



## Factors Affecting Positive Attitude for E-Sports

Wisa Kaewkanan\*

Jalinthib Benjawanid\*\*

Thitima Sangasomsakul\*\*\*

Warapon Dansiri\*\*\*\*

Received: March 6, 2024, Revised: March 29, 2024, Accepted: April 30, 2024

### Abstract

The objectives of this study are to present the influencing of 1) Achievement, 2) Sponsorship, 3) Media Exposure, and 4) Subjective Norm which act as moderating variables on positive attitudes towards e-sports. This research utilizes a quantitative approach using an online survey to collect data from a sample of 385 individuals aged from 18 to 45 who are familiar with E-Sports. Multiple Regression Analysis and Moderator Analysis were employed to analyze the data and draw conclusions based on predefined assumptions.

The findings indicate a significant positive correlation between positive attitudes towards e-sports and 3 moderator variables, Achievement, Sponsorship, and Media Exposure supporting our initial hypotheses at a 0.01 significance level. Conversely, Subjective Norm was only found to influence the Media Exposure variables affecting attitudes towards e-sports at a significance level of 0.05

This study contributes to the understanding of attitudes towards esports academically and practically by providing insights for designing and operating businesses in the esports industry and developing effective marketing strategies.

**Keywords:** E-Sports; Achievement; Sponsorship; Media Exposure; Subjective Norm; Positive Attitude

\* Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, E-mail: wisa.k@ku.th

\*\* Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, E-mail: jalinthip.b@ku.th

\*\*\* Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, E-mail: thitima.sang@ku.th

\*\*\*\* Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, E-mail: warapon.d@ku.th



## ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬา E-Sports

วิสา แก้วกานัน\*

จลินทิพย์ เบ็ญจวานิจ\*\*

ฐิติมา สง่าสมสกุล\*\*\*

วราภรณ์ ด่านศิริ\*\*\*\*

รับบทความ: 6 มีนาคม 2567, แก้ไขบทความ: 29 มีนาคม 2567, ตอรับบทความ: 30 เมษายน 2567

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอิทธิพลของตัวแปรการประสบความสำเร็จ การสนับสนุน การเปิดรับข่าวสาร และอิทธิพลเมื่อมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นตัวแปรกำกับต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต การศึกษาในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสำรวจโดยมีการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือบุคคลที่รู้จักกีฬาอีสปอร์ตช่วงอายุระหว่าง 18-45 ปี จำนวน 385 ชุด แล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยแบบ Multiple Regression Analysis และ Moderator Analysis เพื่อหาข้อสรุปให้เกี่ยวเนื่องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรการประสบความสำเร็จ การสนับสนุน การเปิดรับข่าวสาร ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และยังพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อตัวแปรการเปิดรับข่าวสารข้างต้นที่ทำให้ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียงตัวแปรเดียว

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้เพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ตทั้งในมุมมองทางวิชาการและมุมมองทางความคิดของบุคคล เพื่อนำไปประยุกต์ใช้จริงในการออกแบบและดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต ตลอดจนการออกแบบเครื่องมือทางการตลาดต่อไป

**คำสำคัญ:** อีสปอร์ต; การประสบความสำเร็จ; การสนับสนุน; การเปิดรับข่าวสาร; การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง; ทัศนคติเชิงบวก

\* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, E-mail: wisa.k@ku.th

\*\* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, E-mail: jalinthip.b@ku.th

\*\*\* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, E-mail: thitima.sang@ku.th

\*\*\*\* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, E-mail: warapon.d@ku.th



## 1. บทนำ (Introduction)

อีสปอร์ต (E-Sport หรือ Electronic Sport) หมายถึง การเล่นเกมกีฬาเชิงต่อสู้ในรูปแบบของเกมบนโลกไซเบอร์ กีฬาอีสปอร์ตเป็นกิจกรรมการเล่นที่ถูกสร้างกฎหรือกติกาไว้เพื่อสร้างความสนุกเพลิดเพลิน โดยกีฬาอีสปอร์ตนั้นจะไม่ได้ขยับทุกส่วนของร่างกายเหมือนกีฬาทั่วไป แต่จะได้ใช้มือทั้งสองข้างและตาที่เฉียบคม รวมไปถึงการใช้สมาธิในการตัดสินใจด้านต่าง ๆ เหมือนกับกีฬาหมากรุก (Charoenlarp, 2018) จุดเริ่มต้นของคนที่ประสบความสำเร็จในวงการอีสปอร์ตหลาย ๆ คนมักมีจุดเริ่มต้นมาจากการเป็นเด็กติดเกม เกิดการรับรู้และความต้องการในการเข้าสังคม จึงเกิดความอยากเล่นเกมกับเพื่อน ๆ หรือเล่นเกมเพื่อมองหาสังคมที่คล้ายกัน ดังนั้นจึงก่อให้เกิดเกมแต่ละประเภทขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่นหลายกลุ่ม อาทิเช่น เกมที่ต้องเล่นเป็นทีม หรือเกมเพื่อสานสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นในครอบครัว รวมไปถึงการรับชุดความคิดหรือพฤติกรรมการเล่นเกมมาจากผู้ครอบครอง แต่ก็ยังมีชุดความคิดต่าง ๆ ของสังคมไทยที่ยังมองว่าเด็กที่เล่นเกมเป็นเด็กที่ติดเกม ไม่มีอนาคต ไม่ฝึกฝนด้านการศึกษา มองว่าเกมคือเรื่องไร้สาระ การเล่นเกมคือการใช้เวลาโดยเปล่าประโยชน์ และเมื่อพูดถึงเกมหรืออีสปอร์ตมักจะถูกมองในด้านลบอยู่เสมอ (Thanabadee Kasitsit, 2020) แต่ในขณะเดียวกันกีฬาอีสปอร์ตคือเกมที่ได้รับการบรรจุเข้าเป็นการแข่งขันกีฬาระดับชาติในปัจจุบัน ด้วยการได้รับความนิยมาจากหลายภาคส่วน และเกมเป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย ทำให้กีฬาอีสปอร์ตเป็นที่น่าสนใจเกิดการบอกต่อและสามารถเติบโตได้อย่างมหาศาล (Tawanseth Sennan, 2006) โดยกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดมากถึง 39,822 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งคาดการณ์ไว้ว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกปี (Prachachat, 2022) ก่อให้เกิดการได้รับการสนับสนุนจากหลากหลายองค์กรทั้งในด้านของการเป็นสปอนเซอร์ (Sponsorship) ให้กับทีมหรือสโมสรต่าง ๆ เรื่องเงินรางวัล อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นกีฬา ซึ่งได้ผลประโยชน์ร่วมกันทั้งกับแบรนด์สินค้าและตัวสโมสรเอง ในองค์กรภาครัฐและเอกชนได้มีการบันทึกหลักสูตรเป็นการเรียนการสอนในหลายมหาวิทยาลัย โดยมีการจัดทุนเรียนฟรีในสาขาวิชาอีสปอร์ตโดยเฉพาะ (Angkanaphorn Singto, 2021) มากไปกว่านั้น กีฬาอีสปอร์ตยังมีสิ่งที่สำคัญมากกว่าการได้รับการสนับสนุนก็คือ การต้องการประสบความสำเร็จ (Achievement) ซึ่งความสำเร็จของวงการอีสปอร์ตนั้นมักจะมีมาจากรื่องานชื่อเสียง การเป็นที่ยอมรับในสังคม เงินรางวัล การได้มาซึ่งถ้วยรางวัลชนะเลิศในรายการระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ การได้ประกอบเป็นอาชีพที่ใช้สร้างรายได้เลี้ยงดูตนเองหรือครอบครัว ซึ่งในประเทศไทยมีจำนวนผู้เล่นเกมกว่า 20 ล้านคน แต่ผู้ที่ทำเป็นอาชีพจริง ๆ มีประมาณเกมละ 5,000 คน (Thairath Online, 2018) ซึ่งปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการจะเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในกีฬาอีสปอร์ตเป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากเป็นการแข่งขันกีฬาที่จะมีผู้ชนะเพียงหนึ่งเดียว ทั้งนี้ การจะเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จได้ ไม่ใช่แค่เล่นเกมเก่งอย่างเดียว จะต้องมีความอดทน ขยัน และหมั่นฝึกฝนอยู่เสมอ เพราะมีคู่แข่งเยอะมากในวงการการแข่งขันอีสปอร์ต

จากศึกษาที่ผ่านมาได้พบว่า กีฬาอีสปอร์ตนั้นถูกมองว่าเป็นกีฬาที่เด็กติดเกม คนไม่มีอนาคต ไม่ฝึกฝนด้านการศึกษาทั่วไปมักจะเล่นกัน จึงทำให้คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นช่องว่างที่จะศึกษาเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวว่ามีสิ่งใดบ้างที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือส่งผลกระทบต่อทัศนคติเชิงบวกของบุคคลภายนอกที่ยังไม่ได้รู้จักกับกีฬาอีสปอร์ตนี้ดีมากนัก โดยหวังว่าวิจัยฉบับนี้จะประโยชน์กับผู้ที่ต้องการศึกษาหรือผู้ที่ต้องการนำความรู้ไปต่อยอดในการวางแผนทางการตลาดในการรักษาความสัมพันธ์เกี่ยวกับด้านอารมณ์และทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคทางการกีฬาอีสปอร์ต



## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการประสบความสำเร็จ การสนับสนุน การเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการประสบความสำเร็จ การสนับสนุน การเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

## 3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

### 3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จ (Achievement)

การประสบความสำเร็จ คือ แรงจูงใจ ความพยายามทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย เมื่อพบอุปสรรคจะเกิดปราชัย มีความมุ่งมั่นอย่างไม่ย่อท้อที่จะแก้ไขปัญหาเพื่อบรรลุสิ่งที่ตนได้ตั้งไว้ (Waranthiya Chaiyala, 2007) หรืออีกนัยหนึ่งคือ เป็นแรงจูงใจในการสร้างความสำเร็จประสิทธิภาพในการทำงานด้วยตนเองโดยมีการวางแผนการทำงานล่วงหน้าไว้อย่างละเอียด รอบคอบ กล้าที่จะตัดสินใจชอบในงาน หรือแผนการที่ท้าทายความสามารถของตนเอง ต้องการข้อมูลย้อนกลับ ผลของการกระทำ หรือสถิติที่ผ่านมาเพื่อนำมาวิเคราะห์ ทบทวน ปรับปรุงให้ดีขึ้น (Nittaya Sittisuea, 2010) โดยมนุษย์ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จจะมีการกำหนดเป้าหมายของตนอย่างชัดเจน วางแผนเป้าหมายที่ต้องการบรรลุ มีเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงที่สามารถบันทึกเพื่อประเมินผลได้ มีการจัดลำดับเป้าหมายในแต่ละขั้นตอน การปฏิบัติ รวมไปถึงถ้าทำสำเร็จจะมีการให้รางวัลตัวเองเสมอ แต่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเพียรพยายามเพียงอย่างเดียว แต่มีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การคำนึงถึงความล้มเหลว การเลือกงานเลือกการพัฒนาที่มีการประเมินว่าเหมาะสมกับความสามารถตนเอง ต้องมีความตั้งใจจริง มีความกล้าได้กล้าเสีย กระตือรือร้น มีความรับผิดชอบต่อนองสูงโดยแข่งขันกับมาตรฐานเดิมของตน เปรียบเทียบกับคนที่สายงานหรือทำกิจกรรมที่เหมือนกัน หรือตั้งเป้าหมายใหม่ที่สูงขึ้น (McClelland, 1953) หรือความต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลในสังคม ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ มักแสดงการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับนับถือ ดังนั้นการพบเจอกับความสำเร็จโดยตรงจากผลของการกระทำที่เกิดขึ้น หรือการประสบความสำเร็จจากการได้รับชื่อเสียงจากคนกลุ่มอื่น ทำให้มีมุมมองทัศนคติเชิงบวกต่อกีฬาอีสปอร์ตมากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของสมมติฐาน

H1 : การประสบความสำเร็จมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

### 3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสนับสนุน (Sponsorship)

การสนับสนุนทางการกีฬา (Sponsorship) นั้นถูกจัดเป็นเครื่องมือทางการตลาดชนิดหนึ่งในการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) เป็นการช่วยส่งเสริม โดยจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ให้การสนับสนุนและผู้ได้รับการสนับสนุนให้เกิดการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การซื้อของในทีมกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ และในทางกีฬาอีสปอร์ตนี้ การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) (Brook, 1994) การสนับสนุนเป็นการเข้าไปช่วยเหลือในการแข่งขันทางการกีฬา กระทำโดยองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไรหรือองค์กรทางภาครัฐที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรทางการกีฬา โดยการสนับสนุนจะต้องสามารถเข้าถึงผู้ชม นักกรรมการผู้จัดการแข่งขัน รวมไปถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนทางการกีฬานับเป็นหนึ่งในพัฒนาอุตสาหกรรม



กีฬาให้เกิดการเติบโตและสามารถสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับนักกีฬา (Farrelly et al., 2008) ในทิศทางของการสนับสนุนกีฬาอีสปอร์ต ทำให้วงการกีฬาเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้องค์กรหรือสมาคมต่าง ๆ ให้ความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดการประชุมร่วมกันของ 41 ประเทศทั่วโลก ที่จัดขึ้นเพื่อรับฟังและแลกเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนากีฬาอีสปอร์ตในประเทศของตน รวมไปถึงการผลักดันอีสปอร์ตให้ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงการกีฬามากขึ้น (Charoenlarp, 2018) ดังนั้นการได้รับสนับสนุนทางการกีฬาจากกลุ่มอื่น ๆ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกีฬาอีสปอร์ตและเป็นที่มาของสมมติฐาน

H2 : การสนับสนุนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

### 3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

การเปิดรับข่าวสาร คือ การที่มีการรับทราบข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งยังมีข้อมูลมากเท่าไรจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดียิ่งขึ้น เป็นการจำลองหรือสมมติประสบการณ์ เหตุการณ์ทางความคิดให้เป็นความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ และเป็นคนที่หันต่อสถานการณ์อื่น ๆ ได้ไวมากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (Atkin, 1973) ปัจจุบันการใช้ชีวิตของผู้คนได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องความสะดวก รวดเร็ว ความง่ายในการใช้งาน และความปลอดภัยมากกว่าอดีต เนื่องจากช่วงโควิด-19 เป็นช่วงที่ตัวบุคคลนั้นอยู่แต่บ้าน ไม่ได้ออกไปสังสรรค์นอกสถานที่ อีกทั้งยังมองว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญ มีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสถานการณ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของวงการอีสปอร์ตที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันจากเหล่าผู้คนที่อยู่อย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นกีฬาที่เล่นในโลกออนไลน์ซึ่งสะดวกต่อตัวบุคคล ดังนั้นจึงสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคม ณ ปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสังคมแห่งการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้บุคคลเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการกีฬาได้ง่ายและรวดเร็วมยิ่งขึ้น ทั้งทางสื่อ อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร นิตยสาร วิทยุ และสื่อโทรทัศน์ (Rogers & Sevening, 1969) การที่ตัวบุคคลยิ่งเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น ก็จะทำให้มีความรู้รอบด้านเกี่ยวกับอีสปอร์ตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการสื่อสารกับคนรอบข้างเกี่ยวกับกีฬาประเภทนี้ รู้สถานที่การจัดงาน Event เกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ต รู้ข้อมูลเกี่ยวกับเกมออนไลน์ และมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการเล่นเกมนั้นๆ มากไปกว่านั้นอาจจะมีความรู้ในการเล่นที่ติดมากขึ้นหากติดตามรับชมการเล่นจากนักแข่งเกม ซึ่งการมีความรู้จากการเปิดรับข่าวสารเหล่านี้ จะส่งผลให้ตัวบุคคลดังกล่าวมีความชำนาญและว่องไวทางด้านนี้มากกว่าบุคคลที่ไม่เปิดรับข่าวสาร จะส่งผลให้เอาตัวรอดในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี เนื่องจากมีทักษะการเอาตัวรอดและมีการศึกษาข้อมูลมามากเพียงพอ การได้รับข้อมูลที่สำคัญอย่างถูกที่ถูกเวลาหรือความเข้าใจต่าง ๆ ที่ตรงกันจากสื่อ ข่าวสาร รวมไปถึงบุคคลที่มีอิทธิพลรอบข้าง ทำให้มีมุมมองทัศนคติเชิงบวกต่อกีฬาอีสปอร์ตมากยิ่งขึ้น จึงสมมติฐานได้ว่า

H3 : การเปิดรับข่าวสารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

### 3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่มีอำนาจหรืออิทธิพลต่อการให้บุคคลนั้น ๆ เลือกกระทำหรือตอบสนองตามความต้องการของตนเอง ซึ่งกลุ่มที่ถูกอ้างอิงนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่มที่มีลักษณะเดียวกับบุคคลนั้น ๆ ก็ได้ แต่ต้องมีหรือบทบาทในการใช้ชีวิตที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ตัวบุคคลทำการเปรียบเทียบกับการดำเนินชีวิตของตนเอง หากตัวบุคคลรู้สึกว่ามีบทบาทในการใช้ชีวิตที่เป็นไปในทางเดียวกัน (Francis, 2004) โดยการคล้อยตามนั้นเป็นการที่บุคคล ๆ หนึ่งมีการเข้าใจในเรื่อง ๆ นั้นจากกลุ่มที่มีความพิเศษต่อกลุ่มนั้น ๆ โดยที่จะมีการปรารถนาที่จะกระทำตามหรือไม่ขึ้นอยู่กับการแสดงที่มีแนวทาง



การปฏิบัติที่น่าจะเป็นไปได้ให้กับตัวบุคคลกระทำตามหรือไม่ ทั้งนี้ กลุ่มที่เป็นกลุ่มอ้างอิง หรือกลุ่มที่มีความพิเศษ หรือมีอำนาจอิทธิพลต่อบุคคลนั้น ต้องเป็นผู้ที่มีความน่าไว้วางใจ น่าเชื่อถือ น่าเคารพนับถือ และมีความสนิทสนมต่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน รวมไปถึงการปฏิบัติที่ทำสืบต่อกันมา เช่น การเลือกเชียร์ทีมกีฬาตามบุคคลที่ตนรู้จักเป็นการส่วนตัว เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มและมีผลต่อทัศนคติในทีมกีฬาและสโมสร กีฬาอีสปอร์ตยังเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและคนในครอบครัวของตัวบุคคลอีกด้วย (Snaveley, 2014) การเล่นเกมเพื่อเป็นการผ่อนคลายหรือเพื่อหาความบันเทิงกับครอบครัว จะเป็นการกระชับมิตรทำให้เกิดความสนิทกันมากยิ่งขึ้น มีการพูดคุยสื่อสารกันบ่อยขึ้น และพัฒนาเป็นการคล้อยตามทางความคิด ดังนั้นกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่ได้รับการยอมรับจากบุคคลหนึ่ง สามารถโน้มน้าวหรือชักจูงทัศนคติเชิงบวกต่อกีฬาอีสปอร์ตได้ จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ว่า

H4a : การประสบความสำเร็จส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต โดยมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรกำกับ

H4b : การสนับสนุนส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต โดยมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรกำกับ

H4c : การเปิดรับข่าวสารส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต โดยมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรกำกับ

### 3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)

ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้ตัวบุคคลแสดงออกในด้านของความรู้สึกและสภาวะทางอารมณ์เป็นไปในทางที่ดีต่อสภาพจิตใจและกับบุคคลอื่น เช่น กลุ่มแฟนคลับทำการสนับสนุนนักแข่งเกมคนโปรดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการให้กำลังใจด้วยการสื่อสารจากการพิมพ์แสดงความคิดเห็น หรือการพูดด้วยวาจา การให้เงิน และการให้สิ่งของ เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดีต่อนักแข่ง อีกทั้งยังเป็นการทำให้ นักแข่งมีสุขภาพจิตที่ดี ส่งผลให้สามารถถึงศักยภาพในการเล่นได้อย่างดีมากยิ่งขึ้น (กาญจนาล อุดมสุข, 2564) โดยทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตคือการรับรู้ เข้าใจในความรู้สึก และความเชื่อของบุคคลหนึ่งต่อบุคคลหนึ่ง หรือต่อองค์กรนั้น ๆ ซึ่งทัศนคติจะเป็นตัวชักนำให้บุคคลเลือกที่จะแสดงออกตามสิ่งที่ตัวบุคคลนั้นได้รับมา หากบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อกีฬาอีสปอร์ต ก็จะมีพฤติกรรมที่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตและจะคอยสนับสนุนไม่จะเป็นการให้กำลังใจ การซื้ออุปกรณ์การกีฬา การเล่นเกมตามนักแข่งที่ชื่นชอบ หรือจะคอยสนับสนุนด้วยวิธีอื่น ๆ ตามความสะดวก เพื่อที่จะต้องการให้วงการกีฬาประเภทนี้มีการพูดถึงหรือมีการเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นไป

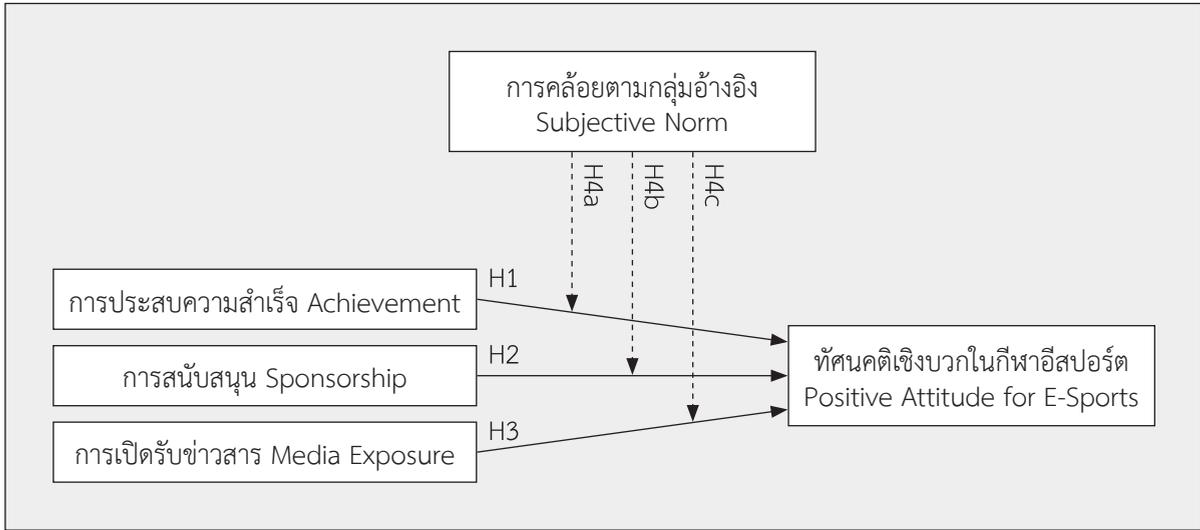
### 3.6 แนวคิดและทฤษฎีด้าน E-Sports

E-Sports คือ การแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแข่งขันประเภททีม หรือบุคคล 3 ระดับ คือ ตามขนาดและความสามารถในการเข้าร่วมการแข่งขัน คือ ระดับมือสมัครเล่น ระดับกึ่งมืออาชีพ และระดับมืออาชีพ เป็นกีฬาที่ควบคุมโดยมนุษย์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ คือการแข่งขันผ่านการเล่นจากคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน ประกอบไปด้วย ฮาร์ดแวร์อย่างเครื่องคอมพิวเตอร์ และ Network อย่างเช่น LAN หรืออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในการแข่งขันต่าง ๆ (Hamari & Keronen, 2017) โดยสอดคล้องกับ Wagner (2006) ได้กล่าวไว้ว่า "อีสปอร์ต" เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการวิวัฒนาการของบุคคล รวมไปถึงการพัฒนาการใช้ความรู้ด้านข้อมูลร่วมกับเทคโนโลยี ในขณะปัจจุบันกระแสอีสปอร์ตได้รับความนิยมอย่างมากและมีการจัดการแข่งขันขึ้นทั่วโลก เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ถูกให้ความสนใจอย่างล้นหลาม เพราะแนวโน้มการเติบโตเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยังมีเงินหมุนเวียนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นในสหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย



โดยใช้ผู้เล่นหลายคนในเวลาเดียวกันในโลกเสมือนเดียวกัน (Taylor, 2016) โดยมีการถ่ายทอดสดผ่านทางออนไลน์เพื่อให้ผู้คนที่ชื่นชอบการชมกีฬาเพื่อการบันเทิงและการรับชมเพื่อการฝึกฝน ที่เรียกว่าการไลฟ์สตรีม (Live Streaming) (Seitz, 2018) ทำให้มีการยอมรับในประเทศไทยมากขึ้นจากการประกาศผ่านเว็บไซต์ราชกิจจานุเบกษาให้ E-Sports เป็นกีฬาอาชีพ หรือการที่อีสปอร์ตถูกบรรจุเป็นกีฬากการแข่งขัน SEA Game และ Asian Game

### 3.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



## 4. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยใช้วิธีการในการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินงานวิจัย ดังนี้

### 4.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18-45 ปี หรือเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2522-2549 โดยผู้วิจัยเลือกใช้การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบไม่ทราบขนาดของประชากรโดยใช้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือมีค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.05 (Cochran, 1997)

$$n = P(1-P) (Z)^2 / (e)^2$$
$$n = (0.5) (1-0.5)(3.8416) / (0.0025)$$
$$n = 384.16 \approx 385$$

ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 385 ตัวอย่าง โดยจะคัดกรองเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักกีฬาอีสปอร์ต



## 4.2 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามคัดกรองเพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักกีฬาอีสปอร์ต

**ส่วนที่ 2** คำถามข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมกรรมการบรีโคกีฬาอีสปอร์ต

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จ (Achievement) จำนวน 6 ข้อ โดยพัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Neus et al. (2020)

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของการสนับสนุน (Sponsorship) จำนวน 5 ข้อ โดยพัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Cornwell et al. (2019) และ Richard et al. (2008)

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) จำนวน 3 ข้อ โดยพัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Xiao (2020) และ Hazari (2018)

**ส่วนที่ 6** แบบสอบถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จำนวน 4 ข้อ โดยพัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Lee and Schoenstedt (2011) และ Wang et al. (2017)

**ส่วนที่ 7** แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต (Positive Attitude) จำนวน 6 ข้อ โดยพัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Trial and McCullough (2020) และ Ajzen (1991)

## 4.3 การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 35 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ความเชื่อมั่น 95% ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือมีค่าดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัย	การประสบความสำเร็จ	การสนับสนุน	การเปิดรับข่าวสาร	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ทัศนคติเชิงบวก
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	.724	.773	.708	.725	.736

## 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.4.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาอธิบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกีฬาอีสปอร์ต แบบสอบถามในส่วนที่ 3-7 จะเป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบในรูปแบบการให้คะแนน ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 โดย 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.4.2 สถิติเชิงวิเคราะห์เชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมมาจำนวน 385 ชุด มาเข้าโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณค่าทางสถิติ



## 5. ผลการวิจัย (Results)

การศึกษาปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตในครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 73.0 และเพศชายร้อยละ 27.0 ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.4 และพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นั้นรู้จักเกมที่ใช้ในการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตอย่าง Arena of Valor (ROV) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0 อาชีพที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ตที่มีคนรู้จักมากที่สุดคือ Streamer คิดเป็นร้อยละ 90.6 และการจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ Thailand Game Show คิดเป็นร้อยละ 76.9 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถานภาพและพฤติกรรมการบริโภคกีฬาอีสปอร์ต

(N = 385)

สถานภาพและพฤติกรรมการบริโภคกีฬาอีสปอร์ต		จำนวน (คน)	การเปิดรับข่าวสาร
เพศ	ชาย	104	27.0
	หญิง	281	73.0
อายุ	18-24 ปี	325	84.4
	25-31 ปี	50	13.0
	32-38 ปี	5	1.3
	39-45 ปี	5	1.3
รายชื่อเกม E-Sports	Arena of Valor (Rov)	335	87.0
	League of Legend	188	48.8
	Mobile Legends	108	28.1
	Honor of King (HOK)	44	11.4
	Valorant	211	54.8
	Dota 2	144	37.4
	PUBG	306	79.5
	Freefire	244	63.4
	CSGO	98	25.5
	Ragnarok	92	23.9
	Esport Player/Coach	308	80.0
อาชีพในสายงาน E-Sports	Streamer	349	90.6
	Caster/Shoutcasters	173	44.9
	Manager Team	143	37.1
รายชื่อของงาน E-Sports	Thailand Game Show	296	76.9
	Wonder Festival Thailand	94	24.4
	เอเชียนเกมส์	198	51.4
	Bangkok Sports City Esports	114	29.6

### 5.1 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การประสบความสำเร็จ ( $\beta = .157$ ,  $p\text{-value} = <.001$ ) การสนับสนุน ( $\beta = .272$ ,  $p\text{-value} = <.001$ ) การเปิดรับข่าวสาร ( $\beta = .503$ ,  $p\text{-value} = <.001$ ) ดังตารางที่ 3

สามารถสร้างสมการพยากรณ์สมมติฐานได้ดังนี้

$Y$  ทักษะคิดเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต =  $0.169 + 0.130 (X \text{ การประสบความสำเร็จ}) + 0.257 (X \text{ การสนับสนุน}) + 0.539 (X \text{ การเปิดรับข่าวสาร})$

**ตารางที่ 3** การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	$\beta$	SE	p-value
ทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต	ค่าคงที่	.169	.165	.307
	การประสบความสำเร็จ	.130	.046	<.001
	การสนับสนุน	.257	.045	<.001
	การเปิดรับข่าวสาร	.539	.039	<.001

$R = 0.817$ ,  $R^2 = 0.668$ , Adjust  $R^2 = 0.666$ ,  $p\text{-value} = <.001$   
มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามสมมติฐานที่ H1-H3 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย  $\beta = .130$  แสดงถึงควมมีอิทธิพลเชิงบวกของตัวแปรการประสบความสำเร็จกับตัวแปรทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ต กล่าวคือ เมื่อเกิดการประสบความสำเร็จมากขึ้น จะส่งผลให้ทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ตเป็นไปในทางบวก ถัดมาเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย  $\beta = .257$  ซึ่งแสดงถึงการส่งอิทธิพลเชิงบวกของตัวแปรการสนับสนุนกับทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ต กล่าวคือ เมื่อกีฬาอีสปอร์ตได้รับการสนับสนุนมากขึ้น จะทำให้ทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ตเป็นไปในทางบวก สุดท้ายเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย  $\beta = .539$  ซึ่งแสดงถึงการส่งอิทธิพลเชิงบวกของตัวแปรการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ต กล่าวคือ เมื่อมีการได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องครบกระบวนการมากขึ้น ทำให้ทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ตเป็นไปในทางบวก นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตในฐานะตัวแปรกำกับ (Moderator) ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ผลการทดสอบปรากฏดังตารางที่ 4



**ตารางที่ 4** การทดสอบอิทธิพลของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในบทบาทตัวแปรกำกับระหว่างตัวแปรอิสระและทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

ผลการทดสอบตัวแปรกำกับ		$\beta$	SE	p-value
ทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต	การประสบความสำเร็จ x การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.0299	.0450	.5069
	การสนับสนุน x การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.0335	.0424	.4300
	การเปิดรับข่าวสาร x การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.0620*	.0286	.0309*

\* หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 แสดงผลระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรกำกับและตัวแปรต้นในทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตามสมมติฐานที่ 4-6 ซึ่งพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการประสบความสำเร็จ  $\beta = .0299$  และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการสนับสนุน  $\beta = .0335$  ผลการทดสอบพบว่าไม่มีค่า (p-value) มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ แม้จะได้รับการแนะนำการบอกต่อจากบุคคลใกล้ชิด ก็ไม่ได้ทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตตามสมมติฐานที่ H4a และ H4b แต่อย่างไรก็ตาม การทดสอบอิทธิพลการกำกับของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงระหว่างความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต พบว่ามีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05 (p-value) และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการเปิดรับข่าวสาร  $\beta = .0620$  ซึ่งหมายถึงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตในบทบาทตัวแปรกำกับ กล่าวคือ เมื่อได้รับข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิดทำให้เกิดความน่าเชื่อถือจะทำให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง และส่งผลเชิงบวกทำให้เกิดทัศนคติในกีฬาอีสปอร์ตที่ตีมากขึ้น ตามสมมติฐานที่ H4c

## 6. การอภิปรายผล (Discussion)

### 6.1 การประสบความสำเร็จส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

ผลวิจัยพบว่า การประสบความสำเร็จส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตอย่างมีนัยสำคัญที่ค่าอิทธิพล  $\beta = .130$  ทั้งนี้ เนื่องมาจากการมีเป้าหมายสูงสุดเป็นการประสบความสำเร็จ ซึ่งจูงใจให้เกิดความอยากที่จะฝึกหัด นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ การฝึกฝนพัฒนาตนเองให้เป็นที่ต้องการของกลุ่ม เมื่อมีบุคคลอื่นรู้จักมากขึ้น ก่อให้เกิดความรู้สึกภูมิใจในตัวเอง เกิดการประสบความสำเร็จในการเล่นกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา (Chontipa Aphirattananon and Chalernporn Yenyuak, 2022) ที่พบว่า การมีแรงจูงใจที่จะนำไปสู่การกระทำให้เกิดความสำเร็จในการเล่นกีฬา ทำให้เกิดการฝึกฝน ความขยันอดทน การพัฒนาร่างกาย ความกระตือรือร้นที่อยากจะได้รับชัยชนะ ซึ่งความเพียรพยายามของนักกีฬาเหล่านี้ช่วยเปิดมุมมองและทัศนคติใหม่ให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้นสำหรับกีฬาอีสปอร์ต

## 6.2 การสนับสนุนส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

ผลวิจัยพบว่า การสนับสนุนส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตอย่างมีนัยสำคัญที่ค่าอิทธิพล  $\beta = .257$  ทั้งนี้ เนื่องมาจากกีฬาอีสปอร์ตที่ได้รับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเงินรางวัล อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นกีฬารวมไปถึงชื่อเสียงของแบรนด์ต่าง ๆ ในนามของสโมสรกีฬา ล้วนส่งผลอิทธิพลให้เกิดความต้องการที่จะเล่นกีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น เหมือนกีฬาอีสปอร์ตได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอก เป็นที่สนใจของคนในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา (Angkanaphorn Singto, 2021) ที่พบว่า การได้รับการสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามทั้งในเรื่องของเงินรางวัล อุปกรณ์ ชื่อเสียงต่าง ๆ ล้วนสร้างทัศนคติที่ดีให้กับทั้งผู้ที่ได้รับและบุคคลภายนอก ทั้งในด้านของความรู้สึกในด้านของการกระทำ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลอิทธิพลเชิงบวก ยิ่งได้รับมากเท่าไรจะยิ่งเกิดการกระทำต่าง ๆ ที่ดีกลับไปสู่ผู้สนับสนุนมากขึ้นเท่านั้นด้วย

## 6.3 การเปิดรับข่าวสารส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

ผลวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตอย่างมีนัยสำคัญที่ค่าอิทธิพล  $\beta = .539$  ทั้งนี้ เนื่องมาจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตที่มากขึ้นจนผ่านกระบวนการกรองข่าวสาร การรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ เข้าใจบริบทสภาพแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติใหม่ที่ดีขึ้นเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งสอดคล้องกับ (Salayapa Nawarat, 2017) พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากการดูถ่ายทอดสดบนสื่อออนไลน์ของกีฬาอีสปอร์ตที่มีอัตราการเข้าชมที่สูง เกิดจากการที่บุคคลมีการสนใจมากขึ้น มีการกดไลค์กดแชร์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ จึงช่วยให้เกิดมุมมองในด้านใหม่และสร้างทัศนคติที่ดีมากขึ้นในการชมกีฬาอีสปอร์ต

## 6.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรกำกับในความสัมพันธของการประสบความสำเร็จ การสนับสนุนการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

ผลวิจัยพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ได้กำกับความสัมพันธ์ระหว่างการประสบความสำเร็จ การสนับสนุนและทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต ( $p\text{-value} = 0.5069$  และ  $0.4300$  ตามลำดับ) แต่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} = 0.0309$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์  $\beta = .0620$  ทั้งนี้ อภิปรายได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเชิงบวกในการใช้การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในบทบาทของตัวแปรกำกับในด้านการประสบความสำเร็จพบว่า แม้นักกีฬาจะมีการประสบความสำเร็จและการได้รับการสนับสนุนจากคนรอบข้างจากคนใกล้ตัวมากขึ้นเท่าไร ก็ไม่ส่งผลให้ทัศนคติต่อกีฬาอีสปอร์ตเป็นไปในทางบวกมากขึ้น กลับกันกับพบว่า เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารอีสปอร์ตจากคนใกล้ตัวโดยไม่ต้องไปหาข้อมูลเอง เนื่องจากมีความไว้วางใจเชื่อถือข้อมูลดังกล่าวและเข้าใจในข้อมูลนั้นทันที จึงส่งผลให้มีมุมมองและทัศนคติเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ (Intira Chainarong et al., 2017) พบว่า เจตคติกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการออกกำลังกายด้วยการเดินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจออกกำลังกายด้วยการเดิน โดยพบว่ากลุ่มคนอ้างอิงที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ กลุ่มคนที่ผ่านการฝึกฝนมาแล้วจึงนำไปสู่ความไว้วางใจ



## 7. ข้อจำกัดในการวิจัย (Limitations of the Study)

ในการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ตในครั้งนี้ พบข้อจำกัดในการวิจัยดังต่อไปนี้

7.1 ในงานวิจัยฉบับนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Online Questionnaire) ซึ่งผู้ที่ตอบแบบสอบถามอาจเกิดความไม่เข้าใจในความหมายที่เกี่ยวข้องกับคำถาม และนำไปสู่การบิดเบือนของคำตอบโดยมาจากการไม่ตั้งใจทำของผู้ตอบแบบสอบถาม

7.2 ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทางผู้วิจัยมีกรอบระยะเวลาในการศึกษาที่ถูกกำหนดไว้ มีการจำกัดในการนำข้อมูลไปวิเคราะห์และดำเนินการในขั้นต่อไป ทำให้ไม่สามารถหาข้อมูลได้ในมิติอื่น ๆ เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลในแบบเชิงคุณภาพที่จะนำมาอธิบายเกี่ยวเหตุผล หรือความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ที่ทำแบบสอบถามที่มีต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต

## 8. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (Recommendations for Practical Use and Further Research)

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในกีฬาอีสปอร์ต งานวิจัยนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ศึกษาต่อได้ ดังนี้

### 8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับกีฬาอีสปอร์ตและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

8.1.1 ควรทำให้กีฬาอีสปอร์ตมีความเป็นกีฬามากขึ้นกว่าการโปรโมทเป็นเกม เพราะว่าการใช้คำว่าเกมนั้นจะส่งผลต่อทัศนคติต่อบุคคลที่เป็นผู้ใหญ่ เช่น ผู้ปกครอง คนในครอบครัวต่าง ๆ มองว่าเป็นเรื่องที่ไม่ได้มีประโยชน์

8.1.2 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต อย่างเช่น หน่วยงานรัฐ สมาคมที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมไปถึงผู้ให้การสนับสนุนควรทำให้เป็นระบบ มีรางวัลยิ่งใหญ่เหมือนกีฬาประเภทอื่น ๆ เพื่อช่วยสร้างแรงจูงใจและกำลังให้กับนักกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจของบุคคลภายนอกที่เข้าใจกีฬาอีสปอร์ตในมุมมองที่เป็นกีฬาอย่างแท้จริง

8.1.3 ควรมีการกำหนดอาชีพที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรเพื่อนำไปต่อยอดให้เป็นอาชีพที่มั่นคงให้กับผู้ที่สนใจในกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดใจให้กับคนในครอบครัวและบุคคลรอบข้างในมุมมองเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น

### 8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบว่าช่วงวัยที่แตกต่างกันจะมีมุมมองหรือทัศนคติต่อกีฬาอีสปอร์ตที่แตกต่างกันหรือไม่ และมีพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอย่างไรในกีฬาอีสปอร์ต

8.2.2 ศึกษาเจาะจงไปในประเภทของกีฬาอีสปอร์ตแต่ละประเภท เช่น ROV, LOL, Valorant, Dota 2 และกีฬาอื่นๆ ว่ามีลักษณะการจัดการแข่งขันเป็นแบบใด รูปแบบของรางวัล บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงในเรื่องเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดใจให้กับคนในครอบครัวและบุคคลรอบข้างในมุมมองเกี่ยวกับกีฬาอีสปอร์ต



## References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Angkanaphorn Singto. (2021). Factors Predicting the Recognition of E-Sport Sponsors. [Master Thesis, Rangsit University]. Rungsit University Intellectual Repository. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1481>
- Atkin, C. K. (1973). *New Model for Mass Communication Research*. New York: Free Press.
- Brooks, C. M. (1994). *Sport Marketing: Competitive Business Strategies for Sports*. New Jersey: Prentice Hall.
- Charoenlarp, P. (2018). *Value and Economics Value of eSport*. [Master Thesis, Bangkok University]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3001>
- Chontipa Aphirattananon and Chalernporn Yenyuak. (2022). Achievement Motivation for Professional Success of the Thai National Rugby Team. *The Journal of Development Administration Research*, 12(1), 83-94.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques (3<sup>rd</sup> ed.)*. New York: John Wiley & Sons.
- Cornwell, T. B. (2019). Less “Sponsorship As Advertising” and More Sponsorship Linked Marketing As Authentic Engagement. *Journal of Advertising*, 48(5), 1-12. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1588809>
- Farrelly, F., Quester, P., & Clulow, V. (2008). Exploring market orientation and satisfaction of partners in sponsorship relationship. *Australian Marketing Journal*, 16(2), 51-66. [https://doi.org/10.1016/S1441-3582\(08\)70014-4](https://doi.org/10.1016/S1441-3582(08)70014-4)
- Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality?. *The British Accounting Review*, 36(4), 345-368. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2004.09.003>
- Hamari, J. & Keronen, L. (2017). Why do people play games?. A meta-analysis. *International Journal of Information Management*, 37(3), 125-141. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.006>
- Hazari, S. (2018). Investigating social media consumption, sports enthusiasm, and gender on sponsorship outcomes in the context of Rio Olympics. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(4), 396-414. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2017-0007>
- Intira Chainarong, Wanpen Pinyopasakul, Sasima Kusuma Na Ayuthya, Saranya Koositamongkol. (2017). The Relationships among Attitude Toward Exercise, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control and Walking Exercise Intention in Post Stroke Patients after Hospital Discharge. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 18(2), 178-185.
- Kanchanat Udomsook. (2021). The communications for development Esports in Thailand. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal* 15(1), 128-160.



- Lee, D., & Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *The ICHPER-SD Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance*, 6(2), 39-44.
- McClelland, D.C. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century Croft, Inc. <https://doi.org/10.1037/11144-000>
- Neus, F., Nimmermann, F., Wagner, K., & Schramm-Klein, H. (2020). Differences and similarities in motivation for offline and online eSports event consumption. In *Event marketing in the context of higher education marketing and digital environments*, 79-99. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-29262-1\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-29262-1_6)
- Nittaya Sittisuea. (2010). *The results of strengthening one's power according to the theory of the contact language program that corresponds to reality of students at the lower secondary school level, Ban Thap Chang School Nakhon Ratchasima Province*. [Unpublished master's thesis]. Nakhon Ratchasima Rajabhat University.
- Prachachat. (August 11, 2022) *E-sports market is growing, what are the high-paying gaming jobs, what are the professions-how much do you earn?*. <https://www.prachachat.net/sd-plus/sdplus-sustainability/news-1011780>
- Richard, L. I., Sutton, W. A., McCarthy, L. M., & Irwin, R. L. (2008). *Sport Promotion and Sales Management*. New York: Human Kinetic.
- Rogers, Everett M. & Svenning, Lynne. (1969). *Modernization among Peasants: The Impact of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Salayapa Nawarat. (2017). *The expectations the exposure and the satisfaction of the e-sports broadcast*. [Master Thesis, Thammasat University]. Thammasat University Digital Collections. [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:143954](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:143954)
- Seitz, P. (2018, 02/13/2018 Feb 13). *Esports Channel Twitch Draws More Viewers Than CNN*. *Investor's Business Daily*. Retrieved on November 15, 2023, from <https://search.proquest.com/docview/2001575864?accountid=42455>
- Snavey, T. L. (2014). *History and Analysis of eSport System*. Retrieved on November 15, 2023, from <http://repositories.lib.utexas.edu/handle/2152/28652?show=full>
- Tawanseth Sennan. (2006). *Behavior and impact of the game-online addiction: Case study of student*. [Master Thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/14830>
- Taylor, N. T. (2016). Now you're playing with audience power: The work of watching games. *Critical Studies in Media Communication*, 33(4), 293-307. <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1215481>
- Thairath Online. (17 April 2018). *"E-sports"...sports-dream career answering the question of overcoming children addicted to games*. [https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand\\_econ/1257307](https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/1257307)



- Thanabadee Kasitsit. (Mar 16, 2020). *Esport: Influence of globalized culture that is creating problems for Thai society?*. TrueID. <https://intrend.trueid.net/post/58314>
- Trail, G. T., & McCullough, B. P. (2020). Marketing sustainability through sport: Testing the sport sustainability campaign evaluation model. *European Sport Management Quarterly*, 20(2), 109-129. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1580301>
- Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. In *International Conference on Internet Computing*, 437-442.
- Wang, J., Liu, R. D., Ding, Y., Liu, Y., Xu, L., & Zhen, R. (2017). What influences Chinese adolescents' choice intention between playing online games and learning? Application of theory of planned behavior with subjective norm manipulated as peer support and parental monitoring. *Frontiers in Psychology*, 8, 589. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00589>
- Waranthiya Chaiyala. (2007). *A Study of Mathematical Process Skills with Different Achievement Motive and Learning Styles of Mathayomsuksa III Students in the Educational Area I, Kanchanaburi Province*. [Master thesis, Srinakharinwirot University]. Central Library Srinakharinwirot University. [http://search.swu.ac.th/permalink/f/1912klb/ALEPH\\_MONO000107497](http://search.swu.ac.th/permalink/f/1912klb/ALEPH_MONO000107497)
- Xiao, M. (2020). Factors influencing eSports viewership: An approach based on the theory of reasoned action. *Communication & Sport*, 8(1), 92-122. <https://doi.org/10.1177/2167479518819482>