

ความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

Intention to Adopt Bullfighting Live Streaming

พนิดา มนต์รี / Panida Montree

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ / Faculty of Management Science, Prince of Songkla University

E-mail: panida.mntr@gmail.com

วรพจน์ ปานรอด / Warrapojn Panrod

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ / Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus.

E-mail: warapojn.p@psu.ac.th

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 21 พฤษภาคม 2564

แก้ไข 7 มิถุนายน 2564

ตีพิมพ์ 10 มิถุนายน 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคือ สมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกต้อง The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” จำนวน 400 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมกีฬาวัวแบบออนไลน์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบราคัลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.969 สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาวัวออนไลน์ไลฟ์ สตรีมมิ่งคือ ความอยากรู้ อยากเห็น การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และความสนุกสนาน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลคือ แรงจูงใจด้านการพนันและไม่โครอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งจากการศึกษานี้ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาวัวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเป็นแหล่งความรู้กับผู้ที่มีความสนใจในการนำกีฬาพื้นเมืองมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยี

คำสำคัญ: กีฬาวัว, ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี, การยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิง, ไม่โครอินฟลูเอนเซอร์, แรงจูงใจด้านการพนัน

Abstract

This research was to study the factors affecting Intention to Adopt bullfight broadcasted through live streaming. The samples in this study were 400 members in “เพื่อนที่ถูกต้อง The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” group on Facebook who have watched bullfight online. Purposive Sampling. The data collection instrument was a questionnaire. Cronbach's alpha was adopted to consider the coefficient of reliability of the whole questionnaire whose result was 0.969. Descriptive statistics including mean and standard deviation were used for data analysis. Hypotheses were tested by inferential statistics using multiple regression analysis.

The results revealed that the factors affecting Intention to Adopt bullfight broadcasted through live streaming were curiosity, perceived usefulness, and Joy whereas Gambling Motivation and micro-influencers were not. In this study, the researcher provided recommendations to benefit bullfight business owners which could be used as their guidelines to develop their business and meet their audience's needs. Furthermore, this could be the source for any people who were interested in applying technology to traditional sports.

Keywords: Bullfighting, Theory of Technology Acceptance Model, Hedonic Motivation System Adoption Model, Micro-Influencer, Gambling Motivation

บทนำ

การชนวัวเป็นการละเล่นและกีฬาพื้นเมืองอย่างหนึ่งของภาคใต้ แรกเริ่มเดิมทีที่เกิดขึ้นก็ด้วยวัตถุประสงค์ที่ชาวบ้านต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลินหลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากไร่ นา โดยหลังฤดูเพาะปลูกทุกคนทั้งวัวต่างได้มีเวลาพักผ่อน ชาวบ้านจึงได้เปลี่ยนวัวไ้แรงงานมาเป็นวัวชนชั่วคราว โดยคัดเลือกวัวพื้นเมืองที่มีลักษณะเหมาะสมนำมาชนกัน พื้นที่ว่างตามหัวไร่ปลายนาจึงถูกนำมาใช้เป็น “บ่อนวัวชน” สาเหตุของการเรียกว่า “บ่อนวัวชน” นั้นเนื่องมาจากลักษณะการชนวัวเป็นการแข่งขันที่มีผลแพ้ชนะ ผู้ชมที่เข้ามาชมเกมกีฬาชนวัวมักมีการเดิมพันด้วยเสมอจากการเดิมพันการแข่งขันจนนำไปสู่การเล่นพนันตั้งแต่หลักหมื่น หลักแสน จนถึงหลักล้าน ยิ่งวัวชนสามารถชนได้ดีและมีชื่อเสียงมากเท่าไร เงินเดิมพันก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น และเพื่อให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐสามารถดูแลความสงบเรียบร้อยได้ รัฐบาลจึงได้เข้าไปควบคุมและจัดระเบียบการชนวัวให้เป็นไปตามกฎหมาย กีฬาชนวัวจึงมีปรากฏในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ.2478 และจัดให้มีบ่อนวัวชนที่ถูกกฎหมายเรียกว่า “สนามกีฬาชนวัว” โดยสนามกีฬาชนวัวภายใต้พ.ร.บ. การพนัน พ.ศ.2478 มีทั้งสิ้น 28 สนามกระจายตัวอยู่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ (รงค์ บุญสวยขวัญ, 2559)

จากการเข้ามาจัดระเบียบของภาครัฐนี้เอง ส่งผลให้กีฬาชนวัวได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง การชนวัวในปัจจุบันนอกจากเพื่อเกมกีฬาพื้นบ้านแล้ว การชนวัวยังคำนึงถึงเหตุผลอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การมีอาชีพของคนในชุมชน การสร้างสถานที่ท่องเที่ยว ก่อให้เกิดอาชีพเกี่ยวเนื่องสร้างรายได้ให้กับชุมชน เมื่อวัวชนหนึ่งตัวจะลงสนามแข่งขัน เจ้าของวัวชนจะมาพักที่บริเวณใกล้เคียงสนามกีฬาชนวัว เพื่อให้วัวชนปรับตัวและมีความคุ้นเคยกับสภาพอากาศและสถานที่อย่างน้อยสัปดาห์ การใช้ชีวิตของกลุ่มผู้เลี้ยงวัวชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบนอกของสนามกีฬาชนวัวกลายเป็นกลุ่มชุมชนขนาดเล็กที่มีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนสมาชิกในชุมชนทุกๆ เดือน และในวันที่มีการจัดให้ชนวัวนั้น ชาวบ้านในชุมชนจะนำอาหารพื้นบ้านออกมาจำหน่าย มีการให้บริการสถานที่จอดรถ การบริการรถบรรทุกวัว ธุรกิจเหล่านี้สามารถสร้างงานและกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนจากเม็ดเงินที่หมุนเวียนไม่ต่ำกว่าห้าพันล้านบาทต่อปี อีกทั้งในอนาคตยังมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้กีฬาชนวัวพัฒนาไปสู่ระดับอาเซียน มีการเปิดสนามกีฬาชนวัวระดับนานาชาติ คือ สนามกีฬาชนโคนานาชาติรัตนภูมิ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา (กิตติพงศ์ สนธิสัมพันธ์, 2557)

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต ทำให้ทรัพยากรมนุษย์ต้องปรับตัวและยกระดับสมรรถนะของตน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนสามารถเป็นกำลังสำคัญของการขับเคลื่อนสู่ประเทศ 4.0 และปรับเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2563) ส่งผลให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง กิจกรรมหลายๆ อย่างที่แต่เดิมทำในระบบออฟไลน์เป็นหลัก ก็ถูกถ่ายโอนมาสู่ระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัย กีฬาชนวัวจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่บริเวณสนามกีฬาชนวัวอีกต่อไป จากเดิมที่เป็นการพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับกีฬาชนวัว ณ ร้านน้ำชา หน้าสนามกีฬาชนวัว หรือศาลาหมู่บ้าน ก็เข้าสู่การก่อตั้ง Online Community กลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” ซึ่งเป็นการรวมตัวของสมาชิกที่มีความสนใจเกี่ยวกับกีฬาชนวัว มีสมาชิกกว่า 21,000 คน และมียอดโพสต์เกี่ยวกับกีฬาชนวัวสูงถึง 3,000 โพสต์ต่อเดือน สอดคล้องกับ Kozinets et al. (2010) ที่กล่าวว่าเมื่อเกิดการรวมกลุ่มกันพฤติกรรมที่

เกิดขึ้นตามธรรมชาติคือการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อันเนื่องมาจากแรงผลักดันภายในที่ต้องการช่วยเหลือโดยไม่หวังผลตอบแทน หรือเรียกว่า การบอกต่อ (Word of Mouth) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบอกต่อข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ หรือผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง ทำให้สามารถเรียกบุคคลเหล่านี้ว่าเป็นผู้มีอิทธิพลทางสังคม ในอดีตนั้นผู้นำทางความคิดหรือผู้ทรงอิทธิพลทางสังคมในแวดวงกีฬาชนวน คือ บุคคลที่เป็นที่ยอมรับทางสังคมสูงเช่น “เป็นนักเลง” หรือ “นายหัว” เป็นผู้นำหมู่บ้าน เพราะมีบุคลิกลักษณะ “อิสระ ใจถึง ฟังได้” (รงค์ บุญสวยขวัญ, 2559) แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคออนไลน์ ผู้นำทางความคิดไม่ได้จำกัดอยู่แค่คนกลุ่มดังกล่าวอีกต่อไป กลับเป็นยุคของ Online Opinion Leaders แทน เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้คนธรรมดาสามารถพัฒนาตัวเองขึ้นมาเป็นผู้นำความคิดได้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสเก็ตต์ในเฟซบุ๊ก ที่สามารถสร้างชื่อเสียงสำหรับสิ่งที่พวกเขาทำหรือเชี่ยวชาญในด้านที่พวกเขาทำเป็นประจำ โดยการโพสต์เกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Kaulbars-Staudinger, 2019) ปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ไม่จำเป็นต้องมีผู้ติดตามเป็นล้านคนเหมือนในอดีต อาจจะมีจำนวนตั้งแต่ 500-10,000 คนก็ได้ โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์กลุ่มนี้ได้รับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือจากผู้ติดตามมากที่สุด นักการตลาดได้ให้คำนิยามกลุ่มนี้ว่ากลุ่มไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencer) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในสื่อสังคมออนไลน์ (อนุพงษ์ จันทร, 2561)

ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” มีบุคลิกภาพ รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาชนวนทั้งในรูปแบบ บทความ รูปภาพ วิดีโอ บางท่านยังได้มีการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) จากสนามกีฬาชนวนขณะมีการแข่งขันกีฬาชนวน การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เป็นรูปแบบการถ่ายทอดสดไลฟ์สตรีมมิง (Live Streaming) เป็นการถ่ายทอดสดบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นการถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นเพื่อให้ผู้รับชมรับชมกีฬาชนวนได้อย่างเป็นปัจจุบันที่สุด ผู้รับชมสามารถรับชมภาพและเสียงได้อย่างต่อเนื่อง ราบรื่น ไม่สะดุด และไม่ต้องเสียเวลารอคอยการดาวน์โหลด อีกทั้งยังสามารถส่งข้อมูลวิดีโอไปยังผู้รับชมคนเดียวหรือหลายคนในเวลาเดียวกันได้ (ศุภรานันท์ กาญจนกุล, 2560) การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ได้รับความสนใจจากสมาชิกในกลุ่มเป็นอย่างมาก ก่อนนี้การถ่ายทอดสดลักษณะดังกล่าวถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของทางสนามกีฬาชนวนและขัดต่อข้อกำหนดภายใต้ผลการดำเนินงานของสนามกีฬาชนวน แต่ในปัจจุบันภาครัฐได้มีมาตรการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการถ่ายทอดสดกีฬาชนวน โดยอนุญาตให้ทางสนามกีฬาชนวนสามารถถ่ายทอดสดกีฬาชนวนในรูปแบบไลฟ์สตรีมมิงเพื่อให้สอดคล้องกับโลกยุคปัจจุบันซึ่งเป็นโลกแห่งเทคโนโลยี

ในอดีตที่ผ่านมามีหลากหลายงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับกีฬาชนวน ซึ่งเน้นศึกษาในบริบทของการพนัน ความเชื่อ อิทธิพล และการเมือง แต่ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับกีฬาชนวนในด้านการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวนออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิงโดยใช้การยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิงซึ่งเป็นโมเดลที่มีการขยายออกมาจากทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับอย่างกว้างขวางและมีชื่อเสียงในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวนออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิงโดยมุ่งหวังว่าการศึกษานี้ในครั้งนี้ จะสามารถเป็นแนวทางในการยกระดับ “กีฬาชนวน” อันเป็นกีฬาพื้นบ้านของภาคใต้ ควบคู่ไปกับการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน การมีอาชีพของคนในชุมชน อีกประการสำคัญคือเป็นการรักษาสายพันธุ์ของวัวพื้นบ้านไม่ให้สูญหาย เพื่อบูรณาการไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดมาอย่างยาวนาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวนออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิง (Live Streaming) ของสมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา”

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจด้านการพนัน Lee et al. (2007) ได้พัฒนา The Five-Factor Gambling Motivation Model ซึ่งเป็นรูปแบบแรงจูงใจด้านการพนัน พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย คือ แรงจูงใจทางสังคม แรงจูงใจด้านความบันเทิง แรงจูงใจด้านความตื่นเต้น แรงจูงใจในการหลีกเลี่ยง และแรงจูงใจทางการเงิน

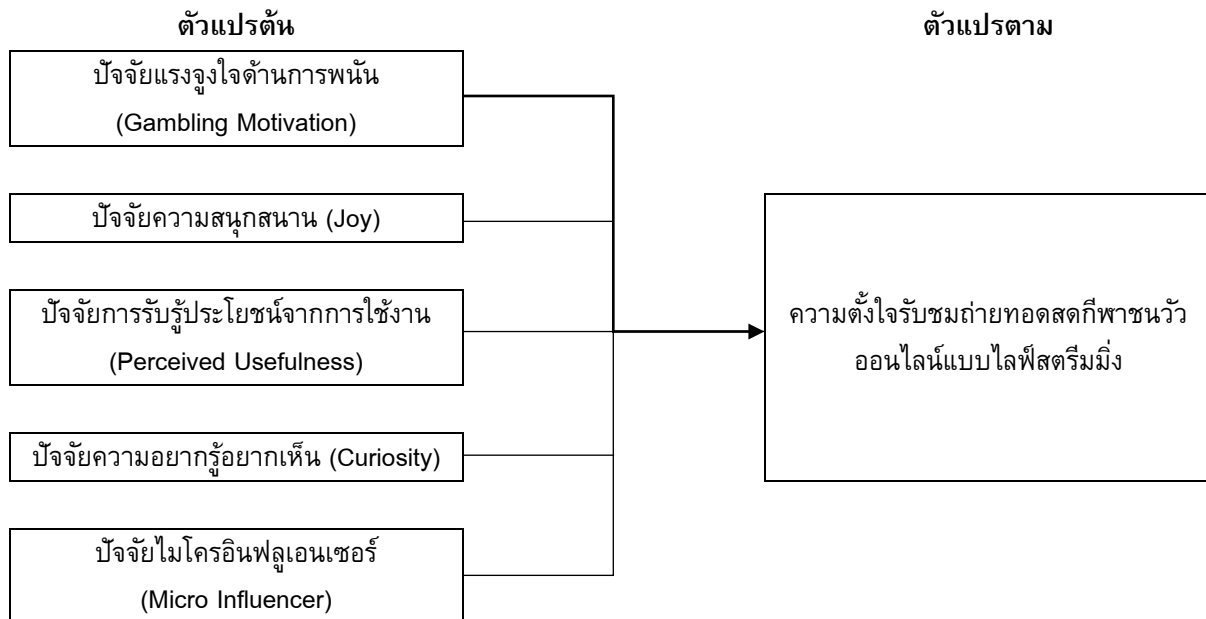
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี โดยให้น้ำหนักที่สองปัจจัยหลัก คือการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทั้งสองปัจจัยนี้เป็นตัวชี้ถึงพฤติกรรมการยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจใช้งานจริง (Actual to Use) (Davis et al, 1989) แม้ว่า TAM จะมีความสามารถในการอธิบายการใช้งานระบบได้หลายประเภท อย่างไรก็ตาม TAM ไม่เหมาะที่จะอธิบายถึงการนำไปใช้งานของระบบที่มีแรงจูงใจภายในหรือความเพลิดเพลิน (Witte, 2014) จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิงหรือ HMSAM ซึ่งเป็นการขยายออกมาจากทฤษฎี TAM

การยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HMSAM) เป็นรูปแบบการยอมรับของระบบที่ใช้เพื่อตอบสนองแรงจูงใจที่แท้จริงของผู้ใช้ พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือความสนุกสนาน (Joy) การควบคุม (Control) ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) รูปแบบงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับระบบนี้ก็อย่างเช่น งานวิจัยเกี่ยวกับเกมออนไลน์โลกเสมือน การซื้อสินค้าออนไลน์ ที่เก็บข้อมูลเพลงดิจิทัล ระบบเครือข่ายสังคม (Lowry et al., 2013)

ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro-Influencer) ผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคม มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ทั้งในด้านการเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด Micro-Influencers เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในสื่อสังคมออนไลน์ จะมีความสำคัญมากขึ้นผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์ไม่จำเป็นต้องมีผู้ติดตาม เป็นล้านคนเหมือนในอดีต อาจจะมีจำนวนตั้งแต่ 500-10,000 คนก็ได้ โดยจากการศึกษาจะพบว่าผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์กลุ่มนี้ได้รับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือมากที่สุด นอกจากนี้ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้ติดตาม (Follower) น้อย จะสร้างความสัมพันธ์ (Engagement) ได้มากกว่าคนที่ผู้ติดตามเยอะ (อนุพงษ์ จันทร, 2561)

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาการยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิงซึ่งเป็นโมเดลที่มีการขยายออกมาจากทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกับการศึกษาตัวแปรแรงจูงใจด้านการพนันและไมโครอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง จึงกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาและนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานดังนี้



จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานสำหรับการศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการพนันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

สมมติฐานที่ 2 ความสนุกสนานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

สมมติฐานที่ 4 ความอยากรู้อยากเห็นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

สมมติฐานที่ 5 ไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” ซึ่งกลุ่มเฟซบุ๊ก “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” เป็น Online community ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกที่มีความสนใจในกีฬารันว้าว 19,000 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 พฤษภาคม 2564) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) เนื่องจากทราบขนาดประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 377 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อน สะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมกีฬารันว้าวแบบออนไลน์ และมี active post ในกลุ่ม “เพื่อนที่ถูกใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา”

การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) ที่สร้างมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 8 ส่วนคือ คือ 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน 2) ประสบการณ์ในการรับชมกีฬา รันว้าว 3) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน 4) แรงจูงใจด้านการพนัน 5) ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ 6) ความสนุกสนาน 7) ความอยากรู้อยากเห็น 8) ความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬารันว้าวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 ชุด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการทางสถิติ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่าค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.969 มากกว่าเกณฑ์พิจารณา 0.7 (Nunnally, 1978) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นกระจายแบบสอบถามทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่ม “เพื่อนที่ภูมิใจ The Battie สมรภูมิ สู้ยิบตา” สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งในครั้งนี้ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 76.00 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.75 สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 51.20 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.80 โดยประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 39.75 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 43.00 และข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการรับชมกีฬาชนวัวออนไลน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยรับชมกีฬาชนวัว แบบออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100 และเคยรับชมกีฬาชนวัว ณ สนามกีฬาชนวัว คิดเป็นร้อยละ 88.50 โดยมีความถี่ในการรับชมกีฬาชนวัวแบบออนไลน์ในระยะเวลาหกเดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.50 และรับชมกีฬาชนวัวแบบออนไลน์ส่วนใหญ่ผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็น ร้อยละ 60.50

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุ (Multiple Regression) เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง

ตัวแปร	ความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง				
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	β	Std. Error	(Beta)		
(ค่าคงที่)	0.064	0.151		0.425	0.671
แรงจูงใจด้านการพนัน	0.033	0.026	0.043	1.257	0.209
ความสนุกสนาน	0.102	0.049	0.096	2.076	0.039*
การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	0.166	0.042	0.147	4.008	0.000*
ความอยากรู้อยากเห็น	0.625	0.053	0.594	11.893	0.000*
ไมโครอินฟลูเอนเซอร์	0.058	0.043	0.058	1.365	0.173

R = 0.835 R² = 0.698 Adj.R² = 0.694

หมายเหตุ: * หมายถึง p-value < .05

ปัจจัยแรงจูงใจด้านการพนัน (Gambling Motivation) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รงค์ บุญสวยขวัญ (2559) ซึ่งกล่าวว่า การพนันกีฬาชนวัว มีกติกาเฉพาะกลุ่มทั้งนี้ต้องเดินทางลงสู่บ่อนหรือสนามวัวชนด้วยตนเอง เป็นการพนันที่ต้องสัมผัสแบบหน้าต่อหน้าในบ่อนวัวอันร้อนระอุ เป็นระบบการเล่นการพนันที่นักพนันต้องลงสู่พื้นที่หรือลงสู่สังเวียนจริง เป็นลักษณะการพนันที่ผู้เล่นพนันต้องมีการเผชิญหน้าระหว่างคู่พนันด้วย

กันเอง ผ่านการเชียร์วัวคนละตัว เป็นกระบวนการพนันที่ไม่มีศูนย์รวมการเล่น หรือในความหมายที่ว่า “ไม่มีเจ้ามือ” (รงค์ บุญสวยขวัญ, 2559) และอีกประการสำคัญ คือ เป้าหมายการเล่นพนันกีฬาวัวชนนอกจากแรงจูงใจทางการเงินแล้ว ยังมีเป้าหมายแฝงเส้นทางสังคมนั้น คือการได้รับการยอมรับเป็นรางวัลทางสังคม กล่าวคือเล่นพนันวัวชนแล้วแพ้การพนัน แต่ได้ใจคน เพราะลีลาการเล่นต่อรองเป็นที่ประจักษ์ของผู้คนรอบข้าง (รงค์ บุญสวยขวัญ, 2559) พฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2007) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบแรงจูงใจในด้านการพนันพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ แรงจูงใจทางสังคม แรงจูงใจด้านความบันเทิง และแรงจูงใจทางการเงิน

ปัจจัยความสนุกสนาน (Joy) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยปัจจัยความสนุกสนานนับว่าเป็นแรงจูงใจสำคัญในการทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายเกือบทุกประเภท สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HMSAM) ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งให้เกิดแรงจูงใจในการทำกิจกรรมนั้นต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒตาล ปรารชญ์ศรีภูมิ (2561) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือปัจจัยด้านความเพลิดเพลินสนุกสนาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยสรณ สกุลเต็น และ วรางคณา ดันทสันติสกุล (2559) พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเพลิดเพลิน การที่ผู้ใช้งานรู้สึกสนุกสนาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของชลลดา บุญโท (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีพบว่า เกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด และจากผลจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งมากกว่าปัจจัยความสนุกสนาน (JOY) ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Heijden, V. D., (2004) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างในการยอมรับระบบของผู้ใช้งานระหว่างประโยชน์จากการใช้งานกับความสนุกสนานเพลิดเพลินพบว่า ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานมากกว่าการรับรู้ประโยชน์ และขัดแย้งกับงานวิจัยของพุฒตาล ปรารชญ์ศรีภูมิ (2561) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากปัจจัยความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นได้ทุกช่วงวัย และเกิดจากสิ่งเร้าต่างๆ เช่น ความอยากรู้อยากเห็นในกีฬาพื้นบ้านของคนไทย วัวที่นำมาลงแข่งขันต้องเป็นวัวที่มีลักษณะอย่างไร เป็นต้น ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการทำกิจกรรมต่างๆ ตามมา คือการเข้ามารับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งและสอดคล้องกับงานวิจัยของจารุกิตต์ ขวัญมงคลพงศ์, จันทิมา ศิริ และ กิตติ อัสพรภาสกร (2564) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังความคาดหวัง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการวิทยุออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าความอยากรู้อยากเห็นเป็นสัจชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น นอกจากนี้สิ่งที่มนุษย์อยากรู้อยากเห็นมักเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงไกลตัวที่สุด

ปัจจัยไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencer) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร ปัญญาทรานนท์ (2559) ซึ่งพบว่าผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์แท้ที่จริงไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสารหรือผู้ชมเสมอไป เนื่องจากกลุ่มบุคคลที่อยู่แวดล้อมผู้รับสาร เช่น เพื่อน พ่อแม่ พี่น้อง และคนรอบข้าง จะทำหน้าที่เป็นตัว

กรองสารที่ถูกส่งมาจากสื่ออื่นนั้นหมายความว่าบุคคลจะไม่ได้เชื่อทุกอย่างที่รับชมหรือรับฟังจากสื่อ แต่จะนำข้อมูลต่างๆ ไปปรึกษากับบุคคลรอบข้างก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาอำไพ กัมแกว (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพลสังคมออนไลน์ พบว่าทุกครั้งที่มีผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการจะมีการปรึกษาคณะใกล้เคียงก่อน และจะมีการเชื่อกลุ่มทางตรงมากกว่าผู้ทรงอิทธิพลในสังคมออนไลน์ McCombs and Becker (1979) ได้กล่าวถึงเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารจากสื่อในการตอบสนองความต้องการจากผู้รับสารทั่วไป คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจของตนเอง เพื่อเสริมเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา และเพื่อความบันเทิงผ่อนคลายอารมณ์ ซึ่งในการเปิดรับสื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่ คือ การได้รับประโยชน์ด้านต่างๆ จากสื่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับสื่อให้เหมาะสมตามความต้องการและเกิดความพึงพอใจกับประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญุภรณ์ แสงตะโก และ ปฐมมา สตะเวทิน (2561) พบว่า Micro-Influencer จะมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อแบรนด์หรือสินค้านั้นในระดับสร้างความพึงพอใจตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ แต่ไม่สามารถทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติ

- 1) ควรส่งเสริมให้การแข่งขันอื่นๆ ที่มีลักษณะการแข่งขันใกล้เคียงกับกีฬาชนวัว เช่น กีฬาแข่งขันไก่ กีฬาแข่งปลากัด กีฬาแข่งนกถ่ายทอดสดออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมที่นิยมใช้ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ในการใช้ชีวิตประจำวันเข้าถึงกิจกรรมกีฬาลักษณะนี้ตามความชอบ ลักษณะนิสัยส่วนตัว และความนิยมของสังคม
- 2) จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาชนวัวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเป็นแหล่งความรู้กับผู้ที่มีความสนใจ โดยการนำสรุปผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งโดยมีข้อเสนอแนะพอสังเขปดังนี้

ปัจจัยความสนุกสนาน (Joy) โดยการสร้างความสนุกสนานจากการเข้าร่วมชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวัวออนไลน์ไลฟ์สตรีมมิ่งจากการจ้างพิธีกรหรือชาวบ้านดำเนินรายการที่มีความสามารถในการสร้างเสียงหัวเราะ สอดแทรกความตลก รวมถึงต้องมีความรู้เรื่องกีฬาชนวัวเป็นอย่างดี ทั้งนี้การเติบโตของธุรกิจประเภทนี้เกิดจากท้องถิ่น เป็นประเพณีกีฬาพื้นบ้านของภาคใต้ของไทย ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้คนภายในชุมชน หมู่บ้านหรือท้องถิ่นของจังหวัดนั้นๆ ร่วมมือกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจและสร้างความสามัคคีให้กับคนในท้องถิ่น

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) โดยกระบวนการการให้บริการจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินงานให้มากขึ้นให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้แก่ การสร้างประกาศเชิญชวนเข้าร่วมชมถ่ายทอดสดล่วงหน้า ทำให้ผู้บริโภคที่มีความสนใจในกีฬาชนวัวเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถวางแผนล่วงหน้าในการรับชม ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยมีความถี่ในการประกาศอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากกีฬาชนวัวมีความนิยมในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์จึงควรทำซับภาษาต่างประเทศและสามารถชมการถ่ายทอดสดได้ย้อนหลังด้วย

ปัจจัยความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) โดยการประชาสัมพันธ์ให้กระตุ้นความรู้หรือข้อมูลที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และครบถ้วน และควรจ้างแอดมินเพจประจำเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อตอบคำถามในกรณีที่ผู้รับชมสงสัย รวมทั้งการตอบคำถามระหว่างถ่ายทอดสดกีฬาชนวัว ในช่วงก่อนการแข่งขัน ช่วงพัก และหลังจบการแข่งขัน เพื่อให้ผู้รับชมคลายความอยากรู้อยากเห็น ข้อสงสัยต่างๆ และเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับชมได้เป็นอย่างดีการมีแอดมินเพจประจำในการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ ของผู้รับชม การสร้างภาพลักษณ์ที่มีความทันสมัยมากขึ้น โดยการทำโปสเตอร์

อิเล็กทรอนิกส์ (E-Poster) หรือป้ายประกาศเชิญชวนให้ดูทันสมัย เพื่อดึงดูดให้ผู้ที่มีความสนใจเข้ามาเข้าชมก็พาดชนวักกันมากขึ้น การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การตอบคำถามเพื่อรับของรางวัลภายในเพจเฟซบุ๊ก (Facebook)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ

1) ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวักออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่ง โดยใช้โมเดลการยอมรับระบบที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิงซึ่งเป็นโมเดลที่มีการขยายออกมาจากทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกับตัวแปรแรงจูงใจด้านการพนันและไม่โครอินฟลูเอนเซอร์มาเป็นกรอบทางการศึกษาผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้

2) นำผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับกีฬาพื้นเมืองที่มีรูปแบบกิจกรรมใกล้เคียงกันกับกีฬาชนวัก เช่น กีฬาแข่งชนไก่ กีฬาแข่งปลากัด กีฬาแข่งนก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาชนวักออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิ่งเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดผลการวิจัยในครั้งนี้และเป็นสิ่งสะท้อนให้เกิดภาพของการตลาดได้ดีมากยิ่งขึ้น

2) การวิจัยในอนาคตอาจมีการศึกษาโดยสามารถตั้งคำถามแบบปลายเปิดขยายกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา และยังสามารถขยายขอบเขตของการศึกษา เนื่องจากกิจกรรมของกีฬาชนวักและการมีส่วนร่วมของกลุ่มสังคมกีฬาชนวัก เป็นปรากฏการณ์มุมมองความคิดเห็นในหลากหลายแง่มุม อีกทั้งยังมีความซับซ้อน ต้องการตรวจสอบปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาชนวักในระดับที่ละเอียดและลึกขึ้น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

กานติมา ฤทธิ์วีระเดช. (2560). กลยุทธ์ผู้ทรงอิทธิพลไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencers) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางอแกนิคผ่านสื่อออนไลน์ของเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กิตติพงศ์ สนธิสัมพันธ์. (2007). รายงาน TDR การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของรัฐและการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

จารุกิตต์ ขวัญมงคลพงศ์, จันทิมา ศิริ และ กิตติ อัสพรภาสกร. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟัง ความคาดหวัง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการวิทยุออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 11(1), 133-145.

ชยสรณ สกุลเดิน และ วรางคณา ดันตสันติสกุล. (2564). อิทธิพลของการรับรู้ราคาและการรับรู้ความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์ในรูปแบบวีดีโอสตรีมมิ่ง. บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12, วันที่ 15 มกราคม 2564, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ชญญภากรณ์ แสงตะโก และ ปฐมา สตะเวทิน. (2561). อิทธิพลของ Micro-Influencer ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า High Involvement ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล. วารสารนิเทศศาสตร์, 37(2), 31-40.

ธรรมศักดิ์ ช่วยวัฒนะ. (2556). ความอยากรู้อยากเห็น. สืบค้นจาก www.gotoknow.org/posts/60458.

พงศกร ปัญญาทรานนท์. (2559). อิทธิพลของรูปแบบการสื่อสารการตลาดและผู้ทรงอิทธิพลในสื่อเฟซบุ๊กของแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับครัวเรือนขนาดเล็กที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พุดตาล ปราชญ์ศรีภูมิ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ไพฑูรย์ สีนลรัตน์. (2563). แนวโน้มความต้องการของโลกยุคดิจิทัล. นครราชสีมา: โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย.
- เมลดา พรหมเคียนอ่อน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมในการชมเฟซบุ๊กไลฟ์ของคนไทย. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รงค์ บุญสวยขวัญ. (2559). การเมืองของการพนันวัวชนภาคใต้. วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 3(3), 241-266.
- ลดอำไพ กัมแก้ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มีอิทธิพลสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภรานันท์ กาญจนกุล. (2560). พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการรับชม Live Video Streaming. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อนุพงษ์ จันท. (2561). *Influencer Marketing* ตอบโจทย์ผู้บริโภคเปลี่ยน !. สืบค้นจาก www.thebangkokinsight.com/2330/.
- Fathema, N., Ross, N. & Witte, M. (2014). *Student Acceptance of University Web Portals: A Quantitative Study. International Journal of Web Portals*, 6(2), 42-58.
- Kaulbars-Staudinger, E. (2019). *Consumer online shopping behavior affected by influencer marketing-with a focus on sustainability*. Master's Thesis, Arcada University of Applied Sciences.
- Kozinets, R., De Valck, K., Wojnicki, A. & Wilner, S. (2010). Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71-89.
- Lee, H.-P., Chae, P., Lee, H.-S. & Kim, Y.-K. (2007). The five-factor gambling motivation model. *Psychiatry Research*, 150(1), 21-32.
- Lowry, P., Gaskin, J., Twyman, N., Hammer, B. & Roberts, T. (2013). Proposing the hedonic-motivation system adoption model (HMSAM) to increase understanding of adoption of hedonically motivated systems. *Journal of the Association for Information Systems*, 14(11), 617-671.
- Van der Heijden, H. (2004). User acceptance of hedonic information systems. *MIS Quarterly*, 28(4), 695-704.