

การศึกษานวัตกรรมของการพัฒนาอีสปอร์ต กับแนวทางการสร้างธุรกิจและสร้างงาน

วันที่รับบทความ	12/11/2567
วันที่แก้ไขบทความ	31/01/2568
วันที่ตอบรับบทความ	03/02/2568

วิชา ชั้นคำ^{1*} สุภกร ต้นวราวุฒิชัย²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมของการพัฒนาอีสปอร์ตกับแนวทางการสร้างธุรกิจและสร้างงาน โดยเน้นปัจจัย การศึกษานวัตกรรมการจัดการอีสปอร์ต แนวทางการสร้างธุรกิจอีสปอร์ต และการสร้างงานให้กับบุคคลที่สนใจในธุรกิจอีสปอร์ต ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการอีสปอร์ตกับการสร้างธุรกิจและสร้างงานในประเทศไทย กลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับอีสปอร์ต จำนวน 20 กลุ่ม เก็บข้อมูลจากสมาชิกนักธุรกิจ ผู้เกี่ยวข้อง กับกีฬาอีสปอร์ต ผู้วิจัยจะเลือกสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้บริหาร สมาคม ชมรม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับ กีฬาอีสปอร์ต 5 แห่ง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปร การเติบโตที่รวดเร็วของวงการอีสปอร์ตทำให้ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและ ประสบการณ์ทำงานด้านอีสปอร์ตโดยเฉพาะความร่วมมือในครั้งนี้ได้มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อ สนับสนุน นักกีฬาอีสปอร์ตมืออาชีพ อาชีพนักสร้างสรรค์เนื้อหา อาชีพโปร เนื้อหาเกี่ยวกับพัฒนาการ ของวงการอีสปอร์ต และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อสนับสนุนในวงการอีสปอร์ตแสดงให้เห็นพัฒนาการ ในวงการอีสปอร์ตการจัดการแข่งขันอีสปอร์ต และการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาอีสปอร์ต มีเพิ่มมากขึ้น อีสปอร์ตได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน แปรณดสินค้านำรวมถึงสถาบันอุดมศึกษา ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าร่วมในกิจกรรม ซึ่งเงินรางวัลมหาศาลดึงดูดใจรวมทั้งโอกาสในการสร้าง ชื่อเสียง สร้างอาชีพ รายได้มากจากการประชาสัมพันธ์สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาสมาคมกีฬา อีสปอร์ตและหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต ควรประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน เกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตของหน่วยงานและสร้างกิจกรรมการเรียนรู้สู่สาธารณะมากขึ้น

คำสำคัญ: นวัตกรรม อีสปอร์ต การสร้างธุรกิจ

^{1*} สาขาวิชาการจัดการอีสปอร์ตและธุรกิจเกม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อีเมล: vicha.ku@ssru.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอีสปอร์ตและบันเทิง วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

A Study of Innovations in Esports Development and Approaches to Business and Job Creation

Received	12/11/2024
Revised	31/01/2025
Accepted	03/02/2025

Wichar kunkum^{1,*} Supakorn Tunvaravuttichai²

Abstract

This study aimed to explore innovations in the development of esports and approaches to creating businesses and employment opportunities. The focus was on factors such as innovations in esports management, strategies for building esports businesses, and job creation for individuals interested in entering the esports industry. A mixed-methods research approach was employed, combining both quantitative and qualitative methods. The sample group consisted of 20 esports-related business entities in Thailand, including entrepreneurs involved in business and job creation within the esports sector. Data were collected from business members and stakeholders involved in esports. In-depth interviews were conducted with executives, associations, clubs, and other individuals related to esports from five organizations, using in-depth interview forms. The research findings revealed that the rapid growth of the esports industry had increased demand for skilled and experienced personnel in this field. Collaborative efforts had led to the development of innovations that supported professional esports athletes, content creators, and pro players. The study also highlighted ongoing advancements in the esports industry, such as the increasing number of esports competitions and greater support for esports activities. Esports had gained substantial backing from both the public and private sectors, including leading brands and higher education institutions that offered opportunities for student involvement. Attractive prize money, along with the chance to gain recognition, build careers, and earn income, had made esports a highly appealing industry. To further

^{1,*} Program in Esports and Games Business, College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University e-mail: vicha.ku@ssru.ac.th

² Program in Esports Business and Entertainment Management, College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

promote the growth of esports, it is recommended that government agencies, esports associations, and other relevant organizations enhance their public relations efforts. These entities should actively promote their activities and create more public learning opportunities to increase awareness and engagement with the esports sector.

Keywords: Innovation; Esports, Business creation

บทนำ

ในยุคปัจจุบันคำว่าอีสปอร์ต Esports มีการพูดถึงอยู่ทั่วไปมีการพัฒนาตัวเองขึ้นมาจากการเล่นเกมที่เป็นเพียงแค่กิจกรรมยามว่างไว้เล่นเพื่อผ่อนคลายกลายเป็นเกมที่ต้องใช้ความสามารถและความคิดในการเล่น และผลที่ได้คือการได้ฝึกสมอง ฝึกทักษะต่าง ๆ ที่ใช้ได้ในชีวิตจริง เกมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเกิดการแข่งกันเป็นกีฬาที่เรียกว่าอีสปอร์ต Esports Electronic Sport ขึ้นมาในกีฬาหมายถึงกิจกรรมหรือการเล่นที่มีกฎกติกากำหนด เพื่อความสนุกเพลิดเพลินผ่อนคลายความเครียดหรือเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และอาจใช้เป็นการแข่งขันเพื่อความเป็นเลิศ ดังนั้น ถ้าพิจารณาแล้ว Esports ก็ถือเป็นกีฬาประเภทหนึ่งเช่นกันแต่ไม่เน้นไปที่การเสริมสร้างร่างกาย ในปัจจุบันการที่อีสปอร์ต Esports มีการพัฒนาที่สูงมากทำให้มีความต้องการด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้นและหนึ่งในความต้องการที่เป็นปัจจัยในการพัฒนาอีสปอร์ต Esports คือ ความต้องการทางด้านสังคม Community ซึ่งในปัจจุบันสังคมอีสปอร์ต Esports มักจะเป็นสังคมแบบ on line หรือ Virtual Community คือ ชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกัน มีปฏิสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การส่งเสริมการออกกำลังกาย การพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศเพื่อต่อยอดความสำเร็จในระดับอาชีพการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่า พฤติกรรมการบริโภคทุกมิติความตั้งใจในการซื้อการผลิตร่วมกัน การมีส่วนร่วมการบอกต่อแบบปากต่อปากมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Abbasi, Asif, Shamim, Ting, & Rather, 2021, pp. 261-282) ทางเศรษฐกิจและการยกระดับการบริหารจัดการด้านกีฬาให้มีคุณภาพเพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อตัวประชาชนและต่อประเทศชาติ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับการกีฬาในประเทศและเพิ่มมูลค่าได้มากมายมหาศาลต่อภาคอุตสาหกรรมกีฬาและภาคเศรษฐกิจของประเทศโดยปัจจุบันผู้คนหลากหลายเชื้อชาติได้ให้ความสนใจในกีฬาอีสปอร์ตหลังจากที่อีสปอร์ตได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้บรรจุเป็นอีกหนึ่งชนิดกีฬา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ครั้งยิ่งใหญ่ทั้งในเรื่องของการเติบโตในกีฬาและธุรกิจอีสปอร์ต ให้นักลงทุนให้ความสนใจเนื่องจากแฉวงของกีฬาอีสปอร์ต สุดท้ายนี้ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ได้แก่ 1) เพื่อศึกษานวัตกรรมการจัดการอีสปอร์ต 2) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างธุรกิจอีสปอร์ต 3) เพื่อเป็นการศึกษาแนวทางการสร้างงานให้กับบุคคลที่สนใจธุรกิจอีสปอร์ตกำลังอยู่ในกระแสของอีสปอร์ตเกิดการสร้างคอมมูนิตี้อีสปอร์ตและการสร้างนวัตกรรมและแนวทางการสร้างธุรกิจและงาน ความต้องการด้านคุณสมบัติและความสามารถของตลาดแรงงานมีการตอบสนองการสร้างงาน (Finch, O'Reilly, Legg, Levallet, & Fody, 2022, pp. 117-134) อยู่มากมายแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและแนวทางการสร้างนวัตกรรมและธุรกิจที่มีอยู่ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมการจัดการอีสปอร์ต
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างธุรกิจอีสปอร์ต
3. เพื่อเป็นการศึกษาแนวทางการสร้างงานให้กับบุคคลที่สนใจธุรกิจอีสปอร์ต

สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษานวัตกรรมด้านการอีสปอร์ตเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่และเป็นแนวทางให้ผู้สนใจนำไปสร้างธุรกิจอีสปอร์ตส่งผลกระทบต่อแนวทางการสร้างงานให้กับบุคคลที่สนใจในธุรกิจอีสปอร์ต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการอีสปอร์ตกับการสร้างธุรกิจและสร้างงานในประเทศไทยกลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับอีสปอร์ต จำนวน 20 กลุ่ม เก็บข้อมูลจากสมาชิกนักธุรกิจ ผู้เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต ผู้วิจัยจะเลือกสัมภาษณ์ผู้บริหาร สมาคม ชมรม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต 5 แห่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสังเกตแบบสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ดำเนินการดังนี้

1.1) ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้

1.2) ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

1.3) สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของภาษา ประเด็นคำถามว่า ครอบคลุมเนื้อหาหรือตัวแปรหรือไม่ ภาษาชัดเจนเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือไม่

1.4) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruen Index) เป็นต้น เป็นรายชื่อ แล้วพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, น. 62) และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมตามกรอบ การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ

1.5) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2) การสร้างและการหาคุณภาพแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความสอดคล้องและความเป็นไปได้ สำหรับตรวจสอบร่างรูปแบบดำเนินการ ดังนี้

2.1) ศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาธุรกิจอีสปอร์ต

2.2) สร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ของรูปแบบการพัฒนาธุรกิจอีสปอร์ต

2.3) นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจแก้ไขภาษาสำนวนที่ใช้ และขอบเขตของเนื้อหาว่าเที่ยงตรงและครอบคลุมเรื่องที่จะศึกษาหรือไม่

2.4) นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข เพิ่มเติมส่วนที่บกพร่องแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาคุณภาพ โดยการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruen Index) เป็นรายข้อ แล้วพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2532, น. 62)

2.5) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำไปใช้ทดลองกับกลุ่มที่ไม่ใช่เป้าหมาย แต่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมาย 9 คน แล้วนำไปหาค่าความเที่ยงตรง

2.6) ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้เก็บข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลนำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์ การสังเกต แบบบันทึกข้อมูลผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ความเชื่อถือได้ ตรวจสอบและจัดหมวดหมู่แยกประเภทเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบบันทึก โดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลที่ได้จากการรวบรวม ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การบันทึกด้านแหล่งข้อมูล และด้านเวลา แล้ววิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์สรุพบัญ (Analytic Induction) เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกัน

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Content Analysis) เป็นการวิเคราะห์มุ่งการพรรณนาวิเคราะห์ และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาอีสปอร์ต

อีสปอร์ต (E-sports) เป็นการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นวิดีโอเกมในระดับมืออาชีพและสมัครเล่น โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบออนไลน์ในการเชื่อมโยงผู้เล่นและผู้ชม (เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์, 2561, น. 1-10) อีสปอร์ตสามารถพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งในด้านกีฬา ธุรกิจ และการศึกษา

ภควัต เจริญลาภ (2560) กล่าวว่า กีฬาอีสปอร์ตเป็นกิจกรรมที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักในการแข่งขัน โดยนักกีฬาจะใช้ Human-Computer Interfaces เพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีโครงสร้างทางธุรกิจที่ซับซ้อน เช่น การตลาด การสปอนเซอร์ และสิทธิประโยชน์ทางดิจิทัล

อีสปอร์ตมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศที่ให้การสนับสนุน เช่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และจีน รวมถึงประเทศไทย ได้เริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ในระดับอาชีพ ผ่านการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน อุตสาหกรรมอีสปอร์ตสร้างรายได้จากสปอนเซอร์ ลิขสิทธิ์ ถ่ายทอดสด การจัดทัวร์นาเมนต์ และโฆษณาออนไลน์ อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนให้เข้ามาในประเทศ นอกจากนี้ อีสปอร์ตยังได้รับความสนใจในภาคการศึกษา โดยมหาวิทยาลัยหลายแห่งในไทยเปิดหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เช่น การบริหารจัดการและการตลาดเกม เพื่อพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมดิจิทัล ขณะเดียวกัน ภาคเอกชนก็มีบทบาทสำคัญในการลงทุน เช่น การก่อตั้งศูนย์อีสปอร์ตครบวงจร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสนามแข่งขันและแพลตฟอร์มสตรีมมิง ซึ่งช่วยเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของกีฬาอีสปอร์ตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

แนวทางการสร้างธุรกิจและสร้างงาน

ธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อสังคมโดยผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสร้างงานและรายได้ให้กับประเทศ วิวัฒนาการของธุรกิจเริ่มจากยุคเกษตรกรรม ก่อนพัฒนาเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มีการใช้เครื่องจักร จากนั้นเข้าสู่ยุคผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่แข่งขันสูงขึ้น และพัฒนาต่อไปในยุคการตลาดที่เน้นความต้องการของลูกค้า รวมถึงยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์และเครือข่าย ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยกลยุทธ์สำคัญ เช่น การจัดลำดับความสำคัญ การบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน นอกจากนี้ ภาควิต เจริญสาธ (2560) เสนอแนวทางการวัดผลสำเร็จของธุรกิจที่ครอบคลุมมากกว่าตัวเลขทางการเงิน เช่น การนำกลยุทธ์ไปใช้จริง การพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงผ่านผู้นำองค์กร ขณะที่ วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ กันตภณ ธรรมวัฒนา (2560) เน้นการสร้างคุณค่าร่วมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมีปัจจัยสำคัญ เช่น สถานะทางการตลาด คุณภาพสินค้า นวัตกรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนต้องคำนึงถึงทั้งผลกำไรและผลกระทบต่อสังคมควบคู่กัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 1 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันข้อค้นพบ พบว่าจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คน ปรากฏว่าข้อมูลมีความสอดคล้อง และตกผลึกในลักษณะเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยเชิงคุณภาพยังสามารถยืนยันข้อค้นพบและสนับสนุนข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม ให้กับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ทำก่อนหน้าการเก็บข้อมูลจากสมาชิกนักธุรกิจ ผู้เกี่ยวข้องกับอีสปอร์ต และจะเลือกสัมภาษณ์ผู้บริหาร สมาคม ชมรม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต 5 แห่ง โดยสรุปได้ดังนี้

1) นวัตกรรมของการพัฒนาอีสปอร์ตความเห็นเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ที่ศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกันทั้งหมดว่า ตัวแปรการเติบโตที่รวดเร็วทิศทางที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตเติบโตจากการที่ตลาดเกมมีการเติบโตอย่างรวดเร็วรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐผลักดันให้เป็นกีฬาเต็มตัว และภาคการศึกษาที่เริ่มเปิดกว้าง ถือเป็นโอกาสสำหรับการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอีสปอร์ตของวงการอีสปอร์ตนั้นทำให้ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ทำงานด้านอีสปอร์ตโดยเฉพาะ สร้างมูลค่าในระหว่างงานต่าง ๆ ในระบบนิเวศอีสปอร์ต ปฏิสัมพันธ์ในบริบทของอีสปอร์ตที่ผู้มีส่วนร่วมเชื่อมโยงกันภายในระบบนิเวศ ซึ่งช่วยให้สามารถพัฒนาแนวคิดการสร้างมูลค่าร่วมกันและช่วยให้เข้าใจการสร้างมูลค่าร่วมกันในอีสปอร์ตได้ดียิ่งขึ้น (Kunz, Roth, & Santomier, pp. 699-719) ความร่วมมือในครั้งนี้ได้มีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อสนับสนุน 3 อาชีพในวงการ ได้แก่ 1) นักกีฬาอีสปอร์ตมืออาชีพ หรือ Esports Pro-Player 2) อาชีพนักสร้างสรรค์เนื้อหา หรือ Content Creator และ 3) อาชีพ Production Organizer โดยการ Reskill Upskill และ Newskill ด้วยการเรียนภาคทฤษฎีและลงงานในภาคปฏิบัติในสนามการทำงานจริงตลอดการแข่งขันรายการผ่านแพลตฟอร์มนับเป็นการสร้างงานได้ทันทีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเล่นเกมอีสปอร์ตเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเจตนาในการบริโภคการถ่ายทอดสดงานอีสปอร์ตการสตรีมเนื้อหาอีสปอร์ต (Jang, Byon, Baker, & Tsuji, 2021, pp. 89-108) โดยโครงการจะได้รับ และมีโอกาสได้เข้าทำงานในวงการอีสปอร์ตทั้งในและต่างประเทศ

2) ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อสนับสนุนในวงการอีสปอร์ต ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับพัฒนาการของวงการอีสปอร์ต และศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการแข่งขัน โดยผลการวิจัยสรุปว่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อสนับสนุนในวงการอีสปอร์ตแสดงให้เห็นพัฒนาการในวงการอีสปอร์ตความผูกพันกับอีเวนต์อีสปอร์ตและแบรนด์ผู้สนับสนุน ซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์แบบพึ่งพากันมากขึ้นในการสร้างตัวตนของพวกเขา (Calapez, Ribeiro, Almeida, & Pedragosa, 2024, pp. 42-66) การจัดการแข่งขันอีสปอร์ตและการสนับสนุนกีฬาอีสปอร์ตในฐานะกีฬา มีเพิ่มมากขึ้น อีสปอร์ตได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน แบรนด์สินค้าชั้นนำรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีเงินรางวัลมหาศาลดึงดูดใจรวมทั้งโอกาสในการสร้างชื่อเสียง ในฐานะนักกีฬาระดับนานาชาติสอดคล้องกับที่ตลาดโลกตีมูลค่าอีสปอร์ตสูง ขึ้นอย่างก้าวกระโดดโดยการขยายตัวดังกล่าวมาจากหลายปัจจัย หนึ่งในนั้น คือ การสื่อสารข่าวสารอีสปอร์ตผ่านสื่อออนไลน์ที่แพร่หลายมากขึ้นและปัจจัยอื่น ๆ อาทิ การพัฒนาเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ความสำเร็จทางอ้อมและความน่าดึงดูดทางกายภาพความตั้งใจที่จะเข้าร่วมงานกีฬาสถาการบริโภคอีสปอร์ตแบบออนไลน์ในอนาคตความสำเร็จทางอ้อมและความแปลกใหม่การแนะนำอีสปอร์ตให้ผู้อื่นได้ในเชิงบวก (Sjöblom, Macey, & Hamari, 2020, pp.713-735) ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคความสะดวกรวดเร็วของเทคโนโลยีทั้งผู้เล่นและผู้ชม ประกอบกับการพัฒนาเกมในกลุ่มผู้ประกอบการไทยมีจำนวนมากขึ้นรวมถึงเม็ดเงินลงทุนจาก

ภาคเอกชน การแสดงออกถึงตัวตนมีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการรับรู้ถึงความเหมาะสมต่อความตั้งใจในการซื้อทำให้การสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างมิติการมีส่วนร่วมในกีฬาอีสปอร์ต การรับรู้ถึงความเหมาะสมของการเป็นสปอนเซอร์และความตั้งใจในการซื้อ (Polyakova, Karagiorgos, Anagnostopoulos, & Alexandris, 2024, pp.1000-1017) ที่ช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมดังกล่าว และปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมเกมประเภทนี้ คือความนิยมในกีฬาอีสปอร์ตที่เป็นการแข่งขันระหว่างผู้เล่นทั้งในและต่างประเทศที่ช่วยต่อยอดและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเกมเข้ากับภาคธุรกิจอื่น ๆ 3) การประชาสัมพันธ์ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาสมาคมกีฬาอีสปอร์ต และหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ตควรประชาสัมพันธ์การดำเนินงานเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตของหน่วยงานและสร้างกิจกรรมการเรียนรู้สู่สาธารณะเพิ่มมากขึ้นโดยมีข้อแตกต่างที่สำคัญเฉพาะเรื่องเพศและอายุในแต่ละพื้นที่และพื้นที่ที่แตกต่างกันทางสังคมของอีสปอร์ต (Painter, & Sahm, 2023, pp. 506-521)

อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับข้อค้นพบที่นำมาอภิปรายผลมีดังนี้

วงการกีฬาที่มาแรงที่สุดในโลกยุคดิจิทัล ณ ตอนนี้ และกำลังได้รับความสนใจไม่แพ้วงการฟุตบอล คงจะเป็นอะไรไปไม่ได้นอกจากวงการ Esports ที่ทุกภาคส่วนล้วนจับตามองและเป็นกระแสไปทั่วโลก สังเกตได้จากยอดเงินรางวัลของกีฬา Esports ที่บางรายการมีมูลค่ารวมเกือบเทียบเท่าการแข่งขันกีฬาดัง ๆ อย่างฟุตบอลโลกไปแล้ว เรียกได้ว่าในระดับโลก Esports นั้นกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดลีกอาชีพ นักกีฬาอาชีพ นักพากย์ นักแคสต์เกมอาชีพมากมาย รวมถึงแบรนด์ต่าง ๆ ในระดับโลกที่เข้ามาเป็นสปอนเซอร์ให้กับทีมดังไม่ต่างจากวงการกีฬาอื่น ๆ สำหรับในประเทศไทยเอง Esports เพิ่งได้รับการประกาศรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้บรรจุเป็นอีกหนึ่งชนิดกีฬา ทำให้เหล่าเกมเมอร์และคนในแวดวง Esports ในบ้านเราตื่นตัวกันเป็นอย่างมากตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เล่นและผู้ชมที่ได้รับผลดีจากเทคโนโลยีที่ก้าวกระโดด ทำให้ประสบการณ์ในการเล่นเกมนั้นมีความสมจริงและเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น ประกอบกับจำนวนแรงงานทักษะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมของไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการที่หลายมหาวิทยาลัยมีการบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับเกมและ Esports เข้าไปในการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีบทบาทในการสนับสนุนตลาด Esports ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการลงทุน บทบาททางธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีแนวโน้มได้รับอานิสงส์จากกระแสการเติบโตของตลาด Esports ขณะเดียวกันธุรกิจแบบดั้งเดิมยังสามารถใช้ Esports เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดได้ โดยเฉพาะในภาคท่องเที่ยวที่เคยมีกรณีศึกษาทั้งในต่างประเทศและในไทยให้เห็นกันแล้ว

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจลงทุนในตลาด Esports ควรศึกษาเทรนด์หรือแนวเกมที่มีผู้ชมและผู้เล่นให้ความสนใจในระดับสูงโดยเฉพาะในบทบาทที่มีความเกี่ยวเนื่องกับตลาด Esports โดยตรง คือ นักกีฬา

เจ้าของทีม และผู้จัดการแข่งขัน เนื่องจากจำนวนผู้ชมจะเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จของงาน และมีผลต่อการตัดสินใจสนับสนุนของสปอนเซอร์ซึ่งเป็นรายได้หลักในการทำตลาด Esports นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือกันของแต่ละบทบาทเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ตลาด Esports เติบโตได้อย่างยั่งยืน และในการสร้างงานและอาชีพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1) ควรกำหนดนโยบายกีฬาอีสปอร์ตให้ชัดเจนโดยกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนากีฬาอีสปอร์ตลงในแผนพัฒนา ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการกีฬาอีสปอร์ตเพิ่มมากขึ้น
- 2) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาและสมาคมกีฬาอีสปอร์ตของแต่ละจังหวัดควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากีฬาอีสปอร์ตลงในแผนพัฒนาของหน่วยงานและจัดทำแผนงานโครงการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน โดยประสานแผนกับสำนักงานจังหวัดเพื่อเสนอเข้าแผนพัฒนาผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและควรสร้างการเรียนรู้ให้กับบุคลากรภายในหน่วยงานถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานกับอีสปอร์ต โครงสร้างการประสานงานกับหน่วยงานและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต
- 3) ควรศึกษาและทำความเข้าใจนโยบายของภาครัฐที่สามารถนำไปปฏิบัติงานได้อย่างแท้จริง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน จะต้องมีการประเมินผลและติดตามผลงานทุกครั้งที่สิ้นสุดการแข่งขัน สรุปรายงานเป็นรูปเล่มเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบต่อไป

บรรณานุกรม

- บุญชม ศรีสะอาด. (2532). **วิธีการทางสถิติสำหรับนักวิจัย เล่ม 2**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล.
- เปรม, ถ. (2561). อนาคตของอีสปอร์ตในประเทศไทย. **สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร**, 1(1), 1-10. <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2561/hi2561-073.pdf>
- ภควัต, จ. (2560). **ศึกษาคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต** [วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3001/3/phakawat_char.pdf
- วรารณ, ล. & กันตณ, ธ. (2560). พฤติกรรมในการเล่นเกมนกระดานและองค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัยสังคม**, 40(2), 107-132. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/download/90922/91676>
- Abbasi, A. Z., Asif, M., Hollebeek, L. D., Islam, J. U., Ting, D. H., & Rehman, U. (2021). The effects of consumer esports videogame engagement on consumption behaviors. **Journal of Product & Brand Management**, 30(8), 1194-1211. <https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2020-2964>.
- Calapez, A., Ribeiro, T., Almeida, V., & Pedragosa, V. (2024). Esports fan identity toward sponsor-sponsee relationship: An understanding of the role-based identity. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, 25(1), 42-66. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-12-2022-0184>.
- Finch, D. J., O'Reilly, N., Legg, D., Levallet, N., & Fody, E. (2022). So you want to work in sports? An exploratory study of sport business employability. **Sport, Business and Management**, 12(2), 117-134. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2021-0163>.
- Jang, W. W., Byon, K. K., Baker III, T. A., & Tsuji, Y. (2021). Mediating effect of esports content live streaming in the relationship between esports recreational gameplay and esports event broadcast. **Sport, Business and Management**, 11(1), 89-108. <https://doi.org/10.1108/SBM-04-2020-0190>.
- Kunz, R. E., Roth, A., & Santomier, J. P. (2022). A perspective on value co-creation processes in esports service ecosystems. **Journal of Service Management**, 33(5), 699-719. <https://doi.org/10.1108/JOSM-03-2022-0237>.

- Painter, D. L., & Sahm, B. (2023). Framing esports' JEDI issues: A case study in media irresponsibility. **Corporate Communications: An International Journal**, 28(3), 506-521. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2022-0202>.
- Polyakova, O., Karagiorgos, T., Anagnostopoulos, C., & Alexandris, K. (2024). Testing the relationships among involvement, sponsorship perceived fit, and intention to purchase sponsors' products: The case of esports tournament viewers. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, 25(5), 1000-1017. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-10-2023-0224>.
- Sjöblom, M., Macey, J., & Hamari, J. (2020). Digital athletics in analogue stadiums: Comparing gratifications for engagement between live attendance and online esports spectating. **Internet Research**, 30(3), 713-735. <https://doi.org/10.1108/INTR-12-2019-0420>.