฤษ หากยังรวมถึง Calcio Serie A แห่งอิตาลี Premiera Liga แห่งสเปน Bundesliga แห่งเยอรมนี และ First Division แห่งฝรั่งเศส อีกด้วย

สโมสรฟุตบอลระดับเจ้าฝูง เมื่อสามารถหารายได้ได้มาก ย่อมอยู่ในฐานะที่จะซื้อดารานักฟุตบอลระดับโลก (World Class) ได้มาก รวมทั้งมีโอกาสในการพัฒนาสโมสรด้วย ความแตกต่างระหว่างสโมสรระดับเจ้าฝูงกับสโมสรระดับปลายแถวเพิ่มขึ้นเป็นทวีตริคูณ ในทุกฤดูกาล

แข่งขัน สโมสรระดับปลายแถวต้องดิ้นรนหนีการตกชั้นในขณะที่สโมสรระดับจำฝูงต่างเร่งเครื่องเพื่ออ้างตำแหน่งจำฝูงต่อไป

ณ บัดนี้ Premier League มีสถานะเป็น Global Brand ชนเกือบทุกชั้นในเกือบทุกประเทศ (อย่างน้อย 127 ประเทศ) ล้วนรู้จัก Premier League ทั้งนี้เป็นผลจากกระบวนการโทรทัศน์นวัตกรรม การแข่งขันฟุตบอลเป็นบริการสันทนากการที่มีผู้บริโภคต้องการทั่วโลก การเติบโตของการแข่งขันฟุตบอลในฐานะบริการสันทนากการระหว่างประเทศ ย่อมมีผลกระทบต่อทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยที่การแข่งขันฟุตบอลเป็น 'สินค้าวัฒนธรรม' (Cultural Product) การเพิ่มขึ้นของความต้องการในการบริโภคย่อมกระทบต่อหน่วยผลิต ทั้ง Premier League ในฐานะผู้จัดการแข่งขัน และสโมสรฟุตบอลผู้ผลิตการแข่งขัน แต่กลุ่มทุนวัฒนธรรมในกรณีของฟุตบอลมิได้ประกอบด้วย Premier League (รวมทั้งองค์กรที่ทำหน้าที่จัดการแข่งขันฟุตบอลในประเทศอื่นๆ) และสโมสรฟุตบอลเท่านั้น หากยังรวมถึงหน่วยผลิตผู้ผลิตอุปกรณ์กีฬาฟุตบอลและเครื่องแต่งกายนักฟุตบอล ธุรกิจโทรทัศน์ ธุรกิจการโฆษณา และอื่นๆอีกด้วย

กระบวนการโลกาภิวัตน์ของ Premier League ยังไม่จบสิ้น เพราะยังสามารถขยายตัวในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา การที่ Fox Television เข้าร่วมในกลุ่ม Consortium ที่ซื้อสิทธิการถ่ายทอดการแข่งขัน Premier League นอกสหราชอาณาจักร บ่งบอกทิศทางของกระบวนการโลกาภิวัตน์ของ Premier League ดังกล่าวนี