

กระแสและการเติบโตของกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19: แนวโน้มการทำธุรกิจกีฬาอีสปอร์ตในอนาคต

Trend and growth of E-sports after the epidemic situation of COVID-19:

E-sports business trends in the future

พิเชษฐ์ เกิดวิชัย*สรายุทธ มหาวลีรัตน์*โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร*ธนพล จังศิริกุลวิทย์*สุจินตนา บุญทวี*

Piched Girdwichai* Sarayuth Mahawaleerat* Choakchai Eaimrittikrai*

Thanaphon Cheungsirakulvit* Sujintana Boontavee*

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University*

aladdindailynews@hotmail.com* sarayuth@siamsport.co.th*choakchaie@gmail.com*

Thanaphon.ch@ssru.ac.th*Sujintana.bo@ssru.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอว่า เกมกีฬาอีสปอร์ต (E-sport) เป็นเกมกีฬาที่ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ สามารถเล่นได้และได้รับกระแส ตลอดจนความนิยมมาโดยตลอด และมีแนวโน้มจะมากขึ้นเรื่อยๆ แม้จะมีช่วงที่เกิดการระบาดของโรคระบาดโควิด-19 จนส่งผลกระทบต่อการเล่นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกมกีฬาออนไลน์ โดยเฉพาะการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต ทำให้บางช่วงอุตสาหกรรมของเกมออนไลน์ เกิดการหยุดชะงักไปบ้าง แต่เมื่อมีการผ่อนคลายมาตรการให้ประชาชนได้ออกมาทำกิจกรรมปกติ ทำให้อุตสาหกรรมเกมกีฬาออนไลน์หรือ E-Sport กลับมาเติบโตอีกครั้ง การแข่งขันที่เลื่อนออกไปได้กลับมาจัดการแข่งขันตามปกติ ตลอดจนมีเกมใหม่ ๆ ออกมาเพื่อรองรับกระแสและการเติบโตของโลกอุตสาหกรรมเกมออนไลน์อีกครั้ง และทำให้เห็นว่ากีฬา E-sport ยังสามารถมีกระแสและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : กระแสและการเติบโต, กีฬาอีสปอร์ต, สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

Abstract

This article aims to present that E-sport is a game that people of all genders, ages and careers can play and receive trends and increase more. Despite the outbreak of the COVID-19 epidemic Until affecting business operations related to online sports games especially the services of internet cafes.. There were some interruptions. But when measures are relaxed for people to come out and do normal activities Causing the online sports game industry or E-Sport to grow again. The postponed competition has resumed as usual. As well as new games coming out to support the trend and growth of the online game industry world once again And shows that E-sport can still have a trend and continue to grow in the future.

Keywords : Trend and growth, E-sports, after the epidemic situation of COVID-19

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อประชากรไทยเป็นอย่างมาก ผู้คนได้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและรับเข้าของเทคโนโลยีมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเกมกีฬาที่เป็นออนไลน์หรืออิเล็กทรอนิกส์ ยังเป็นการเล่นที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของ เพศ อายุและสมรรถภาพทางร่างกาย โดยกีฬาทั่วไปส่วนใหญ่จะเน้นใช้สมรรถภาพทางร่างกายเป็นหลักซึ่งจะเกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบที่แตกต่างกันในขณะที่มีการแข่งขัน กีฬาอีสปอร์ตถือเป็นกีฬาอาชีพชนิดใหม่ที่ก่อให้เกิดรายได้ ทั้งในการ แข่งขันและการจัดตั้งธุรกิจเกี่ยวกับอีสปอร์ตซึ่งมีเงินรางวัลค่อนข้างสูง จากแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการมุ่งเน้นในการส่งเสริม และสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา ทั้งในภาคของนักกีฬา ภาคธุรกิจและภาคประชาชน โดยมีการมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาแบบครบวงจร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการสนับสนุนการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการกีฬาต่าง ๆ และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 ได้เล็งเห็นความสำคัญที่ว่า “การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคม ทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ” โดยประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ทั้ง 6 ที่ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการจัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนา ในเรื่ององค์ความรู้การกีฬา นวัตกรรมการกีฬา การส่งเสริมการออกกำลังกาย การพัฒนาการกีฬาเพื่อ ความเป็นเลิศเพื่อต่อยอดความสำเร็จในระดับอาชีพ การพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจ และการยกระดับการบริหารจัดการด้านกีฬาให้มีคุณภาพเพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อตัวประชาชนและต่อประเทศชาติ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับการกีฬาในประเทศและเพิ่มมูลค่าได้มากมาย มหาศาลต่อภาคอุตสาหกรรมการกีฬาและภาคเศรษฐกิจของประเทศ โดยปัจจุบันผู้คนได้ให้ความสนใจในกีฬาอีสปอร์ต หลังจากทีอีสปอร์ตได้รับการรับรองจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้บรรจุเป็นอีกหนึ่งชนิดกีฬา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ครั้งยิ่งใหญ่ ทั้งในเรื่องของการเติบโตในกีฬา อีสปอร์ต นักกีฬา ทีมแข่งขัน ผู้ชมการแข่งขันและนักลงทุน เนื่องจากแวดวงของกีฬาอีสปอร์ต ในประเทศไทย สุริยเดช โลหะลักษณะเดช, เสาวลี แก้วช่วย, พราม อินพรม และ สมทบ วิฐะฐาน (2564)

E-Sports เป็นรูปแบบของกิจกรรมกีฬาที่มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยหลักในการ ดำเนินการแข่งขัน ผู้แข่งขันทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มนั้นกระทำการกิจกรรมได้โดยผ่านระบบ Humancomputer interfaces นอกจากนั้น E-Sports ยังหมายรวมถึงการแข่งขันวิดีโอเกมทั้งแบบมืออาชีพ และสมัครเล่น ในช่วงปีที่ผ่านมา E-Sports ได้กลายเป็นสื่อหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ดังนั้นหากเราประยุกต์ความหมายของ “E-Sports” เข้ากับความหมายของคำว่ากีฬา นายพิรพล เอื้อ อารียกุล ผู้ดำเนินรายการสปอร์ตกูรู ได้กล่าวถึงความหมายถึง E-Sports ไว้ว่า “เป็นกิจกรรมหรือการเล่นที่มีกฎกติกากำหนดเพื่อความสุขเพลิดเพลินผ่อนคลายความเครียดหรือเสริมร่างกายให้แข็งแรงและอาจใช้เป็นการแข่งขันเพื่อความเป็นเลิศ E-Sports จึงมีคุณสมบัติตรงแทบทุกอย่าง

ขาดเพียงแต่การเคลื่อนไหวของร่างกายเนื่องจากใช้แค่มือสองข้างกับสายตาที่เฉียบคมและ การตัดสินใจที่แม่นยำ คล้าย ๆ กับการเล่นหมากรุกซึ่งเป็นกีฬาที่ใช้สติปัญญา” ภควัด เจริญลาภ (2560)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ช่วงเวลาที่ต้องมีการเว้นระยะห่างจากผู้คน แหล่งให้ความบันเทิงต่างงดให้บริการ ทำให้การปฏิสัมพันธ์กับคนรอบตัวลดน้อยลง ผู้ที่เล่นเกมออนไลน์อยู่แล้ว ก็มีแนวโน้มในการอยู่หน้าจอมากขึ้น และถึงแม้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะทำให้การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจะน้อยลง แต่การใช้เวลาเพื่อเพิ่มทักษะในเกมกีฬา E-Sport ย่อมเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้มีเวลาในการฝึกฝนและใช้เวลาเล่นเกมกีฬาออนไลน์มากขึ้น ซึ่งธุรกิจของ E-Sport ก็ได้เติบโตในช่วงเวลานี้อย่างมาก เพราะผู้คนเลือกที่จะอยู่บ้านและใช้เทคโนโลยีในบ้านที่มีอยู่เพื่อความบันเทิง และภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อุตสาหกรรมเกมกีฬาแบบ E-sport จะเป็นอย่างไรต่อไป บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการทำธุรกิจกีฬาอีสปอร์ตในอนาคตว่าจะเป็นอย่างไรหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

กีฬาอีสปอร์ต

แนวคิดเกี่ยวกับ E-sport

Wagner (2006) กล่าวว่า E-sport คือ การทำกิจกรรมหรือกีฬาที่ผู้เล่นจะได้ฝึกฝนทักษะและพัฒนาทักษะทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านทางการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

Hamari, (2017) กล่าวว่า E-Sport เป็นกีฬาที่มีการใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการแข่งขันเป็นหลัก รวมไปถึงการแข่งขันประเภท วิดีโอเกม ผู้เล่นนั้นจะกระทำกิจกรรมโดยผ่านระบบ Human-computer interfaces เพื่อแข่งขัน

E-sport กับธุรกิจ

ภควัด เจริญลาภ (2560) กล่าวว่า คุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬา E-sport นั้นมีในบางประเทศ เช่น ประเทศมหาอำนาจต่างๆ และในประเทศที่ E-sport เป็นที่ยอมรับ เช่น เกาหลีใต้รวมไปถึงในประเทศไทยด้วยซึ่งเกิดจากการเริ่มมีนักกีฬา E-sport และ Steamer เพิ่มมากขึ้นและได้รับการประกาศให้เป็นกีฬา โดยการกีฬาแห่งประเทศไทยแล้ว จึงทำให้ปัจจุบัน E-sport ในประเทศไทยมีคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ และยังกล่าวต่ออีกว่า มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬา E-Sport ในไทยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากทั้งผู้สนับสนุน และงบจากรัฐบาลเพราะเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโต และสร้างรายได้ ชื่อเสียงให้กับประเทศได้

เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์ (2561) กล่าวว่า การจัดแข่งขันหรือจัดอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับ E-sport สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อก่อให้เกิดรายได้ในประเทศไทยในรูปแบบการเที่ยวเพื่อรับชม E-sport ได้ และการจัดยังเรียกผู้ประกอบการและผู้ลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศให้มาศึกษาดูงานเพื่อต่อยอดธุรกิจได้อีกด้วย

หากจะจัดอีสปอร์ตให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เราสามารถจัดอีสปอร์ตให้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อร่วมชมการแข่งขันกีฬาได้ เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมเชียร์นักกีฬาหรือชมการแข่งขันกีฬาในสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดการแข่งขันขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ เช่น กีฬาโอลิมปิก ฟุตบอลโลก เทนนิส บาสเกตบอล ในปัจจุบันมีกีฬาใหม่ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมชมกีฬาได้จำนวนมาก คือ อีสปอร์ต ซึ่งพบว่า จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันอีสปอร์ตในสนาม Madison Square Garden สหรัฐอเมริกา มีจำนวนมากกว่าผู้เข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอล NBA ซึ่ง

บริษัท PWC คาดว่าในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า อีสปอร์ตจะเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจาก กีฬาฟุตบอลและจะช่วยให้จำนวนนักท่องเที่ยวนิยมเพื่อชมการแข่งขันกีฬาโดยรวมของโลกเพิ่มขึ้น (เปรม ถาวร ประภาสวัสดี, 2561)

การกำเนิดขึ้นของ E-Sports นั้นเป็นหนึ่งในเหตุการณ์ที่ชี้ให้เห็นถึงสัญญาณของการเปลี่ยนแปลงยุคสมัยจาก ยุคสังคมอุตสาหกรรมไปสู่ยุคของสังคมที่มีพื้นฐานอยู่บนเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เราสามารถตีความคำว่า E-Sports ได้อีกความหมายหนึ่งว่า

“E-Sports คือ ขอบเขตของกิจกรรมกีฬาที่ผู้คนได้พัฒนาและฝึกฝนทักษะทั้งร่างกายและจิตใจโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร”

หากกล่าวถึงขอบเขตของเกมที่อยู่ในขอบข่ายของคำว่า E-Sports จะมีประเภทของเกมที่ได้รับคามนิยม อย่างแพร่หลายในการแข่งขัน E-Sports อยู่ไม่กี่ประเภทอย่างเช่น Real-time Strategy หรือ RTS, Multiplayer online battle arena หรือ MOBA, First-person shooters หรือ FPS (อยู่ใน Shooter Games), และ Fighting Games โดยเกมแนว MOBA ได้รับความนิยมสูง ที่สุดทั้งในจำนวนของผู้เข้าร่วมและผู้ชม ข้อมูลของ NewZoo ใน เดือนธันวาคม 2016 พบว่า เกม E-Sports ที่ได้รับการเข้าชมใน Twitch มากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ 1. Dota 2 (MOBA) 2. Counter-Strike : Global Offensive (FPS) 3. League of Legends (MOBA) 4. Hearthstone : Heroes of Warcraft (CCG) 5. Overwatch (FPS) เกม Dota 2 นั้นเป็นเกมที่มีเงินรางวัลในการแข่งขันสูงที่สุดในโลก และในรายการแข่งขัน The international ปี2016 มีเงินรางวัลรวมสูงถึง 20.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และใน ปี2015 และ 2014 นั้นรายการ The international มีเงินรางวัลรวม 18 ล้านดอลลาร์และ 10.9 ล้านดอลลาร์ ตามลำดับ ทำให้นักกีฬา E-Sports สามารถประกอบอาชีพได้ทั้งนี้ผู้เล่นที่ได้รับเงินรางวัลรวมสูงสุด เป็นชาว สหรัฐอเมริกาชื่อ Saahil Arora มีเงินรางวัลที่ได้รับรวมทั้งหมด 2.7 ล้านดอลลาร์โดยเงิน ทั้งหมดนั้นมาจากการ แข่งขันเกม Dota 2 เพียงเกมเดียว และผู้เล่นที่ท าเงินได้สูงสุดในปี2016 คือ ชาวจีนที่มีชื่อว่า Li peng ท าเงินได้ ทั้งหมด 1.9 ล้านดอลลาร์ในปีเดียว และหากพูดถึงทีม ทีม E-Sports ที่ได้รับเงินรางวัลรวมสูงสุดในประวัติศาสตร์ คือทีม Evil Geniuses ในที่นี้ขณะนี้(2 มิถุนายน 2560) ทีมมีเงินรางวัลที่ได้รับแล้วรวมกว่า 15.8 ล้านดอลลาร์ จากการแข่งขันรวมทั้งหมด 646 รายการ โดยแข่งขันทั้งหมด 12 เกมที่และจากข้อมูลทางสถิติระบุว่าในปี2016 นั้นมีรายการ แข่งขัน E-Sports ทั้งหมด 3,856 รายการทั่วโลก เงินรางวัลรวมทั้งหมดทั้งที่มีสูงถึง 93.3 ล้านดอลลาร์และรายได้โดยเฉลี่ยต่อผู้เล่น 1 คนอยู่ที่ 6,895.36 ดอลลาร์ต่อ 1 ปีในปี2016 มีผู้เล่นที่ Active อยู่ทั้งหมดถึง 13,537 คน (ภควัต เจริญลาภ, 2560)

กระแสและการเติบโตของกีฬาอีสปอร์ต

สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล (2563) ได้เสนอบทความเรื่อง โอกาสและการเติบโตของ E-Sports ท่ามกลาง สถานการณ์ COVID-19 โดยให้ความเห็นว่า COVID-19 ส่งผลให้การแข่งกีฬาทั่วโลกลดลง รัฐบาลทุกประเทศใช้ มาตรการกักตัว ล็อกดาวน์ และเว้นระยะทางสังคมหรือ Social Distancing เพื่อลดความเสี่ยงการแพร่ระบาด การ แข่งกีฬาส่วนใหญ่ที่ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ทั้งผู้เล่นและผู้ชม จึงเสี่ยงต่อการติด COVID ปัจจุบันการแข่งขันกีฬา

อาชีพทุกประเภทหยุด ยกเลิกหรือเลื่อนการแข่งขัน กระทั่งกีฬาโอลิมปิกที่กำหนดจัดที่ญี่ปุ่น ก็ต้องเลื่อนไปจัดปีหน้าแทน อย่างไรก็ตาม มีกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับโอกาสจากสถานการณ์ COVID-19 นั่นคือ E-Sports

การแข่งขัน E-Sports ปัจจุบันมีหลากหลายประเภท ตั้งแต่การแข่งขันบิงโกออนไลน์จนถึงแข่งวิดีโอเกม มีผู้ชมจำนวนมากทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ การแข่งขัน E-Sports รายการใหญ่ๆ ในปัจจุบันจัดในหอประชุมหรือสนามกีฬามากมายขนาดใหญ่ เปิดให้ผู้เข้าชมจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น รายการ Fortnite World Cup ปี 2019 ที่จัดขึ้นที่ Arthur Ashe Stadium เมืองนิวยอร์ก มีผู้เข้าชมมากถึง 19,000 คน และยังได้ให้ข้อมูลการเติบโตของ E-Sports ว่า มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และ E-Sports มีการเติบโตมาโดยตลอด ก่อนหน้าการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัท PwC ประเมินว่ารายได้ทั่วโลกของวงการ E-Sports ในปี 2023 จะมากถึง 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2018 ที่มีแค่ 775 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สาเหตุการเติบโตหลักมาจากปริมาณผู้เข้าร่วมทั้งผู้เล่นและผู้ชม E-Sports เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ในขณะที่จากรายงานของ Newzoo บริษัทวิจัยการตลาด ที่เกาะติดวงการ E-Sports และเกมประเมินว่า ในปี 2020 รายได้ของวงการ E-Sports ทั่วโลกอยู่ที่ราว 1,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตจาก 950.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2019 ถึง 15.7% รายได้สามในสี่มาจากสปอนเซอร์และการขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดผ่านสื่อต่างๆ โดยรายได้ส่วนใหญ่กว่าหนึ่งในสามอยู่ในประเทศจีน รองลงมาอยู่ในอเมริกาเหนือ สำหรับภูมิภาคที่ตลาด E-Sports ขยายตัวสูง ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง โดยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อัตรการเติบโตต่อปี (คำนวณระหว่างปี 2018-2023) สูงถึง 24%

ทั้งนี้ Newzoo คาดการณ์จำนวนผู้ชมการแข่งขัน E-Sports ทั่วโลกอยู่ที่ 495 ล้านคน เติบโตจากปี 2019 ที่ 11.7% โดยมีแฟนพันธุ์แท้ที่ดูการแข่งขันเกิน 1 ครั้งต่อเดือนราว 222.9 ล้านคน รายได้ทั่วโลก E-Sports เมื่อคำนวณต่อหัวแฟนพันธุ์แท้อยู่ที่ 4.94 ดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโต 2.8% เทียบกับปี 2019

ในปี 2019 มีการแข่งขัน E-Sports รายการใหญ่ 885 รายการ เฉพาะรายได้จากการขายตัวอยู่ที่ 56.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สูงขึ้นจาก 54.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2018 ในแง่เงินรางวัล ในปี 2019 มูลค่าเงินรางวัลรวมในการแข่งขัน E-Sports สูงถึง 167.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 150.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2018 ทั้งนี้ในปี 2019 การแข่งขัน League of Legends World Championship เป็นรายการใหญ่สุดที่มีการชมถ่ายทอดสดผ่าน Twitch และ Youtube รวมมากถึง 105.5 ล้านชั่วโมง

และได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ บทบาทของเม็ดเงินโฆษณาในการขับเคลื่อน E-Sports โดยเม็ดเงินโฆษณามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน E-Sports ด้วยสาเหตุอย่างน้อย 2 ประการ ได้แก่

ประการแรก การเพิ่มจำนวนของทั้งผู้เล่นและผู้ชม E-Sports ส่งผลให้ธุรกิจจำนวนมากเพิ่มงบโฆษณาในธุรกิจ E-Sports มากขึ้น E-Sports ช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายฐานลูกค้าสู่คนรุ่นใหม่ และขยายการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อปติที่ผู้ชมลดลงจากสถานการณ์ COVID-19

ประการที่สอง ผลจากที่กีฬาทุกประเภทไม่สามารถจัดแข่งได้ ธุรกิจจัดการแข่งกีฬาแบบเดิมสูญเสียรายได้ การขยายการแข่งขันไปสู่ E-Sports ช่วยเพิ่มโอกาสดึงดูดเม็ดเงินโฆษณาให้แก่ผู้จัดมากขึ้น ช่วยรักษาเม็ดเงินโฆษณาไว้

ผู้เชี่ยวชาญหลายคนเชื่อว่า โอกาสทางการโฆษณาผ่าน E-Sports ดีกว่าการแข่งขันกีฬาแบบดั้งเดิมด้วยซ้ำ คลิป E-Sports สามารถทำให้คนสนใจดูง่ายกว่าคลิปแข่งฟุตบอล 90 นาที ทั้งนี้ยังความไม่แน่นอนว่าสถานการณ์ COVID-19 จะจบลงเมื่อไร เม็ดเงินโฆษณาที่จะเข้าสู่วงการ E-Sports ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันวงการกีฬาอาชีพก็มีแนวโน้มขยายเข้าสู่ E-Sports เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจัยเสริมที่สนับสนุน E-Sports ให้เติบโตยังมาจาก คนรุ่นใหม่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คนกลุ่มนี้เปิดใจรับกีฬาแบบใหม่ ไม่ยึดติดกับกีฬาเดิมๆ ทั้งมีแนวโน้มเลียนแบบคนดังหรือ influencer ง่าย ขณะที่ในแง่ต้นทุนของผู้จัด ผู้จัดแข่งกีฬารายการต่างๆ ก็มีแนวโน้มอยากจัด E-Sports มากขึ้น เพราะเทียบแล้วใช้ต้นทุนน้อยกว่าการจัดกีฬาแบบดั้งเดิมเสียอีก

การกำเนิดขึ้นของ COVID-19 ส่งผลต่อธุรกิจทุกประเภท วงการกีฬาและ E-Sports ก็ไม่เว้น E-Sports นับเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 น่าสนใจว่าผู้จัดกีฬาแบบเดิมและการจัดสรรเม็ดเงินโฆษณาของภาคธุรกิจต่อวงการกีฬา จะปรับตัวไปในทิศทางไหนเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา

แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง (Sport Marketing) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กิตติ สิริพลลภ (2544) การทำ Sport Marketing สามารถทำได้ 2 ลักษณะคือ การทำเป็น Event Marketing ซึ่งเจ้าของสินค้าเป็นผู้จัดการแข่งขันกีฬาชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นมาเอง เช่น อีซูซุมีการจัดการแข่งขัน ขกมวย อีกลักษณะหนึ่งคือที่เป็น Sponsorship Marketing คือ การเข้าไปให้การสนับสนุนการแข่งขันกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่ง ทัวร์นาเมนต์ใด ทัวร์นาเมนต์หนึ่ง หรือทีมใดทีมหนึ่ง ซึ่งที่เป็นข่าวโด่งดังล่าสุดก็คงหนีไม่พ้นเรื่องที่เปียร์ช่างและเหล่าแสบโสมเหรียญทองประกาศว่าจะทุ่มเงิน 500 ล้านบาทเพื่อให้การสนับสนุนบริษัท ทศภาค จำกัด ในการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2002 หรืออย่างการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลระหว่างทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดและทีมลิเวอร์พูลกับทีมชาติไทย ของเป๊ปซี่และโค้กก็เช่นกัน จะเห็นว่าทั้งสองค่ายมีการทำโปรโมชันในช่วงก่อนการแข่งขันพ่วงไปด้วย และได้ยอดขายกลับมา

แนวโน้มการทำธุรกิจกีฬาอีสปอร์ตในอนาคต

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อาจทำให้กีฬาและการแข่งขันกีฬาหลายประเภทเกิดผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นการเล่นการแข่งขันมหกรรมกีฬานานาชาติ การงดให้บริการสถานที่ในการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย งดการรวมกลุ่มในการทำกิจกรรมต่างๆ แต่เกมกีฬาออนไลน์แบบ E-Sport ก็ยังสามารถทำให้มีผู้เล่นเพิ่มขึ้น เป็นอุตสาหกรรมกีฬาที่เติบโตขึ้นได้ อาจจะเพราะเป็นประเภทกีฬาที่ไม่ได้ใช้สถานที่ในการทำกิจกรรมมากนัก สามารถเล่นที่บ้าน หรือพื้นที่ส่วนตัวได้ ประกอบผู้เล่นส่วนใหญ่ก็เป็นวัยเรียน ทั้งนักเรียน นักศึกษา สอดคล้องกับ ศักดิ์พิศ รัตนสุรีย์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยเรียน การศึกษาอยู่ระดับ อนุปริญญา/ปวส. ซึ่งปกติทั่วไป ก็ใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต และเพื่อนที่เล่นส่วนใหญ่ ก็เป็นเพื่อนในเกมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่ก็เล่น

เพื่อตามกระแส ไม่ได้เน้นเพื่อการแข่งขันหรือเพื่อทำเป็นอาชีพ จนเมื่อมีการระบาดของโรคโควิด-19 สิ่งที่มาคือ ร้านบริการอินเทอร์เน็ต งดให้บริการ เพื่อเว้นระยะห่างและป้องกันการรวมกลุ่มของผู้คน ในกรณีนี้ ร้านเกมหรือร้านอินเทอร์เน็ต ต่างก็มีผลกระทบไปด้วย

แต่เมื่อภายหลังได้มีมาตรการคลายล็อกดาวน์ ซึ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือ ร้านเกมหรือร้านอินเทอร์เน็ตได้กลับมาให้บริการอีกครั้ง ผู้เล่นเกมออนไลน์ ย่อมมีความต้องการในการเปลี่ยนสถานที่เล่น เป็นการออกมาเจอสังคมภายนอก ไม่ว่าจะเป็นร้านเกมใหม่ ๆ เพื่อน ๆ กลุ่มเดิมที่เคยเล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน หรือแม้แต่เพื่อนใหม่ ๆ ที่จะได้เข้ากลุ่มรวมทีมใหม่ ย่อมทำให้อุตสาหกรรมของกีฬา E-Sports กลับมามีกระแสและมีแนวโน้มที่จะเติบโตไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดอย่างต่อเนื่องในอนาคต

บรรณานุกรม

- ภควัต เจริญลาภ. (2560). **ศึกษาคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต**. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศักดิ์พัทธ์ รัตนสุริย์. (2563). **พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล. (2563). **โอกาสและการเติบโตของ eSports ท่ามกลางสถานการณ์ COVID-19**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/esports-covid-19/>
- สุรดิษ โลหะลักษณะเดช, เสาวลี แก้วช่วย, พรม อินพรม และ สมทบ ฐิตะฐาน. (2564). **การสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย**. วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ. ปีที่47 ฉบับที่1 เดือนมกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564.
- อำพล อสีพงษ์. (2562). **แนวทางการพัฒนากีฬาอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2016). **What is eSports and why do people watch it?**. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686182.
- Wagner, M.G. (2005). **On the Scientific Relevance of eSports**. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/On-the-Scientific-Relevance-of-eSports-Wagner/5be4a1125a6c473259183698109e301c6c5309cd>.