

Motivational and behavioral factors in driving people to watch e-sport game

SupawatMeeprom¹ Akkhaporn Kokkhangplu^{2,*} and Tongrawee Silanoi³

Received: 17/02/2023, Revised: 24/05/2023, 26/06/2023, Accepted: 04/07/2023

Abstract

This research aimed to examine the factors influencing motivational factors to watch e-sports in the case of League of Legends games. A questionnaire with self-administrative approach was used to collect data from 300 spectators who had watched the League of Legends e-sports game in Thailand. Structural Equation Modelling was used to test the proposed hypotheses. The results found that only the achievement of the e-sport team had a significant and positive impact on the behavioral Intention to watch e-sport game. Moreover, behavioral Intention to watch e-sport game had significant effect on game loyalty. The results of this research contribute to the field of e-sport business in order to understand consumer consumption behaviour and it helps gain e-sport business competitiveness advantages in Thailand.

Keyword: Motivation to watch e-sports; behavioral intention; loyalty

¹ Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

³ Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

*Corresponding Author E-mail: akkhko@kku.ac.th

แรงจูงใจและพฤติกรรมในการรับชมการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์

ศุภวัตร มีพร้อม¹ อรรถพร กีก้างพลู^{2,*} และ ทองรวี ศิลาน้อย³

Received: 17/02/2023, Revised: 24/05/2023, 26/06/2023, Accepted: 04/07/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมและความภักดีต่อตัวเกม โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีประสบการณ์กับการรับชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ เกมสกีคอฟลีเจ๊นท์ในประเทศไทยจำนวน 300 คน การศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อตอบสนองมติฐานจากผลการวิจัยพบว่ามีเพียงแรงจูงใจด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดมีผลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยความตั้งใจในการรับชมส่งผลทางบวกต่อปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ เกมสกีคอฟลีเจ๊นท์ การวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเพิ่มพูนองค์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ และ สร้างประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์; ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม; ความจงรักภักดี

¹ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* ผู้ประพันธ์บทความ, ติดต่ออีเมล akkhko@kku.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตทั่วโลกมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการประเมินจากมูลค่าทางการตลาด จากข้อมูลของ Newzoo บริษัทผู้นำด้านการวิเคราะห์ตลาดเกม และอีสปอร์ต ผลสำรวจพบว่า รายได้ของอีสปอร์ตทั่วโลกจากการคาดการณ์ตลาดเกมและอีสปอร์ต สามารถสร้างรายได้เพิ่มสูงขึ้นถึง 1.68 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2567 จากผลสำรวจสถิติผู้รับชมการแข่งขันอีสปอร์ตผ่านแพลตฟอร์มทั่วโลก พบว่ามีผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ถึง 728.8 ล้านคน ในปีค.ศ. 2021

และจากการคาดการณ์นั้นสามารถมีจำนวนสูงขึ้น ถึง 920.3 ล้านคนในปี ค.ศ. 2024 (Newzoo, 2021) สำหรับประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากกระแสความนิยมของการแข่งขันอีสปอร์ตในปี พ.ศ. 2544 และได้มีการจัดการแข่งขันเพื่อทำการคัดเลือกตัวแทนประเทศไทย ทำให้เกิดเป็นจุดเริ่มต้นของวงการอีสปอร์ตในประเทศไทย

ในขณะเดียวกันนั้นการแข่งขันอีสปอร์ตยังสามารถทำให้เกิดอาชีพใหม่ขึ้นอย่างหลากหลาย เช่น อาชีพนักแข่งขันเกมอีสปอร์ต ผู้จัดการการแข่งขันผู้ให้บริการเครื่องเล่นอุปกรณ์ และธุรกิจเกมอีสปอร์ต ซึ่งถือได้ว่าเป็นอาชีพที่สามารถนำมาต่อยอดกับกีฬาอีสปอร์ตและเกมได้ อาชีพดังกล่าวทำให้เกิดรายได้ของอีสปอร์ตและเกมในประเทศไทยสามารถสร้างรายได้ถึง 3.36 หมื่นล้านบาท อุตสาหกรรมการแข่งขันอีสปอร์ตเติบโตเพิ่มขึ้นจาก 2.9 หมื่นล้านบาท ในปี พ.ศ. 2563 และคาดว่าจะอาจเพิ่มขึ้นในปีถัดไป จากกระแสการรับชมและการแข่งขันอีสปอร์ตในประเทศไทยทำให้อุตสาหกรรมอีสปอร์ตในประเทศไทยได้มีขนาดใหญ่ขึ้น บริษัทและองค์กรจำนวนมากเล็งเห็นถึงโอกาสในการเจริญเติบโตของอีสปอร์ตจึงได้ทำการสนับสนุนอุตสาหกรรมอีสปอร์ตเพิ่มมากขึ้น (Ministry of digital economy and society, 2021)

การศึกษาอิทธิพลเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) เป็นกระบวนการที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเพื่อสนองความต้องการและกิจกรรมที่ทำให้เกิดความรู้สึกสนุก ซึ่งคือสาเหตุของการส่งเสริมพฤติกรรมนั้น (Pizzo et al., 2018) เช่น งานวิจัยของ Pizzo et al. (2018) ได้ศึกษาแรงจูงใจของผู้รับชมการแข่งขันอีสปอร์ตผ่านมุมมองทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ นอกจากนี้งานวิจัยของ Hamari and Sjöblom (2017) ที่ประกอบด้วยแรงจูงใจ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ 2) ด้านอารมณ์ความรู้สึก 3) ด้านความพึงพอใจของตนเอง 4) ด้านการมีส่วนร่วมกับสังคม และ 5) ด้านการผ่อนคลาย แรงจูงใจทั้ง 5 ด้านดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองและนำไปสู่พฤติกรรม และ งานวิจัยของ Kim and Kim (2020) พบว่าแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตมีผลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต และพฤติกรรมนั้นส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อตัวเกม

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันอีสปอร์ตของผู้รับชมการแข่งขัน เกมลีกออฟไลน์ที่มีความสำคัญเนื่องจากการเจริญเติบโตของกีฬาอีสปอร์ตที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตดังนั้นกีฬาอีสปอร์ตจึงเป็นส่วนสำคัญช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีสปอร์ตและผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐาน และบรรทัดฐานในการจัดการการแข่งขันให้มีมูลค่าและคุณค่าสูงขึ้น ทั้งนี้ การศึกษาในเรื่องของอีสปอร์ตในประเทศไทยยังมีอยู่ไม่มากนัก พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับอีสปอร์ตในประเทศไทยในด้าน การศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-sport community (Wittayapipopsakul, 2021) พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม (Ratanasuree, 2021) การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเล่นกีฬาอีสปอร์ต (Udomsook, 2021) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการรับชมอีสปอร์ต (Suteerangkul, 2021) และผลกระทบทางด้านพฤติกรรมของ การเล่นเกมกีฬา E-sport จากเหตุผลและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต โดยผู้จัดการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตสามารถนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดการการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันจากภายนอกและภายในซึ่งช่วยกระตุ้นทิศทางหรือแนวทางของพฤติกรรมให้บุคคลกระทำการต่าง ๆ ในขณะที่การศึกษเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต งานวิจัยของ Funk and James (2001) มีแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างแบบจำลองจากทฤษฎีทางจิตวิทยาเรียกว่า Psychological continuum model (PCM) เป็นโครงสร้างแบบจำลองที่มีความครอบคลุมในการใช้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim and Kim (2020) ได้พัฒนาแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต จากโครงสร้างแบบจำลอง PCM ซึ่งได้นำมาประยุกต์จากงานวิจัยของ Funk and James (2001) ประกอบด้วยแรงจูงใจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม 2) ด้านทักษะของนักแข่ง 3) ด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัด และ 4) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลงานวิจัยพบว่าแรงจูงใจ 4 ด้านดังกล่าว มีผลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตและพฤติกรรมส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อตัวเกม

จากการศึกษางานวิจัยเบื้องต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของผู้รับชมงานอีสปอร์ตในแรงจูงใจ 4 ด้านจากโครงสร้างแบบจำลอง PCM ในงานวิจัยของ Kim and Kim (2020) อ้างอิงจากงานวิจัยของ Funk and James (2001) ประกอบด้วยแรงจูงใจ 4 ด้านจากที่ผู้วิจัยได้เลือกใช้โครงสร้างแบบจำลองดังกล่าวในการศึกษา เนื่องจากโครงสร้างดังกล่าวเป็นโครงสร้างแบบจำลองที่มีความครอบคลุมในการใช้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังได้รับการนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายในการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ (Pizzo et al., 2018)

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความมุ่งมั่นที่จะกระทำการอันใดก็ทำให้สำเร็จตามเป้าหมายที่เกิดขึ้นจริง จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) พบว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังปรากฏในงานวิจัยของ Funk and James (2001) ซึ่งแสดงถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตผ่านระบบการสตรีมถ่ายทอดสดเกิดจากแรงจูงใจในการรับชมได้รับการตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาหรือบรรลุแรงจูงใจ ส่งผลให้ได้รับประสบการณ์ด้านภาวะสั่นไหว นอกจากนี้งานวิจัยของ Pizzo et al. (2018) ได้ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านภาวะสั่นไหวที่มีอิทธิพลต่อสังคม การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่อิทธิพลที่มีผลต่อการได้รับการยอมรับจากสังคมเกมออนไลน์ พบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้เทคโนโลยีด้านความบันเทิงเพื่อมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการใช้เวลาว่างเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ภาวะสั่นไหว เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์และได้รับการยอมรับทางสังคมจากสังคมเกมออนไลน์ จึงส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการรับชมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsu and Lu (2004) ที่พบว่าประสบการณ์ด้านภาวะสั่นไหวส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

อีกทั้งงานวิจัยของ Seo (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคกีฬาอีสปอร์ตในด้านการตลาดการแข่งขันเกมคอมพิวเตอร์โดยการพัฒนามุมมองเชิงประสบการณ์ของเกมการแข่งขันซึ่งเป็นการรวบรวมประสบการณ์การทำงานร่วมกันระหว่างหลายบุคคล เพื่อให้เข้าใจถึงคุณค่าทางประสบการณ์ของกีฬาอีสปอร์ต

ความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

ความจงรักภักดี หมายถึง ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand) และความจงรักภักดีของผู้บริโภคเป็นพันธสัญญาหรือข้อผูกพันที่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำหรือให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต (Leckie et al., 2016) จากงานวิจัยของ Oliver (1999) กล่าวว่า ความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อ

เกมออนไลน์ หมายถึง ข้อผูกพันอย่างลึกซึ้งซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคซ้ำอย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยกำหนดองค์ประกอบในการวัดความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อเกมออนไลน์ที่สำคัญ คือ 1) ด้านการกลับมาเล่นซ้ำ 2) ด้านการแนะนำและบอกต่อ โดยการบอกต่อในที่นี้ไม่ใช่เพียงแค่การบอกต่อปากต่อปากเพียงเท่านั้น รวมถึงการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น

นอกจากนี้งานวิจัยของ Wei and Lu (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตและความจงรักภักดีต่อเกมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oliver (1999) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเกมออนไลน์ซึ่งมีพฤติกรรมการบริโภคซ้ำอย่างต่อเนื่องและนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อเกม นอกจากนี้งานวิจัยของ Kordyakaet al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อเกมของผู้บริโภคกีฬาอีสปอร์ตในประเทศอเมริกา

พบว่าผู้บริโภคกีฬาอีสปอร์ตส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อเกมที่ตนได้เลือกบริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคกีฬาอีสปอร์ตเกิดการบริโภคซ้ำและให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ หรือบริการของเกมอย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อเกม เช่นเดียวกันกับ Wei and Lu (2014) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเกมออนไลน์ซึ่งมีพฤติกรรมการบริโภคซ้ำอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อเกม ดังนั้นความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ถือเป็นการประเมินผลของการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งหากผู้รับชมการแข่งขันกลับมาชมการแข่งขัน หรือเกิดการบอกต่อกันมากขึ้น จะส่งผลให้มีจำนวนผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการช่วยพัฒนาสังคมและผลักดันระบบเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดจากการศึกษางานวิจัยของ Kim and Kim (2020) ศึกษาแรงจูงใจของผู้รับชมการแข่งขันอีสปอร์ตใน 4 ด้าน พบว่าแรงจูงใจทั้ง 4 ด้านของผู้รับชมงานการแข่งขันอีสปอร์ตส่งผลกระทบทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการรับชม เพื่อเป็นการขยายผลการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชม ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยที่ได้จากการพัฒนารอบแนวคิดจำนวน 4 สมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 (H_1) : ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกมส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

สมมติฐานข้อที่ 2 (H_2) : ปัจจัยด้านทักษะของนักแข่งส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

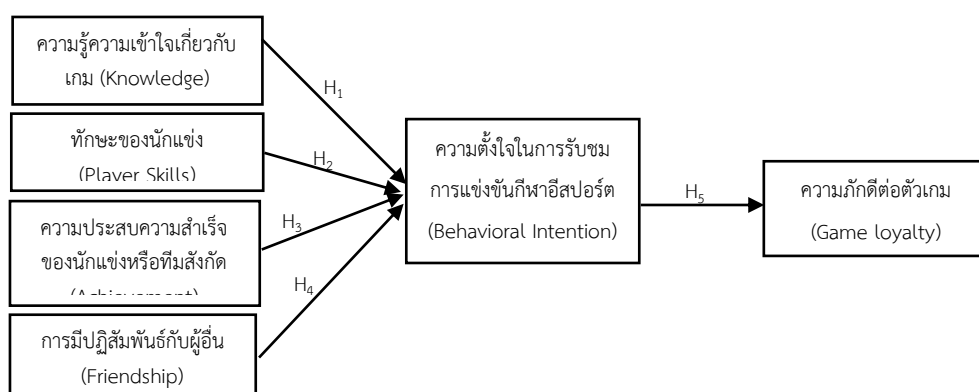
สมมติฐานข้อที่ 3 (H_3) : ปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

สมมติฐานข้อที่ 4 (H_4) : ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความตั้งใจในการรับชมส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต (Funk & James, 2001) การศึกษาของ Yu et al. (2019) แสดงให้เห็นความตั้งใจในการรับชมส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต จากการศึกษาของ Kim and Kim (2020) ได้มีคำแนะนำให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการรับชมและความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตเพื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยที่ได้จากการพัฒนากรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการรับชมและความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

สมมติฐานข้อที่ 5 (H_5) : ปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้มีประสบการณ์ในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีสคอฟลีเจ้นท์ในประเทศไทย ซึ่งการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีสคอฟลีเจ้นท์ในประเทศไทยถือเป็นการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตเป็นเกมบนคอมพิวเตอร์ โดยเกมออฟลีเจ้นท์เป็นเกมที่มีความนิยมในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตอันดับหนึ่งของโลก พบว่า ลีสคอฟลีเจ้นท์เป็นเกมที่มีผู้รับชมการแข่งขันสูงสุดของโลก โดยมีจำนวนยอดผู้รับชมการแข่งขันพร้อมกันสูงถึง 4 ล้านคน ในขณะที่การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับแบบจำลองที่มีองค์ประกอบตั้งแต่ 6 องค์ประกอบนั้น ควรมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 300 คน จากคำแนะนำของ Fornell and Larcker (1981) และ Hair et al. (2010) ได้แนะนำว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ SEM นั้น กลุ่มตัวอย่างจะต้องใช้ข้อมูลจำนวน 10 เท่าของข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถาม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีข้อคำถามทั้งสิ้น 21 ข้อ ดังนั้นจึงต้องมีการเก็บข้อมูลอย่างน้อย 210 ตัวอย่าง จึงจะเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling method) เนื่องจากลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Bornstein et al., 2013)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาคือแบบสอบถาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลกับผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีสคอฟลีเจ้นท์ชาวไทยแต่ชุดคำถามนั้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เป็นบทความวิจัยภาษาอังกฤษ ดังนั้นผู้วิจัยมีการแปลข้อคำถามจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ และแปลกลับเป็นภาษาไทยอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความแม่นยำของการใช้ภาษา (Backward-forward translation method) จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาซึ่งแบบสอบถามนั้นประกอบด้วยคำถามปลายปิดเป็นหลักโดยมีโครงสร้างประกอบด้วย 2 ส่วนดังต่อไปนี้ คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระยะเวลาในการเล่น เกมลีสคอฟลีเจ้นท์ และความพึงพอใจจากการรับชมพิธีเปิดการแข่งขัน Opening ceremony worlds ได้แก่ งานปีใดที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และเหตุผลที่ได้รับความพึงพอใจต่องานในปีนั้น ๆ และส่วนที่ 2 แบบประเมินแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม ทักษะของนักแข่ง ความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัด การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น พัฒนามาจากงานวิจัยของ Kim and Kim (2020) ความตั้งใจในการรับชมและความจงรักภักดีต่อตัวเกมพัฒนามาจากงานวิจัยของ (Funk & James, 2001; Yu et al., 2019)

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามนั้นผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 350 ชุด โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ Online questionnaire โดยเก็บข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Facebook กลุ่มผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีกออฟไลน์ในประเทศไทย หลังจากที่ได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วพบว่าแบบสอบถาม 50 ชุด ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้เนื่องจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 คน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสมบูรณ์จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เพียงพอต่อการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation modeling)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นอาศัยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistics analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยอาศัยสถิติอ้างอิง ซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) และขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM)

ผลการวิจัย

ความเชื่อมั่นและวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดโดยรวมของตัวแปรจำนวน 6 ตัว ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม ด้านทักษะของนักแข่ง ด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านความตั้งใจในการรับชมและความจงรักภักดีต่อเกม ผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach alpha) ของแบบสอบถาม อยู่ระหว่าง 0.761- 0.835 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือได้ในระดับสูง (Hair et al., 2018) นอกจากนั้นค่าความเที่ยงเชิงส่วนประกอบ (Composite reliability: CR) ระหว่าง 0.778 – 0.901 ซึ่งสูงกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าคำถามชีวิตทุกข้อมีความเที่ยงเชิงโครงสร้างที่ดี (Hair et al., 2018) และการตรวจสอบค่าสกัดความแปรปรวนเฉลี่ย (Average variance extract: AVE) มีค่าระหว่าง 0.501 - 0.753 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่นำมาใช้ในการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดีเช่นเดียวกัน (Fornell & Larcker, 1981) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor loadings) ควรมีค่าของการวิเคราะห์องค์ประกอบมากกว่า 0.05 โดยข้อคำถามแต่ละข้อในการศึกษาครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.607- 0.896 ดังนั้นข้อคำถามแต่ละข้ออยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ การวิเคราะห์ค่าความเบ้ของข้อมูล (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.637 - 0.509 และค่าความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -1.066 - 1.395 ซึ่งค่าความเบ้ (Skewness) ซึ่งมีค่าไม่เกิน ± 3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าค่าความเบ้และ

ความโด่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2018) สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี พบว่า Chi-square เท่ากับ 428.440 (p-value เท่ากับ 0.001) ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 184 ค่า CFI เท่ากับ 0.900 ค่า TLI เท่ากับ 0.984 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.067 และค่า SRMR เท่ากับ 0.037 พบว่าค่าทั้งหมดผ่านเกณฑ์ที่สอดคล้องของ (Hair et al., 2018)

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นและองค์ประกอบของแบบสอบถาม

หัวข้อ	Factor loading	S.D.	Mean	Skewness	Kurtosis
ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม (KL)(Cronbach alpha = 0.808, AVE = 0.512, CR = 0.807)					
KL1: ท่านสามารถเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ของเกมโดยการชมการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสด	.822	.748	3.77	-.081	.114
KL2: ท่านได้เรียนรู้ถึงเทคนิคและนำไปปรับใช้ในการเล่นเพื่อพัฒนาตนเอง	.837	.796	3.74	-.189	.206
KL3: ท่านสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับเทคนิคของตัวละครและตัวเกมโดยการชมการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสด	.837	.755	3.80	-.159	.152
KL4: ท่านชื่นชอบที่จะฟังการวิเคราะห์ตัวเกมจากนักพากย์	.698	.839	3.62	-.155	.296
ด้านทักษะของนักแข่ง (PS)(Cronbach alpha = 0.800, AVE = 0.720, CR = 0.885)					
PS1: ท่านรู้สึกชื่นชอบในทักษะของนักแข่ง	.853	.715	3.87	-.187	.096
PS2: ท่านรู้สึกสนุกไปกับการแสดงฝีมือของนักแข่ง	.896	.817	3.63	.509	-.716
PS3: ท่านรู้สึกสนุกกับการรับชมการแข่งขันที่มีการดำเนินเกมอย่างมีประสิทธิภาพ (การเดินเกมดี)	.795	.871	3.72	-.394	.407
ด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัด (AC)(Cronbach alpha = 0.835, AVE = 0.753, CR = 0.901)					
AC1: ท่านรู้สึกภูมิใจเมื่อทีมที่ชื่นชอบหรือนักแข่งทำผลงานได้ดีในการแข่งขัน	.863	.767	3.99	.067	-1.066
AC2: ท่านรู้สึกได้รับความประสบความสำเร็จส่วนตัว	.888	.821	3.97	-.157	-1.011

หัวข้อ	Factor loading	S.D.	Mean	Skewness	Kurtosis
เมื่อทีมที่ชื่นชอบหรือนักแข่งทำได้ดีตามที่ท่านคาดหวัง					
AC3: ท่านรู้สึกเหมือนท่านได้รับชัยชนะเมื่อทีมที่ชื่นชอบหรือนักแข่งชนะการแข่งขัน	.852	.830	3.86	.020	-1.066
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (FS)(Cronbach alpha = 0.761, AVE = 0.501, CR = 0.778)					
FS1: ท่านได้ใช้เวลาร่วมกับเพื่อนๆ หรือคนสำคัญ ขณะรับชมการถ่ายทอดสด	.828	.753	3.85	-.082	-.315
FS2: การรับชมการแข่งขันเปิดโอกาสให้ท่านได้มีมิตรภาพกับผู้ชมคนอื่นๆผ่านช่องแชทถ่ายทอดสด	.823	.769	3.83	-.092	-.331
FS3: การรับชมการแข่งขันทำให้ท่านได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแมตช์การแข่งขัน	.791	.816	3.76	-.379	.486
FS4: ท่านรู้สึกสนุกไปกับการพูดคุยกับผู้อื่นเกี่ยวกับการแข่งขัน	.607	.782	3.82	-.637	1.395
ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการรับชม(BE)(Cronbach alpha = 0.815, AVE = 0.519, CR = 0.811)					
BE1: เมื่อท่านได้ยินเกี่ยวกับแมตช์การแข่งขันใหม่ ท่านอยากจะรับชมการถ่ายทอดสดโดยทันที	.843	.814	3.63	-.340	.784
BE2:ท่านชอบที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันแมตช์ล่าสุด	.819	.797	3.74	-.378	.637
BE3: ท่านชอบดูแมตช์การแข่งขันที่จบแล้วซ้ำอีก	.738	.916	3.49	-.433	.676
BE4: ท่านมักจะชมแมตช์การแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสดเพราะความอยากรู้	.818	.860	3.68	-.126	.100
ความจงรักภักดีต่อเกม (LO)(Cronbach alpha = 0.764, AVE = 0.680, CR = 0.864)					
LO1: ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเกมนี้ เช่น สกิน โมเดลฟิกเกอร์	.816	.726	3.71	.348	-.785
LO2: ท่านแนะนำให้เพื่อนและญาติเล่นเกมนี้	.855	.726	3.79	.239	-.880

หัวข้อ	Factor loading	S.D.	Mean	Skewness	Kurtosis
LO3: ท่านพูดถึงแต่สิ่งดีๆเกี่ยวกับเกมนี้ให้ผู้อื่นได้รับฟัง	.802	.746	3.76	.219	-.824

หมายเหตุ: KL = Knowledge ; PS = Player Skills ; AC = Achievement ; FS =Friendship ; BE = Behavioral Intention ; LO = Game Loyalty

จากตารางที่ 2 พบว่าทุกตัวแปรมีค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ผ่านตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2018) และพบค่ารากที่ 2 ในแต่ละแถวในแนวทแยงมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทุกค่าทั้งในแนวตั้ง และแนวนอน จึงสรุปว่า โมเดลมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) แสดงให้เห็นว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ซึ่งเป็นคุณสมบัติของการที่ดัชนีสามารถวัดองค์ประกอบได้อย่างถูกต้อง (Fornell & Larcker,1981) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลเมทริกซ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	KL	PS	AC	FS	BE	LO
KL	1					
PS	.376**	1				
AC	.326**	.313**	1			
FS	.072	.135*	.062	1		
BE	.281**	.237**	.623**	.133*	1	
LO	.148*	.205**	.224**	.235**	.232**	1

หมายเหตุ: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural model)

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural model) เพื่อการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกมไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ($\beta = 0.108$) สมมติฐานข้อที่ 1 จึงถูกปฏิเสธ เมื่อพิจารณาแรงจูงใจด้านทักษะต่อความตั้งใจในการรับชมแสดงให้เห็นว่าทักษะของนักแข่งไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ

ความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ($\beta = -0.041$) จึงปฏิเสธสมมติฐาน ข้อที่ 2 ส่วนแรงจูงใจด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจ ในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ($\beta = 0.708$)จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 อย่างไรก็ตามแรงจูงใจทางด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ($\beta = 0.077$) จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4 ส่วนความตั้งใจในการรับชมมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ($\beta = 0.273$) จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 5

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	β	t-value	ผลการทดสอบ
H1: ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกมส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต	0.108	1.091 ^{n.s.}	ปฏิเสธ
H2: ปัจจัยด้านทักษะของนักแข่งส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต	- 0.041	-0.742 ^{n.s.}	ปฏิเสธ
H3: ปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต	0.708	9.715 ^{***}	ยอมรับ
H4: ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต	0.077	1.443 ^{n.s.}	ปฏิเสธ
H5: ปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต	0.273	4.148 ^{***}	ยอมรับ

หมายเหตุ n.s. คือ ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

อภิปรายผล

จากการวิจัยสรุปได้ว่าอิทธิพลแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีกออฟไลน์นั้นจะมีเฉพาะเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่สมมติฐานยอมรับ คือปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัด ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมเท่านั้น ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Kim and Kim (2020)ที่พบว่าปัจจัยที่เหลืออีกทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม ด้านทักษะของนักแข่ง และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าวในงานวิจัยครั้งนี้ ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตแต่อย่างไรก็ตามจากการวิจัยครั้งนี้ มีเพียงปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมสลีกอฟฟิชั่นท์เท่านั้นที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim and Kim (2020) ที่พบว่าปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดส่งผลทางบวกต่อปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต อาจจะเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตที่แตกต่างกัน เนื่องจากงานวิจัยของ Kim and Kim (2020) ได้เก็บข้อมูลกับผู้รับชมการแข่งขันกีฬา อีสปอร์ตที่อยู่ในสหรัฐอเมริกาซึ่งมีความแตกต่างทางวัฒนธรรม พฤติกรรมในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ทำให้ผลการศึกษามิสอดคล้องกัน ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นการเก็บข้อมูลผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตซึ่งเป็นประชากรชาวไทย ซึ่งแรงจูงใจหลักในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตจะมุ่งเน้นในเรื่องของความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดทำให้ผู้รับชมที่เป็นประชากรไทยเป็นแรงจูงใจหลักในการเข้ามารับชมมากกว่าแรงจูงใจในด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม ปัจจัยด้านทักษะของนักแข่ง และปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมสลีกอฟฟิชั่นท์ โดยสามารถสรุปได้ว่าผู้ชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตมีความตั้งใจในการรับชมที่เพิ่มขึ้น และยังมีแนวโน้มที่จะเกิดความจงรักภักดีต่อกีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น ซึ่งความจงรักภักดีของผู้รับชมการแข่งขันจะมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเกมมากขึ้น และมีความตั้งใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อเกมและแนะนำเกมในเชิงด้านบวกให้แก่บุคคลอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น (Ajzen, 1991) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Funk and James (2001) ที่ศึกษาแบบจำลองความต่อเนื่องทางจิตวิทยาเกี่ยวกับกรอบแนวคิดสำหรับการทำความเข้าใจความเชื่อมโยงทางจิตวิทยาของผู้ชมกีฬาและแฟนกีฬาสรุปไว้ว่าผู้ชมกีฬาและแฟนกีฬามีความสัมพันธ์ตั้งแต่การตระหนักรู้ในกีฬาหรือทีมไปจนถึงความจงรักภักดีในที่สุด โดยส่ระดับของพฤติกรรมของผู้ชมกีฬาและแฟนกีฬาจะเกิดขึ้นคือการรับรู้ การดึงดูด ความผูกพัน และความจงรักภักดี เช่น การกลับมารับชมการแข่งขันอีกครั้งการบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อเกมและแนะนำเกมในเชิงด้านบวกแก่ผู้อื่นผ่านทางสื่อออนไลน์ จากผลการวิจัยในการศึกษานี้สามารถช่วย ในการพัฒนาเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้รับชม และผู้จัดสามารถจัดการแข่งขันให้สามารถสร้างความรู้สึกน่าตื่นเต้นและแปลกใหม่สำหรับผู้รับชมในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต นอกจากนี้

การจัดงานการแข่งขันอีสปอร์ตที่มีความเป็นเอกลักษณ์จะทำให้มีผู้สนใจรับชมการแข่งขันอีสปอร์ตเป็นจำนวนมากขึ้นในปีถัดไป ซึ่งส่งผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตและช่วยส่งเสริมระบบเศรษฐกิจในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

ในการศึกษาทำการศึกษาในประเด็นของอิทธิพลของแรงจูงใจ ความตั้งใจในการรับชม และความจงรักภักดีของกลุ่มผู้ชมในกีฬาอีสปอร์ต โดยทำการสำรวจความเห็นของผู้ชมต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรม และความจงรักภักดีของผู้ชม เกมลีกออฟไลน์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ามีเพียงปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดเท่านั้นที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ มากไปกว่านั้นยังพบว่าปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมส่งผลทางบวกต่อปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมลีกออฟไลน์อีกด้วย จากการศึกษายืนยันให้เห็นว่าความตั้งใจในการรับชมส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ชมกีฬาอีสปอร์ตผ่านพฤติกรรมการบอกเล่าประสบการณ์ที่ติดต่อกันและแนะนำเกมในเชิงด้านบวกแก่ผู้อื่นและมีความต้องการกลับมาชมการแข่งขันอีกครั้งต่อไป ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าอิทธิพลด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดจะส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมของผู้ชมเช่น การหาข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน การรับชมถ่ายทอดการแข่งขันเป็นต้น และหากถ้าผู้ชมมีความตั้งใจในการรับชมส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ชมต่อกีฬาอีสปอร์ตอีกด้วย มากไปกว่านั้นในการศึกษาครั้งนี้ช่วยให้เข้าใจความเห็นและพฤติกรรมของผู้ชมของกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประเมินอิทธิพลของแรงจูงใจตาม จากโครงสร้างแบบจำลอง Psychological continuum model ที่ประกอบไปด้วย 4 ด้าน (Funk & James 2001) ซึ่งสามารถยืนยันว่าปัจจัยด้านจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ทั้ง 4 ด้าน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินอิทธิพลของแรงจูงใจของผู้ชมกีฬาอีสปอร์ตในบริบทประเทศไทยได้เฉพาะบางปัจจัยที่ส่งผลต่อจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เช่น ปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จของนักแข่งหรือทีมสังกัดส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมและปัจจัยด้านความตั้งใจในการรับชมส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อเกมของผู้รับชม การแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

ผู้จัดงานการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

สำหรับผู้จัดงานการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต เกมสาคอพลีจันท์ควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างทีมที่ประสบความสำเร็จ หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการแข่งขันเกมอีสปอร์ตให้ประสบความสำเร็จ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างผู้เล่นเกมด้วยกัน หรือ ผู้เล่นเกมที่ประสบความสำเร็จกับผู้รับชม เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้และเป็นการถ่ายทอดเทคนิคการแข่งขันอีสปอร์ต เพื่อให้ผู้รับชมเกิดแรงจูงใจและเกิดความตั้งใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งสามารถส่งผลให้ผู้รับชมมีความจงรักภักดี และสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมเกม ทั้งในด้านการรับชมความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเกม และ มีความตั้งใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อเกมมากขึ้น

ภาคีสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์

ในขณะเดียวกันภาคีสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ควรมีการจัดทำสื่อเกี่ยวกับข่าวสารกีฬาอีสปอร์ต โดยการนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติการแข่งขันการจัดอันดับนักแข่งหรือทีมสังกัด การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตเพื่อให้ผู้รับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตสามารถเข้าถึงกีฬาอีสปอร์ตได้อย่างกว้างขวาง และ สามารถติดตามได้ตลอดเวลาผ่านสื่อในการประชาสัมพันธ์ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ภาครัฐ

ภาครัฐควรมีการสนับสนุน รมรงค์ และช่วยส่งเสริมช่องทางการเข้าถึงการรับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตแบบถ่ายทอดสดเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับชม รวมถึงเพิ่มงบประมาณในการสนับสนุนสื่อให้ความรู้ข้อมูลเชิงสถิติ และ สร้างความเข้าใจในกีฬาอีสปอร์ต เช่น การสนับสนุนวงการกีฬาอีสปอร์ต การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตเช่นเดียวกับกีฬาทั่วไปเพื่อสร้างแรงดึงดูดและกระตุ้นผู้รับชมให้เกิดความสนใจและหันมารับชมการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

เพื่อให้การวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านการวิชาการ และในการนำไปใช้ปฏิบัติจริงได้มากยิ่งขึ้น ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) การเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ดังที่งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เข้าชมในประเทศไทยเป็นหลักเท่านั้น ดังนั้น หากมีการเก็บกลุ่มผู้ชมในระดับกว้างมากยิ่งขึ้นเช่นในหลากหลายเชื้อชาติจะสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์

ความแตกต่างและปัจจัยที่อาจจะแตกต่างได้มากยิ่งขึ้น เช่นประเด็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม เป็นต้น 2) จากการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาในบริบทกีฬาอีสปอร์ต โดยเฉพาะใน เกมสืคอฟฟี่เจ้นท์เท่านั้น หากมีการพัฒนาให้เห็นถึงเกมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จะสามารถเข้าใจบริบทด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรม และความจงรักภักดีในวงกว้าง และเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบในความแตกต่าง 3) การศึกษาที่เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง ที่หลากหลายและเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ตเช่น กลุ่มของผู้เล่นเกม และกลุ่มของสปอนเซอร์ เป็นต้น ซึ่งจะสามารถทำให้ทราบถึงปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Esports Charts. (2021). *Most watched esports disciplines in 2021*. Retrieved March 20, 2022, from <https://escharts.com/blog/most-watched-esports-disciplines-2021>
- Funk, D.C., & James, J. (2001). The psychological continuum model: a conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport, *Sport management review*, 4(2), 119–150.
- Hair, J.F., Black, B., Babin, B., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2010). *Multivariate data analysis*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ.: PearsonPrentice Hall.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2018). *Multivariate data analysis*. Cengage. In
- Hamari, J. & Sjöblom, M. (2017). What is E-sports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
- Hsu, C.L., & Lu, H.P. (2004). Why do people play online games? an extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41, 853-868.
- Kim, J., & Kim, M. (2020). Spectator e-sport and well-being through live streaming services: *Technology in Society*, 63, 101401.
- Kordyaka, B., Hribersek, S., Kruse, B., & Niehaves, B. (2020). Understanding brand loyalty – the case of the E-sports consumer from a relationship quality perspective. *Proceedings of the 4th International GamiFIN Conference 2020*, Finland: Levi.

Leckie,C.,Nyadzayo, M.W.,& Johnson, L.W. (2016). Antecedents of consumer brand engagement and brand loyalty. *Journal of Marketing Management*, 32(5-6), 558-578.

Ministry of Digital Economy and Society. (2021). “Chaiwut” supporting Thai young for an opportunity in E-sport. Retrieved March 20, 2022, from <https://escharts.com/blog/most-watched-esports-disciplines-2021>www.mdes.go.th/news/detail/5074

Newzoo. (2 0 2 1). *Global esports market report*. Retrieved March 20, 2022, from <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>

Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-34.

Pizzo, A.D., Na, S., Baker, B.J., Lee, M.A., Kim, D., & Funk, D.C. (2018). E-sport vs sport: a comparison of spectator motives. *Sport Marketing Quarterly*, 27, 108-123.

Ratanasuree, S. (2021). *E-sport online gaming behavior of Bangkok gaming players*. [Master's thesis] Bangkok university.

Seo, Y. (2013). Electronic sports: a new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560.

Suteerangkul, P. (2021). *Factor influencing behavior of E-sport watching*. [Master's thesis] Mahidol University.

Udomsook, K. (2021). The communication for development E-sports in Thailand. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 15(1), 128-160.

Wei, P.S., & Lu, H.P. (2014). Why do people play mobile social games? an examination of network externalities and of uses and gratifications. *Internet Research*, 24(3), 313-331.

Wittayapipopsakul, W. (2021). *A study and development of E-sport community in Thailand culture*. [Master's thesis] Srinakharinwirot University.

Yu, B., Bennett, G., & Brison, N. (2019). *The influence of athlete and team loyalty on sponsorship effectiveness in E-sports*. Chicago, IL: Texas A&M University.