

| | |
|---------------------------------|--|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินให้กับ สตรีมเมอร์เกมในประเทศไทย |
| ชื่อผู้เขียน | นายวุฒิชัย เกษนคร |
| ชื่อปริญญา | วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย | ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร.มยุปายาส ทองมาก |
| ปีการศึกษา | 2563 |

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจประเภทเกมหรืออีสปอร์ต เกิดขึ้นเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเกมที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเข้ามาของเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวก โดยอุตสาหกรรมเกมในปี 2020 ทั่วโลกจะสามารถสร้างรายได้สูงถึง 159 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 4.9 ล้านล้านบาทไทย โดยขนาดของตลาดเกมประเทศไทยในปี 2019 เติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับ 2 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 19 ของโลก

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินให้กับสตรีมเมอร์เกมในประเทศไทย โดยมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจตามแผนเป็นแนวทางการทำกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินให้กับสตรีมเมอร์เกมในประเทศไทย โดยมีปัจจัยทั้งหมด 10 ปัจจัยในการวิจัยดังนี้ ปัจจัยด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านความต้องการเกี่ยวกับเกม ปัจจัยด้านการปลดปล่อยความเครียด ปัจจัยการระบุงสตรีมเมอร์ ปัจจัยการระบุงกลุ่มผู้ชม ความสอดคล้องจริงกับผู้ชม ความสอดคล้องในอุดมคติกับผู้ชม การมีส่วนร่วม การใช้เกมงานสตรีมมิ่ง และอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง ซึ่งเก็บรวบรวมโดยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานบนสื่อสตรีมมิ่ง เช่น เฟซบุ๊กเกมมิ่ง (Facebook Gaming) หรือทวิตซ์ (Twitch) จำนวน 232 ราย ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบและการตรวจสอบความเที่ยงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช อีกทั้งทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินให้กับสตรีมเมอร์เกมในประเทศไทย คือปัจจัยด้านการใช้เกมงานสตรีมมิ่ง และปัจจัยการระบุงกลุ่มผู้ชม ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินให้กับสตรีมเมอร์เกมในประเทศไทย คือปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง อีกทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานงานสตรีมมิ่ง เกิดจากอิทธิพลด้านอารมณ์ ความต้องการเกี่ยวกับเกม การปลดปล่อยความเครียด การระบุดสตรีมเมอร์ และการระบุดกลุ่มผู้ชม ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการระบุดสตรีมเมอร์ คือปัจจัยด้านความสอดคล้องจริงกับผู้ชม และความสอดคล้องในอุดมคติกับผู้ชม ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการระบุดกลุ่มผู้ชม เกิดจากปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ

คำสำคัญ: อีสปอร์ต, สตรีมเมอร์เกม, สตรีมมิ่ง, ความตั้งใจ, บริจาค



| | |
|--------------------------------|--|
| Independent Study Title | FACTORS INFLUENCING INTENTION TO DONATE MONEY TO GAME STREAMER IN THAILAND |
| Author | Mr. Wuttichai Ketnakhon |
| Degree | Master of Science (Management Information Systems) |
| Major Field/Faculty/University | Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University |
| Independent Study Advisor | Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D. |
| Academic Year | 2020 |

ABSTRACT

Nowadays, games or e-sports businesses born to support the game industry that is constantly growing from the entry of assistive technology. By game industry the game industry in 2020 around the world will be able to generate revenues of up to 159 billion US dollars or about 4.9 trillion baht. The size of the Thailand game market in 2019 has grown steadily to number 2 in Southeast Asia and the largest in the world 19th.

This research is a study on Factor influencing intention to donate money to game streamer in Thailand. The theory of Uses and Gratifications Theory is applied. According to the plan is a guideline for the research framework. To predict the intention to donate money to game streamer in Thailand. With a total of 10 factors in the research as follows Affective factor, Cognitive Game Needs, Tension release, Broadcaster identification, Group identification, Actual self-congruity, Ideal self-congruity, Participation, Peer Influence and Intention to Donate. It was collected by online players from a sample of 232 people who used it on streaming media such as Facebook Gaming or Twitch. Which has been validated by Cronbach's alpha coefficient analysis and validity check. The hypothesis was also tested by a simple linear regression analysis.

From the results, it can be concluded that Factor influencing intention to donate money to game streamer in Thailand are factors in Game Stream usage and Group identification. The factors that do not affect the intention to donate money to game streamer is Peer Influence. The factors that affect the Game Stream usage are factor in Affective, Cognitive Game Needs, Tension release, Broadcaster identification and Group identification. The factors that affect the Broadcaster identification are factor in Actual self-congruity and Ideal self-congruity. The factors that affect the Group identification are factor in Participation.

Keywords: E-sports, Game streamer, Streaming, Intention, Donate

