

การสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

สุรดิษ โลหะลักษณ์เดช* เสาวลี แก้วช่วย** พราม อินพรม ** สมทบ จิตะฐาน***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย ประเด็นกระแสการยอมรับอีสปอร์ต ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต และการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต (2) เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก มีขั้นตอนการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับการสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหาร และมีส่วนร่วมกับการกีฬาอีสปอร์ตเป็นเวลา 2 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คนโดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ออกมาดังนี้

(1) กระแสต่อการยอมรับอีสปอร์ตโดยทางประเทศไทยได้มีการจัดตั้งสมาคมกีฬาอีสปอร์ต โดยได้รับการยอมรับจากผู้คนหมู่มากรวมถึงมีการจัดการแข่งขันและต่อไปในอนาคตทางประเทศจีนจะเข้ามาจับมือกับทางมหาวิทยาลัยในประเทศไทย

(2) ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ตโดยอีสปอร์ตเป็นชนิดกีฬาที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย ในด้านของ การจัดการแข่งขัน ด้านการใช้สื่อโปรโมท ด้านการถ่ายทอดสดเป็นกีฬาเพื่อความบันเทิง (Sport Entertainment) ที่มีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลกผ่านทางสื่อออนไลน์ (Social Media) โดยยังนำเสนอในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และด้านการลงทุนจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ

(3) การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย จำนวน 3 ประเด็น คือ (1) สถานการณ์การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยการตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทยแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 4 กลุ่ม คือ (1.1) กลุ่มสปอนเซอร์ (1.2) กลุ่มการลงทุน (1.3) กลุ่มการจัดการแข่งขัน และ (1.4) กลุ่มเงินรางวัล (2) การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยการเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย มีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด เป็นตลาดใหญ่ที่คนทุกเพศทุกวัยเข้าถึงได้ง่าย มีมูลค่าทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น และ (3) แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยแนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยมีกระแสการสนับสนุนหรือเม็ดเงินเข้ามาอยู่ในกระบวนการอีสปอร์ตส่งผลต่อการพัฒนา

* นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการกีฬา คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการการกีฬา คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ติดต่อผู้พิมพ์: สุรดิษ โลหะลักษณ์เดช* E-mail: kaikaiko8@gmail.com มือถือ 088-3381788

วันที่รับบทความ 10 กุมภาพันธ์ 2564 วันที่แก้ไขบทความ 21 พฤษภาคม 2564 วันที่ตอบรับ 1 มิถุนายน 2564

ส่งเสริมอีสปอร์ตในประเทศไทย

(4) แนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต คือ (1) แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทยโดยทางสมาคมกีฬาได้รับเงินสนับสนุนจากทางรัฐบาลในการบริหารจัดการจัดทำเส้นทางอาชีพและควรให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับแนวทางวิธีการจัดการอีสปอร์ตอย่างถูกต้อง (2) ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยให้ความสำคัญในการพัฒนากีฬานี้ยึดตามหลักปรัชญาที่หารวมทั้งผลักดันให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย : ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะมีนโยบายผลักดันให้กับทางรัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมกับกีฬาอีสปอร์ต ภาครัฐควรให้การสนับสนุนกีฬาอีสปอร์ตเพื่อสร้างเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสมาคมควรมีการจัดตั้งลีกอาชีพอีสปอร์ตเพื่อส่งเสริมให้นักกีฬาต่อยอดไปถึงนักกีฬาทีมชาติ

คำสำคัญ : อีสปอร์ต การบริหารธุรกิจอีสปอร์ต

THE SYNTHESIS OF ESPORTS ADMINISTRATION IN THAILAND

Suradit Lohalaksanadech* Saowalee Kaewchuay** Pram Inprom*** Somthop Thithathan****

Abstract

The purpose of this research is (1) to synthesize the concept of Esports administration on the issue of acceptance of Esports, the importance of Esports business and marketing of Esports, (2) to present the Esports administration approach in Thailand. By collecting qualitative data with an in-depth interview method, with research methods using interviews with key informant groups about the Synthesis of Esports Administration in Thailand. By selecting a specific group of key informants (Purposive Sampling) which qualifies as a person with administration experience and participate in e-sports for two years or more, with ten persons. The tools used to collect data in qualitative research, the researcher conducted an in-depth interview with the key informants and able to summarize the research results as follows;

1. The trend towards the acceptance of Esports, in which Thailand has established the Esport Association, has been accepted by many people. Including

* Master's degree students of Arts Program in Sports Management. Dept. Faculty of Social Sciences and Humanities

** ,*** ,**** Asst. Prof. Faculty of Social Sciences and Humanities

Contract: Suradit Lohalaksanadech E-mail.: kaikaiko8@gmail.com มือถือ 088-3381788

Received: February 10, 2021 ; Revised: May 21, 2021

; Accepted: June 1, 2021

organizing the competition and in the future, China will come to join hands with the university in Thailand.

2. The importance of Esports business by Esports is a type of sport that has economic growth in Thailand in terms of competition management, in the use of promotional media, live broadcast as a sports entertainment that is broadcast live around the world via social media. Also presented in the form of sport tourism and investment from domestic and foreign countries.

3. Esports marketing has three issues related to the Esports marketing in Thailand, namely; (1) The situation of Esports marketing in Thailand has divided stakeholders into four groups: (1.1) Sponsor group (1.2) Investment group (1.3) Competition management group and (1.4) Prize group. (2) The growth of Esports marketing in Thailand by the growth of Esports marketing in Thailand with leapfrog growth as a big market that people of all ages can easily access with more market value. (3) The trend of Esports marketing in Thailand has support flows or money into the e-sports process, affecting the development of Esports promotion in Thailand.

4. The Esports business management approach is (1) guidelines/methods for managing Esports in Thailand, where the Sports Association receives government support for managing career paths and should educate the public on the guidelines for how to manage Esports correctly. (2) Directions/guidelines for Esports administration in Thailand by focusing on the development of this sport based on sports philosophy, including to push the government has more participation in the development of Esports.

Research Suggestions: Stakeholders should have the policy to push the government to participate in Esport. The government should support Esports in order to create a sports tourism economy, and the Association should establish a professional Esports league to encourage athletes to reach the national team athletes.

Keywords: Esports, Esports Business Administration

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์เกมการกีฬาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อประชากรไทย และต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยที่เด็กและเยาวชนรวมทั้งผู้คนทั่วไปได้มองเห็นถึงความสำคัญซึ่งเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งยังเป็นการกีฬาที่ซึ่งไม่มีข้อจำกัดใน เพศ อายุ และสมรรถภาพทางร่างกาย โดยกีฬาทั่วไปส่วนใหญ่จะเน้นใช้สมรรถภาพร่างกายเป็นหลักซึ่งเกิดความได้เปรียบ และเสียเปรียบที่แตกต่างกันกีฬาอีสปอร์ตถือเป็นกีฬาอาชีพชนิดใหม่ที่ก่อให้เกิดรายได้ ทั้งในการ แข่งขันและการจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวกับอีสปอร์ตซึ่งมีเงินรางวัลค่อนข้างสูง (แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) ทั้งนี้เราจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการมุ่งเน้นในการ ส่งเสริม และสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา ทั้งในภาคของนักกีฬา ภาคธุรกิจและภาค ประชาชน โดยมีการมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาแบบครบวงจร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริม เศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการสนับสนุนการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการกีฬา อาทิ ธุรกิจเพื่อ การบริหารเกี่ยวกับกีฬา ธุรกิจการจัดกิจกรรมการแข่งขันต่างๆจากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าแผนพัฒนา กีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 ได้เล็งเห็นความสำคัญที่ว่า “ การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคม ทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทาง สังคมและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ” โดย ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ทั้ง 6 ที่ทางกระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการจัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนา ในเรื่ององค์ความรู้การกีฬา นวัตกรรมการกีฬา การส่งเสริม การออกกำลังกาย การพัฒนากีฬาเพื่อ ความเป็นเลิศเพื่อต่อยอดความสำเร็จในระดับอาชีพ การพัฒนา อุตสาหกรรมการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจ และการยกระดับการบริหารจัดการด้านกีฬาให้มี คุณภาพเพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อตัวประชาชนและต่อประเทศชาติ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับการกีฬาใน ประเทศและเพิ่มมูลค่าได้มากมาย มหาศาลต่อภาคอุตสาหกรรมกีฬาและภาคเศรษฐกิจของประเทศ โดยปัจจุบันผู้คนหลากหลายเชื้อชาติได้ให้ความสนใจในกีฬาอีสปอร์ต หลังจากที่อีสปอร์ตได้รับการรับรอง จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้บรรจุเป็นอีกหนึ่งชนิดกีฬา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ครั้งยิ่งใหญ่ ทั้งในเรื่องของการเติบโตในกีฬา อีสปอร์ต นักกีฬา ทีมแข่งขัน ผู้ชมการแข่งขันและนักลงทุน เนื่องจาก แวดวงของกีฬาอีสปอร์ต ในประเทศไทย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตให้มีการบริหารและ แนวทางที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นแนวทางนำร่องในการบริหารจัดการอีสปอร์ตให้แก่ผู้ที่สนใจ โดยนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารอีสปอร์ตในประเด็นกระแสการยอมรับ อีสปอร์ต ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต และการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต

2. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารอีสปอร์ตในประเด็นกระแสการยอมรับในกีฬาอีสปอร์ต ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตบริหารอีสปอร์ต ในประเทศไทย และการนำเสนอแนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยใช้การสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับ การสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ต ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ที่มี ประสบการณ์ ในการบริหาร และมีส่วนร่วมกับการกีฬาอีสปอร์ตเป็นเวลา 2 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน โดย ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามคุณสมบัติที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 คน กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 3 คน และกลุ่มสื่อมวลชน จำนวน 3 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) นำผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วสรุปในรูปเรียงความ โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลได้แก่แหล่งเวลา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่เวลาต่างกัน แหล่งสถานที่ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่สถานที่ต่างกันและ แหล่งบุคคล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันแต่ผู้ให้ข้อมูลต่างกัน เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่าเมื่อเวลาต่างกัน ต่างสถานที่กัน และผู้ให้ข้อมูลต่างบุคคลกันและจะได้ข้อมูลมาเหมือนกันหรือไม่

สรุปผลการวิจัย

การสังเคราะห์การบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ตในประเด็นความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ตและแนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต (2) เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต ได้นำเสนอข้อมูลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ตในประเด็นความหมายของธุรกิจอีสปอร์ต

สปอร์ตความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ตและแนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต และตอนที่ 2 แนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ต

การสรุปผลการศึกษาศึกษาสามารถสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ตโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ (1) กระแสของการยอมรับอีสปอร์ต (2) ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต (3) การตลาดการกีฬาอีสปอร์ต/การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต/แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กระแสของการยอมรับอีสปอร์ต

กระแสของอีสปอร์ตต่อการยอมรับในประเทศไทย

กระแสการยอมรับอีสปอร์ตทั่วโลกส่งผลต่อการยอมรับในประเทศไทย โดยทางประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งสมาคมกีฬาอีสปอร์ตโดยได้รับการยอมรับจากผู้คนหมู่มากรวมถึงมี Event การแข่งขัน และต่อไปในอนาคตทางประเทศจีนจะเข้ามาจับมือกับทางมหาวิทยาลัยในประเทศไทยเพื่อจัดตั้ง มหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวกับอีสปอร์ตเพื่อขยายอีสปอร์ตให้กว้างและมีการแลกเปลี่ยนตัวนักกีฬาไทยกับนักกีฬาจีน

ประเด็นที่ 2 ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต

ความสำคัญของอีสปอร์ตต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย

อีสปอร์ตเป็นชนิดกีฬาที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย ในด้านของ การจัดการแข่งขัน ด้านการใช้สื่อโปรโมทด้านการถ่ายทอดสดเป็นกีฬาเพื่อความบันเทิง (Sport Entertainment) ที่มีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลกผ่านทางสื่อออนไลน์ (Social Media) โดยยังนำเสนอในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และด้านการลงทุนจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ

ประเด็นที่ 3 การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

สรุปผลการศึกษาศึกษาการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต ในประเทศไทย จำนวน 3 ประเด็น คือ (1) สถานการณ์การตลาดการกีฬาอีสปอร์ต ในประเทศไทย (2) การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย และ (3) แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

1) สถานการณ์การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

การตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทยแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มสปอนเซอร์ 2) กลุ่มการลงทุน 3) กลุ่มการจัดการแข่งขันควบคู่ไปกับการถ่ายทอดสดผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการโปรโมทการแข่งขัน 4) กลุ่มเงินรางวัล

2) การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย มีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด เป็นตลาดใหญ่ที่คนทุกเพศทุกวัยเข้าถึงได้ง่าย มีมูลค่าทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นโดย ธรรมนูญ จิรัญพงษ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่ามูลค่าอีสปอร์ตนั้นมีมูลค่าถึง 6.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2017 โดยจากการ

ประมาณค่าว่าอัตราเติบโตของรายได้จากการอีสปอร์ตจะเพิ่มเฉลี่ยอยู่ที่ 29% ในช่วงปี 2017 – 2020 ซึ่งจะทำให้วงการอีสปอร์ตมีมูลค่าสูงถึง 1.48 พันล้าน

3) แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยมีกระแสการสนับสนุนหรือเม็ดเงินเข้ามาอยู่ในกระบวนการอีสปอร์ตส่งผลต่อการพัฒนาส่งเสริมอีสปอร์ตในประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะมีเม็ดเงินจำนวนมากเข้ามาในอุตสาหกรรมของอีสปอร์ตแนวโน้มในประเทศไทย โดยในอนาคตจะมีการจัดการแข่งขัน (Event) เกมกีฬาที่มากขึ้นและได้รับความสนใจจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต

สรุปผลการศึกษาได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต คือ (1) แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย (2) ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

1) แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย

แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยทางสมาคมกีฬาได้รับเงินสนับสนุนจากทางรัฐบาลในการบริหารจัดการ ต้องมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้สโมสรเป็นสโมสรอาชีพจริงๆ หน่วยงานควรจัดทำเส้นทางอาชีพ (Career Path) ของกีฬาอีสปอร์ตให้ชัดเจนสำหรับเด็กและเยาวชนในการประพจน์สู่ความเป็นเลิศ และควรให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับแนวทางวิธีการจัดการอีสปอร์ตอย่างถูกวิธี

2) ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทยให้ความสำคัญในการพัฒนากีฬาชนิดนี้โดยยึดตามหลักปรัชญา กีฬา โดยต้องมีการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยี และทันต่อกระแสของอีสปอร์ตโลกทางสมาคมอีสปอร์ตจะต้องหาแนวทางที่ชัดเจนว่ากีฬา อีสปอร์ตส่งผลกระทบอย่างไรบ้างทั้งด้านบวกและด้านลบให้กับประชาชนได้ทราบ รวมทั้งผลักดันให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ต

ผลการอภิปรายการศึกษาสามารถสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอีสปอร์ตโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) กระแสของการยอมรับอีสปอร์ต 2) ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต 3) การตลาดการกีฬาอีสปอร์ต/ การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต/ แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กระแสของการยอมรับอีสปอร์ต

กระแสของอีสปอร์ตต่อการยอมรับในประเทศไทย

กระแสการยอมรับอีสปอร์ตทั่วโลกส่งผลต่อการยอมรับในประเทศไทยโดยได้รับการยอมรับจากผู้คนหมู่มาก สอดคล้องกับ Global E-sports market (2017) ได้กล่าวไว้ว่า ความนิยมของอีสปอร์ตเพิ่มขึ้นตามจำนวนของผู้ชมที่เพิ่มขึ้น สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ผู้ชมสามารถเล่นเกมอีสปอร์ตได้ว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมความบันเทิงด้านกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก ต่อเนื่องกับ ธุรกิจการศึกษา (ม.ป.ป.) (2561) ได้กล่าวไว้ว่า ในส่วนของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ได้มีการเปิดหลักสูตรที่เกี่ยวกับอีสปอร์ตเพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการอีสปอร์ตและการพัฒนาเกมส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Thailand 4.0

ประเด็นที่ 2 ความสำคัญของธุรกิจอีสปอร์ต

ความสำคัญของอีสปอร์ตต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย

อีสปอร์ตเป็นชนิดกีฬาที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย ในด้านการจัดการแข่งขัน ด้านการใช้สื่อโปรโมท ด้านการถ่ายทอดสดเป็นกีฬาเพื่อความบันเทิง (Sport Entertainment) ที่มีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลกผ่านทางสื่อออนไลน์ (Social Media) โดยยังนำเสนอในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism สอดคล้องกับแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬากีฬาเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ได้กล่าวไว้ว่ามีการมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาแบบครบวงจร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ต่อเนื่องกับภาพิมล ไชยวุฒิ (2558) ได้กล่าวไว้ว่าโอกาสด้านธุรกิจจากอีสปอร์ตนั้นเกิดขึ้นได้หลายอย่างทั้งอาชีพ เช่นนักข่าว นักพากย์ นักบรรยายเกมส์ และธุรกิจร้านเกมส์ ธุรกิจอุปกรณ์ไอที ธุรกิจการจัดการแข่งขันออนไลน์ ธุรกิจการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอีสปอร์ต

ประเด็นที่ 3 การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

ผลการอภิปรายการศึกษาการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการกีฬาอีสปอร์ต ในประเทศไทย จำนวน 3 ประเด็น คือ 1) สถานการณ์การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย 2) การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย และ3) แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

สถานการณ์การตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

การตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทยแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มสปอนเซอร์ 2) กลุ่มการลงทุน 3) กลุ่มการจัดการแข่งขันควบคู่ไปกับการถ่ายทอดสดผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการโปรโมทการแข่งขัน 4) กลุ่มเงินรางวัล สอดคล้องกับ ภควัต เจริญลาภ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า วงการอีสปอร์ตพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ ตามลำดับและในทุกครั้งจะมีการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ๆ เช่นเงินรางวัลที่เป็นสถิติ และในส่วนของภาคอุตสาหกรรมถือว่ากีฬาอีสปอร์ตมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล

การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

การเติบโตของการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย มีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด เป็นตลาดใหญ่ที่คนทุกเพศทุกวัยเข้าถึงได้ง่าย มีมูลค่าทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นโดยสอดคล้องกับ

Laakkonen (2014) ได้กล่าวไว้ว่าอีสปอร์ตเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆในระดับสากลและเริ่มที่จะดึงดูดองค์กรใหญ่ๆมา เป็นผู้สนับสนุนไม่ว่าจะเป็นในส่วนของทีมนักกีฬาอีสปอร์ตหรือการจัดการแข่งขันต่างๆเช่นเดียวกับ ธรรมนูญ จิรัฐพงษ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า การเติบโตที่รวดเร็วของวงการอีสปอร์ตนั้นทำให้เกิดสายอาชีพใหม่มากมายที่สอดคล้องกับวงการนี้ส่วนทาง ศรุต วานิชพันธุ์ (2562) ได้กล่าวไว้ว่าตัวเลขที่เกิดจากอุตสาหกรรมเกมทั่วโลกมีรายได้ถึง 1 พันล้านสหรัฐฯและแนวโน้มในการเติบโตของอุตสาหกรรมจนถึงปี 2021 จะสร้างรายได้ถึง 1.65 พันล้านสหรัฐฯ

แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย

แนวโน้มการตลาดการกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยมีกระแสการสนับสนุนหรือเม็ดเงินเข้ามาอยู่ในกระบวนการอีสปอร์ตส่งผลต่อการพัฒนาส่งเสริมอีสปอร์ตในประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะมีเม็ดเงินจำนวนมากเข้ามาในอุตสาหกรรมของอีสปอร์ตแนวโน้มในประเทศไทยสอดคล้องกับ ธรรมนูญ จิรัฐพงษ์ (2561) การที่วงการอีสปอร์ตจะมีอัตราการเติบโตที่สูงต่อไปในช่วง 2-3 ปีข้างหน้าโดยมองว่าธุรกิจไทยที่จะได้ประโยชน์จากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ต่อเนื่องกับ The eSports Economy (2017) ได้กล่าวไว้ว่าอีสปอร์ตเป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีรายได้ จำกัด ในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและสามารถเข้าถึงตลาดได้ถึง3พันล้านยูโร และทาง Global eSports market (2017) ได้กล่าวไว้ว่า "ตลาดอีสปอร์ตทั่วโลกจะมีขนาดแนวโน้มที่สูงขึ้นและจากการคาดการณ์" การวิเคราะห์ตลาดอีสปอร์ตทั่วโลก

ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการอภิปรายผลการศึกษได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารธุรกิจอีสปอร์ต คือ (1) แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย (2) ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย

แนวทาง/วิธีการในการจัดการอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยทางสมาคมกีฬาได้รับเงินสนับสนุนจากทางรัฐบาลในการบริหารจัดการ ต้องมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้สโมสรเป็นสโมสรอาชีพจริงๆ หน่วยงานควรจัดทำเส้นทางอาชีพ (Career Path) ของกีฬาอีสปอร์ตให้ชัดเจนสำหรับเด็กและเยาวชนในการประพัตตัวสู่ความเป็นเลิศ และควรให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับแนวทางวิธีการจัดการอีสปอร์ตอย่างถูกวิธีสอดคล้องกับ สุพานิ สถุขภูวนิช (2546) ได้กล่าวไว้ว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ การบริหารองค์การโดยรวมให้มีกลยุทธ์หลัก และกลยุทธ์การแข่งขัน ตลอดจนมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่ากิจการอื่น ๆ และทาง Snider, Jake (2018) ได้กล่าวไว้ว่า กีฬาอีสปอร์ตได้รับการสนับสนุนระหว่างลึกละภายในองค์กรของการแข่งขันโดยอาศัยวิถีที่ทีมมีส่วนร่วมในการแข่งขันนี้เป็นไปตามรูปแบบของกีฬาอาชีพต่อเนื่องกับแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศและต่อยอดเพื่อความสำเร็จในระดับอาชีพ ได้กล่าวไว้ว่า มุ่งเน้นด้านการสร้างและการพัฒนานักกีฬาของชาติให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันในระดับต่างๆ เพื่อสร้างชื่อเสียง

เกียรติยศ และเกียรติภูมิของประเทศชาติให้ทัดเทียมกับนานาชาติ อีกทั้งยังส่งเสริมการพัฒนาต่อยอด นักกีฬาที่มีความเป็นเลิศ ไปสู่ การกีฬา เพื่อการอาชีพอย่างเต็มตัว

ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทย

ทิศทาง/แนวทางการบริหารอีสปอร์ตในประเทศไทยให้ความสำคัญในการพัฒนากีฬาชนิดนี้ โดยยึดตามหลักปรัชญา กีฬา โดยต้องมีการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยี และทันต่อกระแสของอีสปอร์ตโลก ทางสมาคมอีสปอร์ตจะต้องหาแนวทางที่ชัดเจนว่ากีฬา อีสปอร์ตส่งผลกระทบต่ออย่างไรบ้างทั้งด้านบวกและ ด้านลบให้กับประชาชนได้ทราบ รวมทั้งผลักดันให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากีฬาอีสปอร์ตมากขึ้นสอดคล้องกับ แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 6 เป้าประสงค์ที่ 1.2 ได้กล่าวไว้ว่า จะต้องมีความร่วมมือของส่วนราชการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนในการ ขับเคลื่อนการบริหาร จัดการกีฬาของประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพ และทางวิโรจน์ สารรัตน์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่าการบริหาร หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยหน้าที่ในการบริหาร ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การชี้นำ (leading) และการควบคุมองค์กร (Controlling) โดยนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการกีฬาอีสปอร์ตซึ่งทาง ธรรมนูญ จิรัฐพงษ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่าทิศทางในอนาคตของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตนั้นคาดว่าจะเติบโตได้อีกจากการที่ตลาดเกมมีการเติบโตอย่างรวดเร็วรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลักดันให้เป็นกีฬาเต็มตัว และภาคการศึกษาที่เริ่มเปิดกว้างและขยายหลักสูตรเพื่อผลิตบุคลากรในวงการ อีสปอร์ตให้ทันความต้องการในตลาด ถือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอีสปอร์ตที่ ควรจะมีแผนในการต่อยอดและใช้ประโยชน์จากการเติบโตของอีสปอร์ตในไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะมีนโยบายผลักดันให้กับทางรัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมกับกีฬาอีสปอร์ตในด้านของการลงทุนการบริหารจัดการ และการจัดการแข่งขันเพื่อเทียบเท่ากับนานาชาติ
2. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนกีฬาอีสปอร์ตเพื่อสร้างเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติ
3. สมาคมควรมีการจัดตั้งลีกอาชีพกีฬาอีสปอร์ตเพื่อส่งเสริมให้นักกีฬาต่อยอดไปถึงนักกีฬาทีมชาติ

เอกสารอ้างอิง

การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560). แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560-2564). สืบค้นวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2560.จาก <http://www.satcloud.sat.or.th/SAT/Index.php/s/s>

- ธุรกิจการศึกษา. (ม.ป.ป.). จาก *E-sports* ในไทยต่อยอดสู่การศึกษา. สืบค้นวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2561.
จาก <http://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/E-sports-ไทย-ต่อยอด-สู่การศึกษา.html>
- ธรรฐ จิรัฐพงษ์. (2561). *e-sports* โอกาสทางธุรกิจที่มีมากกว่าแค่เกม. สืบค้นวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2561. จาก <http://www.scbeic.com/th/detail/product/4680>
- ภาพิมล ไชยวฒ. (2558). *แรงจูงใจในการสมัครเป็นนักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์(E-sports)*. สารนิพนธ์ สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม
- ภควัต เจริญลาภ. (2561). *ศึกษาคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2555). *การบริหารหารศึกษา:หลักการ ทฤษฎี หน้าที่ ประเด็น และบทวิเคราะห์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุต
- ศรุต วาณิชพันธุ์.(2562). *จับตา E-sports ตลาดใหม่และโอกาสทองของการตลาดของธุรกิจ*. สืบค้นวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ.2562.จาก <http://contentshifu.com/e-sports-marketing-opportunity/>
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2546). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Global esports market. (2017) . *2017 Global Esports Market Reoort*. Retrieved Nov, 1, 2017.From <https://newzoo.com/insights/trend-reports/globalesports-market-report-2017-light/>
- Laakkonen, J. (2014). *Business Models in Esports: Case Assembly Winter 2014 Steelseries Dota 2 Invitational*.Turku University of Applied science
- The esports economy. (2017) . *2017 Global Esports Market Report*. Retrieved Nov, 1, 2017.From <https://newzoo.com/insights/trend-reports/globalesports-market-report-2017-light/>
- Snider Jake (2018). *8Things to know about competitive gaming* :Associated Press: The Chicago Tribune