



การศึกษาและพัฒนารูปแบบ อีสปอร์ตคอมมูนิตี้  
ในบริบทของประเทศไทย

A STUDY AND DEVELOPMENT OF E-SPORT COMMUNITY  
IN THAILAND CULTURE

วรภพ วิทยาพิภพสกุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การศึกษาและพัฒนารูปแบบ อีสปอร์ตคอมมูนิตี้  
ในบริบทของประเทศไทย



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ  
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

A STUDY AND DEVELOPMENT OF E-SPORT COMMUNITY  
IN THAILAND CULTURE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF ARTS  
(Master of Arts (Design for Business))

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์  
เรื่อง  
การศึกษาและพัฒนารูปแบบ อีสปอร์ตคอมมูนิตี  
ในบริบทของประเทศไทย  
ของ  
วรภพ วิทยาพิภพสกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

|                                        |                                     |
|----------------------------------------|-------------------------------------|
| ..... ที่ปรึกษาหลัก                    | ..... ประธาน                        |
| (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวณ แพทยานนท์) | (รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร) |
| ..... ที่ปรึกษาร่วม                    | ..... กรรมการ                       |
| (อาจารย์ ดร.ปิลันธน์ ปุณณประภา)        | (อาจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร)    |

|                      |                                                                  |
|----------------------|------------------------------------------------------------------|
| ชื่อเรื่อง           | การศึกษาและพัฒนารูปแบบ อีสปอร์ตคอมมูนิตี้<br>ในบริบทของประเทศไทย |
| ผู้วิจัย             | วรภาพ วิทยาพิภพสกุล                                              |
| ปริญญา               | ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต                                               |
| ปีการศึกษา           | 2564                                                             |
| อาจารย์ที่ปรึกษา     | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวัน แพทยานนท์                          |
| อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม | อาจารย์ ดร. ปิณฑน์ ปุณณประภา                                     |

การศึกษาและพัฒนารูปแบบ อีสปอร์ตคอมมูนิตี้ ในบริบทประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความต้องการของอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ของไทยในปัจจุบัน 2. เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการในอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ของไทยเพื่อออกแบบอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา Function ของ E-sport Community และทำแบบสอบถาม Pilot ผ่านทาง Google Form โดยผู้วิจัยจะสรุป Function ที่ควรจะนำไปทำ Phototype A ในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เห็นด้วยว่า การสร้าง E-sport Community ที่มี Function ทั้ง 3 อย่างดังกล่าวมีส่วนช่วยยกระดับวงการ E-sport ในประเทศไทย ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการ Design Phototype A โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1. Function ประกอบด้วย E-sport Event Tournament และ Working&Sharing Space 2. User Experience ประกอบด้วย Persona และ Customer journey 3. Business Model Canvas 4. Branding ประกอบด้วย Concept Name Font Color Logo ในขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจผลการยอมรับ Phototype A ผ่านทาง Google Form โดยสรุปได้จากการวิเคราะห์และสรุปรวมแบบสอบถามทั้งหมดว่ากลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยมีการยอมรับ Function ของ Phototype A และ Function ของ Phototype A นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community และอยู่ในวงการ E-sport ในประเทศไทย

คำสำคัญ : E-Sport อีสปอร์ต กีฬาอิเล็กทรอนิกส์, E-Sport Community สังคมของผู้เล่นเกมอีสปอร์ต, Function บริการของอีสปอร์ต คอมมูนิตี้

|                |                                                                     |
|----------------|---------------------------------------------------------------------|
| Title          | A STUDY AND DEVELOPMENT OF E-SPORT COMMUNITY<br>IN THAILAND CULTURE |
| Author         | WORAPOP WITTAYAPIPOPSAKUL                                           |
| Degree         | MASTER OF ARTS                                                      |
| Academic Year  | 2021                                                                |
| Thesis Advisor | Assistant Professor Porawan Pattayanon                              |
| Co Advisor     | Doctor Pilan Poonyaprapha                                           |

This study of the e-sport community and Thai culture has two objectives, as follows: (1) a study of the demand for an e-sport community in Thailand at present; and (2) to study the function of and the demand for an e-sport community in Thailand and designing an e-sport community phototype (D2). This research had four sections. In the first section, the function of the research in the e-sport community and conducted a pilot test via Google form in order to test the function, to the conclusion function in Phototype A. In section two, the conclusion was that expertise may be in agreement with building and improving the Thai e-sport community and in agreement with the three functions from section one that fit with the e-sport community in Thailand. In section three, phototype A was designed with four parts. The function included e-sport events and tournaments and working and sharing spaces; (2) user experience, including persona and customer journeys; (3) business model canvas; and (4) branding, including concept name, font, color and logo. In section four, a questionnaire was used with Phototype A with the target group via Google Forms. In conclusion, this questionnaire allowed the target group to accept a Phototype A function and Phototype A responds to the needs of the target group using e-sports in Thailand.

Keyword : E-Sport Electronic sport, Function Service in E-sport Community, E-Sport Community Social of E-sport

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร. ประวัน แพทยานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ผู้เป็นแรงผลักดันและเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อ แนะนำแนวทางช่วยเหลือ ตรวจสอบทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ดร. ปิณฑลน์ ปุณณประภา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมปริญญานิพนธ์ ช่วยตรวจสอบทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ รศ. อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ที่สละเวลาเข้าร่วมเป็นประธานสอบ รวมถึงช่วยตรวจสอบ และให้คำแนะนำอย่างละเอียดในการเขียนวิจัย

ขอบพระคุณ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร ที่สละเข้าร่วมเป็น กรรมการสอบ ให้คำแนะนำและติดตามผลความคืบหน้า

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร ที่คอยให้คำปรึกษาในทุกเรื่องตั้งแต่ได้เข้าศึกษา จนถึงขั้นตอนทำปริญญานิพนธ์ รวมถึงให้คำส่งสอนต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตการทำงาน

ขอขอบพระคุณ นายสันติ ไหลทอง ประธาน สมาคม E-Sport แห่งประเทศไทย

นายอานนท์ ดันติโชคอนันต์นักกีฬาทีม MiTH

นายกัณฑ์ อ่อนศรี สตรีเมมเบอร์เจ้าของเพจ ZealotsX

ที่เสียสละเวลาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาผลงาน และให้คำแนะนำในทุกประเด็นอย่างละเอียด จนสามารถพัฒนาเป็นผลงานสำเร็จได้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความรู้ประสบการณ์ที่ดี ที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตการทำงานจริง เจ้าหน้าที่วิทยาลัย และบัณฑิตวิทยาลัย ที่ช่วยประสานงาน อำนวยความสะดวกให้คำปรึกษารวมถึงเพื่อนนิสิต ปริญญาโท สาขาออกแบบเพื่อธุรกิจ รุ่นที่ 2 ทุกคนที่ช่วยผลักดันและเป็นกำลังใจให้กันเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าปริญญานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าเป็นอย่างยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

## สารบัญ

### หน้า

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....                                                               | ง  |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....                                                            | จ  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                                                | ฉ  |
| สารบัญ .....                                                                        | ช  |
| สารบัญตาราง.....                                                                    | ญ  |
| สารบัญรูปภาพ .....                                                                  | ฎ  |
| บทที่ 1 บทนำ.....                                                                   | 1  |
| ภูมิหลัง .....                                                                      | 1  |
| ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....                                                        | 3  |
| ขอบเขตของการวิจัย .....                                                             | 3  |
| ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....                                                        | 3  |
| กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....                                                  | 3  |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                                                                | 4  |
| ประโยชน์ของการวิจัย .....                                                           | 4  |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                          | 5  |
| 1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกับเกมออนไลน์.....                      | 5  |
| 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Virtual Community และ Physical Community ..... | 6  |
| 3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ E-sport .....                                  | 7  |
| 4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....                                  | 7  |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....                                                  | 13 |



|                                                                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น .....                                                        | 13 |
| ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2 .....                                                                                                 | 14 |
| ขั้นตอนที่ 3 Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2) .....                                                                                                    | 16 |
| ขั้นตอนที่ 4 นำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ .....                                                                                 | 16 |
| บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย .....                                                                                                                                                 | 19 |
| 1. ผลลัพธ์ของการศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น .....                                                     | 19 |
| 1.1 จากการศึกษ E-sport Community ของช่องทางต่างๆแล้ว ผู้วิจัยพบว่า Community ส่วนมากจะอยู่ใน Facebook และ Line ซึ่งทั้ง 2 ช่องทางนั้นมีลักษณะ และคุณสมบัติที่ต่างกัน ดังนี้ ..... | 19 |
| 1.2 จากการศึกษ Function ของ E-sport Community ต่างๆแล้ว ผู้วิจัยพบว่า Function พื้นฐานที่ดีของแต่ละ Community มีคุณสมบัติที่ต่างกัันดังนี้ .....                                  | 22 |
| 1.3 จากการศึกษข้อ 1.1 และ 1.2 ผู้วิจัยได้ทำแบบสำรวจ Pilot เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น จากกลุ่มเป้าหมายว่า E-sport Community ที่สนใจมีคุณสมบัติ ดังนี้ .....                        | 23 |
| 2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2 .....                                                                                                           | 24 |
| ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับ E-sport และ E-sport Community .....                                                                                                                      | 24 |
| ส่วนที่ 2 คำถามเชิงธุรกิจ .....                                                                                                                                                   | 27 |
| สรุปจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน .....                                                                                                                                   | 28 |
| 3.ผลลัพธ์ของการ Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2) .....                                                                                                 | 30 |
| Function .....                                                                                                                                                                    | 31 |
| User Experience .....                                                                                                                                                             | 35 |
| Business Model Canvas .....                                                                                                                                                       | 36 |
| Branding .....                                                                                                                                                                    | 38 |

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. ผลลัพธ์ของการนำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน |    |
| เพื่อหาผลการยอมรับ.....                                                      | 41 |
| ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไป .....                                                  | 41 |
| ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ E-sport .....                                       | 43 |
| ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ E-sport Community .....                             | 46 |
| ส่วนที่ 4 คำถามเชิงการใช้งาน E-sport Community.....                          | 47 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ .....                 | 48 |
| สรุปผลวิจัย.....                                                             | 49 |
| อภิปรายผลการวิจัย .....                                                      | 61 |
| ข้อเสนอแนะ .....                                                             | 62 |
| บรรณานุกรม .....                                                             | 63 |
| ประวัติผู้เขียน.....                                                         | 66 |

## สารบัญตาราง

### หน้า

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตาราง 1 ตารางแสดงผลการสำรวจคุณสมบัติของชาแนล Facebook ที่มี E-sports Community ในปัจจุบัน.....                                | 20 |
| ตาราง 2 ตารางแสดงผลการสำรวจคุณสมบัติของชาแนล LINE ที่มี E-sports Community ในปัจจุบัน .....                                   | 21 |
| ตาราง 3 แสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                                      | 41 |
| ตาราง 4 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                                | 41 |
| ตาราง 5 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                        | 42 |
| ตาราง 6 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเงินเดือนของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                           | 42 |
| ตาราง 7 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการเล่นเกมของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                          | 43 |
| ตาราง 8 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามระยะเวลาการเล่นเกมของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                  | 43 |
| ตาราง 9 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเวลาการเล่นเกมที่วันของกลุ่มเป้าหมาย .....                                                | 44 |
| ตาราง 10 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตาม Platform การเล่นเกม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย.....                         | 44 |
| ตาราง 11 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามประเภทเกมที่เล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย.....                             | 45 |
| ตาราง 12 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้บริการ E-sport Community หรือไม่ของกลุ่มเป้าหมาย.....                              | 46 |
| ตาราง 13 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเวลาการใช้งาน E-sport Community ต่อวันของกลุ่มเป้าหมาย.....                              | 46 |
| ตาราง 14 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้งาน E-sport Community Function ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย ..... | 47 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตาราง 15 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้งาน E-sport Community Function     |    |
| ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย .....                           | 48 |
| ตาราง 16 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามความสนใจเป็นพิเศษใน Function ของ E-      |    |
| sportCommunity ที่มี Function หลักของ Phototype A อยู่ ของกลุ่มเป้าหมาย ..... | 49 |
| ตาราง 17 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามถ้าหากมี E-sport Community แบบที่กล่าวมา |    |
| ข้างต้น จะใช้บริการหรือไม่ของกลุ่มเป้าหมาย .....                              | 49 |



## สารบัญรูปภาพ

### หน้า

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                                                  | 12 |
| ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงตารางแสดงผลการสำรวจ Function ของ E-sports Community ในปัจจุบัน ..... | 22 |
| ภาพประกอบ 3 ตารางแสดงผลการสำรวจของคำถาม Pilot.....                                      | 23 |
| ภาพประกอบ 4 แบบผังแสดงโครงสร้าง Phototype A.....                                        | 31 |
| ภาพประกอบ 5 ภาพแสดง Mood&Tone ของ Phototype A.....                                      | 33 |
| ภาพประกอบ 6 แผนที่ Phototype A ขั้นที่ 1 .....                                          | 33 |
| ภาพประกอบ 7 แผนที่ Phototype A ขั้นที่ 2 .....                                          | 34 |
| ภาพประกอบ 8 แผนที่ Phototype A ขั้นที่ 3 .....                                          | 34 |
| ภาพประกอบ 9 แผนผังการวิเคราะห์ Persona.....                                             | 35 |
| ภาพประกอบ 10 แผนผังการวิเคราะห์ Customer Journey .....                                  | 36 |
| ภาพประกอบ 11 แผนผังการวิเคราะห์ Business Model Canvas .....                             | 37 |
| ภาพประกอบ 12 รูปแสดงชื่อ Phototype A.....                                               | 39 |
| ภาพประกอบ 13 รูปแสดง Font ของ Phototype A.....                                          | 39 |
| ภาพประกอบ 14 รูปแสดง อัตราส่วนของ Phototype A.....                                      | 40 |
| ภาพประกอบ 15 รูปแสดง การออกแบบ LOGO ของ Phototype A.....                                | 40 |
| ภาพประกอบ 16 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 1 และ 2.....             | 55 |
| ภาพประกอบ 17 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 3 และ 4.....             | 56 |
| ภาพประกอบ 18 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 5 และ 6.....             | 57 |
| ภาพประกอบ 19 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 7 และ 8.....             | 57 |
| ภาพประกอบ 20รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 9 และ 10.....             | 58 |

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| ภาพประกอบ 21 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 11 ..... | 59 |
| ภาพประกอบ 22 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 12 ..... | 59 |
| ภาพประกอบ 23 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 13 ..... | 60 |



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ในยุคปัจจุบันคำว่า อีสปอร์ต (E-sport) มีการพูดถึงอยู่ทั่วไปมีการพัฒนาตัวเองขึ้นมาจากการเล่นเกมที่เป็นเพียงแค่กิจกรรมยามว่างไว้เล่นเพื่อนผ่อนคลายกลายเป็นเกมที่ต้องใช้ความสามารถและความคิดในการเล่น และผลที่ได้คือการได้ฝึกสมอง ฝึกทักษะต่างๆที่ใช้ได้ในชีวิตจริง เกมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเกิดการแข่งกันเป็นกีฬาที่เรียกว่า อีสปอร์ต (E-sport(Electronic Sport) ขึ้นมา ใน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ระบุว่า กีฬา หมายถึงกิจกรรมหรือการเล่นที่มีกฎกติกากำหนด เพื่อความสนุกเพลิดเพลินผ่อนคลายความเครียด หรือเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และอาจใช้เป็นการแข่งขันเพื่อความเป็นเลิศ ดังนั้นถ้าพิจารณาแล้ว E-sport ก็ถือเป็นกีฬาประเภทหนึ่งเช่นกันแต่ไม่เน้นไปที่การเสริมสร้างร่างกาย

ในปี 2019 ตลาดอีสปอร์ต (E-sport) ของโลกเติบโตเพิ่มถึง 1.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็น +26.7% ต่อปี 82% ของมูลค่าทั้งหมดของตลาด (897.2ล้านเหรียญสหรัฐ) มาจากลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด การโฆษณา และสปอนเซอร์ ในปี 2019 อีสปอร์ต (E-sport) จะมียอดผู้ชมทั่วโลกเพิ่มกว่า 453.8 ล้านคนและตลาดอีสปอร์ต (E-sport) มีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มถึง1.8 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2022 (newzoo, 2019) และที่สำคัญในภูมิภาค SEA นั้นเป็นแหล่งที่อีสปอร์ต (E-sport)เติบโตได้เร็วที่สุดมากถึง 4.6 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2019 คิดเป็น +22% ต่อปี (Fernandes, 2019) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่รวดเร็วและมีศักยภาพอันดับ 1 ของโลกรวมไปถึงช่องทางในโลกอีสปอร์ต (E-sport) ของทั้งโลกและโดยเฉพาะใน SEA

ประกอบกับในปี 2017 ประเทศไทยมีความนิยมอีสปอร์ต (E-sport) อย่างกว้างขวางมีตลาดเกมขนาดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 1 ใน SEA (Thisisgamethailand, 2017) ที่ประชุมของการกีฬาแห่งประเทศไทยได้เห็นชอบประกาศให้อีสปอร์ต (E-sport) เป็นกีฬาและสามารถจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมกีฬาได้ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2558 (ไทยรัฐออนไลน์, 2560) ซึ่งสื่อได้ว่าตอนนี้อีสปอร์ต (E-sport) ในประเทศไทยกำลังเป็นที่นิยมและเริ่มได้รับการยอมรับ รวมถึงมีการจัดการแข่งขันต่างๆเกิดขึ้นมากมาย เช่น การแข่งกัน ROV pro league โดยบริษัท การ์มินาออนไลน์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องการสร้างนักกีฬาคุณภาพให้มีประสบการณ์ในการแข่งขันแบบมืออาชีพเพื่อพัฒนาไปเป็นนักกีฬาให้มีความสามารถ ผ่านการแข่งขันที่ได้มาตรฐาน โดยจัดการแข่งขัน RoV : Pro League Season 1 presented by True Move H ขึ้นอย่างเป็นทางการซึ่งใช้เกมที่กำลังเป็นที่นิยมสูงสุดในขณะนั้นคือ เกม RoV หรือ Arena of Valor เกม MOBA บนมือถือ

(Onlinestation.by.TRUE, 2561) ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีมากๆและจัดการแข่งขันต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันเป็น seasonที่4 หรือการร่วมมือกันของบริษัทแพลนบี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ภายใต้การรับรองของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ บริษัทโคนามิ ดิจิตอลเอนเตอร์เทนเมนต์เจ้าของลิขสิทธิ์เกมฟุตบอลอย่าง PES เพื่อจัดการแข่งขันลีกฟุตบอลอาชีพของไทยอย่าง Thai E-League Pro ขึ้นมาเป็นการสร้าง League อาชีพเพื่อแข่งขันเกมฟุตบอลโดยใช้ตัวแทนจากทีมใน Toyota thai league (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) บริษัท อินโฟเฟด จำกัดร่วมกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) และบริษัทเอกชนเพื่อจัดการแข่งขัน University E-sports Championship (UEC) เป็นลีกอีสปอร์ต(E-sport) ระดับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย เพื่อพัฒนาศักยภาพของวงการอีสปอร์ต (E-sport) ในไทย แสดงถึงการเคลื่อนไหวที่ดีของอีสปอร์ต (E-sport) ในไทยตั้งแต่ปี 2017 ว่าจะมีการเติบโตอย่างมากและเป็นตลาดที่มีศักยภาพมาจนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันการที่อีสปอร์ต (E-sport) มีการพัฒนาที่สูงมากทำให้มีความต้องการด้านต่างๆเพิ่มมากขึ้นและหนึ่งในความต้องการที่เป็นปัจจัยในการพัฒนาอีสปอร์ต (E-sport) คือความต้องการทางด้านสังคม(Community) ซึ่งในปัจจุบันสังคมอีสปอร์ต (E-sport) มักจะเป็นสังคมแบบ online หรือ Virtual Community (Dennis, Poootheri, และ Natarajan, 1998) กล่าวไว้ว่า VirtualCommunity คือ ชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกัน มีปฏิสัมพันธ์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการที่คนในชุมชนมีความสนใจคล้ายๆกันและมีเป้าหมายเดียวกันในการรวมกลุ่ม (Hagel,2000)ในการปฏิสัมพันธ์นั้น การมีบรรยากาศที่น่าเชื่อถือและมีความเข้าใจเป็นอย่างมากจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ชุมชนนั้นๆเป็นชุมชนที่ดี (c.carver, 1999) โดย ชุมชนออนไลน์ (VirtualCommunity) จะสร้างประโยชน์แก่สมาชิกที่เข้าร่วมด้วยทรัพยากรทางกายภาพ ข้อมูลข่าวสาร กระบวนการความคิด และอารมณ์ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญของผู้เล่นอีสปอร์ต (E-sport) (S.Faraj,1997) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสังคม (Community) นั้นมีผลมากกับอีสปอร์ต (E-sport) อย่างมาก

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าในปัจจุบันสังคมไทยที่กำลังอยู่ในกระแสของอีสปอร์ต (E-sport) เกิดการสร้างคอมมูนิตี้ (Community) ด้านอีสปอร์ต (E-sport) อยู่มากมายแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของคอมมูนิตี้ (Community) ทำให้ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับฟังก์ชัน (Function) และความต้องการในอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-sport community) ที่มีอยู่ในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการสร้างอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-sport community) ต่อไป



## ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการของอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ของไทยในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการในอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ของไทยเพื่อออกแบบอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community)
  - 2.1 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยของอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community)
  - 2.2 เพื่อทดลองสร้างอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ขึ้นมา
  - 2.3 เพื่อเป็นต้นแบบการผลักดันและพัฒนาอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ในไทย

## ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยการศึกษาและพัฒนาารูปแบบอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-Sport Community) ในบริบทของประเทศไทย ได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยดังนี้

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้เชี่ยวชาญในวงการอีสปอร์ต (E-sport) จำนวน 3 คน
2. ผู้ที่ใช้บริการอีสปอร์ต (E-sport) และอีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-sport Community) จำนวน 100 คน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่สามารถระบุผู้ที่ใช้บริการอีสปอร์ต (E-sport) และ อีสปอร์ตคอมมูนิตี้ (E-sport Community) ได้จากจำนวนประชากรทั้งหมด จึงใช้การคำนวณ กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรอายุ 20-60 ปี ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายงานสถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2561 ได้ระบุจำนวนประชากรทั้งหมด 3,267,218 คน โดยมีขั้นตอนการ กำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างโดย คำนวณจากสูตรทาร์ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยคำนวณจากประชากรซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3,267,218 คน ในการวิเคราะห์หาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรคำนวณจะสรุปได้ว่าต้องใช้ตัวอย่างจำนวน = 100 คน ในการตอบแบบสอบถาม

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ศัพท์ที่ 1 อีสปอร์ต (E-sport) หมายถึง เกมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นรูปแบบของกีฬาอย่างหนึ่งที่ เป็นกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบการเล่นที่ฝึกฝนสมองและความคิดของผู้เล่น แทนด้วยคำว่า “E-sport”

ศัพท์ที่ 2 อีสปอร์ตคอมมูนิตี (E-sport Community) หมายถึง ชุมชนที่รวมผู้เล่น E-Sport เข้าด้วยกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ ความรู้ต่อกัน รวมไปถึงการช่วยกัน แก้ปัญหา หรือสืบค้นข้อมูลต่างๆ แทนด้วยคำว่า “E-sport Community”

ศัพท์ที่ 3 ฟังก์ชัน (Function) หมายถึง องค์ประกอบ ส่วนประกอบ ของอีสปอร์ตคอมมูนิตี (E-sport Community) นั้นๆ แทนด้วยคำว่า “Function”

### ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบถึงความต้องการใน E-Sport Community ของผู้เล่น E-Sport
2. เป็นแนวทางให้ผู้สนใจนำไปสร้าง E-Sport Community
3. ได้ทดลองสร้าง E-Sport Community ขึ้นมา เพื่อทดสอบว่าสร้างขึ้นมามีผลจริง

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยการศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-Sport Community ในบริบทของประเทศไทย ผู้วิจัย ได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นความรู้ ประกอบในการศึกษาค้นคว้า และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกับเกมออนไลน์
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Virtual Community และ Physical Community
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ E-sport
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

#### 1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกับเกมออนไลน์

ดารีกา ไตรวัฒนวงศ์ (2555) ทำการวิจัยและพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัย อายุ 18-24 ปี ในกรุงเทพมหานครใช้เวลาในการเล่นเกมออนไลน์ 1-2 ชั่วโมง และเล่นเกมเฉลี่ย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ เล่นเกมออนไลน์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์มากที่สุด เหตุผลที่ทำให้เล่นเกมออนไลน์มาก ที่สุดได้แก่ ต้องการพักผ่อน ต้องการหาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง ทำให้รู้ว่าคุณในสังคมเริ่มหันมาบริโภค E-Sport เป็นกิจกรรมยามว่างมากขึ้น และใช้เวลากับ E-Sport เป็นเวลานานพอสมควร

ภคกร ลุ่มเพชรมงคล (2557) สรุปผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ว่าปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ตั้งใจในการเล่นเกมนั้นคือ ความสนุกสนาน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนั้น การแสวงหาสาระในการเล่นเกมนั้น รวมถึงการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมนั้นแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้เล่นเกมกับการสร้างสังคมติดต่อกับผู้เล่นคนอื่นและต้องการสาระจากตัวเกมมากขึ้น ไม่ใช่แค่เล่นเพื่อความสนุก

ธนพัทธ์ เหมะบุตร (2558) พบว่าส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทักษะคิด การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของคนในกรุงเทพฯ ดังนั้นจากพฤติกรรมดังกล่าวจะบอกได้ว่าไม่ได้มีแค่ตัวเกมเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่น แต่รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆและส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้วย

วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ กันตภณ ธรรมวัฒนา (2560) ผลกระทบทางด้านบวกทางด้านบวกในด้านการศึกษาและสติปัญญา การเล่นเกมกระดานช่วยให้ฝึกสมอง ทำให้มีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ช่วยให้คิดและตัดสินใจแก้ไขปัญหาได้ดีขึ้นและทำให้ความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด สนุกสนาน รวมถึงได้รู้จักกับเพื่อนใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

สรุปได้ว่าการเล่นเกมต่างๆสามารถช่วยพัฒนาตัวเองในด้านความคิดการแก้ปัญหาและเสริมสร้างสังคมใหม่ๆ

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Virtual Community และ Physical Community

### 2.1 ส่วนประกอบของชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)

Muniz และ O'Guinn (2001) กล่าวว่าชุมชนออนไลน์ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักดังนี้

1. การรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน คือ มีความเชื่อมโยงกันในกลุ่มต่างจากคนนอกกลุ่ม
2. การมีประเพณี หรือมีพิธีการร่วมกันจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมและจิตสำนึกร่วมกัน
3. ความรู้สึกในการมีความรับผิดชอบด้านศีลธรรม และกฎระเบียบโดยรวมของชุมชนและสมาชิกแต่ละราย

### 2.2 ประเภทของชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)

(Hagel, 2000) ได้แบ่งชุมชนเสมือนออกเป็น 4 ประเภทตามจุดประสงค์ประสงค์ ดังนี้

1. ความสนใจ (Interest) เป็นการรวมกลุ่มกันจากความสนใจ เพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเชี่ยวชาญระหว่างกัน มีจุดประสงค์เพื่อข้อมูลข่าวสารและความรู้
2. ความบันเทิง (Fantasy) เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อนำไปสู่ความบันเทิงและความสนุกสนาน มีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนาน
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) เป็นการรวมกลุ่มสร้างความสัมพันธ์กันของคนที่มีประสบการณ์คล้ายๆกัน จุดประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์และแบ่งปันความรู้ประสบการณ์
4. เพื่อธุรกิจ (Transaction) เป็นการรวมกันเพื่อข้อมูลทางธุรกิจ การซื้อขายหรือแชร์ข้อมูลด้านธุรกิจกัน

และจากการศึกษาเว็บไซต์แต่ละประเภทชุมชนเสมือนจริงประเภท Relationship มีปริมาณชุมชนมากเป็นอันดับที่ 3 หรือ 30% เมื่อเทียบกับชุมชนแบบอื่น

### 2.3 ประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community)

Gupta และ Kim (2004) ได้บอกถึงประโยชน์ของชุมชนเสมือนจริงไว้หลายมุมมอง เช่น มุมมองต่อไปนี้

1. ด้านเทคโนโลยี: ชุมชนเสมือนจริงสามารถทำการสื่อสารได้จากทุกที่ รวดเร็ว และสามารถจัดการกับข้อมูลได้ดี เข้าถึงได้ง่าย สะดวกในการสื่อสารและสามารถประชุมด้วยกล้องจึงได้ทั้งภาพและเสียงทำให้ได้รับประสบการณ์ที่เหมือนจริง

2. ด้านสังคม: การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้เป็นประโยชน์ที่สำคัญของชุมชนเสมือนจริง คนในชุมชนสามารถที่ให้อะไร และรับข้อมูลต่อกันได้ ทำให้เกิดแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือขึ้น

3. ด้านการเรียนรู้: ชุมชนเสมือนจริงสามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สร้างกิจกรรมร่วมกัน ลดช่องว่างความแตกต่างด้วยห้องเรียนเสมือนจริง มีความรู้หลากหลาย สามารถเข้ามาศึกษาได้ง่าย สะดวกในการหาข้อมูลและใช้เป็นเครื่องมือในการเรียน

### 3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ E-sport

#### 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับ E-sport

(Wagner, 2006) กล่าวว่า E-sport คือ การทำกิจกรรมหรือกีฬาที่ผู้เล่นจะได้ฝึกฝนทักษะและพัฒนาทักษะทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านทางการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Hamari, 2017) กล่าวว่า E-Sport เป็นกีฬาที่มีการใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการแข่งขันเป็นหลัก รวมไปถึงการแข่งขันประเภท วิดีโอเกม ผู้เล่นนั้นจะกระทำกิจกรรมโดยผ่านระบบ Human-computer interfaces เพื่อแข่งขัน

#### 3.2 E-sport กับธุรกิจ

(ภควัต เจริญลาภ, 2560) กล่าวว่า คุณค่าทางเศรษฐกิจของกีฬา E-sport นั้นมีในบางประเทศ เช่นประเทศมหาอำนาจต่างๆ และในประเทศที่ E-sport เป็นที่ยอมรับ เช่นเกาหลีใต้รวมไปถึงในประเทศไทยด้วยซึ่งเกิดจากการเริ่มมีนักกีฬา E-sport และ Steamer เพิ่มมากขึ้นและได้รับการประกาศให้เป็นกีฬา โดยการแข่งขันประเทศไทยแล้ว จึงทำให้ปัจจุบัน E-sport ในประเทศไทยมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ และยังกล่าวต่ออีกว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของกีฬา E-Sport ในไทยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากทั้งผู้สนับสนุน และบจากรัฐบาลเพราะเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโต และสร้างรายได้ ชื่อเสียงให้กับประเทศได้

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

### 4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

ความหมายของแบรนด์ดี

(จตุรงค์, 2553) กล่าวว่า ไบรอันด์ดิงนั้นจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเอง มีความแตกต่างกันไป โดยหมายถึงทั้ง ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ และคำจำกัดความของไบรอันด์นั้นๆ

(วิทวัส, 2545) กล่าวว่า ไบรอันด์ (Brand) นั้นรวมทั้งความรู้สึกของผู้บริโภค มีต่อสินค้าหรือไบรอันด์นั้นและเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ (Personality) ความน่าเชื่อถือ (Trust/Reliability) ความมั่นใจ (Confidence) สถานภาพ (Status) ประสบการณ์ (Experience) และความสัมพันธ์ (Relationship) การรวบรวมการรับรู้ (A Collection of Perceptions)

กล่าวว่า มีกลยุทธ์ในการสร้างไบรอันด์สินค้า คือ

1. สร้างความแตกต่างให้กับไบรอันด์ (Differentiation) คือ การทำให้ความหมายของไบรอันด์ที่สร้างนั้นแตกต่างจากไบรอันด์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด เป็นวิธีการสร้างตำแหน่งของไบรอันด์ เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจไบรอันด์ว่า เป็นอย่างไร มีจุดยืนอย่างไร

2. เพิ่มคุณค่าให้กับไบรอันด์สินค้า (Added Value) คือ การที่ไบรอันด์พยายามเพิ่มประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ ตรงๆ จากการทำหน้าที่ของไบรอันด์สินค้า (Functional Benefit) หรือการสร้างประโยชน์ทางด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Benefit) และการสร้างประโยชน์ของไบรอันด์ที่จะสะท้อนตัวตนของผู้บริโภค (Self-Express Benefit) ในไบรอันด์ให้มากยิ่งขึ้นและรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับไบรอันด์นั้น เป็นวิธีการสร้างความได้เปรียบจากประสิทธิภาพของการรับรู้ (Perceived Performance) ในคุณภาพของไบรอันด์ที่เน้นเรื่องประโยชน์จากความหมายในเชิงจิตวิทยา (Psychological Meaning) ซึ่งได้รับการเชื่อมโยงให้เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้เกี่ยวกับตัวสินค้า โดยที่จะกำหนดความหมายให้กับไบรอันด์แตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพและการแสดงออกของผู้บริโภค และในด้านของการตระหนักรู้เกี่ยวกับไบรอันด์สินค้า (Brand-Name Awareness) ผู้บริโภคจะตระหนักรู้ต่อไบรอันด์และทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ้นเคยหรือไม่มีความรู้สึกเสี่ยงหรือกังวลใจที่จะซื้อหรือใช้ไบรอันด์นั้นๆ

(ศรัทธา, 2547) กล่าวว่า กระบวนการสร้างไบรอันด์สามารถเริ่มต้นได้ โดยทำตามขั้นตอนหลักๆ ที่สำคัญ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การระบุตัวตนของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร (Target Consumer Identification) เพื่อที่จะได้กำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบไบรอันด์ (Brand Design) หมายถึง การออกแบบรายละเอียดต่างๆ ของไบรอันด์ เช่น การกำหนดบุคลิกลักษณะ (Personality) ของไบรอันด์ ความสำคัญของขั้นตอนนี้คือ การสร้างจุดยืนของไบรอันด์ ว่าต้องการให้ไบรอันด์เป็นอย่างไร เติบโตไปในทิศทางไหน



มีจุดยืนและภาพลักษณ์อย่างไร และมีคุณค่าเป็นอย่างไร เพื่อใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของแบรนด์

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity Creation) คือ การนำลักษณะพื้นฐานต่างๆที่มีนำมาประกอบกันเป็นแบรนด์อัตลักษณ์ของแบรนด์เป็นเสมือนลักษณะเฉพาะเป็นแก่นแท้ของแบรนด์ ที่ไม่ว่าจะผ่านกาลเวลานานเท่าใด รูปลักษณ์ภายนอกจะเปลี่ยนแปลงหรือเป็นไปอย่างไรก็ตาม แต่แก่นของแบรนด์จะยังคงอยู่ อัตลักษณ์ของแบรนด์ เช่น การสร้าง รูปแบบของโลโก้ (Logo) การคิดคำสโลแกน (Slogan) ล้วนเกิดจากองค์ประกอบและแก่นแท้ของแบรนด์อัตลักษณ์ของแบรนด์ที่ดีจะต้องช่วยเสริมสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับแบรนด์และผู้บริโภคจะต้องเริ่มจากการกำหนดอัตลักษณ์หลักซึ่งจะ เป็นส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงแก่นของแบรนด์ซึ่งสามารถช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อแบรนด์นั้นๆได้

ขั้นตอนที่ 4 การทำงานในระดับปฏิบัติการที่จะนำเสนอข้อมูลต่างๆ

(Brand Building Implementation)ที่ได้จากขั้นตอนของการออกแบบ ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า และดำเนินการสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อมานำเสนอให้แก่ผู้บริโภคโดยผ่านกลยุทธ์การตลาด และกิจกรรมการตลาดต่างๆ ตัวอย่างการทำงานในระดับปฏิบัติการ เช่น การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Awareness) การสร้างโอกาสแก่ผู้บริโภครับรู้ถึงแบรนด์ (Accessibility) การสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์ของแบรนด์ต่อผู้บริโภค (Emotional Connection) และการสร้างความต่างที่มีนัยสำคัญของแบรนด์ (Relevant Differentiation) ให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในความรู้สึกของผู้บริโภค เป็นต้น

(Sonuka, 2009) กล่าวว่า แนวคิด ของ Young & Rubicam ที่ว่า Brand AssetValuator:BAVเป็นเครื่องมือในการวัดการรับรู้ต่อตราสินค้าของผู้บริโภคนั้นมีหลายปัจจัย เช่น

1. Difference คือ การสร้างความแตกต่างผ่านตัวสินค้าหรือบริการ โดยระบุว่า การให้ประสบการณ์กับผู้บริโภคนั้นมีผลต่อการสร้างมูลค่าของแบรนด์ ยิ่งให้ประสบการณ์ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญมากเท่าไร ยิ่งทำให้แบรนด์นั้นมีโอกาสมีมูลค่า หรือมีโอกาสในการตั้งราคาได้สูงมากขึ้นเท่านั้น

2. Knowledge คือ คนที่มีรู้จักแบรนด์มีคนที่หลงรักแบรนด์ ถึงขั้นเป็นสาวกหรือแฟนคลับการสร้างชุมชนของคนที่รักแบรนด์นั้นจึงเป็นอีกหนึ่งวิธีในการเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์โดยที่ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์นั้นจะถูกเผยแพร่ออกไปผ่านผู้บริโภคกันเองโดยไม่ใช่เจ้าของแบรนด์เป็นผู้สื่อสาร

(สุรสิทธิ์, 2544) กล่าวว่า เมื่อเริ่มคิดแบบและวางรูปแบบ ของการออกแบบ องค์ประกอบ ต่างๆของการออกแบบสามารถนำมาใช้ประกอบกันเป็นสิ่งที่ช่วยให้มีจุดยืนในการเริ่มต้นออกแบบ และเพิ่มความหลากหลายของการออกแบบ เช่น

สี (Color) สีเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการออกแบบที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากสีมี ผลต่ออารมณ์และความรู้สึกสีจะทำให้เกิดความดึงดูดความสนใจและบ่งบอกความรู้สึกของสิ่ง ต่างๆต้องพิจารณาก่อนว่าต้องใช้สีที่ทำให้เกิดผลลักษณะแบบใดและเหมาะกับวัตถุประสงค์ใด ก่อนจะเลือกใช้สีการใช้สีในการออกแบบเพื่อการสื่อสารควรมีองค์ประกอบดังนี้

- 1.สามารถจะดึงดูดสายตาให้เกิดความสนใจ
- 2.ช่วยสร้างอารมณ์ ความรู้สึก
- 3.สามารถจัดองค์ประกอบของงานรวมกลุ่มกันหรือจะแยกมันออกจากกันได้ด้วยการ เลือกใช้

การเลือกสีที่ต่างกันออกไป เช่น

- 1.ช่วยผสมผสานและทำให้ภาพเกิดความสมดุล
- 2.ใช้เน้นข้อความสำคัญหรือหัวเรื่อง

ข้อมูลด้านจิตวิทยาของสี

สีแต่ละสีแต่ละเฉดจะสื่อถึงความหมายและความรู้สึกที่แตกต่างกันด้วยหลัก ดังกล่าวจึงได้เกิดการศึกษาของนักจิตวิทยาและเกิดการนำไปใช้ที่หลากหลาย สีมีพลังที่สามารถ กระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ดูได้ดี นักออกแบบจึงมักใช้สีเพื่อชักจูงให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ ต่างๆตามต้องการโดยทั่วไปสีที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ตื่นเต้น เ้าใจ และสี ที่จัดอยู่วรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ยิ่งกว่านั้น สีแต่ละสียังมีลักษณะเฉพาะตัวที่มี การนำไปใช้ในลักษณะที่ต่างกันได้มาก เช่น

สีแดง เป็นสีที่มีความร้อนแรง สื่อถึงความรวดเร็ว สีแดงจะให้ความรู้สึกการมี พละกำลัง ความก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็ว นอกจากนี้สีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรัก

สีเขียวและสีน้ำเงิน เป็นสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกับ คือ รู้สึกผ่อนคลาย สงบ แต่ให้ ความรู้สึกสดชื่น มีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ

สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างสีสูงที่สุด ให้ความรู้สึกโปร่งเบา ละเอียดย่อน บริสุทธิ์ ความดี หมายถึง การยอมแพ้ ความเศร้าโศก การพลัดพราก

สีส้ม เป็นสีของแสงแดดอบอุ่น สีส้มจึงหมายถึงความกระตือรือร้น ความหลงใหล ความสุข ความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่น ความสำเร็จ การให้กำลังใจ และความเป็นมิตร

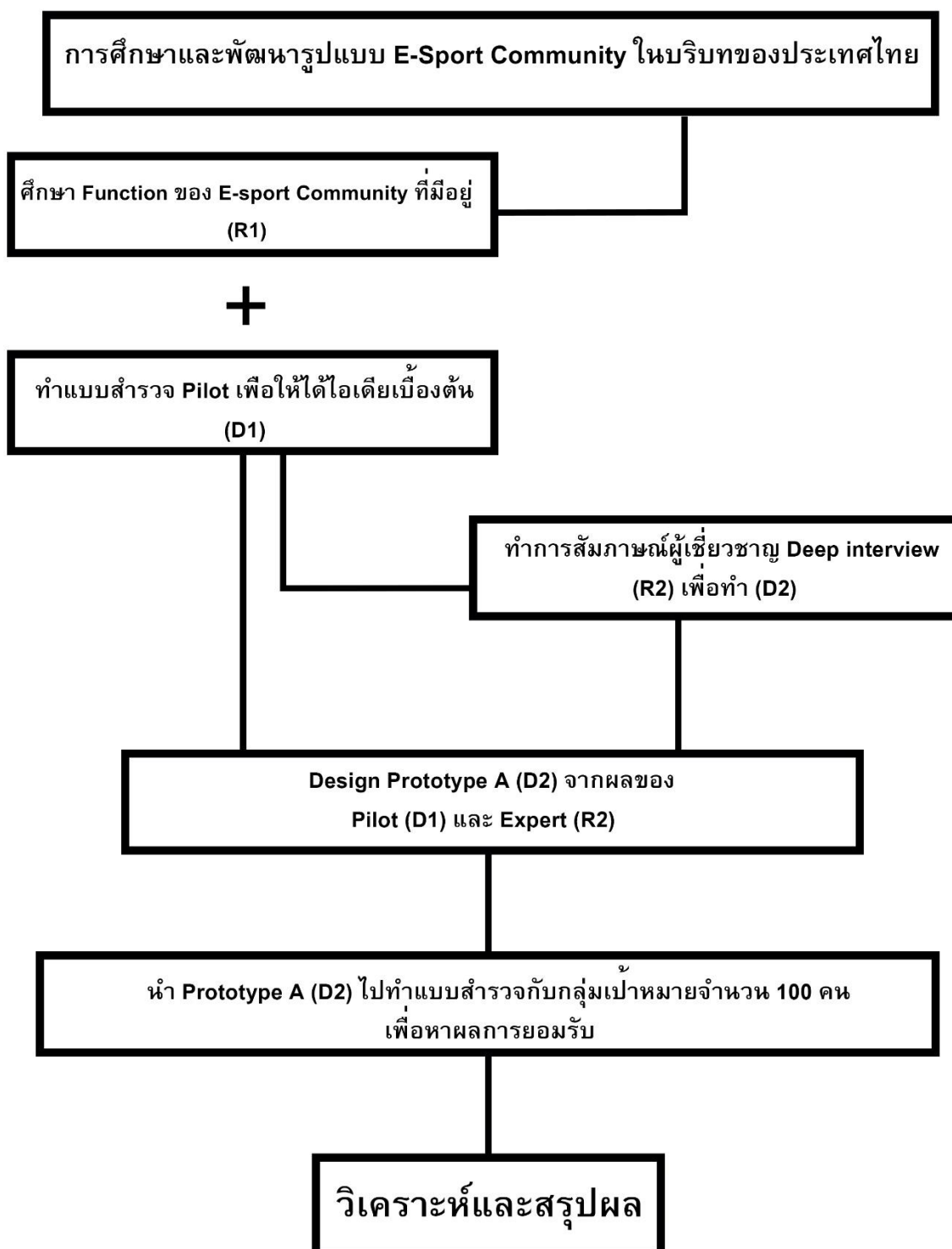


สีฟ้า เป็นสีของท้องฟ้า เป็นสัญลักษณ์ของสิ่งใหม่ๆ สถิติปัญญา ความฉลาด ความไว้วางใจ ถือเป็นสีที่มีประโยชน์ต่อจิตใจ ก่อให้เกิดความผ่อนคลาย ความสดใส และปลอดภัย สีฟ้าจึงนิยมใช้กับแบรนด์เกี่ยวกับไอที และเทคโนโลยีระดับสูง

สีชมพู : เป็นสีที่สื่อถึง ความเป็นวัยรุ่น ความเป็นต้นตำรับ ความสุข ความสนุก ความอบอุ่น ความกระตือรือร้น

(Osterwalder A. and Pigneur Y., 2010) กล่าวว่า Business model canvas นั้นเป็นเครื่องมือที่ดีและเหมาะสมในการใช้งานเพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ (Service) โดยจะทำให้เรามองธุรกิจของตนเองได้อย่างทะลุปรุโปร่ง และทำให้ทีมงานของธุรกิจรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่การระดมความคิดเพื่อแก้ปัญหาได้รวดเร็วและตรงจุด เพราะเรามองเห็นจุดเด่นจุดด้อยของตัวเองได้ผ่านการทำ business model canvas ที่จับทุกอย่างไว้ในแผ่นผืนผ้าผืนเดียวกันโดย การวิเคราะห์Businessmodel canvas ประกอบด้วย

1. Key Partner กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา
2. Key Activity กิจกรรมหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ
3. Key Resource ทรัพยากรหลักให้การดำเนินธุรกิจ
4. Value Proposition สินค้าของเรานำเสนอ “คุณค่า” อะไรให้กับลูกค้าเรา
5. Customer Segments ใครคือลูกค้าเรา
6. Customer Relationship ความสัมพันธ์ของเรากับลูกค้า
7. Channels ช่องทางการขายสินค้าและการสื่อสารกับลูกค้า
8. Cost Structure โครงสร้างของต้นทุนและค่าใช้จ่าย
9. Revenue Stream รายได้ของธุรกิจมาจากช่องทางใดบ้าง



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยงานวิจัยการศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-Sport Community ในบริบทของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการบริการและสร้าง E-Sport Community ที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเล่น E-Sport ในประเทศไทยและทดลองจัดตั้ง Community ขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์กับวงการ E-Sport ไทยจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาปัจจัยด้านการออกแบบบริการที่มีผลต่อการยอมรับและใช้บริการ E-Sport Community

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot(D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น
2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2
3. Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2)
4. นำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ

**ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น**

ผู้วิจัยได้ทำการนำ E-sport Community ที่มีอยู่ในปัจจุบันที่มีให้บริการอยู่มาศึกษาวิเคราะห์และคัดกรองเอา Function ที่เด่นของแต่ละ E-sport Community ตัวอย่างมาเพื่อนำไปทำแบบสอบถาม Pilot กับผู้ใช้งานว่า Function ที่ผู้วิจัยทำการคัดกรองมานั้นตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานจริงหรือไม่ ดังนี้

1. ศึกษาชาแนลที่ E-sport Community เพื่อศึกษาว่าจุดเด่นของชาแนลมีอะไรบ้างที่ก่อให้เกิด E-sport Community และแต่ละตรงไหนที่จะสามารถนำไปพัฒนาต่อได้บ้าง
2. คัดกรอง E-sport Community เด่นๆออกมาและศึกษาว่ามี Function ใดบ้างที่ดีและสามารถนำไปต่อยอดได้
3. จัดทำแบบสอบถาม Pilot ผ่านทาง Google Form เพื่อสำรวจว่า Function ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา คัดกรองและใส่เพิ่มเติมไปนั้นตอบสนองความต้องการ และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้จริงๆ

### คำถามที่ใช้ในการทำ PILOT

1. ถ้ามี E-sport Community ที่มี Function คือ
  - 1.1. การเปิดพื้นที่ให้พูดคุยและจัด meeting
  - 1.2. มีพื้นที่ให้สามารถมาฝึกซ้อมแบบทีมได้
  - 1.3. ระบบ tracking score ให้กับสมาชิก
  - 1.4. การจัดแข่งขัน E-sport มีการจัด
  - 1.5. Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกมคุณเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร?
2. ใน Function ทั้งหมดที่กล่าวมาคุณชอบอันไหนเป็นพิเศษ? เพราะอะไร?
3. ถ้า Community สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนของกันได้อย่างไม่มีคนกลาง คุณคิดว่าจะมีผลกระทบด้านดีและเสียต่อ Community อย่างไร?
4. ถ้าหากมี E-sport Community แบบที่คุณต้องการตามที่กล่าวมาข้างต้น จะใช้บริการหรือไม่? และคิดว่าจะใช้บ่อยแค่ไหน?
5. คุณอยากให้ E-sport Community เป็นอย่างไร? (อิสระ)

### ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2 ประชากร

สัมภาษณ์ นายสันติ โหลทอง ประธาน สมาคม E-Sport แห่งประเทศไทย  
 สัมภาษณ์ นักกีฬา E-sport นายอานนท์ ดันติโชคอนันต์นักกีฬาทีม MiTH  
 สัมภาษณ์ E-sport Steamer นายกันต์ อ่อนศรี สตรีมเมอร์เจ้าของเพจ ZealotsX

### เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการ E-sport ในปัจจุบัน โดยมีทั้งผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐได้รับการยอมรับในระดับประเทศ เช่น นายกสมาคม ผู้ที่มีอาชีพและใช้งาน E-sport ในการประกอบอาชีพเป็นหลัก เช่น นักกีฬา นักแข่ง และผู้ที่ต้องใช้งาน E-sport Community ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย เช่น สตรีมเมอร์ เนื่องจากมีประสบการณ์และคาดว่าจะได้รับความคิดเห็นที่ตรงกับเป้าหมายของงานวิจัยขึ้นนี้

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามที่เน้นไปที่การออกความเห็นจากผลของ Pilot เพื่อประเมินผลระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผลของ Pilot

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญทางด้าน E-sport ว่า Function ที่ผู้วิจัยสำรวจมาจากผลของ Pilot นั้นตอบสนองความต้องการของวงการ E-sport ของประเทศไทยได้ดีหรือไม่และมีส่วนไหนที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำเพิ่มเติมบ้าง ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับ E-sport และ E-sport Community

- 1 คิดว่าการสร้าง Community สำคัญกับสังคม E-sport อย่างไร มากน้อยแค่ไหน
- 2 คิดว่า E-sport Community มีส่วนช่วยยกระดับวงการ E-sport ในไทยมากน้อยแค่ไหน
- 3 คิดว่า E-sport Community ที่มีองค์ประกอบดังนี้
  - 3.1. มีการจัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันในโลกความจริง
  - 3.2. มีการจัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอใน community เพื่อให้พัฒนาตัวเองและเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน
  - 3.3. มีการจัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆใน community
 มี Function ที่ครบถ้วนหรือไม่ และมีความเห็นว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไร
- 4 คิดว่าการสร้าง E-sport Community ที่มีองค์ประกอบข้างต้นจะเหมาะสมกับสังคม E-sport ในไทยหรือไม่ และสามารถพัฒนาไปในทิศทางไหนได้เพิ่มเติมอีกบ้าง

#### ส่วนที่ 2 คำถามเชิงธุรกิจ

- 1 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport สามารถสร้างมูลค่าทางใดได้บ้าง
- 2 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport Community มีคุณค่าอะไรบ้างในเชิงธุรกิจ
- 3 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport Community ที่มีองค์ประกอบข้างต้นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวงการธุรกิจ E-sport หรือไม่

### ขั้นตอนที่ 3 Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2)

ผู้วิจัยจะทำการนำข้อมูลจากผลสำรวจการทำแบบสอบถาม Pilot ละการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อสร้าง Prototype A ให้มีความเหมาะสมกับ บริบทของสังคม E-sport ในไทย

### ขั้นตอนที่ 4 นำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ

#### ประชากร

ผู้วิจัยได้จำกัดกลุ่มประชากรให้เป็นผู้ที่ใช้บริการ E-sport และ E-sport Community อยู่แล้วจำนวน 100 คน เนื่องจากจะได้มุ่งเน้นไปที่การสำรวจความต้องการและปัจจัยการบริการใน Community ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้เล่น E-Sport โดยผู้วิจัยได้นำ Function ที่ได้คัดกรองมาแล้วสร้าง Prototype A ขึ้นและสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านทาง Google Form ว่า Function ที่คัดกรองมานั้นตอบสนองความต้องการได้ดีหรือไม่และมีส่วนไหนที่ผู้บริโภคต้องการเป็นพิเศษหรือต้องการเพิ่มเติมหรือไม่และได้ออกแบบใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการ E-sport และ E-sportCommunity เนื่องจากไม่สามารถระบุผู้ที่ใช้บริการ E-sport และ E-sport Community ได้จากจำนวนประชากรทั้งหมดจึงใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรอายุ 20-60 ปีที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครจากรายงานสถิติประชากรศาสตร์ประชากรและเคหะสำนักงานสถิติแห่งชาติ พศ. 2561 ได้ระบุจำนวนประชากรทั้งหมด 3,267,218 คนโดยมีขั้นตอนการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรหาไรยามาเน่ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยคำนวณจากประชากรซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3,267,218 คนในการวิเคราะห์หาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน จำนวนหน่วยตัวอย่าง

$N$  แทน ขนาดประชากร เท่ากับ 3,267,218 คน

$e$  แทน ความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.10

สามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้ ดังนี้

$$n = \frac{3,267,218}{1 + 3,267,218 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{3,267,218}{1 + 3,267,218(0.01)}$$

$$n = \frac{3,267,218}{1 + 32,672.18}$$

$$n = \frac{3,267,218}{32,672.18}$$

$$n \approx 100$$

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยคือผู้ที่มีความสนใจใน E-sport ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่ชัดของผู้ที่มีความสนใจได้ผู้วิจัยจึงกำหนดผู้เข้าร่วมงานวิจัยสำหรับการตอบคำถามเพื่อหาผลการยอมรับของ Phototype A โดยคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และสัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.50 ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยทั้งสิ้น 100 คนในการตอบแบบสอบถาม

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้คือ แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมเพื่อเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน E-sport ต่อ Prototype A มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการว่า Function ที่ผู้วิจัยนำเสนอมานั้นตอบสนองความต้องการได้ดีหรือไม่และมีส่วนไหนที่กลุ่มเป้าหมายต้องการเป็นพิเศษหรือต้องการเพิ่มเติมหรือไม่โดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไป

- 1.1. ชื่อ นามสกุล
- 1.2. เพศ
- 1.3. อายุ
- 1.4. การศึกษา
- 1.5. เงินเดือน

#### ส่วนที่ 2 คำถามคัดกรอง (คำถามเกี่ยวกับ E-sport)

- 2.1. เล่นเกมหรือไม่



- 2.2.เล่นเกมมานานเท่าไร
- 2.3.เล่นเกมวันละกี่ชั่วโมง
- 2.4.เล่นเกมจาก Platform ไດบ้าง
- 2.5.เล่นเกมประเภทใดบ้าง

ส่วนที่ 3 คำถามคัดกรอง (คำถามเกี่ยวกับ E-sport Community)

- 3.1. ใช้บริการ E-sport Community หรือไม่
- 3.2. ใช้บริการ E-sport Community บ่อยแค่ไหน ต่อวัน

ส่วนที่ 4 คำถามเชิงการใช้งาน E-sport Community

- 4.1. ปกติแล้วใช้บริการ E-sport Community Function ไດบ้าง (ตอบได้มากกว่า

1ข้อ)

- 4.1.1 ตามข่าวเกี่ยวกับเกม
- 4.1.2 ดูไลฟ์สตรีมโชว์การเล่นและสอนเทคนิค
- 4.1.3 ติดตามการสอนเทคนิคส่วนตัวของผู้เล่นหรือแอดมิน Community
- 4.1.4 เข้าร่วมการจัดทัวร์นาเม้นแข่งขันต่างๆ
- 4.1.5 อื่นๆ ระบุ.....

- 4.2. ถ้ามี E-sport Community ที่มีฟังก์ชันดังนี้จะสนใจใช้บริการฟังก์ชันใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

4.2.1. ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยน  
กันและมีการจัด meeting ให้

- 4.2.2. มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้

- 4.2.3. การจัดแข่งขัน E-sport

- 4.2.4. มีการจัดEventเกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม

- 4.2.5. ระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP

- 4.3. ในฟังก์ชันที่เพิ่มมาคุณสนใจข้อไหนเป็นพิเศษ?

- 4.4 ถ้าหากมี E-sport Community แบบที่กล่าวมาข้างต้น จะใช้บริการหรือไม่



## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย งานวิจัยการศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-Sport Community ในบริบทของประเทศไทยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาและพัฒนาตามขั้นตอนต่างๆ และได้ทำการสรุปผลลัพธ์ของการพัฒนาในแต่ละขั้นตอนการวิจัยไว้ ดังนี้

- 1.ผลลัพธ์ของการศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น
- 2.ผลลัพธ์ของการทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert(R2)เพื่อทำ D2
- 3.ผลลัพธ์ของการ Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และExpert(R2)
- 4.ผลลัพธ์ของการนำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ

1. ผลลัพธ์ของการศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น

1.1 จากการศึกษา E-sport Community ของช่องทางต่างๆแล้ว ผู้วิจัยพบว่า Community ส่วนมากจะอยู่ใน Facebook และ Line ซึ่งทั้ง 2 ช่องทางนั้นมีลักษณะ และคุณสมบัติที่ต่างกัน ดังนี้

ตาราง 1 ตารางแสดงผลการสำรวจคุณสมบัติของชาแนล Facebook ที่มี E-sports Community ในปัจจุบัน

|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>FB PAGE</p>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.มีการให้ข้อมูลกว้างๆของทุกเรื่องของE-sport ทั้งด้านบริษัทเกม ข้อมูลเกม และข่าวในวงการ E-sport</li> <li>2.คนมีจำนวนเยอะและไม่มีการกรอสมาชิกเนื่องจากใช้ระบบกดไลค์ และ ติดตาม</li> <li>3.ไม่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามมากนัก การตอบคอมเม้นน้อยเพราะว่าจำนวนคนเยอะคำถามมีหลากหลายมาก</li> <li>4.มี Toxic สูงตามคอมเม้นมีการถกเถียงกันของลูกเพจที่มีความเห็นต่างกัน</li> </ol>                                                                                                                                                                                                             |
| <p>FB GROUP</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Group จะเป็นเฉพาะเกมๆนั้นเลย สมาชิกจะสนใจแค่เกมนั้นๆ</li> <li>2.สามารถจำกัดจำนวนคนได้เพราะว่าสามารถตั้งเป็นprivateได้</li> <li>3.ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนได้</li> <li>4.มีการอัปเดตข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กันเนื่องจากคนในกลุ่มสามารถโพสต์อะไรก็ได้ตามกฎของแอดมิน เช่น การซื้อขายของในเกม อวดความสามารถของตัวเอง แต่ก็สามารถโพสต์หาหรือโจมตีคนอื่นได้เช่นกัน</li> <li>5 ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือและเจาะลึกกว่า เพราะว่าเป็นข้อมูลจากคนที่เล่นเกมตัวเอง</li> <li>6.เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีทั้งคู่</li> <li>7.มีToxicสูงเนื่องจากมีอิสระในการโพสต์</li> </ol> |

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าFacebookpage มีคุณสมบัติ ดังนี้

1.มีการให้ข้อมูลกว้างๆของทุกเรื่องของE-sportทั้งด้านบริษัทเกมข้อมูลเกมและข่าวในวงการE-sport2.คนมีจำนวนเยอะและไม่มีการกรอกรสมาชิกเนื่องจากใช้ระบบกดไลค์และติดตาม3.ไม่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามมากนักการตอบคอมเม้นน้อยเพราะว่าจำนวนคนเยอะคำถามมีหลากหลายมาก4.มีToxicสูงตามคอมเม้นมีการถกเถียงกันของลูกเพจที่มีความเห็นต่างกันและFacebookgroupมีคุณสมบัติ1.Groupจะเป็นเฉพาะเกมๆนั้นเลยสมาชิกจะสนใจแค่เกมนั้นๆ 2.สามารถจำกัดจำนวนคนได้เพราะว่าสามารถตั้งเป็นprivateได้3.ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนบ้างจากคำถามและแอดมินของกลุ่ม4.มีการอัปเดตข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กันเนื่องจากคนในกลุ่มสามารถโพสต์อะไรก็ได้ตามกฎหมายของแอดมินเช่นการซื้อขายของในเกมอวดความสามารถของตัวเองแต่ก็สามารถโพสต์ด่าหรือโจมตีคนอื่นได้เช่นกัน5.ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือและเจาะลึกกว่าเพราะว่าเป็นข้อมูลจากคนที่เล่นเกมๆนั้นๆเอง6.เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีได้ ทั้งคู่7.มีToxicสูงเนื่องจากมีอิสระในการโพสต์

ตาราง 2 ตารางแสดงผลการสำรวจคุณสมบัติของชาแนล LINE ที่มี E-sports Community ในปัจจุบัน

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| LINE SQUARE | <p>เป็นกลุ่มเฉพาะเกม สามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจทำให้คนมีจำนวนเยอะและไม่มีการกรอกรสมาชิก</p> <p>มีการอัปเดตข้อมูลตามคำถามของคนในชุมชน</p> <p>มีToxicคือมีคนเข้ามาลงโพสอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องทำให้ต้องมีการจัดการ</p>                                              |
| LINE GROUP  | <p>สามารถจำกัดจำนวนคนได้ระดับหนึ่งเพราะต้องมีคนชวนถึงจะเข้ากลุ่มได้</p> <p>ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนได้ง่ายกว่า</p> <p>เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกว่า สามารถจัดการแข่งขันได้ง่าย</p> <p>Toxicไม่มีเนื่องจากคนน้อยและการเข้าร่วมจะต้องมีคนในกลุ่มเป็นคนชวน</p> |

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า LINE SQUARE มีคุณสมบัติ 1.เป็นกรุ๊ปเฉพาะเกม สามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจ 2.ทำให้คนมีจำนวนเยอะและไม่มีกรการกรองสมาชิก 3.มีการอัปเดตข้อมูลตามคำถามของคนในชุมชน 4.มีToxicคือมีคนเข้ามาลงโพสอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องทำให้ต้องมีการจัดการและLINEGROUP มีคุณสมบัติ 1.สามารถจำกัดจำนวนคนได้ระดับหนึ่งเพราะต้องมีคนชวนถึงจะเข้ากรุ๊ปได้ 2.ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนได้ง่ายกว่า 3.เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกว่า 4.สามารถจัดการแข่งขันได้ง่าย 5.Toxicไม่มีเนื่องจากคนน้อยและการเข้าร่วมจะต้องมีคนในกรุ๊ปเป็นคนชวน

1.2 จากการศึกษา Function ของ E-sport Community ต่างๆแล้ว ผู้วิจัยพบว่า Function พื้นฐานที่ดีของแต่ละ Community มีคุณสมบัติที่ต่างกันดังนี้

| esport community    | CONTENT              |               |                       |                        |               | FUNCTION   |                             |           |                       |                         |       |                   |                 |
|---------------------|----------------------|---------------|-----------------------|------------------------|---------------|------------|-----------------------------|-----------|-----------------------|-------------------------|-------|-------------------|-----------------|
|                     | news                 | LIVE          | teach&tech            | tour                   | communication | Profit     |                             |           |                       |                         |       |                   |                 |
|                     | ข่าวทั่วไปในวงการเกม | ข่าวProplayer | ข่าวเกี่ยวกับตัวเกมส์ | ใช้การเล่นและสอนเทคนิค | อัปเดตข่าวสาร | การแข่งขัน | ส่วนตัวของผู้เล่นหรือแอดมิน | Proplayer | มีความต่อเนื่องของโพส | คนในชุมชนมีส่วนร่วมตลอด | TOXIC | Advertise (owner) | ชื่อ-ฉายา (all) |
| แวดวงSport          | x                    | x             | x                     |                        |               |            |                             | x         | x                     | x                       | x     | x                 |                 |
| ZOWIE e-Sports      | x                    | x             |                       |                        |               |            |                             |           | x                     | x                       | x     | x                 | x               |
| Esports Alliance    | x                    | x             | x                     | x                      |               | x          |                             |           | x                     | x                       | x     | x                 |                 |
| Neolution E-Sport   | x                    | x             | x                     | x                      | x             | x          |                             | x         | x                     | x                       | x     | x                 |                 |
| FIFA Story TH       |                      |               | x                     | x                      |               |            | x                           |           | x                     | x                       |       |                   |                 |
| FIFA 19 PS4 TH      |                      | x             | x                     |                        |               |            | x                           |           | x                     | x                       | x     |                   | x               |
| FIFA19 PS4 THAILAND |                      |               | x                     |                        |               |            | x                           |           |                       | x                       | x     |                   | x               |
| หัวร้อนfifa         |                      | x             | x                     | x                      |               |            | x                           | x         | x                     | x                       |       | x                 | x               |

ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงตารางแสดงผลการสำรวจ Function ของ E-sports Community ในปัจจุบัน

จากตารางสรุปได้ว่า Function พื้นฐานที่ดีของแต่ละ Community ที่สำรวจมาและจะนำมาใช้เพื่อพัฒนา E-sport Community ต่อ คือ

1. การให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวเกม เช่น เคลียร์ควายยังงี้ ตัวละครนี้ทำอะไรได้บ้าง
2. การ LIVE โชว์และสอนเทคนิคต่างๆ
3. การบอกเทคนิคและสอนของผู้เล่นกันเองและแอดมิน
4. มีความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ใน Community
5. มี profit ใน Community

### 1.3 จากการศึกษาข้อ 1.1 และ 1.2 ผู้วิจัยได้ทำแบบสำรวจ Pilot เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้นจากกลุ่มเป้าหมายว่า E-sport Community ที่สนใจมีคุณสมบัติ ดังนี้

เป้าหมายของแบบสอบถาม คือ

- 1.ถ้าคอมมูนิตี้ E-sport มี Function แบบนี้จะใช้บริการหรือไม่
- 2.คิดว่า Function ที่มีจะใช้งานอันไหนบ้าง
- 3.อยากได้ Function อะไรเพิ่มบ้าง
- 4.อยากให้มีการซื้อขายกันในคอมมูนิตี้หรือไม่

| ผู้ให้สัมภาษณ์ | เพศ | อายุ | จำนวนชั่วโมงที่เล่นต่อวัน | เล่นด้วยกับFunction | CONTENT                              |                                        |                       |                       |                                 | FUNCTION                      |       |                |                                                                                                          |
|----------------|-----|------|---------------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |     |      |                           |                     | Functionที่ชอบเป็นพิเศษ              |                                        |                       |                       |                                 | การซื้อขายแลกเปลี่ยนดีหรือไม่ |       | Esports Center |                                                                                                          |
|                |     |      |                           |                     | การเปิดพื้นที่ให้พูดคุยและจัดมัตติ่ง | การเปิดพื้นที่ให้สามารถมาฝึกซ้อมแบบทีม | มีระบบ tracking score | การจัดแข่งขัน Esports | มีการจัด Eventเกี่ยวกับ Esports | ดี                            | ไม่ดี | สนใจใช้บริการ  | น่าจะทดลองใช้บริการ                                                                                      |
| 1.แพรว         | ญ   | 23   | 2                         | x                   |                                      |                                        |                       | x                     |                                 |                               |       | x              | อยากให้ไม่มีToxic                                                                                        |
| 2.ต่อม         | ช   | 35   | 2                         | x                   | x                                    |                                        |                       |                       |                                 | x                             |       | x              | อยากให้มีการพูดคุยเรื่องเทคนิคในเกมส์                                                                    |
| 3.มิน          | ช   | 23   | 4                         | x                   |                                      |                                        |                       | x                     |                                 | x                             | x     | x              | เหมือนเป็นlife style mallเดินเล่นได้ ช่วยกระตุ้นวงการ                                                    |
| 4.เพชร         | ช   | 23   | 1                         | x                   |                                      |                                        |                       | x                     |                                 |                               |       | x              | เป็นสโมสที่คนเข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน                                                                   |
| 5.มิกกี้       | ช   | 46   | 6                         | x                   |                                      |                                        | x                     |                       |                                 | x                             |       | -              | -                                                                                                        |
| 6.ปอนด์        | ช   | 29   | 3                         | x                   |                                      |                                        |                       |                       | x                               |                               | x     | x              | อยากให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนกัน                                                      |
| 7.เมล          | ช   | 23   | 3                         | x                   |                                      |                                        |                       |                       | x                               |                               | x     | x              | อยากให้มีการรวมสำหรับสมาชิก                                                                              |
| 8.แชมป์        | ช   | 22   | 1.5                       | x                   |                                      | x                                      |                       |                       |                                 | x                             | x     | x              | อยากให้พื้นที่ให้เด็กได้พัฒนา ได้รับคำแนะนำอย่างเหมาะสม และเป็นพื้นที่ที่ให้เด็กมีโอกาสเติบโตในสายงานนี้ |
| 9.ปุ่น         | ช   | 42   | 6                         | x                   | x                                    |                                        |                       |                       | x                               |                               | x     | x              | มีสัมพันธ์เกี่ยวกับเกมส์                                                                                 |
| 10.เจมส์       | ช   | 21   | 7                         | x                   | x                                    |                                        |                       |                       |                                 | x                             | x     | x              | อยากให้คนในชุมชนsupportกันอยู่เสมอ                                                                       |
| 11.โบ๊ธ        | ช   | 23   | 4                         | x                   |                                      |                                        |                       | x                     |                                 | x                             |       | -              | -                                                                                                        |
| 12.เอิร์ท      | ช   | 30   | 3                         | x                   | x                                    |                                        |                       |                       |                                 |                               | x     | x              | -                                                                                                        |
| 13.นัตโตะ      | ญ   | 23   | 6                         | x                   |                                      |                                        | x                     |                       |                                 |                               | x     | x              | จุดนี้ได้เยอะ โกลี่เกี่ยวกับความสับสนต่าง                                                                |
| 14.จ๊อบ        | ช   | 22   | 3                         | x                   |                                      |                                        |                       |                       | x                               | x                             | x     | x              | อยากให้ทุกคนร่วมมือกันให้ความสนุก                                                                        |
| 15.ไอศ         | ช   | 23   | 4                         | x                   | x                                    | x                                      | x                     | x                     |                                 |                               |       | x              | ต้องดูราคา การเดินทางและบริการที่ดี                                                                      |
| 16.รดา         | ญ   | 20   | 4                         | x                   |                                      |                                        |                       |                       |                                 | x                             | x     | x              | มีหลายเขต คอยดูแลทุกประเภทเกมส์ มีระบบการจอง                                                             |
| 17.ธีรนนท์     | ช   | -    | 8                         | x                   |                                      |                                        |                       | x                     |                                 |                               | x     | x              | -                                                                                                        |
| 18.บอส         | ช   | 20   | 2                         | x                   |                                      |                                        |                       |                       | x                               |                               |       | x              | รู้สึกว่ามีคนทำหมดแล้วถ้าดีก็อยากให้มีคาเฟ่                                                              |
| 19.พรอพี       | ช   | 23   | 3                         | x                   |                                      |                                        | x                     |                       |                                 |                               | x     | x              | -                                                                                                        |

### ภาพประกอบ 3 ตารางแสดงผลการสำรวจของคำถาม Pilot

จากตารางในการทำ Pilot Test ในการทำแบบสอบถามจะเห็นว่า

1. ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับ Function ที่เสนอให้มีใน E-sport Center
2. ผู้ให้สัมภาษณ์ชอบ Function 5อย่าง เรียงจากมากไปน้อย คือ
  - 1.อยากให้มีการเปิดพื้นที่พูดคุยจัดมัตติ่ง 6คน
  - 2.อยากให้มีการจัดแข่งขัน 6คน

3. ผู้ให้สัมภาษณ์อยากให้มี Event เกี่ยวกับ E-sport 6 คน
4. ระบบ Tracking score 4 คน
5. จัดพื้นที่การฝึกซ้อมแบบทีม 2 คน
3. มองว่าการเปิดให้ซื้อขายโดยอิสระเป็นผลเสียต่อ Community
4. มีผู้สนใจใช้บริการแน่นอน 12 คน
- สนใจทดลองใช้บริการ 5 คน
- และไม่สนใจใช้บริการ 2 คน
5. มีคำแนะนำที่น่าสนใจและนำไปพัฒนาต่อได้คือ

1. การมีคาเฟ่มาผสมใน Center
  2. การแบ่ง Center เป็นเซตๆ แต่ละเกม
  3. เอา Knowhow ในด้านต่างๆ ของ E-sports มาสอนกัน
  4. การเป็น Lifestyle mall มีของเกี่ยวกับ Gamer ให้เดินซื้อ
  5. การเลือกโลเคชั่นที่เดินทางสะดวก
- สรุปได้ว่า Function ที่ควรจะทำ Phototype A คือ
1. จัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน
  2. จัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอให้พัฒนาตัวเองและเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน
  3. จัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆ

## 2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2

หลังจากที่ผู้วิจัยได้มีการสำรวจความคิดเห็น Pilot กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ได้ข้อมูลมา จึงนำข้อมูลดังกล่าวไปสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คือ

- นายสันติ โหลทอง ประธาน สมาคม E-Sport แห่งประเทศไทย  
 นายอานนท์ ตันติโชคนันต์ (MiTHSoWhaTz) นักกีฬาทีม MiTH  
 นายกันต์ อ่อนศรี E-sport Steamer เจ้าของเพจ ZealotsX

ผ่านทาง GoogleForm เพื่อนำเอาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในด้านความสำคัญในการสร้าง E-sport Community และด้าน Function ของ E-sport Community ไปต่อยอดเพื่อทำ Prototype A ต่อไป สรุปผลจากการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้

### ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับ E-sport และ E-sport Community

- 1 คิดว่าการสร้าง Community สำคัญกับสังคม E-sport อย่างไร มากน้อยแค่ไหน

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า มีความสำคัญมากๆ มีผลมากๆ โดยเฉพาะหัวหน้าชุมชนและเน้นย้ำว่า E-sport คือไลฟ์สไตล์ ไม่ใช่อุตสาหกรรมเกม แต่ E-sport Community มีพลังพอจะได้र्फอุตสาหกรรมเกม หรือสร้างมูลค่าทางการตลาดได้

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า สำคัญมากครับ เพราะวงการอีสปอร์ตในสังคมปัจจุบัน

เป็นที่ยอมรับและนิยมอย่างแพร่หลายและในฐานะนักกีฬาที่มีความสำคัญอย่างมาก เรื่องการสร้างชื่อเสียงเพื่อที่ในวงการอีสปอร์ตได้รู้จัก

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า สำคัญมากครับ เพราะ Community คือการสร้างสังคมเล็กๆ เพื่อดึงดูดสังคมภายนอกให้เข้าใจคำว่า E-sports มากขึ้น

**2 คิดว่า E-sport Community มีส่วนช่วยยกระดับวงการ E-sport ในไทยมากน้อยแค่ไหน**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า จะมีส่วนช่วยยกระดับ E-sport มากๆ ถ้าชุมชนมีศักยภาพที่ดี

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า มีส่วนช่วยมากๆ ครับ เพราะจะมีส่วนช่วยในการทำให้

คนอื่นๆ หรือคนรุ่นใหม่ได้รู้จักวงการอีสปอร์ตได้รู้ว่าอีสปอร์ตในปัจจุบันมีความนิยมสูง มีการแข่งขันกันสูงขึ้นมาในระดับประเทศหรือระดับโลก

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า มีส่วนมากครับ ไม่ว่าจะเป็นผู้เล่น ทีมต่างๆ ผู้ชม ฝ่ายจัดการแข่งขัน ฝ่ายผู้ให้บริการ หรือแม้กระทั่งผู้สนับสนุนอื่นๆ ที่จะเข้ามาทำให้ E-sport เป็นจุดสนใจได้

**3 คิดว่า E-sport Community ที่มีองค์ประกอบดังนี้**

1. มีการจัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันในโลกความจริง

2. มีการจัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอใน community เพื่อให้พัฒนาตัวเอง และเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน

3. มีการจัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆ ใน community

**มีฟังก์ชันที่ครบถ้วนหรือไม่ และมีความเห็นว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไร**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า เหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space ก็ต้องยอมรับกันในบริบททางสังคมไทย เรื่องการขโมยไอเดียต่างๆ และควรมี E-sport bars มีการนำรีเพลจากการแข่งต่างๆ มาให้ดู มีบทสัมภาษณ์ของบุคคลด้าน E-sport ต่างๆ มีกิจกรรม อีเว้นของ E-sport ให้ชม ถ้าสถานที่ที่มี ร้านกาแฟหรืออาหารต้องเน้นไปที่อาหารกาแฟมากกว่า ต้องมีคุณภาพครบทุกด้าน ถ้าเป็น Co-working space



จะตอบโจทย์ที่สุด และต้องสร้างความเป็นเอกภาพและเสริม Branding ของ Community ให้แตกต่าง

ในด้านการจัดการแข่งขันก็เหมาะสม ให้เน้นไปที่การแข่งขันเลย ใช้คำว่า ARENA ใช้ความเป็นมันต์ลึง มียอดฝีมือมาเล่น มีการแข่งขันสูงสุด แปรนสูงขึ้นไป

ในด้านการจัด Event E-sport เหมาะสม สามารถจัดงานใช้ได้หลายหลายรูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า ครอบคลุมและเหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space เพราะในปัจจุบันก็มีการเชิญนักกีฬาอีสปอร์ต หรือเหล่าเกมเมอร์มาให้ความรู้และสัมภาษณ์ให้นักศึกษาในการเรียนอีสปอร์ตเพื่อเป็นแนวทางในอนาคตให้รู้ว่าจะต้องทำอะไรจึงจะประสบความสำเร็จอย่างเขา

ในด้านการจัดการแข่งขันก็เหมาะสมเพราะการที่มีรายการจัดให้เราได้แข่งขันนั้นเพื่อชนะใจตัวเองและการได้แข่งขันในสนามแข่งจริงๆจะทำให้เรามีประสบการณ์และจะทำให้ลดความกดดันในการแข่งครั้งต่อไปประสบการณ์จะทำให้เราไปถึงการเป็นนักกีฬาและประสบความสำเร็จ

ในด้านการจัด Event E-sport เหมาะมาก เพราะการที่เราจัด Event การเปิดตัวเกมใหม่ เป็นการที่เราได้โฆษณาตัวเกม ให้คนได้รู้ว่า น่าสนใจอย่างไร ทำให้คนที่สนใจอยากเล่นได้ ข้อมูลที่ตัวเองต้องการจากการมาเยี่ยมชม Event หรือในการจัด Event ถ้ามีแข่งในงานก็จะได้ยอดคนที่เข้ามาให้ความสนใจมากขึ้นไปอีก

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า เหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space เหมาะสมแต่คิดว่ายังไม่ค่อยจำเป็นเท่าไร เนื่องจากนักกีฬาก็มีการติดต่อกันอยู่แล้วภายใน Community ผ่าน สื่อ Social Media ต่างจึงทำให้การพบปะอาจจะไม่จำเป็นมากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมาตรการของแต่ละสโมสร

ในด้านการจัดการแข่งขันเหมาะสมมากๆเป็นการเปิดโอกาสให้นักกีฬาสมัครเล่นมีส่วนร่วมในทัวร์นาเมนต์ต่างๆเนื่องจากนักกีฬาเหล่านี้จะถูกค้นพบได้ยากมาก เพราะทัวร์นาเมนต์ใหญ่จะเป็นจุดสนใจมากกว่าทำให้การจัดทัวร์นาเมนต์เล็กๆมีน้อยลง E-sport Community สามารถเข้ามาช่วยจัดการจุดเล็กๆ ตรงนี้เพื่อปลูกปั้นนักกีฬาที่มีประสิทธิภาพ จริงๆขึ้นมาได้และเนื่องจากในประเทศไทย เกม หรือ E-sport กลายเป็นจุดสนใจของคนรุ่นใหม่ จึงมีผู้เล่นที่มีฝีมือดีปะปนอยู่มากกับผู้เล่นทั่วไป การจัดการแข่งขันจะช่วยทำให้ พวกเขาเหล่านั้นสามารถแสดงฝีมือออกมาให้สโมสรใหญ่ๆ เห็นได้



ในด้านการจัด Event E-sport อาจจะยังไม่เหมาะสม เนื่องจาก Event เหล่านี้จะมี การขายสินค้าต่างๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของ E-sport ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นเด็ก และวัยรุ่นที่ยังไม่ สามารถหารายได้เองได้ ดังนั้นอาจส่งผลให้เป็นการใช้เงิน โดยไม่ได้ได้ผลตอบแทนของพวกเขา เหล่านั้น

#### **4 คิดว่าการสร้าง E-sport Community ที่มีองค์ประกอบข้างต้นจะเหมาะสมกับ สังคม E-sport ในไทยหรือไม่ และสามารถพัฒนาไปในทิศทางไหนได้เพิ่มเติมอีกบ้าง**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่าเหมาะสม การทำ Community ขึ้นมาทิศทางต้องมี ศูนย์ประชุม ที่ ประชุม สถานที่เก็บตัว พยายามให้ครบวงจรที่สุด ต้องไปต่อยอดถึงระดับชาติ อย่างองชั่น

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า เหมาะสม ในส่วนที่อยากให้ Community ช่วยกันขัดเกลา นักกีฬา ทั้งทั่วไป,สมัครเล่น,และมืออาชีพ ให้มีความเข้าใจในเรื่องของภาพลักษณ์ มารยาท และความ สุจริต ซึ่งนักกีฬา และ Community ส่วนใหญ่นั้นจะสนใจแค่ผลงาน และมีมือของนักกีฬาทำให้ลืม ในส่วนนี้ไป หากจะเป็นนักกีฬาที่ดีต้องพร้อมทั้งเรื่องของฝีมือ และนิสัย

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า เหมาะสม ในปัจจุบันเทคโนโลยี มีความพัฒนาได้รวดเร็ว และ มี ความที่มีความสามารถสร้างเทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อตอบสนองความต้องการของนักกีฬา อีสปอร์ต สามารถมีอาชีพใหม่ขึ้นมาและในปัจจุบันก็มีอาชีพนี้ขึ้นมาแล้วหลายคนอาจจะไม่รู้

#### **ส่วนที่ 2 คำถามเชิงธุรกิจ**

##### **1 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport สามารถสร้างมูลค่าทางใดได้บ้าง**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า หลายหลายมากๆ เช่น การทำเดโมสินค้าในช้อป การสอนหัดใช้ อุปกรณ์ ด้วยประสบการณ์ทดลองใช้ซอฟต์แวร์ต่างๆ จัดออกแชนแนล ขายอาหาร การทำเฟรนไชส์ต่อ

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า ทางการศึกษาฝึกฝนสมอง การสร้างรายได้ และการสร้างมิตรภาพ

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า สร้างมูลค่าให้ตัวเกม อาชีพนักแข่ง สตรีมเมอร์ และผู้จัด แคสเตอร์ พิธีกร การประกวด เยอะแยะมากมาย

##### **2 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport Community มีคุณค่าอะไรบ้างในเชิงธุรกิจ**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า เน้นเรื่องสร้างโอกาส ลดปัญหา นำมาซึ่งรายได้ การสร้างทีมให้ ประสบความสำเร็จและขายทีม เหมือนกีฬา เน้นสปอนเซอร์ การลงทุน การจ้างงานนักกีฬา ผู้ ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และนอกวงการเรื่องอื่นๆ เช่นการขายอุปกรณ์เกมต่างๆ

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า สามารถต่อการสร้างอาชีพทำงานในอนาคต สร้างอาชีพใหม่ๆ ใน ปัจจุบันมีสาขาการเรียนอีสปอร์ตแล้ว จบมาสร้างอาชีพได้หลายแบบ สร้างเกม นักพากย์ นักกีฬา โปรเกมเมอร์ สตรีมเมอร์ เป็นต้น

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า สามารถเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่าง E-sport และผู้เล่นแต่ละคน และมูลค่าทางการตลาดในการทำสื่อโฆษณา

### **3 ในความเห็นของคุณ...คิดว่า E-sport Community มีองค์ประกอบข้างต้นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวงการธุรกิจ E-sport หรือไม่**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า เพิ่มมาก ๆ ผู้ประกอบการสามารถผลักดันจุดเด่น จุดแข็ง สร้าง Service ที่พร้อม และไปเจอกับ Event ที่ยิ่งใหญ่ขึ้น ในระดับชาติ จะไปไกลกว่าเดิม เพื่อเป็นหน้าตาของประเทศชาติ และ การมีเมมเบอร์หรือสถานที่รวมตัว จะช่วยดึงดูด ดึงคนได้ สร้างความกลมเกลียวในชุมชน

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า เพิ่มอย่างมากโดยเฉพาะมูลค่าในเชิงธุรกิจในปัจจุบัน เป็นการสร้างอาชีพและในอนาคตคนเหล่านี้จะสร้างมูลค่าการเงินให้พุ่งสูงในการเงินในระดับประเทศได้อย่างมาก

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า เพิ่มแน่นอน การทำ Community นั้น ทำให้มีความน่าเชื่อถือ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพต่างๆที่สามารถทำได้และจะเกิดขึ้นในอนาคต

#### **สรุปจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน**

##### **ด้านความสำคัญในการสร้าง Community**

ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านให้ความเห็นตรงกันว่า มีความสำคัญมาก ๆ และการสร้าง Community ก็มีผลมาก ๆ โดยเฉพาะหัวหน้าชุมชนและเน้นย้ำว่า E-sport คือไลฟ์สไตล์ ไม่ใช่อุตสาหกรรมเกมแต่ E-sport Community มีพลังพอจะดึงพหุสหากรรมเกมหรือสร้างมูลค่า ทาง การตลาดได้ด้วยการอีสปอร์ตในสังคมปัจจุบันเป็นที่ยอมรับและนิยมอย่างแพร่หลายและใน ฐานะ นักกีฬาที่มีความสำคัญอย่างมากเรื่องการสร้างชื่อเสียงเพื่อที่ในวงการอีสปอร์ตได้รู้จักเพราะ Community คือการสร้างสังคมเล็กๆเพื่อดึงดูดสังคมภายนอกให้เข้าใจคำว่า E-sports มากขึ้น

##### **ด้านความสำคัญของ Function ของ E-sport Community**

ผู้เชี่ยวชาญที่ 1 คิดว่า เหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space ก็ต้องยอมรับกันในบริบททางสังคมไทย เรื่องการ ขโมยไอเดียต่างๆ และควรมี E-sport bars มีการนำรีเพลจากการแข่งต่างๆมาให้อู มีบทสัมภาษณ์ ของบุคคลด้าน E-sport ต่างๆ มีกิจกรรม อีเว้นของ E-sport ให้ชม ถ้าสถานที่ที่มี ร้านกาแฟหรือ อาหารต้องเน้นไปที่อาหารกาแฟมากกว่า ต้องมีคุณภาพครบทุกด้าน ถ้าเป็น Co-working space จะตอบโจทย์สุด และต้องสร้างความเป็นเอกภาพและเสริม Branding ของ Community ให้ แตกต่าง

ในด้านการจัดการแข่งขันก็เหมาะสม ให้เน้นไปที่การแข่งขันเลย ใช้คำว่า ARENA ใช้ความเป็นมนต์คลัง มียอดฝีมือมาเล่น มีการแข่งขันสูงสุด แปรนสูงขึ้นไป

ในด้านการจัด Event E-sport เหมาะสม สามารถจัดงานใช้ได้หลายหลายรูปแบบ

ผู้เชี่ยวชาญที่ 2 คิดว่า ครอบคลุมและเหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space เพราะในปัจจุบันก็มีการเชิญ นักกีฬาอีสปอร์ต หรือเหล่าเกมเมอร์ มาให้ความรู้ และสัมภาษณ์ให้นักศึกษาในการเรียนอีสปอร์ต เพื่อเป็นแนวทางในอนาคตให้รู้ว่าจะต้องทำอะไรจึงจะประสบความสำเร็จอย่างเขา

ในด้านการจัดการแข่งขัน ก็เหมาะสม เพราะการที่มีรายการ จัดให้เราได้แข่งขัน นั้นเพื่อชนะใจตัวเองและการได้แข่งขันในสนามแข่งจริงๆจะทำให้เราก็มึ ประสิทธิภาพและจะทำให้ลดความกดดันในการแข่งครั้งต่อไปประสิทธิภาพ จะทำให้เราไปถึงการเป็นนักกีฬาและประสบความสำเร็จ

ในด้านการจัด Event E-sport เหมาะมาก เพราะการที่เราจัด Event การเปิดตัว เกมใหม่ เป็นการที่เราได้โฆษณาตัวเกม ให้คนได้รู้ว่า น่าสนใจอย่างไร ทำให้คนที่สนใจอยากเล่นได้ ข้อมูลที่ตัวเองต้องการจากการมาเยี่ยมชม Event หรือในการจัด Event ถ้ามีแข่งในงานก็จะได้ยอด คนที่เข้ามาให้ความสนใจมากขึ้นไปอีก

ผู้เชี่ยวชาญที่ 3 คิดว่า เหมาะสม

ในด้านการจัด Sharing space เหมาะสมแต่คิดว่าอาจจะยังไม่ค่อยจำเป็น เท่าไหร่ เนื่องจากนักกีฬาก็มีการติดต่อกันอยู่แล้วภายใน Community ผ่าน สื่อ Social Media ต่าง จึงทำให้การพบปะอาจจะไม่จำเป็นมากนักทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมาตรการ ของแต่ละสโมสร

ในด้านการจัดการแข่งขัน เหมาะสมมากๆเพราะเป็นการเปิดโอกาสให้ นักกีฬาสมัครเล่นมีส่วนร่วมในทัวร์นาเมนต์ต่างๆเนื่องจากนักกีฬาเหล่านี้จะถูกค้นพบได้ยากมาก เพราะทัวร์นาเมนต์ใหญ่จะเป็นจุดสนใจมากกว่า ทำให้การจัดทัวร์นาเมนต์เล็กๆมีน้อยลง E-sportCommunity สามารถเข้ามาช่วยจัดการจุดเล็กๆ ตรงนี้เพื่อปลูกปั้นนักกีฬาที่มีประสิทธิภาพจริงๆขึ้นมาได้ และ เนื่องจากในประเทศไทย เกม หรือ E-sport กลายเป็นจุดสนใจของคนรุ่นใหม่จึงมีผู้เล่นที่มีฝีมือดีปะปนอยู่มากกับผู้เล่นทั่วไปการจัดการแข่งขันจะช่วยทำให้พวกเขาเหล่านั้นสามารถแสดงฝีมือออกมาให้สโมสรใหญ่ๆเห็นได้

ในด้านการจัด Event E-sport อาจจะยังไม่เหมาะสม เนื่องจาก Event เหล่านี้จะมีการขายสินค้าต่างๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของ E-sport ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นเด็ก และวัยรุ่นที่ยังไม่

สามารถหารายได้เองได้ ดังนั้นอาจส่งผลให้เป็นการใช้เงิน โดยไม่ได้ไตร่ตรองก่อนของพวกเขา เหล่านั้น

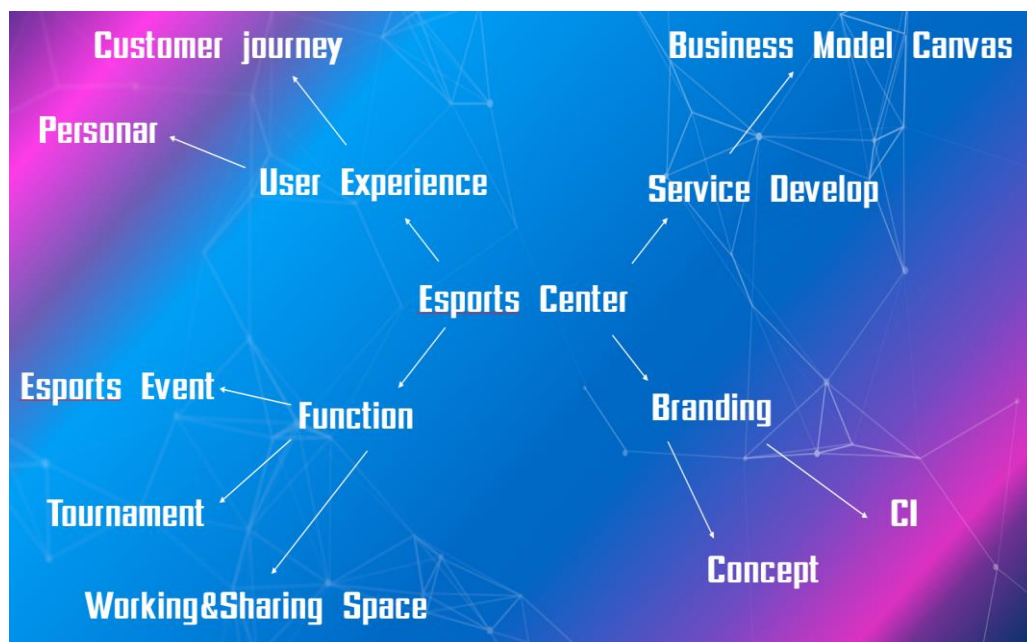
### **ด้านธุรกิจและมูลค่าทางการตลาด**

ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านให้ความเห็นตรงกันว่า E-sport นั้นมีมูลค่าทางการตลาด และธุรกิจที่หลากหลายรูปแบบมาก ๆ โดยเฉพาะกับคนในวงการและเทคโนโลยีต่างๆ ที่ยังเห็นตรง กัน อีกด้วยว่าการสร้างหรือการมีอยู่ของ E-sport Community จะช่วยเพิ่มมูลค่าของวงการ E-sport ในระดับอุตสาหกรรม

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อการสัมภาษณ์นั้นจึงสรุปได้ว่าผู้วิจัยจะทำการ สร้าง Phototype A เป็น E-sport Community แบบ Physical ขึ้นมาและนำ Function ดังกล่าว ที่ ได้สำรวจเบื้องต้นจาก Pilot และที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ไปต่อยอดใน E-sportCommunity ใน Phototype A ต่อไป

### **3.ผลลัพธ์ของการ Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2)**

จากการดำเนินการในขั้นตอนที่ 12 ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลและ DesignPrototype A ออกมาโดย ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม Pilot ออกแบบ Function หลักของ Phototype A ออกมาเป็น 3 อย่างคือ 1. จัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน โดยผู้วิจัยจะทำ Sharing Space นี้ทั้งในแบบ Physical และ Online โดยมีการจัด Working&Sharing Space ให้มีพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์กัน และมีช่องทางออนไลน์เพื่อเกิด Community มีการติดต่อกันอยู่เสมอ 2. มีการ จัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอใน Community เพื่อให้พัฒนาตัวเองและเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน ซึ่งจะมาเป็นรูปแบบของการแข่งขัน Tournament เพื่อความต่อเนื่องของการแข่งขัน 3. มีการจัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆ ใน community โดยจะมีการจัดขึ้นใน Working&Sharing Space ของ Community และจากข้อสรุปของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ว่า ควรสร้างความเป็นเอกภาพและ เสริม Branding ของ Phototype A ผู้วิจัยจะเสริม Community ด้วยการทำให้ Branding Business Model Canvas และ User Experience ดังนี้



ภาพประกอบ 4 แบบผังแสดงโครงสร้าง Phototype A

จากรูปภาพผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม Pilot ออกแบบ Function หลักของ Phototype A ออกมาเป็น 3 อย่างคือ 1. จัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน โดยผู้วิจัยจะทำ Sharing Space นี้ทั้งในแบบ Physical และ Online 2. มีการจัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอใน Community เพื่อให้พัฒนาตัวเองและเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน ซึ่งจะมาในรูปแบบของการแข่งขัน Tournament เพื่อความต่อเนื่องของการแข่งขัน 3. มีการจัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆ ใน community โดยมีการจัด Working&Sharing Space ไว้ในพื้นที่ของ Community และจากข้อสรุปของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ว่าควรสร้างความเป็นเอกภาพและ เสริม Branding ของ Phototype A ผู้วิจัยจะเสริม Community ด้วยการทำให้ Branding Business Model Canvas และ User Experience

#### Function

##### E-sport Event

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบการจัด Event ใน Phototype A ให้สามารถจัดได้ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเจ้าของ Event ให้มีตัวเลือกหลายหลาย เช่น การจัด



Event เปิดตัวเกม หรือเปิดตัวสินค้าใหม่ ที่ต้องการใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ หรือต้องรองรับคนจำนวนมาก และการจัด Event ขนาดเล็กเช่นการจัดให้ทดลองสินค้า หรืออุปกรณ์ออกใหม่ ที่ต้องการเน้นไปที่ประสบการณ์ของผู้ใช้ มากกว่าจำนวนคน โดยผู้วิจัยจะออกแบบพื้นที่ของ Working&SharingSpace ให้เหมาะสมกับ Function ที่ผู้วิจัยได้จากการวิจัยและการวิเคราะห์แบบสอบถาม Pilot รวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

### Tournament

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยจะจัดการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นใน Phototype A ทุกเดือนอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยจะเน้นไปที่การแข่งขันเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน และการหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการลงแข่งขันของกลุ่มเป้าหมาย โดยออกเป็น 2 แบบตามประเภทของเกม

1 เกมแนว Moba แข่งโดย ระบบการนำผู้สมัคร 32 ทีมโดยแบ่งกลุ่ม 8 กลุ่มละ 4 ทีม แข่งแบบเก็บแต้ม BO3 นำเอา 2 ทีมของแต่ละกลุ่มมาเพลออฟแบบ BO5 และรอบชิงแข่งแบบ BO7 และจะจัดการแข่งกันที่ Phototype A ของเราและจะมีจัดแข่งทุกเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันและชิงรางวัล โดยของรางวัลคือการได้แข่งกับทีม Proplayer ที่จะรับเชิญมาเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน

2 เกมแนว Sport แข่งโดยระบบลีกในรอบ 1 เดือนจะรับสมัคร 32 คนแข่งแบบลีก โดยการแบ่งเป็น 2 ลีก ใช้การเก็บคะแนน โดย 4 อันดับสุดท้ายจะต้องลงไปเล่นลีก 2 เพื่อเก็บคะแนนขึ้นอันดับลีกและ 4 อันดับบนของลีก 2 จะได้ขึ้นมาเล่นในลีกมาลีก 1 โดยรางวัลคือการได้แข่งขันกันกับผู้เล่นระดับ Proplayer ของไทยและต่างประเทศของเกมนั้นๆ โดย ทุกสิ้นเดือนจะมีการแข่งขันชิงถ้วยพิเศษที่นำ 4 อันดับบนของทั้ง 2 ลีกมาแข่งแบบ ทัวรนาเมนต์กันต่อโดยจะแข่งที่ร้านเพื่อให้คนอื่นได้รับชมและได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และฝึกฝนกัน

### Working&Sharing Space

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการจัดรูปแบบของ Working&Sharing Space ให้มีพื้นที่กึ่งคาเฟ่ มีอาหารและเครื่องดื่มขายในพื้นที่ และมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการให้เหล่าเกมเมอร์ได้เข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน และยังมีช่องทางออนไลน์เพื่อเกิด Community ผู้วิจัยได้ทำการ วางแผนที่ของ Working&Sharing Space ของ Phototype A ไว้ดังนี้

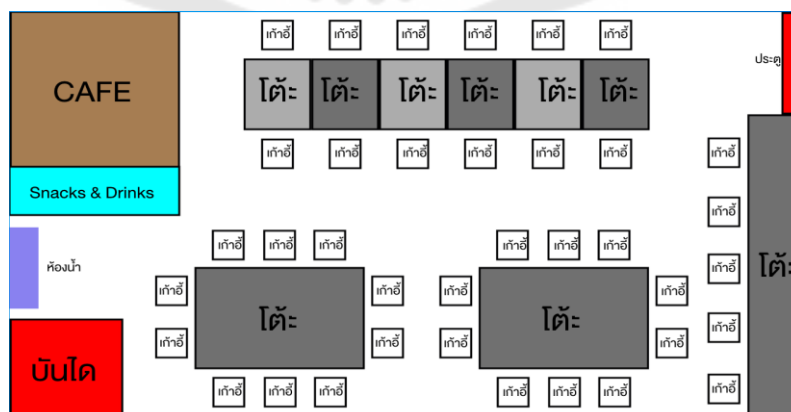
### Mood&Tone

ผู้วิจัยได้ออกแบบ Mood&Tone ของ Phototype A โดยเน้นไปที่แสงสีของไฟนีออน และการจัดโต๊ะ จัดบรรยากาศแบบ Co-Working space กึ่งคาเฟ่ให้ออกมามีบรรยากาศ ของ ความเป็น E-sport มากที่สุด โดยผสมผสานไปกับความเป็น Co-Working space กึ่งคาเฟ่ ให้ออกมามีความอบอุ่น สามารถเข้าถึงสิ่งต่างๆใน Community ได้ง่าย ดังนี้



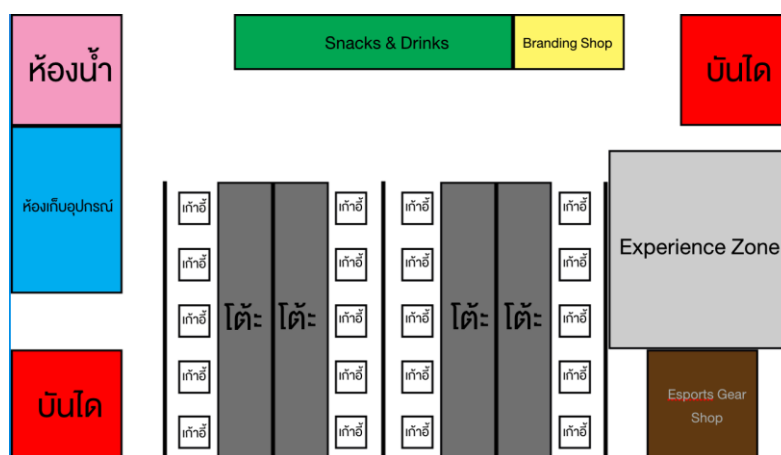
ภาพประกอบ 5 ภาพแสดง Mood&Tone ของ Phototype A

ชั้นที่ 1 เป็นโซนสำหรับนั่งพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันของเหล่าเกมเมอร์ประกอบด้วย Cafe สำหรับผู้ที่มานั่งใช้สถานที่ มีโต๊ะและเก้าอี้สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ



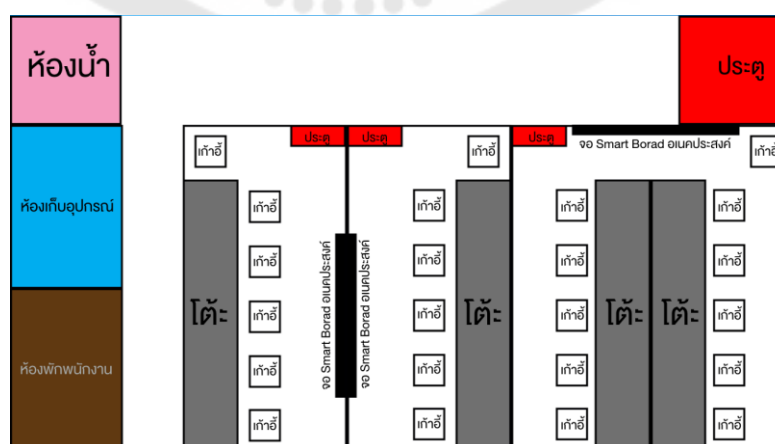
ภาพประกอบ 6 แผนที่ Phototype A ชั้นที่ 1

ชั้นที่ 2 เป็นโซนสำหรับเช่าพื้นที่เล่นเกมทั่วไปและซื้บปั้งสินค้าต่างๆ ประกอบด้วย โซนสำหรับเล่นเกมที่จะมีโต๊ะ เก้าอี้เกมมิ่งสำหรับเล่นเกมและยังมี E-sport Gear&BrandingShop สำหรับขายสินค้าเกมต่างๆและสินค้าจาก Brand ของ Community และยังมีพื้นที่สำหรับโชว์ สินค้าใหม่ ทดลองการสินค้า สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า หรือจัด Event เล็กๆได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 7 แผนที่ Phototype A ชั้นที่ 2

ชั้นที่ 3 จะเป็นที่สำหรับการจัดการแข่งขันของ Community รวมไปถึงเปิดให้สามารถเช่า เพื่อจัดการแข่งขันอื่นๆ หรือเช่าห้องเพื่อซ้อมทีมลงแข่งขัน เช่าเพื่อรับประสบการณ์แข่งขันแบบเต็มรูปแบบก็สามารถทำได้ ในห้องแข่งขันจะมีอุปกรณ์สำหรับใช้แข่งขันเกมประเภทต่างๆเต็มรูปแบบ รวมไปถึงระบบสตรีมมิ่ง และ Mini Production สำหรับถ่ายทอดสดอีกด้วย



ภาพประกอบ 8 แผนที่ Phototype A ชั้นที่ 3



## User Experience

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำหลักการทำ Persona มาออกแบบ UserExperience เพื่อวิเคราะห์ และเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย E-sport Community ได้ชัดเจนและตรงจุดมากขึ้น ดังนี้

### 1.PERSONAR

|                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ<br>เกมส์                                                                                                                                                                                                               | อายุ<br>22                                                                                                                                                      | รูป                                                                                                                                                                                                                               |  |
| <b>BACKGROUND</b><br>เป็นคนชอบเล่นเกม มีความสนใจในด้านนี้ เล่นเกมเป็นประจำและต้องการจะหาสังคมที่ดีในการเล่นเกมนี้อะไรสักอย่างเกี่ยวกับเกมนี้เล่น เพื่อพัฒนาฝีมือตัวเอง อยากมีโอกาสได้แสดงฝีมือหรือแข่งขันในเกมที่ตัวเองสนใจ |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
| <b>QUOTE</b><br>อยากเก่งขึ้น ชนะ แข่งขัน Makefriend ข้อมูล จริงจัง สอบถาม ให้ความรู้ คอมมูนิตี้ Esports ทำทาย                                                                                                               | <b>EXPERTISE</b><br>มีความรู้เรื่องเกมในระดับหนึ่ง และอยากมีความรู้เพิ่มเพื่อพัฒนาตัวเอง อาจจะมีความรู้ด้านอื่นๆที่มาแชร์และทำให้communityมีคุณภาพมากขึ้น       | <b>PERSONALITY</b><br>เป็นคนจริงจังในการเล่นเกมนี้อารมณ์ร่วมในเกม ชอบการพูดคุยแลกเปลี่ยน เข้าสังคม มีน้ำใจต่อคนรอบข้าง ชอบความท้าทาย ชอบค้นหาข้อมูลใหม่ๆวิธีเล่นเกมใหม่ๆ                                                          |                                                                                     |
| <b>MOTIVATION</b><br>ต้องการจะพัฒนาฝีมือ ต้องการวัดฝีมือ ต้องการมีสังคมที่ดีในการเล่นเกมนี้อะไรสักอย่างเกี่ยวกับเกมนี้เล่น                                                                                                  | <b>FRUSTRATION/ความข้องใจ กังวลใจ</b><br>มีข้อมูลในเกมบ้างส่วนยังไม่รู้ เทคนิควิธีเล่นใหม่ๆ อยากรู้ว่าตัวเองมีระดับไหน แข่งกับใครได้เปล่า เจอสังคมเกมที่ไม่ดีมา | <b>IDEA EXPERIENCE GOAL</b><br>การสร้างให้Communityมีความสัมพันธ์แบบพี่น้องกัน ให้มีน้ำใจกัน เห็นชุมชนเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน และมีกิจกรรมในชุมชนตลอดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทั้งการจัดแข่งขัน มีworking space ให้แลกเปลี่ยนกัน |                                                                                     |

### ภาพประกอบ 9 แผนผังการวิเคราะห์ Persona

จากรูปภาพการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายจะมี Background เป็นคนชอบเล่นเกม มีความสนใจในด้านนี้ เล่นเกมเป็นประจำ ต้องการสังคมด้านเกม ข้อมูลเกี่ยวกับเกมที่เล่น เพื่อนำมาพัฒนาฝีมือ และอยากลองลงแข่งขัน E-sport มี Quote ในใจคือ อยากเก่งขึ้น แข่งขัน ทำทาย ความรู้ E-sport เพื่อน Expertise เป็นคนมีความรู้ในด้านนี้ระดับหนึ่ง สามารถมาทำให้ Community มีคุณภาพขึ้นได้ Personality เป็นคนจริงจังในการเล่น มีอารมณ์ร่วมกับการเล่นเกม ชอบความท้าทายและการหาข้อมูลใหม่ๆ สิ่งใหม่ๆเกมใหม่ๆ Motivation คือต้องการจะพัฒนาฝีมือ ต้องการวัดฝีมือ ต้องการสร้างเพื่อนใหม่ สังคมใหม่ๆ Frustration คือ ความไม่รู้ในบางเรื่องของเกม เทคนิคการเล่นใหม่ๆ อยากรู้ระดับฝีมือตัวเองกับสังคมใหม่ๆ เคยเจอสังคมเกมที่ไม่ดีมาก่อน Idea experience goal อยากสร้าง Community ที่มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เหมือนพี่น้อง มีกิจกรรมเกิดขึ้นในชุมชนสม่ำเสมอ มีการช่วยเหลือกันใน Community และมีการจัดการแข่งขันให้ลงแข่งสม่ำเสมอ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้นำหลักการทำ Customer journey มาออกแบบ UserExperience เพื่อวิเคราะห์ และเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย E-sport Community ได้ชัดเจนและตรงจุดมากขึ้น ดังนี้



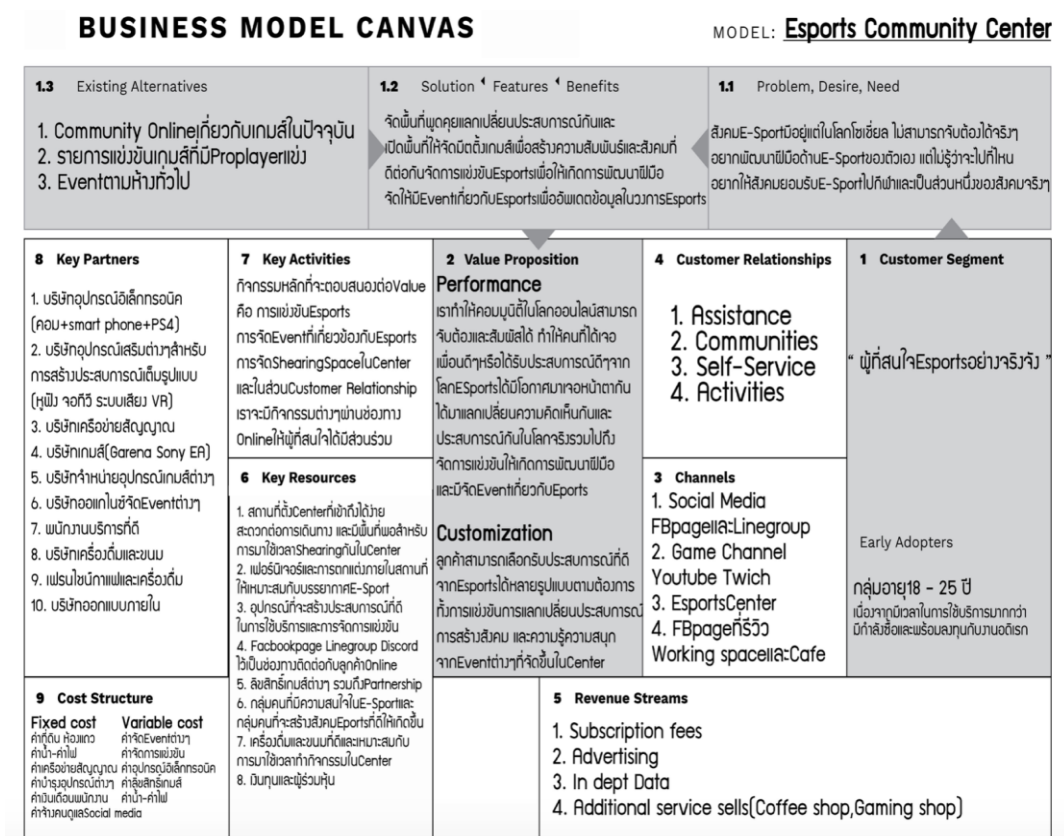
ภาพประกอบ 10 แผนผังการวิเคราะห์ Customer Journey

จากรูปภาพการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นถึงเส้นทางของกลุ่มเป้าหมายว่าการจะใช้ งาน Community Phototype A นั้นจะเริ่มต้นอย่างไรและจบอย่างไรบ้าง โดยจะเริ่มจากการรับรู้ถึง Community ผ่านทางช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารหลักของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายจะเข้ามาดู Community ในช่องทางออนไลน์และตัดสินใจที่จะทดลองไปที่ E-sportCenter เมื่อเข้ามาใน Center เราจะมีพนักงานแนะนำว่าบริการว่า Function ของ Community เรามีอะไรบ้าง เมื่อกลุ่มเป้าหมายเลือก Function ที่จะใช้บริการได้แล้วก็จะได้รับ ประสิทธิภาพที่ดี จากการรับบริการ Function ของ Community และเดินทางกลับ ถึงบ้านและใช้ ยังบริการของ Community ผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อและชักชวนเพื่อนหรือกลุ่มของกลุ่ม เป้าหมายเข้ามาใช้ บริการ Function ของ E-sport Center ต่อๆกันไป

### Business Model Canvas

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำหลักการทำ Business Model Canvas เพื่อ มาออกแบบและพัฒนา Service และ Function ของ E-sport Community และความเป็นไปได้ใน

การทำธุรกิจในอนาคตของ Phototype A เพื่อวิเคราะห์ และเพื่อให้การ Design Phototype A ครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและ ตรงจุดมากขึ้น ดังนี้



ภาพประกอบ 11 แผนผังการวิเคราะห์ Business Model Canvas

จากรูปภาพการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่า Business Model Canvas มีกลุ่มเป้าหมาย Customer Segment ที่ผู้ที่สนใจ E-sport อย่างจริงจัง เป็น Early Adopters กลุ่มอายุ 18-25 ปี เนื่องจากมีเวลาในการเข้าถึงและใช้บริการของ Community พร้อมทั้งจะลงทุนไปกับงานอดิเรก และต่อด้วยการหา Problem,Need ของกลุ่มเป้าหมายคือการที่สังคม E-sport อยู่แต่ในโลกโซเชียล ไม่สามารถจับต้องได้ อยากพัฒนาฝีมือด้าน E-sport แต่ไม่รู้จะไปไหน และมีการหา Existing Alternatives คือ การมี Community Online เกี่ยวกับเกมส์ในปัจจุบัน การที่มีรายการแข่งขันเกมส์ต่างๆ การมี Event E-sport เกิดขึ้นทั่วไป ทำให้ Solution คือ การจัดพื้นที่ให้ผู้คนแลกเปลี่ยนกัน การจัดการแข่งขัน และการจัด Event ต่างๆใน Community Value proposition คือ

Performance การที่ได้มาเจอหน้ากันจริงๆ ได้รับประสบการณ์ตรงๆ จากตัวผู้มีประสบการณ์ รวมไปถึงมีการจัดการแข่งขันให้ได้เข้าร่วม ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีกว่าปกติ Customization สามารถเลือกรับประสบการณ์ได้หลากหลายรูปแบบ ตามแต่ผู้ใช้บริการจะสนใจ มีชาแนลที่หลากหลายหลายเพื่อความต่อเนื่องของ Community ยืด Customer Relationships ด้วย Assistance มีการช่วยเหลือในเรื่องที่ผู้รับบริการต้องการ Communities มีสังคมที่ผู้รับบริการต้องการ Self-service มีการให้บริการด้วยตนเองทำให้สะดวก รวดเร็ว Activities มีกิจกรรมใน Community หลากหลายให้เลือกรับบริการ Revenuestream หาได้จาก Subscription fees, Advertising In depth Data, Additional service sells ข้อได้เปรียบ Key Resources คือ สถานที่เข้าถึงได้ง่าย ใกล้ขนส่ง สาธารณะและมีพื้นที่เพียงพอสำหรับทุกคนที่มาใช้บริการอุปกรณ์และการตกแต่งภายในของสถานที่มีความเหมาะสมกับบรรยากาศอุปกรณ์ทันสมัยและเหมาะสม มีชาแนล ติดต่อสื่อสาร สะดวก ลิขสิทธิ์และพาร์ทเนอร์ กลุ่มคนที่มีความสนใจใน E-sport เครื่องดื่มและขนมที่เหมาะสม เงินทุนและผู้ร่วมหุ้น Key activities ที่จะตอบสนอง Value ได้จากการวิเคราะห์คือ การมี Sharing space การจัดการแข่งขัน การจัดงาน Event ให้เกิดขึ้นใน Community และ Key partners คือ บริษัทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทอุปกรณ์ Gaming Gear บริษัทเครือข่ายสัญญาณ บริษัทเกม บริษัท Event พนักงานที่ดี เฟรนด์ไชส์คาเฟ่ ขนมต่างๆ Cost Structure มี Fix cost และ Variable cost ต่างๆ เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าจัด Event ค่าจัดการแข่งขันต่างๆ

### Branding

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการจัดทำ Concept และจัดทำ CI ของ Phototype A ออกมาเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย E-sport Community ได้ชัดเจนและตรงจุดมากขึ้น ดังนี้

### Concept : เราพี่น้องชาวเกมเมอร์เหมือนกัน

การที่ผู้วิจัยใช้ Concept นี้มาจากผลของแบบสอบถาม Pilot และแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและเพื่อสื่อถึงบรรยากาศใน Community ว่าจะมีการช่วยเหลือกัน แบ่งปันทุกอย่างให้กัน เวลามีปัญหาในเกมต้องการคนช่วยเหลือที่ Community เรามีพี่มีน้องคอยให้คำปรึกษาช่วยเหลืออยู่ตลอด และยังช่วยลดปัญหา Toxic ด้วยแนวคิการนำความเป็นพี่เป็นน้องมาใช้กับ Community

### Brand Personality

คาแร็คเตอร์ของ Phototype A เป็นการสื่อถึงบรรยากาศการช่วยเหลือกัน มีความเป็นกันเองใน Community ได้ความอบอุ่นเวลามีปัญหาต้องการคนช่วยเหลือที่ Center เรามีพี่มี

น้องคอยให้คำปรึกษาช่วยเหลืออยู่ตลอดและมีการแข่งขันเพื่อแลกเปลี่ยนและฝึกฝนกันในหมู่พี่น้องอยู่เสมอ

Name : GAMER RELATION

จากการวาง Concept และ Brand Personality ผู้วิจัยจึงออกแบบชื่อออกมาจาก คำจำกัดความว่า “ สถานที่ที่พี่น้องชาวเกมเมอร์มาแบ่งปันประสบการณ์และช่วยเหลือกัน ”

**GAMER RELATION**

“ สถานที่ที่พี่น้องชาวเกมเมอร์มาแบ่งปันประสบการณ์และช่วยเหลือกัน ”

ภาพประกอบ 12 รูปแสดงชื่อ Phototype A

Font : ภาษาอังกฤษ TS-Prachachon NP ภาษาไทย Mitr

**TS-Prachachon NP**

A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R  
S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i  
j k l m n o p q r  
s t u v w x y z

**Mitr**

ก ข ช ค ต ข ง จ  
ฉ ช ฌ ญ ฎ ฏ  
ท ฅ ฒ ฒ ฒ ฒ  
บ ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ  
บ ฌ ฌ ฌ ฌ ฌ  
ห พ อ ฌ

ภาพประกอบ 13 รูปแสดง Font ของ Phototype A

Color and Tone : “ GRAY & NEON ”

จากสีที่ผู้วิจัยเลือกใช้ สีโทนนีออน เนื่องจากเป็นโทนสีที่เด่นชัด ดูทันสมัย เข้ากับบรรยากาศของ E-sport ที่เป็นเทคโนโลยี และการเลือกใช้สีแทนการสื่อสารมีความหมาย ดังนี้

สีเทาเงิน : ความพรีเมียม เทคโนโลยี ไฮเทค สมัยใหม่

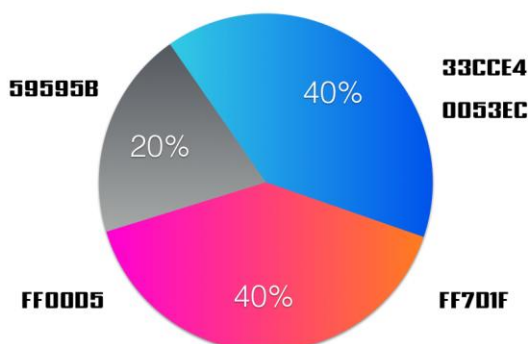
สีชมพู : วัยรุ่น ความตื่นเต้น ความสุข ความสนุก ความอบอุ่น ความกระตือรือร้น

สีส้ม : ความเป็นมิตร การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความเป็นกลุ่มก้อน ความสำเร็จ

สีฟ้า/น้ำเงิน : ความคิดสร้างสรรค์ ความก้าวหน้า เทคโนโลยี ความรู้สึกน่าเชื่อถือ

ความร่วมมือกัน การแบ่งปัน มิตรภาพ

“ GRAY & NEON ”



ภาพประกอบ 14 รูปแสดง อัตราส่วนสีของ Phototype A

Logo

จาก Concept ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบโลโก้ของ Phototype A โดย Logo จะมี Concept ชื่อว่า วงกลม 2 วงซ้อนกันแสดงถึงความกลมเกลียวความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของพี่น้องใน Community วงกลมทั้งสองวงเหมือนกับ JOYSTICK ที่มี 2 ข้างอุปกรณ์สำคัญในการเล่น เกม และตัดทอนวงกลม 2 วง นั้นให้ออกมาเป็นตัวย่อของ Community คือ “ GR ” ให้เกิดภาพจำที่ง่ายขึ้น



ภาพประกอบ 15 รูปแสดง การออกแบบ LOGO ของ Phototype A



#### 4. ผลลัพธ์ของการนำ Prototype A (D2) ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ

จากขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจาก Prototype A ออกมาทำแบบสำรวจ เพื่อหาผลการยอมรับของ Prototype A โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็น ของผู้ให้บริการว่า FUNCTION ที่ผู้วิจัยนำเสนอมานั้นตอบสนองความต้องการได้ดีหรือไม่ และมีส่วนไหนที่ผู้บริโภคต้องการเป็นพิเศษหรือต้องการเพิ่มเติมหรือไม่ โดยสรุปแบบสอบถามที่นำไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน ได้ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไป

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Prototype A จำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 74    | 74     |
| หญิง | 17    | 17     |
| LGBT | 9     | 9      |

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่ามีเพศชายตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 74 เพศหญิงตอบแบบสอบถามจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 17 และLGBT ตอบคำถามจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 9

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Prototype A จำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 4 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย

| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 25 ปี | 30    | 30     |
| 25-30 ปี      | 38    | 38     |
| 31-40 ปี      | 24    | 24     |
| 41-50 ปี      | 8     | 8      |
| 51 ปีขึ้นไป   | 0     | 0      |



จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายอายุต่ำกว่า 25 ปี ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 30 กลุ่มเป้าหมายอายุ 25-30 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 38 กลุ่มเป้าหมายอายุ 31-40 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 24 กลุ่มเป้าหมายอายุ 41-50 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 8

**จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้**

ตาราง 5 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย

| วุฒิการศึกษา     | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่ามัธยม     | 0     | 0      |
| มัธยมต้น         | 0     | 0      |
| มัธยมปลาย        | 25    | 25     |
| ปริญญาตรี        | 72    | 72     |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 3     | 3      |

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายวุฒิต่ำกว่ามัธยมและวุฒิมัธยมต้นตอบแบบสอบถามเลยคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายวุฒิมัธยมปลายตอบคำถามจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มเป้าหมายวุฒิปริญญาตรีจำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 72 มีกลุ่มเป้าหมายวุฒิสสูงกว่าปริญญาตรีตอบแบบสอบถามจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3

**จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามเงินเดือนของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้**

ตาราง 6 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเงินเดือนของกลุ่มเป้าหมาย

| เงินเดือน    | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า10000 | 0     | 0      |
| 10000-15000  | 22    | 22     |
| 15000-25000  | 57    | 57     |
| 25000-35000  | 13    | 13     |
| สูงกว่า35000 | 8     | 8      |

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือนต่ำกว่า 10000 ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 10000-15000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 22 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 15000-25000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 57 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 25000-35000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 13 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือนมากกว่า 35000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 8

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ E-sport

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามการเล่นเกมของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 7 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการเล่นเกมของกลุ่มเป้าหมาย

| เล่นเกมหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| เล่น           | 100   | 100    |
| ไม่เล่น        | 0     | 0      |

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เล่นเกมคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายเล่นเกม 100 คนคิดเป็นร้อยละ 100

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามระยะเวลาในการเล่นเกมนของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 8 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามระยะเวลาการเล่นเกมนของกลุ่มเป้าหมาย

| ระยะเวลาเล่นเกม | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 1 ปี    | 0     | 0      |
| 1-2 ปี          | 12    | 12     |
| 2-3 ปี          | 20    | 20     |
| 3-4 ปี          | 25    | 25     |
| มากกว่า 4 ปี    | 43    | 43     |

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมต่ำกว่า 1 ปีตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 1-2 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 2-3 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 20 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 3-4 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมากกว่า 4 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 43

**จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามเวลาการเล่นเกมต่อวันของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้**

ตาราง 9 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเวลาการเล่นเกมต่อวันของกลุ่มเป้าหมาย

| เวลาเล่นเกมต่อวัน | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง | 0     | 0      |
| 1-2 ชั่วโมง       | 19    | 19     |
| 2-3 ชั่วโมง       | 41    | 41     |
| 3-4 ชั่วโมง       | 34    | 34     |
| มากกว่า 4 ชั่วโมง | 6     | 6      |

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 1-2 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 19 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 2-3 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 41 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 3-4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 34 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6

**จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตาม Platform การเล่นเกม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้**

ตาราง 10 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตาม Platform การเล่นเกม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย

| Platform                     | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| PC                           | 84    | 41.58  |
| Mobile                       | 70    | 34.65  |
| Console(PS4,Nintendo Switch) | 48    | 23.76  |

จากตารางที่ 10 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม PC ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 41.58 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Mobile ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 34.65 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Console ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 23.76

**จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามประเภทเกมที่เล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คน ได้ดังนี้**

ตาราง 11 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามประเภทเกมที่เล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย

| ประเภทเกม  | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|-------|--------|
| FPS        | 82    | 31.06  |
| MOBA       | 79    | 29.92  |
| City Build | 26    | 9.85   |
| MMORPG     | 42    | 15.91  |
| Open World | 35    | 13.26  |

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม FPS ตอบแบบสอบถามจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 31.06 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม MOBA ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 29.92 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม MMORPG ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 15.91 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Open World ตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 13.26 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม City Build ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 9.85

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ E-sport Community

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามการใช้บริการ E-sport Community หรือไม่ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 12 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้บริการ E-sport Community หรือไม่ของกลุ่มเป้าหมาย

| ใช้บริการ E-sport Community หรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| ใช้บริการ                           | 100   | 100    |
| ไม่ใช้บริการ                        | 0     | 0      |

จากตารางที่ 12 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช้บริการ E-sport Community คิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ E-sport Community 100 คนคิดเป็นร้อยละ 100

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามเวลาการใช้งาน E-sport Community ต่อวันของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 13 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามเวลาการใช้งาน E-sport Community ต่อวันของกลุ่มเป้าหมาย

| เวลาการใช้งาน E-sport Community ต่อวัน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง                      | 24    | 24     |
| 1-2 ชั่วโมง                            | 39    | 39     |
| 2-3 ชั่วโมง                            | 35    | 35     |
| 3-4 ชั่วโมง                            | 2     | 2      |
| มากกว่า 4 ชั่วโมง                      | 0     | 0      |

จากตารางที่ 13 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถาม 24 คนคิดเป็นร้อยละ 24 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 1-2 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 2-3 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 35 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 3-4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2 และไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน คิดเป็นร้อยละ 0

#### ส่วนที่ 4 คำถามเชิงการใช้งาน E-sport Community

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลกรยอมรับ Phototype A จำแนกตามการใช้งาน E-sport Community Function ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 14 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้งาน E-sport Community Function ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย

| Function                                      | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|-------|--------|
| ตามข่าวเกี่ยวกับเกม                           | 76    | 22.55  |
| คู่มือสไตรีมชีวิการเล่นและสอนเทคนิค           | 88    | 26.11  |
| ติดตามการสอนเทคนิคส่วนตัวของผู้เล่นหรือแอดมิน | 51    | 15.13  |
| เข้าร่วมการจัดทัวร์นาเมนต์แข่งขันต่างๆ        | 34    | 10.09  |
| อื่นๆ ระบุ ใช้เพื่อพูดคุยกับเพื่อนในเกม       | 23    | 6.82   |
| อื่นๆ ระบุ ใช้เพื่อหาเพื่อนเล่นเกมด้วย        | 48    | 14.24  |
| อื่นๆ ระบุ ใช้เพื่อขายของในเกม                | 17    | 5.04   |

จากตารางที่ 14 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ Function ตามข่าวเกี่ยวกับเกม ตอบแบบสอบถามจำนวน 76 คนคิดเป็นร้อยละ 22.55 มีกลุ่มเป้าหมายที่คู่มือสไตรีมชีวิ การเล่นและสอนเทคนิคตอบแบบสอบถามจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.11 มีกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามการสอนเทคนิคส่วนตัวของผู้เล่นหรือแอดมิน ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 15.13 มีกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการจัดทัวร์นาเมนต์แข่งขันต่างๆ ตอบแบบสอบถามจำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 10.09 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุปได้ว่า ใช้เพื่อพูดคุยกับเพื่อนในเกมตอบ

แบบสอบถามจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 6.82 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุปได้ว่า ใช้เพื่อหาเพื่อนเล่นเกมด้วยตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 14.24 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุปได้ว่า ใช้เพื่อขายของในเกมด้วยตอบแบบสอบถามจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 5.04

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามความสนใจในการใช้งาน Function ของ E-sport Community ที่มี Function หลักของ Phototype A อยู่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 15 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามการใช้งาน E-sport Community Function ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ของกลุ่มเป้าหมาย

| Function                                                                              | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้ | 68    | 22.01  |
| มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้                                                           | 43    | 13.92  |
| การจัดแข่งขัน E-sport                                                                 | 87    | 28.16  |
| มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม                | 79    | 25.57  |
| ระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP                                          | 32    | 10.36  |

จากตารางที่ 15 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายสนใจที่ใช้ Function ให้ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้ตอบแบบสอบถามจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 22.01 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.92 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการจัดแข่งขัน E-sport ตอบแบบสอบถามจำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 28.16 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 25.57 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 10.36



จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามความสนใจเป็นพิเศษใน Function ของ E-sport Community ที่มี Function หลักของ Phototype A อยู่ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 16 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามความสนใจเป็นพิเศษใน Function ของ E-sportCommunity ที่มี Function หลักของ Phototype A อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย

| Function                                                                              | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้ | 22    | 22     |
| มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้                                                           | 14    | 14     |
| การจัดแข่งขัน E-sport                                                                 | 29    | 29     |
| มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม                                      | 26    | 26     |
| จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม                                                                 |       |        |
| ระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP                                          | 9     | 9      |

จากตารางที่ 16 สรุปได้ว่ามีกลุ่มเป้าหมายสนใจที่ใช้ Function ให้ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 22 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 14 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการแข่งขัน E-sport เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 29 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 26 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 9

จากการทำแบบสอบถามเพื่อหาผลการยอมรับ Phototype A จำแนกตามถ้าหากมี E-sport Community แบบที่กล่าวมาข้างต้น จะใช้บริการหรือไม่ของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Form จำนวน 100 คนได้ดังนี้

ตาราง 17 ตารางแสดงผลข้อมูลโดยจำแนกตามถ้าหากมี E-sport Community แบบที่กล่าวมาข้างต้น จะใช้บริการหรือไม่ของกลุ่มเป้าหมาย

| จะใช้บริการ E-sport Community<br>ที่กล่าวมาข้างต้นหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------|-------|--------|
| ใช้บริการ                                                 | 98    | 98     |
| ไม่ใช้บริการ                                              | 2     | 2      |

จากตารางที่ 17 สรุปได้ว่าไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช้บริการ E-sport Community ที่กล่าวมาข้างต้น คิดเป็นร้อยละ 2 และมีกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้บริการ E-sport Community



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-Sport Community ในบริบทของประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นหน้าสำคัญของ E-sport Community ในบริบทประเทศไทย ว่าในสังคม E-sport ของไทยการการมี Community สำคัญมากน้อยเพียงใด และยังเป็นการค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ E-sport Community ในประเทศไทยเพื่อนำผลวิเคราะห์มาออกแบบและต่อยอด เพื่อพัฒนาการบริการและ Function เพื่อสร้าง E-SportCommunity ที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเล่น E-Sport ในประเทศไทยและเพื่อทดลองจัดตั้ง Community ที่มีการใส่ Function ตามที่ทำการวิจัยมาขึ้นเพื่อทดลองหาผลการยอมรับและหวังว่าผลงานวิจัยในครั้งนี้จะสร้างมาถสร้างประโยชน์กับวงการ E-Sport ไทยทั้งในแง่ของการพัฒนาสังคม E-sport Community ในประเทศไทยและในแง่ของการสร้างอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย ตลอดจนในแง่ของการทำธุรกิจ เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจหรือสร้างงาน สร้างรายได้จาก E-sport โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงดังนี้ 1.เพื่อศึกษาความต้องการของ E-Sport Community ในปัจจุบัน 1.1 เพื่อให้ทราบถึงการมีอยู่ และความต้องการ E-Sport Community ของไทย 2. เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการใน E-Sport Community เพื่อออกแบบ E-Sport Community 2.1 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยของ E-Sport Community 2.2 เพื่อทดลองสร้าง E-Sport Community ขึ้นมา 2.3 เพื่อเป็นต้นแบบ การผลักดันและพัฒนา E-Sport Community ในไทย ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จัดทำการศึกษาตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2561 ถึง พฤษภาคม 2564 โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยรวมถึงการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาปัจจัยด้านการออกแบบบริการที่มีผลต่อการยอมรับและ ใช้บริการ E-Sport Community ผู้วิจัยจึงได้วางแผนที่จะพัฒนา E-Sport Community เพื่อสร้าง E-Sport Community ที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเล่น E-Sport ในประเทศไทยตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. ศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่และทำแบบสำรวจ Pilot เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 2. ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert เพื่อทำ D1 หรือ Prototype A

ขั้นตอนที่ 3. Design Prototype A จากผลของ Pilot และ Expert

ขั้นตอนที่ 4. นำ Prototype A ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหาผลการยอมรับ

สามารถสรุปผลการดำเนินงานวิจัยโดยแบ่งหัวข้อสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

- 1 สรุปผลการวิจัย
- 2 อภิปรายผลการวิจัย
- 3 ข้อเสนอแนะ

### สรุปผลวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาปัจจัยด้านการออกแบบบริการที่มีผลต่อการยอมรับและใช้บริการ E-Sport Community ผู้วิจัยจึงได้วางแผนที่จะพัฒนา E-Sport Community เพื่อสร้าง E-Sport Community ที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเล่น E-Sport ในประเทศไทยตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. ศึกษา Function ของ E-sport Community ที่มีอยู่ (R1) และทำแบบสำรวจ Pilot (D1) เพื่อให้ได้ไอเดียเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ทำการนำ E-sport Community ที่มีอยู่ในปัจจุบันที่มีให้บริการอยู่มาศึกษา วิเคราะห์และคัดกรองเอา Function ที่เด่นของแต่ละ E-sport Community ตัวอย่างมาเพื่อนำไปทำแบบสอบถาม Pilot กับผู้ใช้งานว่า Function ที่ผู้วิจัยทำการคัดกรองมานั้นตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานจริงหรือไม่ ตามขั้นตอน โดยผู้วิจัยดำเนินการศึกษาหาแหล่งที่มี E-sport Community เพื่อศึกษาว่าจุดเด่นของชาแนลมีอะไรบ้างที่ก่อให้เกิด E-sport Community และแต่ละตรงไหนที่จะสามารถนำไปพัฒนาต่อได้บ้าง จากขั้นตอนดังกล่าวผู้วิจัยจึงทำการสรุปได้ว่า ชาแนลเด่นๆของ E-sport Community ในประเทศไทยมีอยู่ 2 ที่คือ Facebook และ Line โดยผู้วิจัยได้ทำการจำแนกดังนี้ ช่องทาง Facebook มี

Facebook page มีคุณสมบัติ 1.มีการให้ข้อมูลกว้างๆของทุกเรื่องของ E-sport ทั้งด้านบริษัทเกม ข้อมูลเกม และข่าวในวงการ E-sport 2.คนมีจำนวนเยอะและไม่มีการกรองสมาชิกเนื่องจากใช้ระบบกดไลค์และติดตาม 3.ไม่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามมากนักการตอบคอมเมนต์น้อยเพราะว่าจำนวนคนเยอะคำถามมีหลากหลายมาก 4.มี Toxic สูงตามคอมเมนต์ มีการเถียงกันของลูกเพจที่มีความเห็นต่างกันและ

Facebook group มีคุณสมบัติ 1.Groupจะเป็นเฉพาะเกมๆนั้นเลยสมาชิกจะสนใจแค่เกมๆนั้นๆ 2.สามารถจำกัดจำนวนคนได้เพราะว่าสามารถตั้งเป็นPrivateได้ 3.ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนบ้างจากคำถามและแอดมินของกรุ๊ป 4.มีการอัปเดตข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กันเนื่องจากคนในกรุ๊ปสามารถโพสอะไรก็ได้ตามกฎหมายของแอดมินเช่นการซื้อขายของใน

เกม, อดความสามารถของตัวเองแต่ก็สามารถโพสต์หรือโจมตีคนอื่นได้เช่นกัน 5. ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือและเจาะลึกกว่าเพราะว่าเป็นข้อมูลจากคนที่เล่นเกมจริงๆ 6. เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีได้ ทั้งคู่ 7. มี Toxic สูงเนื่องจากมีอิสระในการโพสต์ และช่องทาง Line มี

LINE SQUARE มีคุณสมบัติ 1. เป็นกลุ่มเฉพาะเกมสามารถเลือกเข้าร่วมได้ ตามความสนใจ 2. ทำให้คนมีจำนวน เยอะและไม่มีการกรองสมาชิก 3. มีการอัปเดตข้อมูลตาม คำถามของคนในชุมชน 4. มี Toxic คือมีคนเข้ามาลงโพสต์อื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้อง ทำให้ต้องมีการจัดการและ LINE GROUP มีคุณสมบัติ 1. สามารถจำกัดจำนวนคนได้ ระดับนี้เพราะต้องมีคนจนถึงจะเข้ากลุ่มได้ 2. ทำให้คนมีจำนวนพอเหมาะและสามารถคัดกรองคนได้ง่ายกว่า 3. เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกว่า 4. สามารถจัดการแข่งขันได้ง่าย 5. Toxic ไม่มีเนื่องจากคนน้อยและการเข้าร่วม จะต้องมีคนในกลุ่มเป็นคนชวน ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการคัดกรอง E-sport Community เด่นๆออกมาและศึกษาว่ามี Function ใดบ้างที่ดีและสามารถนำไปต่อยอดได้ จากการค้นคว้าผู้วิจัยสรุปได้ว่า Function พื้นฐานที่ดีของแต่ละ Community ที่สำรวจมาและจะนำมาใช้เพื่อพัฒนา E-sport Community ต่อก็คือ 1. การให้ข่าวสารเกี่ยวกับ ตัวเกม เช่น เคลียร์ควายังไง ตัวละครนี้ทำอะไรได้บ้าง 2. การ LIVE โชว์และสอนเทคนิคต่างๆ 3. การบอกเทคนิคและสอนของผู้เล่นกันเองและแอดมิน 4. มีความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ใน Community 5. มี Profit ใน Community และผู้วิจัยได้ทำการจัดทำแบบสอบถาม Pilot ผ่านทาง Google Form เพื่อสำรวจว่า Function ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคัดกรองและใส่เพิ่มเติมไปนั้นตอบสนองความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้จริงๆ โดยผู้วิจัยสรุปได้จากการทำ Pilot Test ในการทำแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับ Function ที่เสนอให้มีใน E-sport Center ผู้ให้สัมภาษณ์ชอบ Function 5 อย่าง เรียงจากมากไปน้อยคือ

อยากให้มีการเปิดพื้นที่พูดคุยจัดมีตติ้ง 6คน อยากให้มีการจัดแข่งขัน 6คน ผู้ให้สัมภาษณ์อยากให้มี Event เกี่ยวกับ E-sport 6คน ระบบ Tracking score 4คน จัดพื้นที่การฝึกซ้อมแบบทีม 2คน มองว่าการเปิดให้ซื้อขายโดยอิสระเป็นผลเสียต่อ Community มีผู้สนใจใช้บริการแน่นอน 12คน สนใจทดลองใช้บริการ 5คน และไม่สนใจใช้บริการ 2คน มีคำแนะนำที่น่าสนใจและนำไปพัฒนาต่อได้คือ

การมีคาเฟ่มาผสมใน Center การเป็น Lifestyle mall มีของเกี่ยวกับ Gamer ให้เดินซื้อ การเลือกโลเคชั่นที่เดินทางสะดวก จึงสรุปได้ว่า Function ที่ควรจะไปทำ Phototype A คือ

1. จัด Sharing space ให้เหล่าเกมเมอร์ได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน 2. จัดการแข่งขันที่สม่ำเสมอ ให้พัฒนาตัวเองและเพิ่มประสบการณ์ในการแข่งขัน 3. จัดงาน Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น งานเปิดตัวเกมและอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ Deep interview กับ Expert (R2) เพื่อทำ D2หลังจากที่ผู้วิจัยได้มีการสำรวจความคิดเห็น Pilot กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ได้ข้อมูลมา จึงนำข้อมูลดังกล่าวไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเชิง E-sport community ส่วนที่ 2 คำถามเชิงธุรกิจ ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า ในคำถามส่วนที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เห็นด้วยว่าการสร้าง Community สำคัญกับสังคม E-sport อย่างมาก โดยมีความเห็นเพิ่มเติมว่า E-sport คือไลฟ์สไตล์ไม่ใช่อุตสาหกรรมเกม แต่ E-sport Community มีพลังพอจะใคร่ฟูลุสหากรรรมเกม หรือสร้างมูลค่าทางการตลาดได้

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เห็นด้วยว่า การสร้าง E-sport Community มีส่วนช่วยยกระดับวงการ E-sport ในประเทศไทยและเห็นด้วยกับ Function ทั้ง 3 อย่างที่ผู้วิจัยได้จากการทำแบบสอบถาม Pilot โดยมีคำแนะนำเพิ่มเติมว่าด้าน Sharing Space ถ้าสถานที่ที่มีร้านกาแฟหรืออาหารต้อง เน้นไปที่อาหารกาแฟมากกว่า ต้องมีคุณภาพครบทุกด้าน ถ้าเป็น Co-working space จะตอบโจทย์สุด และต้องสร้างความเป็นเอกภาพและเสริม Branding ของ Community ให้แตกต่าง ด้านการแข่งขันเป็นการเปิดโอกาสให้นักกีฬาสมัครเล่นมี ส่วนร่วมในทัวร์นาเมนต์ต่างๆ เนื่องจากนักกีฬาเหล่านี้จะถูกค้นพบได้ยากมาก เพราะทัวร์นาเมนต์ใหญ่จะเป็นจุดสนใจมากกว่า ทำให้การจัดทัวร์นาเมนต์เล็กๆมีน้อยลง E-sport Community สามารถเข้ามาช่วยจัดการจุดเล็กๆตรงนี้เพื่อปลูกปั้นนักกีฬาที่มีประสิทธิภาพ จริงๆขึ้นมาได้ ด้านการจัด Event ในการจัด Event ถ้ามีแข่ง ในงานก็จะได้ยอดคนที่เข้ามาให้ความสนใจมากขึ้นไปอีก และผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านเห็นด้วยว่าการสร้าง E-sport Community ที่มี Function ตามที่สัมภาษณ์นั้นเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย โดยเพิ่มเติมว่า ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความพัฒนาได้รวดเร็ว และมีความที่มีความสามารถสร้างเทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักกีฬา อีสปอร์ตสามารถมีอาชีพใหม่ขึ้นมา ในคำถามส่วนที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมุมมองที่ค่อนข้างจะใกล้เคียงกัน โดยสรุปได้ว่า E-sport Community นั้นมีมูลค่าและมีความสำคัญกับวงการ สังคม รวมไปถึงระดับอุตสาหกรรมของ E-sport ในประเทศไทยและยังระบุอีกว่า E-sport community ที่มี Function ข้างต้นนั้นสามารถช่วงเพิ่มมูลค่าให้กับ E-sport ในเชิงธุรกิจและยกระดับอุตสาหกรรม E-sport ในประเทศไทยได้

ขั้นตอนที่ 3 Design Prototype A (D2) จากผลของ Pilot (D1) และ Expert (R2)

ผู้วิจัยได้ทำการ Design Phototype A โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1 Function 2 UserExperience 3 Business Model Canvas 4 Branding ดังนี้

1 Function สรุปได้ว่า



E-sport Event จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการ ออกแบบการจัด Event ใน Phototype A ให้สามารถจัดได้ทั้งขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเจ้าของ Event ให้มีตัวเลือกหลายหลาย เช่น การจัด Event เปิดตัวเกม หรือเปิดตัวสินค้าใหม่ ที่ต้องการใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ หรือต้องรองรับคนจำนวนมาก และการจัด Event ขนาดเล็กเช่นการจัดให้ทดลองสินค้าหรืออุปกรณ์ออกใหม่ ที่ต้องการเน้นไปที่ ประสิทธิภาพของผู้ใช้มากกว่าจำนวนคนโดยผู้วิจัยจะออกแบบพื้นที่ของ Working&SharingSpace ให้เหมาะสมกับ Function ที่ผู้วิจัยได้จากการวิจัยและการวิเคราะห์แบบสอบถาม Pilot รวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

Tournament จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจะจัดการ แข่งขันที่จะเกิดขึ้นใน Phototype A ทุกเดือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยจะเน้นไปที่การแข่งขันเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันและการหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการลงแข่งขันของกลุ่มเป้าหมาย

#### Working&Sharing Space

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการ จัดรูปแบบของ Working&Sharing Space ให้มีพื้นที่กึ่งคาเฟ่ มีอาหารและเครื่องดื่มขายในพื้นที่ และมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการให้เหล่าเกมเมอร์ได้เข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันและยังมีช่องทางออนไลน์เพื่อเกิด Community

#### 2 User Experience

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำหลักการที่ (วิทวัส, 2545) ได้กล่าวไว้เรื่องบุคลิกภาพและประสบการณ์ของแบรนด์เพื่อทำ Persona มาออกแบบ User Experience เพื่อวิเคราะห์ และเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้ โดยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายจะมี Background เป็นคนชอบเล่นเกม มีความสนใจในด้านนี้ เล่นเกมเป็นประจำ ต้องการสังคมด้านเกม ข้อมูลเกี่ยวกับเกมที่เล่น เพื่อนำมาพัฒนาฝีมือ และอยากลงแข่ง E-sport มี Quote ในใจคือ อยากเก่งขึ้น แข่งขัน ทำทาย ความรู้ E-sport เพื่อน Expertise เป็นคนมีความรู้ในด้านนี้ระดับหนึ่ง สามารถมาทำให้ Community มีคุณภาพขึ้นได้ Personality เป็นคนจริงจังในการเล่น มีอารมณ์ร่วมกับการเล่นเกม ชอบความท้าทายและการหาข้อมูลใหม่ๆ สิ่งใหม่ๆ เกมใหม่ๆ Motivation คือต้องการจะพัฒนาฝีมือ ต้องการวัดฝีมือ ต้องการสร้างเพื่อนใหม่ สังคมใหม่ๆ Frustration คือ ความไม่รู้ในบางเรื่องของเกม เทคนิคการเล่นใหม่ๆ อยากรู้ระดับฝีมือตัวเองกับสังคมใหม่ๆ เคยเจอสังคมเกมที่ไม่ดีมาก่อน Idea experience goal อยากสร้าง Community ที่มี



พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เหมือนพี่น้อง มีกิจกรรมเกิดขึ้นในชุมชนสม่ำเสมอ มีการช่วยเหลือกันใน Community และมีการจัดการแข่งขัน ให้ลงแข่งสม่ำเสมอ และผู้วิจัยได้นำหลักการทำ Customer journey มาออกแบบ User Experience เพื่อวิเคราะห์และเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้สรุปได้ดังนี้ การจะใช้งาน Community Phototype A นั้น จะเริ่มต้นอย่างไรและจบโดยจะเริ่มจากการรับรู้ถึง Community ผ่านทางช่องทาง ออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารหลัก ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเป้าหมายจะเข้ามาดู Community ในช่องทางออนไลน์และตัดสินใจที่จะทดลองไปที่ E-sport Center เมื่อเข้ามาใน Center เราจะมีพนักงานแนะนำว่าบริการว่า Function ของ Community เรามีอะไรบ้างเมื่อกลุ่มเป้าหมายเลือก Function ที่ จะใช้บริการได้แล้วก็จะได้รับประสบการณ์ที่ดี จากการรับบริการ Function ของ Community และเดินทางกลับถึงบ้านและใช้ยังบริการของ Community ผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อและชักชวนเพื่อนหรือกลุ่มของกลุ่มเป้าหมาย เข้ามาใช้บริการ Function ของ E-sport Center ต่อๆกันไป

### 3 Business Model Canvas

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำหลักการทำ Business Model Canvas ของ (Osterwalder A. and Pigneur Y., 2010) มาออกแบบ เพื่อวิเคราะห์ และเพื่อให้การ Design Phototype A ในครั้งนี้ โดยสรุปได้ดังนี้ Business Model Canvas มีกลุ่มเป้าหมาย Customer Segment ที่ผู้สนใจ E-sport อย่างจริงจัง เป็น Early Adopters กลุ่มอายุ 18-25 ปี เนื่องจากมีเวลาในการเข้าถึงและใช้บริการของ Community พร้อมทั้งจะลงทุนไปกับงานอดิเรกและต่อยอดด้วยการหา Problem, Need ของกลุ่มเป้าหมายคือการที่สังคม E-sport อยู่แต่ในโลกโซเชียล ไม่สามารถจับต้องได้ อยากพัฒนาฝีมือด้าน E-sport แต่ไม่รู้จะไปที่ไหน และมีการหา Existing Alternatives คือ การมี Community Online เกี่ยวกับเกมในปัจจุบัน การที่มีรายการแข่งขันเกมต่างๆ การมี Event E-sport เกิดขึ้นทั่วไป ทำให้ Solution คือ การจัดพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกัน การจัดการแข่งขัน และการจัด Event ต่างๆใน Community Value proposition คือ Performance การที่ได้มาเจอกันกันจริงๆ ได้รับประสบการณ์ตรงๆจากตัวผู้มีประสบการณ์ รวมไปถึงมีการจัดการแข่งขันให้ได้เข้าร่วม ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีกว่าปกติ Customization สามารถเลือกรับประสบการณ์ได้หลากหลายรูปแบบตามแต่ผู้ใช้บริการจะสนใจมี ชาแนลที่หลากหลายเพื่อความต่อเนื่องของ Community ยืด Customer Relationships ด้วย Assistance มีการช่วยเหลือในเรื่องที่ผู้รับบริการต้องการ Communities มีสังคมที่ผู้รับบริการต้องการ Self-service มีการให้บริการด้วยตนเองทำให้สะดวก รวดเร็ว Activities มีกิจกรรมใน Community หลากหลายและมากมายมากๆ ให้เลือกรับบริการ Revenue stream หาได้จาก

Subscription fees, Advertising in depth, Data, Additional service sells ข้อได้เปรียบ  
Key Resources คือ สถานที่เข้าถึงได้ง่ายใกล้ขนส่งสาธารณะและมีพื้นที่เพียงพอสำหรับทุกคน  
ที่มาใช้บริการ อุปกรณ์และการตกแต่งภายในของสถานที่ที่มีความเหมาะสมกับบรรยากาศ อุปกรณ์  
ทันสมัยและเหมาะสม มีชาแนลติดต่อสื่อสารสะดวก ลิขสิทธิ์และพาร์ทเนอร์ กลุ่มคนที่มีความ  
สนใจใน E-sport เครื่องดื่มและขนมที่เหมาะสม เงินทุนและผู้ร่วมหุ้น Key activities ที่จะ  
ตอบสนอง Value ได้จากการวิเคราะห์คือการมี Sharing space การจัดการแข่งขัน การจัดงาน  
Event ให้เกิดขึ้นใน Community และ Key partners คือ บริษัทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัท  
อุปกรณ์ Gaming Gear บริษัทเครือข่ายสัญญาณ บริษัทเกม บริษัท Event พนักงานที่ดี เฟรนไชส์  
คาเฟ่ ขนมต่างๆ Cost Structure มี Fix cost และ Variable cost ต่างๆ เช่นค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำค่า  
ไฟ ค่าจัด Event ค่าจัดการแข่งขันต่างๆ

#### 4 Branding

จากผลการวิจัยและแบบสอบถามรวมถึงการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการ  
จัดทำ Concept และจัดทำ CI ของ Phototype A ออกมาตามหลักการที่ (ศรีภิญญา, 2547) ได้  
กล่าวไว้เรื่องการสร้างแบรนด์และ (สุรสิทธิ์, 2544) กล่าวเรื่องการใช้สีในการแบบ เพื่อให้การ Design  
Phototype A ในครั้งนี้สรุปได้ดังนี้

Concept : เราพี่น้องชาวเกมเมอร์เหมือนกัน สื่อถึงบรรยากาศใน Community ว่าจะมีการ  
ช่วยเหลือกัน แบ่งปันทุกอย่างให้กันเวลามีปัญหาในเกมต้องการความช่วยเหลือที่ Community เรา  
มีพี่มีน้องคอย ให้คำปรึกษาช่วยเหลืออยู่ตลอดและยังช่วยลดปัญหา Toxic ด้วยแนวความคิดการนำ  
ความเป็นพี่เป็นน้อง มาใช้กับ Community

Brand Personality : คาแร็คเตอร์ของ Phototype A เป็นการสื่อถึงบรรยากาศ การ  
ช่วยเหลือกัน มีความเป็นกันเองใน Community ได้ความอบอุ่นเวลามีปัญหา ต้องการความช่วยเหลือ  
ที่ Center เรามีพี่มีน้องคอยให้คำปรึกษาช่วยเหลืออยู่ตลอด และมีการแข่งขันเพื่อแลกเปลี่ยนและ  
ฝึกฝนกันในหมู่ พี่น้องอยู่เสมอ

Name : GAMER RELATION จากการวาง Concept และ Brand Personality ผู้วิจัยจึง  
ออกแบบชื่อออกมาจากคำจำกัดความว่าสถานที่ที่พี่น้องชาวเกมเมอร์มาแบ่งปันประสบการณ์และ  
ช่วยเหลือกัน

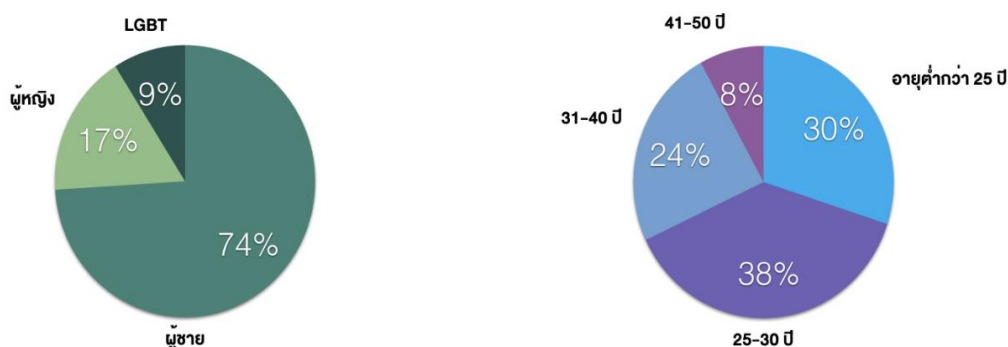
Font : ภาษาอังกฤษ TS-Prachachon NP ภาษาไทย Mitr

Color and Tone : “ GRAY & NEON ” จากสีที่ผู้วิจัยเลือกใช้ สีโทนนีออน เนื่องจากเป็น  
โทนสีที่เด่นชัด ดูทันสมัย เข้ากับบรรยากาศของ E-sport ที่เป็นเทคโนโลยี

Logo : มี Concept ชื่อว่า วงกลม 2 วงซ้อนกันแสดงถึงความกลมเกลียว ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของพี่น้องใน Community เกิดเป็นเส้น 2 เส้นที่ทับกันเปรียบเหมือน การจับมือ กันและวงกลมทั้งสองวงเหมือนกับ JOYSTICK ที่มี 2 ข้างอุปกรณ์สำคัญในการเล่นเกม แสดงให้ เห็นถึงการให้ความสำคัญกับเหล่าเกมเมอร์ทุกคนและตัดทอนวงกลม 2 วงนั้นให้ออกมา เป็นตัว ย่อ ของ Community คือ “ GR ” ให้เกิดภาพจำที่ง่ายขึ้น

ขั้นตอนที่ 4. นำ Prototype A ไปทำแบบสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คนเพื่อหา ผลการยอมรับ

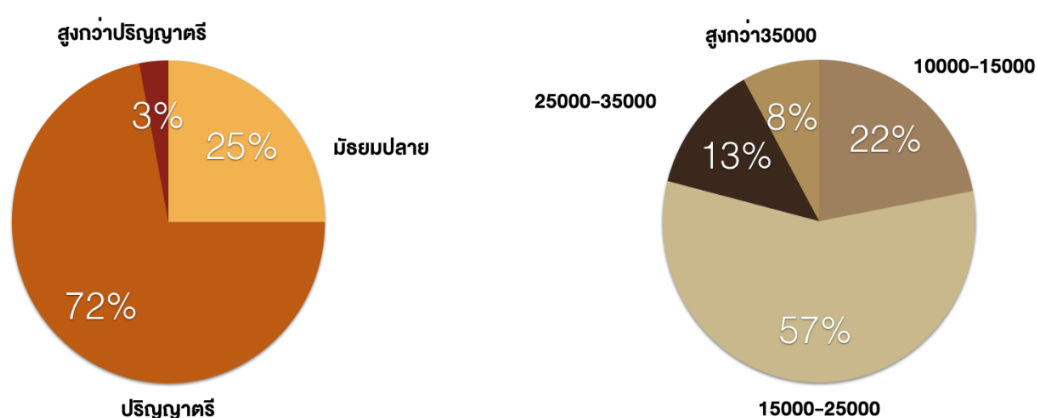
ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจาก Phototype A ออกมาทำแบบสำรวจเพื่อหาผลการยอมรับของ Phototype A โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการว่า FUNCTION ที่ผู้วิจัย นำเสนอนั้นตอบสนองความต้องการได้ดีหรือไม่และมีส่วนไหนที่ผู้ใช้บริการต้องการเป็นพิเศษหรือ ต้องการ เพิ่มเติมหรือไม่ โดยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศชายตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 74 เพศหญิงตอบแบบสอบถามจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 17 และLGBTตอบ คำถามจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 9 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คนคิดเป็น ร้อยละ 30 กลุ่มเป้าหมายอายุ 25-30 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 38 กลุ่มเป้าหมายอายุ 31-40 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 24 กลุ่มเป้าหมาย อายุ 41-50 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 8 ไม่มีกลุ่มเป้าหมายอายุ 51 ปีขึ้นไป ตอบแบบสอบถามเลยคิดเป็นร้อยละ 0



ภาพประกอบ 16 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 1 และ 2

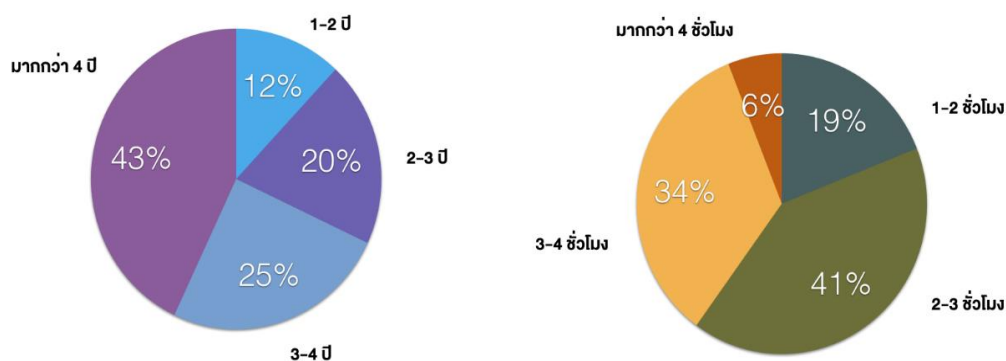
ไม่มีผู้มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมและวุฒิมัธยมต้นตอบแบบสอบถามเลยคิดเป็นร้อยละ 0 มี กลุ่มเป้าหมายวุฒิมัธยมปลายตอบคำถามจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มเป้าหมายวุฒิ ปริญญาตรีจำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 72 มีกลุ่มเป้าหมายวุฒิสสูงกว่าปริญญาตรีตอบ

แบบสอบถามจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3 เงินเดือนต่ำกว่า 10000 ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 10000-15000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 22 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 15000-25000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 57 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือน 25000-35000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 13 มีกลุ่มเป้าหมายเงินเดือนมากกว่า 35000 ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 8



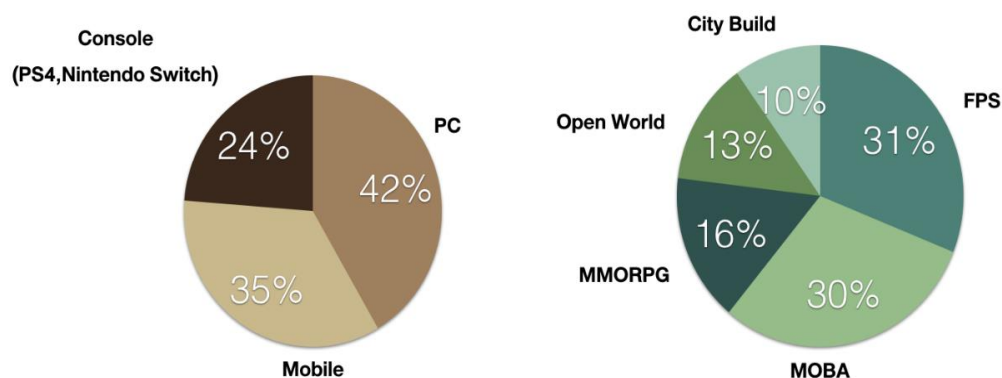
ภาพประกอบ 17 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 3 และ 4

ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เล่นเกมคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายเล่นเกม 100 คนคิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมต่ำกว่า 1 ปีตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 1-2 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 2-3 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 20 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมา 3-4 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมากกว่า 4 ปีตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 43 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 1-2 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 19 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 2-3 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 41 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม 3-4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 34 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกมมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6



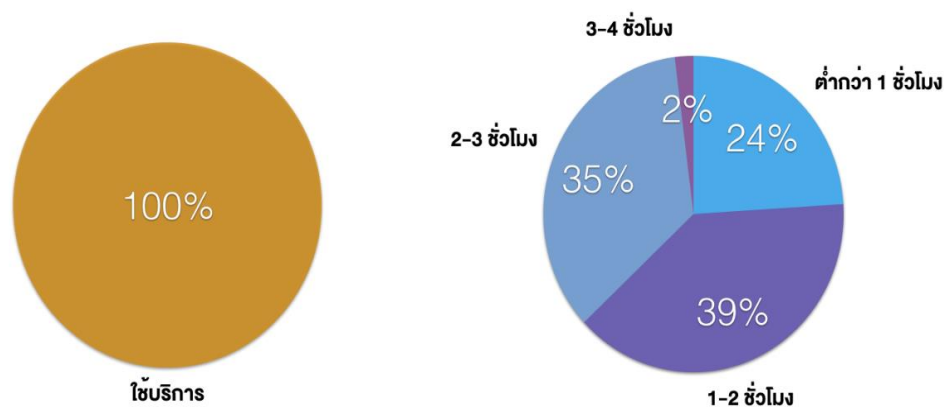
ภาพประกอบ 18 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 5 และ 6

มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม PC ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 41.58 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Mobile ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 34.65 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Console ตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 23.76 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม FPS ตอบแบบสอบถามจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 31.06 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม MOBA ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 29.92 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม MMORPG ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 15.91 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม Open World ตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 13.26 มีกลุ่มเป้าหมายที่เล่นเกม City Build ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 9.85



ภาพประกอบ 19 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 7 และ 8

ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช้บริการ E-sport Community คิดเป็นร้อยละ 0 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ E-sport Community 100 คนคิดเป็นร้อยละ 100 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sportCommunity ต่ำกว่า1ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถาม 24 คนคิดเป็นร้อยละ 24 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 1-2 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ39 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 2-3 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ35 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community 3-4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ2 และไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวันตอบแบบสอบถามจำนวน คิดเป็นร้อยละ 0

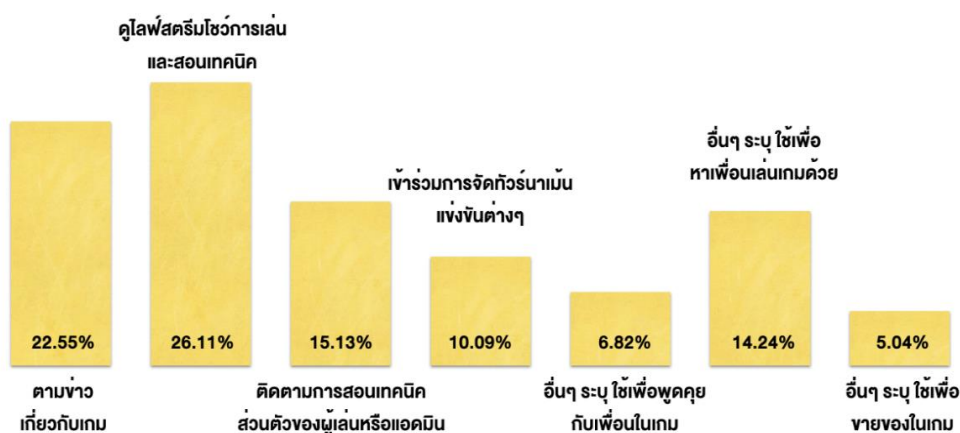


ภาพประกอบ 20 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 9 และ 10

มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ Function ตามข่าวเกี่ยวกับเกม ตอบแบบสอบถามจำนวน 76 คนคิดเป็นร้อยละ22.55 มีกลุ่มเป้าหมายที่ดูไลฟ์สตรีมโชว์การเล่นและสอนเทคนิคตอบแบบสอบถามจำนวน88 คนคิดเป็นร้อยละ26.11 มีกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามการสอนเทคนิคส่วนตัวของผู้เล่นหรือแอดมินตอบแบบสอบถามจำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ15.13 มีกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการจัดทัวร์นาเมนต์แข่งขันต่างๆ ตอบแบบสอบถามจำนวน34 คนคิดเป็นร้อยละ10.09 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุปได้ว่า ใช้เพื่อพูดคุยกับเพื่อนในเกมตอบแบบสอบถามจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ6.82 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุปได้ว่า ใช้เพื่อหาเพื่อนเล่นเกมด้วยตอบแบบสอบถามจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ14.24 มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน Function อื่นๆสรุป

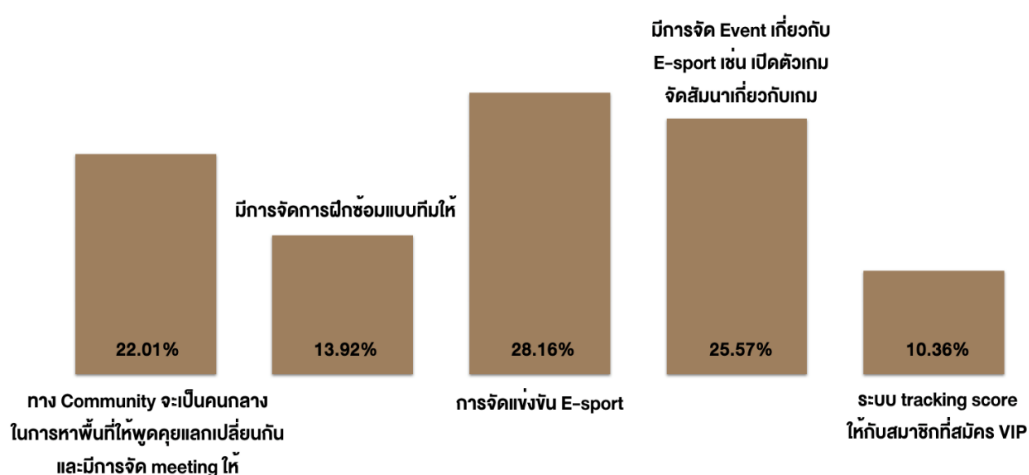


ได้ว่า ใช้เพื่อขายของในเกมด้วยตอบแบบสอบถามจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 5.04



ภาพประกอบ 21 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 11

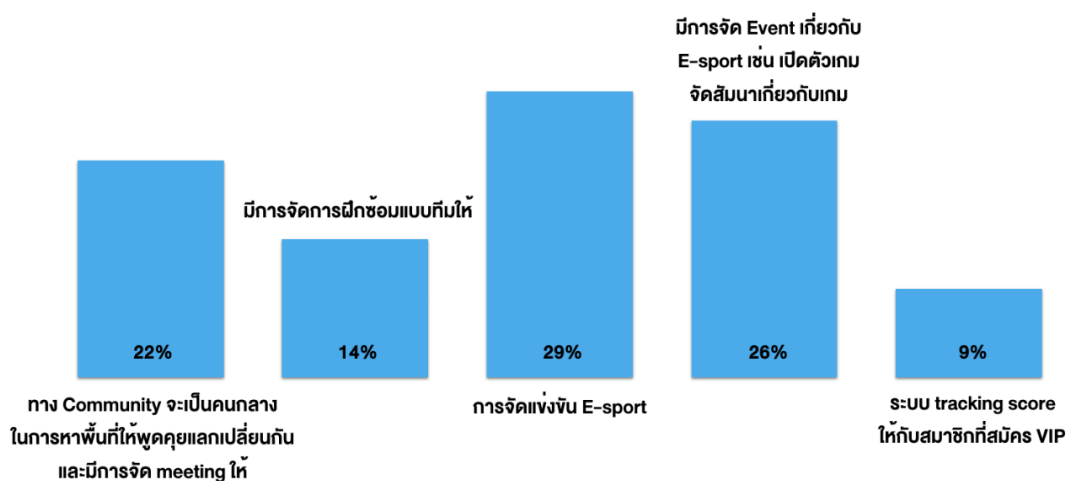
มีกลุ่มเป้าหมายสนใจที่ใช้ Function ให้ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้ตอบแบบสอบถามจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 22.01 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.92 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการจัดการแข่งขัน E-sport ตอบแบบสอบถามจำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 28.16 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 25.57 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 10.36



ภาพประกอบ 22 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 12



มีกลุ่มเป้าหมายสนใจที่ใช้ Function ให้ทาง Community จะเป็นคนกลางในการหาพื้นที่ให้พูดคุยแลกเปลี่ยนกันและมีการจัด meeting ให้เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 22 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัดการฝึกซ้อมแบบทีมให้เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 14 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการแข่งขัน E-sport เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 29 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจให้มีการจัด Event เกี่ยวกับ E-sport เช่น เปิดตัวเกม จัดสัมมนาเกี่ยวกับเกม เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 26 มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจระบบ tracking score ให้กับสมาชิกที่สมัคร VIP เป็นพิเศษตอบแบบสอบถามจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 9



ภาพประกอบ 23 รูปภาพกราฟแสดงอัตราส่วนของคำตอบของแบบสอบถามข้อที่ 13

ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช้บริการ E-sport Community ที่กล่าวมาข้างต้น คิดเป็นร้อยละ 0 และมีกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้บริการ E-sport Community ที่กล่าวมาข้างต้น 98 คนคิดเป็นร้อยละ 98 โดยจากการวิเคราะห์และสรุปรวมแบบสอบถามทั้งหมด กล่าวได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย มีการยอมรับ Function ของ Phototype A และ Function ของ Phototype A นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน E-sport Community และอยู่ในวงการ E-sport ในประเทศไทย สรุปว่างานวิจัยนี้ได้ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้ 1. ผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการของ E-Sport Community ในปัจจุบัน และได้ทราบถึงการมีอยู่ของ E-sport Community จากการทำในขั้นตอนที่ 1

2. ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยและความต้องการใน E-Sport Community จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 เพื่อออกแบบ E-Sport Community ในขั้นตอนที่ 3 2.1 ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยของ E-

SportCommunity ได้จากการทำขั้นตอนที่ 1 และ 2.2 ผู้วิจัยทดลองสร้าง E-Sport Community ขึ้นมาในขั้นตอนที่ 3.2.3 โดยผู้วิจัยหวังว่าการทำแบบสำรวจในขั้นตอนที่ 4 จะสามารถยืนยันผล การยอมรับและเป็นต้นแบบการผลักดันและพัฒนา E-Sport Community ในไทยต่อไปได้

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อ การศึกษาและพัฒนารูปแบบ E-Sport Community ในบริบท ของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการเล่นเกมที่มากขึ้นกว่าใน เอกสารอ้างอิงของ ดาริกา ไตรวัฒนวงศ์(2555:6) ที่กล่าวว่าทำการวิจัยและพบว่านักศึกษา มหาวิทยาลัย อายุ 18-24 ปีในกรุงเทพส่วนใหญ่ใช้ เวลาในการเล่นเกมนอนไลน์ 1-2 ชั่วโมง และ ยังมีเหตุผลในการเล่นเกมที่มากกว่าการพักผ่อน และการหาความสนุกสนาน ทำให้รู้ว่าคนใน สังคมตอนนี้หันมาสนใจ E-Sport จริงจังมากขึ้น และมอง E-sport เป็นมากกว่ากิจกรรมยามว่าง ผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายมีความตั้งใจในการเล่นเกมน้อยลงด้วยเหตุผลที่หลายหลายมากขึ้นแต่ยังคงมีเหตุผลที่สอดคล้องมาจากเอกสารอ้างอิงของ ภคกรลุ่ม เพชรมงคล(2557:9) คือการเล่น เกมคือความสนุกสนาน การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม รวมถึงการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกมและในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายยังแสดงให้เห็นถึงความ ต้องการของผู้เล่นเกมกับการสร้างสังคมติดต่อกับผู้เล่นคนอื่นและต้องการสาระจากตัวเกมมากขึ้น ไม่ใช่แค่เล่นเพื่อความสนุก ตามเอกสารงานวิจัยที่อ้างอิง จากการวิจัยของผู้วิจัยจะพบว่าข้อสรุป ของงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558:บทคัดย่อ)ที่พบว่าส่วนผสมทาง การตลาดสำหรับธุรกิจบริการทัศนคติการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินชีวิตมี ผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของคนในกรุงเทพดังนั้นจากพฤติกรรมดังกล่าวจะบอกได้ว่า ไม่ได้มีแค่ตัวเกมเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่น แต่รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆและส่วนผสมทางการ ตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้วย นั้นตรงตามงานวิจัย กล่าวคือจากงานวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้งาน E-sport มากกว่าแค่การเล่น เกม มีทั้งการใช้งาน Community และอื่นๆ ซึ่งสื่อได้ว่าเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากตัวเกมที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเล่นเกม ในด้านของ Community ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยนั้นสอดคล้องกับเอกสารอ้างอิงของ Muniz&O'Guinn(2001:Unpage)ที่กล่าวว่าชุมชนออนไลน์ประกอบด้วย 3องค์ประกอบหลักดังนี้ 1.การรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน คือมีความ เชื่อมโยงกันในกลุ่มต่างจากคนนอกกลุ่ม2.การมีประเพณีหรือมีพิธีการร่วมกันจะก่อให้เกิด วัฒนธรรมและจิตสำนึกร่วมกัน3.ความรู้สึกในการมีความรับผิดชอบด้านศีลธรรมและ กฎระเบียบ โดยรวมของชุมชนและสมาชิกแต่ละราย เนื่องจากการสำรวจและทดลองสร้าง E-

sportCommunity ขึ้นมานั้น จำเป็นต้องมียอดประกอบตามที่งานวิจัยข้างต้นได้กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเห็นว่างานวิจัยสอดคล้องกับเอกสารนี้ ผู้วิจัยได้พบว่างานวิจัยนั้นได้สอดคล้องกับ ภควัต เจริญลาภ (2017) กล่าวว่า คุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬา E-sport นั้นมีในบางประเทศ เช่น ประเทศมหาอำนาจต่างๆ และในประเทศที่ E-sport เป็นที่ยอมรับ เช่นเกาหลีใต้ รวมไปถึงในประเทศไทยด้วยซึ่งเกิดจากการเริ่มมีนักกีฬา E-sport และ Steamer เพิ่มมากขึ้นและได้รับการประกาศให้เป็นกีฬา โดยการกีฬาแห่งประเทศไทยแล้ว จึงทำให้ปัจจุบัน E-sport ในประเทศไทยมีคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ และยังกล่าวต่ออีกว่า มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬา E-Sport ในไทยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากทั้งผู้สนับสนุน และบจากรัฐบาลเพราะเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโต และสร้างรายได้ ชื่อเสียงให้กับประเทศได้ ซึ่งในปัจจุบันจากการสัมภาษณ์สื่อได้ว่าการ E-sport ของไทยนั้นเติบโตอย่างมาก และเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและเศรษฐศาสตร์สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวจริงๆ

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะถึงผู้ที่ทำการวิจัยทางด้าน E-sport ต่อดังนี้ อ้างอิงจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่วงการ E-sport มีการเติบโตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมุ่งเป้าไปศึกษาทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถนำมายกระดับของ E-sport ได้ และยังคงต้องทำการสำรวจพฤติกรรมใหม่ๆของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งาน E-sport ในแง่ต่างๆทั้งการเล่นเกมส์ หรือการสร้างอาชีพ เพราะนอกจากในปัจจุบันวงการเติบโตเร็วมากๆ ทำให้มีข้อมูลใหม่ๆ สิ่งใหม่ๆ รวมไปถึงพฤติกรรมใหม่ๆของกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ ยังรวมไปถึงเป้าหมาย และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อาจจะเปลี่ยนไปตามเวลา หรือเพิ่มมากขึ้นตามเทคโนโลยีและความสามารถของตัว E-sport ทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอกให้มาก ทั้งตลาด E-sport ของประเทศเพื่อนบ้าน หรือตลาด E-sport ของโลก สิ่งที่สำคัญที่สุดคือจะต้องตอบสนองความได้อย่างตรงจุด

## บรรณานุกรม

- c.carver. (1999, march). Building a virtual community for a tele-Learning environment. *IEEE Communications Magazine*, 37(3), 114-118.  
<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/751507/authors#authors>
- Dennis, A. R., Pootheri, S. K., & Natarajan, V. L. (1998). Lessons from the Early Adopters of Web Groupware. *Journal of Management Information Systems*, 14(4), 65-86.
- Fernandes, G. (2019). Navigating the World's Fastest-Growing Games Market: Insights into Southeast Asia. <https://newzoo.com/insights/articles/navigating-the-worlds-fastest-growing-games-market-insights-into-southeast-asia/>
- Gupta, S., & Kim, H.-W. (2004). *Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions; tables fit onto one page.*
- Hagel, J. (2000, february). Net gain: Expanding markets through virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, 31(1), 55-65.  
[https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/\(SICI\)1520-6653\(199924\)13:1%3C55::AID-DIR5%3E3.0.CO;2-C](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/(SICI)1520-6653(199924)13:1%3C55::AID-DIR5%3E3.0.CO;2-C)
- Hamari, J., Sjöblom, M. . (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet research*, 27(2), 1-34.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2686182](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686182).
- Muniz, A. M., Jr., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412-432.
- newzoo. (2019). Newzoo Global Esports Market Report 2019 | Light Version.  
<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2019-light-version/>
- Onlinestation.by.TRUE. (2561). ครั้งแรกของวงการ eSports มืออาชีพ ในศึก RoV Pro League Season 1 presented by TrueMove H พร้อมเงินรางวัลสูงสุดในประเทศไทย.  
<https://www.online-station.net/mobile-gameงค/view/105799>
- S.Faraj, L. S. (1997). Atheism, sex, and databases: The net as a social technology. *Culture of the Internet*, 1(1), 35-51. <https://psycnet.apa.org/record/1997-08437-001>

Thisisgamethailand. (2017). ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน SEA อนาคตและการเติบโตจากยุคพีซีออนไลน์สู่มือถือ. [www.thisisgamethailand.com/content/ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน-SEA.html](http://www.thisisgamethailand.com/content/ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน-SEA.html)

Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/54196160/On\\_the\\_Scientific\\_Relevance\\_of\\_eSports.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DOn\\_the\\_Scientific\\_Relevance\\_of\\_eSports.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200306%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20200306T131609Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=6ef764e34d198f2c0e22b58ff2b043d8d0c629713818c545a2961d8df08f93ce](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/54196160/On_the_Scientific_Relevance_of_eSports.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DOn_the_Scientific_Relevance_of_eSports.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200306%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20200306T131609Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=6ef764e34d198f2c0e22b58ff2b043d8d0c629713818c545a2961d8df08f93ce)

เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์. (2561). อนาคตของอีสปอร์ตในประเทศไทย. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 1(1), 1-10.

<https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2561/hi2561-073.pdf>

ไทยรัฐออนไลน์. (2560). เกมเมอร์ไทยเฮ! บอร์ด กกท. บรรจุ 'E-Sport' เป็นกีฬาเพื่อการแข่งขันประกอบครบแล้ว. [www.thairath.co.th/content/1018271](http://www.thairath.co.th/content/1018271)

ดริกา ไตรวัฒนวงศ์. (2555). ผลกระทบจากพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยเกษตร, กรุงเทพฯ.

ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2558. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ผู้จัดการออนไลน์. (2562). อินโฟเควดจี้ดลีกอีสปอร์ตระดับมหาวิทยาลัยครั้งแรกในประเทศไทย.

<https://mgronline.com/game/detail/9620000005577>

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). คำศัพท์. <http://www.royin.go.th/dictionary/>

ภคกร ลุ่มเพชรมงคล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ภควัต เจริญลาภ. (2560). ศึกษาคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต ).

[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3001/3/phakawat\\_char.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3001/3/phakawat_char.pdf)

วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ กันตภณ ธรรมวัฒนา. (2560). พฤติกรรมในการเล่นเกมกระดานและ  
องค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่น ในเขต

กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม, 40(2), 107-132. <https://so04.tci->

[thaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/download/90922/91676/](http://thaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/download/90922/91676/)



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

วรมภ วิทยาพิภพสกุล

วัน เดือน ปี เกิด

27 เมษายน 2539

สถานที่เกิด

กรุงเทพฯ

ที่อยู่ปัจจุบัน

99/267 อาคารวิลล่าสาทร คลองตันใต้ คลองสาน กทม 10600

