

## Next Level E-Sports อีกขั้นของธุรกิจที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด

ปัจจุบันอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์กำลังเป็นอุตสาหกรรมที่น่าจับตามองเนื่องจากมีอัตราเติบโตอย่างก้าวกระโดด และยังเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยเฉพาะในช่วงที่ผ่านมา การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิมต้องมีการปรับตัวให้เข้าสู่รูปแบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ มากมาย เกิดการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด โดยหนึ่งในตลาดที่น่าสนใจและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วก็คือ E-Sports ซึ่งเป็นตลาดที่ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับมากขึ้นในสังคมไทย

E-Sports หรือ Electronic Sports เป็นการแข่งขันกีฬาในรูปแบบหนึ่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งก็คือการใช้ “เกม” ในการแข่งขัน โดยมีวิธีการเล่นเช่นเดียวกับวิดีโอเกมทั่วไป คือ ผู้เข้าแข่งขันเข้าร่วมเล่นเกมผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับควบคุมตัวละครในเกมต่าง ๆ ซึ่งมีเกมหลากหลายประเภท อาทิ การวางแผนกลยุทธ์ การต่อสู้ในระบบออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีการจัดแข่งขันในระดับโลกจำนวนมาก ซึ่งในไทยเองก็มีการจัดแข่งขัน อาทิ ROV Pro League, Free Fire Pro League โดยการแข่งขัน E-Sports ในรายการต่าง ๆ จะมีการถ่ายทอดสด และมอบรางวัลเช่นเดียวกันการแข่งขันกีฬาประเภทอื่น ๆ

### การเติบโตของธุรกิจ E-Sports ของไทย

ในปี 2564 ตลาด E-Sports ทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 190,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุนคือตลาดเกมบนสมาร์ทโฟนที่มีการพัฒนาจนสามารถเล่นเกมได้เทียบเท่ากับอุปกรณ์ประเภทอื่น ๆ ทำให้ผู้พัฒนาเกมต่างหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนาเกมสำหรับเล่นบนสมาร์ทโฟนเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดดังกล่าวและตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น โดยในปี 2564 มีผู้เล่นในไทยจำนวนมากถึง 9.8 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.4 ต่อปีจนเป็น 18.7 ล้านคนในปี 2570 จากพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนและเล่นเกมบนสมาร์ทโฟนที่เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 67 ในปี 2564 เมื่อเทียบกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ (คอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกม Console)

ในส่วนของประเทศไทยมีการประเมินว่า ตลาด E-Sports ในปี 2565 มีมูลค่าสูงถึง 37,600 ล้านบาท และขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2561-2565) ทำให้ตลาด E-Sports เดิมที่มีมูลค่า 18,500 ล้านบาท ในปี 2561 ได้เติบโตขึ้นเป็น 22,000 ล้านบาท ในปี 2563 และมีมูลค่า 27,000 ล้านบาท ในปี 2564 ก่อนขึ้นมาถึง 37,600 ล้านบาท ในปี 2565 สาเหตุที่ทำให้ตลาด E-Sports ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จะอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 อาจมาจาก 1) จำนวนสตรีมเมอร์เกม (Game Streamer)<sup>1</sup> เพิ่มขึ้นทำให้มีคนสนใจตลาดเกมเพิ่มขึ้น เกิดผู้เล่นรายใหม่ และผู้รับชมกีฬา E-Sports ในตลาดมากขึ้น 2) การแข่งขัน E-Sports เป็นการแข่งขันผ่านสื่อดิจิทัลทำให้ผู้คนสามารถเข้าร่วมแข่งขันและรับชมได้โดยไม่ต้องได้รับผลกระทบจาก COVID-19 3) บริษัทเกมต่าง ๆ หันมาจับธุรกิจกลุ่ม E-Sports มากขึ้น เนื่องจากมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่นานกว่าเกมทั่ว ๆ ไป ทำให้เกิดการขยายตลาด E-Sports อย่างกว้างขวาง และ

<sup>1</sup> สตรีมเมอร์เกม (Game Streamer) คือ คนที่ถ่ายทอดสดกิจกรรมในขณะที่เล่นเกมของตัวเองแบบเรียลไทม์ โดยในบางครั้งจะมีการพากย์เสียง พูดคุยกับผู้ร่วมเล่นเกมและผู้ชมไปด้วยตามลักษณะเฉพาะของแต่ละคน

4) ภาคการศึกษาของไทยสนับสนุนการเพิ่มแรงงานทักษะผ่านการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ E-Sports มากขึ้น

จะเห็นได้ว่าตลาด E-Sports เติบโตอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี มีตลาดรองรับขนาดใหญ่ และมีโอกาสทางธุรกิจในตลาดสูง เนื่องจากกำลังเป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ ประกอบกับการเข้าถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายขึ้น ตลอดจนภาคธุรกิจต่าง ๆ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในตลาดดังกล่าวได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางตรง คือ การร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับการแข่งขัน E-Sports ซึ่งอาจต้องใช้เงินลงทุนสูง และทางอ้อม คือ การเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการแข่งขัน E-Sports เนื่องจากผลสำรวจของ Nielsen Fan Insights (2021) เกี่ยวกับความรู้สึกของผู้รับชม E-Sports ทั่วโลกชี้ให้เห็นว่า ผู้รับชมสามารถจดจำแบรนด์สินค้าหรือบริการที่เข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนได้มากถึงร้อยละ 65 และสามารถจดจำแบรนด์สินค้าหรือบริการที่โฆษณาผ่านการแข่งขันได้ดีกว่าโฆษณาผ่านสื่อบิลบอร์ดกว่าร้อยละ 63 นอกจากนี้ ยังมีโอกาสที่ผู้เข้าชมจะเลือกซื้อแบรนด์สินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนมากกว่าแบรนด์คู่แข่งที่ราคาไม่แตกต่างกันถึงร้อยละ 55 ภาคธุรกิจจึงสามารถใช้ประโยชน์จากการเป็น Sponsor เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับสินค้าและบริการของตนเองได้ด้วยโอกาสที่ดีกว่าการโฆษณาด้วยวิธีอื่น

### โอกาสของตลาด E-Sports สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

ในอนาคตตลาด E-Sports ของไทยคาดว่าจะยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากตลาดที่มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีจำนวนผู้เล่นเข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐก็มีส่วนในการสนับสนุนผลักดัน E-Sports ให้เป็นกีฬาประเภทหนึ่ง รวมถึงภาคการศึกษาเองก็เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาทักษะแรงงานสำหรับพัฒนาเกมและซอฟต์แวร์สนับสนุนการเติบโตของตลาด E-Sports จึงถือเป็นโอกาสสำคัญในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมและซอฟต์แวร์ที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์จากการที่ผู้คนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลาควบคู่ไปด้วยกัน

การเติบโตของตลาด E-Sports เป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเติบโตไปด้วย โดยเฉพาะในแง่การส่งเสริมการตลาดจากฐานกลุ่มลูกค้าในตลาด E-Sports ที่มีจำนวนมาก ทำให้แบรนด์ต่าง ๆ เข้ามามีส่วนในการดึงดูดผู้คนในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น คอนเทนต์ สื่อโฆษณา งานอีเวนต์ ส่งผลให้ธุรกิจข้างเคียงเติบโตควบคู่ไปด้วย อาทิ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานอีเวนต์ (Event Organizer) หรือผู้ทำหน้าที่ดูแลด้านการตลาด (Marketing Agency) และยังช่วยสร้างอาชีพใหม่ในอุตสาหกรรม เช่น ผู้ฝึกสอนกีฬาอีสปอร์ต (E-Sports Coach) นักแคสต์เกม (Game Caster)<sup>2</sup> และ สตรีมเมอร์เกม (Game Streamer) ที่ปัจจุบันตัวเลขผู้รับชม และผู้ที่สนใจมาทำอาชีพด้านนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

---

<sup>2</sup> นักแคสต์เกม (Game Caster) คือ ผู้เล่นเกมที่อัดวิดีโอขณะเล่นเกมและอัปโหลดผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยมีการใช้เทคนิคการตัดต่อวิดีโอเพิ่มเติมทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้น แต่ไม่ได้เล่นเกมแบบถ่ายทอดสดเหมือนสตรีมเมอร์เกม

ในส่วนองกระทรวงพาณิชย์เองก็มีนโยบายและการดำเนินการที่มีส่วนช่วยสนับสนุน E-Sports ผ่านโครงการสนับสนุนเกม ดิจิทัลคอนเทนต์ และมีการจัดงานระดับนานาชาติสนับสนุนธุรกิจผู้ผลิตเกม แอนิเมชัน หรือธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลคอนเทนต์ คือ งาน Bangkok International Digital Content Festival ซึ่งเป็นงานที่เปิดโอกาสให้บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับดิจิทัลคอนเทนต์มาแสดงศักยภาพ รวมถึงพบปะกับผู้ซื้อและผู้นำเข้าจากทั่วโลก นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังสนับสนุนการนำ Soft Power ไม่ว่าจะเป็นศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของไทยในด้านสังคม และเศรษฐกิจ สอดแทรกเข้าไป ผ่านการจัดทำสื่อหรือดิจิทัลคอนเทนต์ต่าง ๆ อีกด้วย

### ข้อเสนอแนะ

(1) E-Sports เป็นตลาดที่กำลังเติบโตและส่งผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งภาครัฐควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมเกมและซอฟต์แวร์ ตลอดจนทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องให้อำนวยความสะดวกแก่ตลาด E-Sports แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่สนับสนุนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและความรุนแรง

(2) ผู้สนับสนุนการแข่งขันเป็นรายได้หลักในตลาด E-Sports ดังนั้น การสนับสนุนให้กลุ่มธุรกิจเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันจะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้ตลาด E-Sports เติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ E-Sports อาทิ กลุ่มผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ ธุรกิจ Event Organizer และ Marketing Agency ตลอดจนธุรกิจอื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง (อาทิ ธุรกิจอาหารเสริมและเครื่องดื่ม ธุรกิจแฟชั่น)

(3) การแข่งขัน E-Sports เป็นช่องทางการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้อีกช่องทางหนึ่ง จึงเป็นโอกาสของธุรกิจต่าง ๆ ในการใช้ช่องทางนี้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

ที่มา: ธนาคารกรุงไทย / สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล / ผู้จัดการ / PEEPOWER / TECHSAUCE / WORKPOINT TODAY