ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

Factors influence intention to play online games with smartphone

of working-age population in Bangkok

นายสุทธิพงษ์ สุขโข

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะสถิติประยุกต์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ปีการศึกษา 2563

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

นายสุทธิพงษ์ สุขโข

คณะสถิติประยุกต์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาสัย สุคนธ์พันธุ์)

.....ประธานกรรมการ
( )

.....กรรมการ
( )

.....กรรมการ
( )

ชื่องานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน นายสุทธิพงษ์ สุขโข

ชื่อปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม

ปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมจากกลุ่มตัวอย่างของผู้เล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนที่อยู่ในวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ตั้งแต่วันที่ 20 พฤษภาคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2564 จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์สถิติการทดสอบสมมติฐานแบบเส้นทาง (Path Analysis) ว่ามีเพียงปัจจัยด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยสมาร์ทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: เกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟน, ความตั้งใจเล่นเกม

Title Factors influence intention to play online games with smartphone of working-age population in Bangkok

Author Suttipong Sukko

Degrees Master of Science (Information Technology Management)

Advisor Assistant Professor Dr. Sutep Tongngam

Year 2020

ABSTRACT

This research is a quantitative research aiming to study the factors of influence of perceived number of peers, game types motivating to play, interactions with others, indicative game addiction and sharing content in the game from a sample of online gamers with smartphones working age in Bangkok by collecting data from an online questionnaire from May 20 to June 30, 2021 of 400 people using the path analysis statistical tool. It was found that only factors influencing perceived number of peers, game types motivating to play and sharing content in the game had a statistically significant influence of intention to play game at 0.05 level

Keywords: Online games with smartphone, intention to play game

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอดและให้คำแนะนำในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น รวมถึงอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาสัย สุคนธ์พันธุ์ ที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ ที่มีคุณค่าสามารถนำไปปรับใช้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทั้งสองเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

สุทธิพงษ์ สุขโข

มิถุนายน 2564

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย ..... จ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ

กิตติกรรมประกาศ ..... ช

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 2

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย 2

1.4 คำถามของงานวิจัย 2

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ 3

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) 5

2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivation to Play) 5

2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) 7

2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) 7

2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) 8

2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play) 9

2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย 11

ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย 11

2.8 สมมติฐานการวิจัย 12

2.9 ทฤษฎีที่ใช้ตัวแปรวิจัย 13

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 15

3.1 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 15

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการตรวจสอบเครื่องมือ 16

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 17

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 18

บทที่ 4 ผลการวิจัย 19

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) 19

4.1.1 ข้อมูลคำถามทั่วไปที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล 19

4.1.2 ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรม 22

4.1.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน 26

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) 31

ภาพที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานของโมเดล 34

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 36

5.1 สรุปผลการวิจัย 36

5.1.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป 36

5.1.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม 36

5.1.3 ผลวิเคราะห์สมมติฐาน 37

5.2 การอิปรายผล 37

5.3 ข้อเสนอแนะ 39

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป 39

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย 40

บรรณานุกรม 15

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1: งานวิจัยที่ถูกนำมาอ้างอิงตัวแปร. 13

ตารางที่ 3.1: แสดงค่าความเชื่อมันของตัวแปร 17

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ..... 19

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ 20

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ 20

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา..... 21

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน……..……..……..21

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ…….……..22

ตารางที่ 4.7: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม ความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 สัปดาห์…..…… 22

ตารางที่ 4.8: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการเล่นเกมส์ออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 วัน……23

ตารางที่ 4.9: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโซเชียลมีเดีย

(เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตตอร์)……...……...……...…….……..23

ตารางที่ 4.10: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโทรทัศน์……..24

ตารางที่ 4.11: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยได้ยินโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางสื่อวิทยุ…….…24

ตารางที่ 4.12: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟน

ทางแผ่นป้ายโฆษณา (เช่นป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด)……...……..……...……..25

ตารางที่ 4.13: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟน

ทางช่องทางโฆษณาอื่น ๆ……...……..……...……...…...25

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอิทธิพลของคนรอบข้าง ในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)……..…….26

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivation to Play)…… ……..……...27

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการติดต่อกับผู้อื่น ในการเล่นเกม (Interactions with others)……..... ……..……. 28

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)…….....……29

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแบ่งปันสาระ ในการเล่นเกม (Sharing Content)…… ……30

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความตั้งใจ ในการเล่นเกม (Intention to play)…….. ……31

ตารางที่ 4.20: ค่ามาตรฐานในการปรับโมเดล……..……..32

ตารางที่ 4.21: จำนวนคำถามหลังจากทำการปรับปรุงโมเดล……32

ตารางที่ 4.22: ผลการวิเคราะห์อิทธิผลเชิงสาเหตุภายในโมเดล……33

ตารางที่ 4.23: สรุปตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย……..……...…...……...……..….35

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย 11

ภาพที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานของโมเดล 33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกมหรือวีดีโอเกมเป็นกิจกรรมยามว่างที่เหมาะสำหรับบุคคลทุกเพศทุกวัย เป็นกิจกรรมที่ใช้ในการผ่อนคลาย กระชับความสัมพันธ์ในสังคม หรือฝึกฝนทักษะต่าง ๆ เกมช่วยสร้างความบันเทิงและสนุกสนานส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้านร่างกาย ด้านสมองและด้านอารมณ์จิตใจ โดยอยู่ภายใต้กฎกติกาที่กำหนดไว้ในแต่ละชนิดของเกมนั้น ๆ ทำให้ผู้เล่นได้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินและผ่อนคลายจากความเครียด

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ก้าวหน้าขึ้นในปัจจุบัน ทำให้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามไปด้วย จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถโทรเข้า โทรออก การส่งข้อความในยุคก่อน พัฒนามาเป็น โทรศัพท์เคลื่อนที่จอสี โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถถ่ายภาพได้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จวบจนเข้าสู่สมาร์ทโฟนในยุคปัจจุบันที่มีแอพพลิเคชั่นให้ใช้งานมากมาย รองรับเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ทความเร็วสูง โดยผลสำรวจสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ว่าประชากรในกรุงเทพมหานครมีการใช้สมาร์ทโฟนถึงร้อยละ 85.3 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

เมื่อเกมได้ถูกผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยี ทำให้เกมสามารถดึงดูดความน่าสนใจในการเล่น เพิ่มอรรถรส การรับรู้ความรู้สึกทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม เทคโนโลยีสื่อมัลติมีเดียที่อยู่บนสมาร์ทโฟน หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้กลุ่มคนทุกเพศทุกวัยเข้าถึงเกมได้ง่ายและสามารถเล่นได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นผลดีกับกลุ่มคนวัยทำงานในเมืองหลวงที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบ มีความเครียดสูง ไม่มีเวลาว่างที่แน่นอน และช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเพื่อน ครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงาน

สำหรับอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในประเทศไทย คาดการณ์มูลค่ารวมอยู่ที่ 49,000 ล้านบาท เติบโตราว 14% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553) โดยปัจจัยหลักมาจากอินเทอร์เน็ตเข้าถึงง่ายขึ้น อุปกรณ์เทคโนโลยีมีราคาถูกลง คนหันมานิยมใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารหลัก อีกทั้งสมาร์ทโฟนมีราคาที่จับต้องได้ ประกอบกับรูปแบบเกมทำให้เข้าถึงผู้เล่นได้ง่าย มีหลากหลายแนว และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ คือ สมาร์ทโฟนกลายเป็นอุปกรณ์ที่ติดตัวทุกคน ทำให้มีผู้เล่นมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมเกมมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องแบบก้าวกระโดด นอกจากนี้นักวิเคราะห์ของ NPD Group (Market Research & Business Intelligence) ระบุว่า “ผู้เล่นที่เป็นผู้ใหญ่มีการเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้เล่นวัยเด็กและวัยรุ่น กลุ่มผู้ใหญ่นี้ยังได้มีการเลือกเกมให้กับลูกของตนเอง ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ผลิตเกมและนักการตลาด” (Mofang, 2558)

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่คาดว่าน่าจะมีกำลังซื้อสูง โดยข้อมูลจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนปี พ.ศ. 2562 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ว่าคนกรุงเทพมหานคร และ 3 จังหวัดปริมณฑล ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37,751 บาท ซึ่งนับว่าสูงกว่าภาคอื่นๆ มาก ในขณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของภาคกลาง ได้แก่ 25,782 บาท ภาคเหนือ 20,270 บาท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20,600 บาท และภาคใต้ 25,647 บาท จะเห็นได้ว่าคนไทยในกรุงเทพมหานคร และ 3 จังหวัดปริมณฑลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่าคนในจังหวัดอื่นๆ และเพื่อให้นักการตลาดและผู้เกี่ยวข้องสามารถที่จะนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวกับ อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม ทั้งนี้เพื่อให้นักการตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจและสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม เพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ การออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการรักษาฐานลูกค้าเดิม และหาลูกค้ารายใหม่

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่ อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play) การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครจำนวนอย่างน้อย 400 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ 20 พฤษภาคม ถึง 30 มิถุนายน 2564

1.4 คำถามของงานวิจัย

อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 สมาร์ทโฟน (Smart Phone) หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป เปรียบเสมือนว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบคลื่นวิทยุผ่านทางโครงข่ายของผู้ให้บริการ ผู้ใช้สามารถติดตั้งแอพพลิเคชั่นเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ

1.6.2 แอพพลิเคชั่น (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์ประยุกต์ชนิดหนึ่งที่ใช้เฉพาะบนสมาร์ทโฟน โดยแบ่งออกได้หลายประเภท อาทิเช่น เกม (Game) ใช้สำหรับสนทนา (Instant Message) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) สำหรับถ่ายและปรับแต่งภาพ (Photo Editor)

1.6.3 เกม (Game) หมายถึง กิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อความบันเทิง เพื่อการเรียนรู้ เพื่อนการศึกษา เพื่อฝึกทักษะทางความคิดและความสามารถ โดยในอดีตเกมจะเป็นกิจกรรมที่ใช้แรงกายแต่ในปัจจุบันเกมได้ถูกสร้างให้เป็นในรูปแบบซอฟต์แวร์ผ่านทางอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน

1.6.4 เกมออนไลน์ (Online Game) หมายถึง วิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีผู้เล่นหลายคน (Multiplayer) สามารถติดต่อสื่อสาร และเล่นในพื้นที่เดียวกันได้ เกมออนไลน์ปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น ร่วมกันเล่นเพื่อให้ผ่านภารกิจ ต่อสู้กันเอง ช่วยกันทำฟาร์ม เป็นต้น

1.6.5 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) หมายถึงการตระหนักรู้ การรับรู้ ถึงอิทธิพลของจำนวนคนรอบข้างที่เล่นเกมออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน

1.6.6 ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play) หมายถึงประเภทของเกมที่จะสามารถถึงดูดหรือจูงใจผู้เล่นให้เลือกที่จะเล่นเกมนั้น ๆ โดยประเภทของเกมได้ถูกแบ่งเป็น บู๊ล้างผลาญ (Action) ผจญภัย (Adventure) แข่งรถ (Driving) ต่อสู้ (Fighting) สำหรับเด็ก (Children) เพื่อการศึกษา (Education) สวมบทบาทและเล่นร่วมกันเป็นสังคม (MMORPG) สวมบทบาทแบบผู้เล่นเดี่ยว (RPG) จำลองการสร้าง (Simulation) วางแผนกลยุทธ์ (Strategy) กีฬา (Sport)

1.6.7 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) หมายถึง โอกาสในการรู้จักและติดต่อผู้อื่นได้มากขึ้นจากช่องทางการเล่นเกมออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน

1.6.8 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) หมายถึง ระดับพฤติกรรมของผู้ติดเสพย์ติดเกม โดยจะมีผลกระทบทั้งในทางบวกและลบตามมาในภายหลัง

1.6.9 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) หมายถึง การพึ่งพา การช่วยเหลือการแบ่งปันสิ่งดี ๆ รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กันผ่านทางการเล่นเกมออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน

1.6.10 ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play) หมายถึง ความมุมานะ ความตั้งในการศึกษาข้อมูลต่างๆ ของการเล่นเกม เพื่อให้การเล่นเกมเป็นไปได้ด้วยความสนุกสนาน และเข้าใจเนื้อหาของเกม

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนเอกสาร และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

2.2 ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)

2.3 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others)

2.4 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

2.5 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)

2.6 ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ซึ่งเป็นผลกระทบภายนอกของเครือข่าย โดยปัจจัยสำคัญคือเมื่อมีการเข้าร่วมเล่นเกมจนก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ใช้รายอื่นในเครือข่าย และจะส่งผลให้ค่าของเครือข่ายเติบโต หรือเท่ากับว่าจะมีจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนมักจะนิยมใช้สินค้าหรือบริการใด ๆ มากขึ้นเมื่อเห็นว่าคนรอบตัว เพื่อนร่วมงาน หรือคนในสังคมนั้น ๆ ต่างก็ใช้กัน ตัวอย่างเช่น การที่จำนวนของผู้ใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ทำให้ผลประโยชน์ของผู้ผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งยังให้ความสะดวกสบายทางด้านการติดต่อสื่อสารแก่ผู้ใช้และมีขอบเขตการใช้งานที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถดึงดูดให้เหล่านักพัฒนาแอพพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนได้สร้างสรรค์ผลงานของตนเพื่อนำมาขาย ซึ่งสามารถดึงดูดตัวเลขของผู้ใช้ให้เพิ่มขึ้นได้อีก งานวิจัยนี้มุ่งไปที่ประเด็นของเกมทางโซเชียลหรือเกมในสังคมออนไลน์ ที่ซึ่งเป้าหมายความสำเร็จของผู้สร้างเกมโดยการสร้างจำนวนยอดของผู้เล่นให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงมีเหตุผลเพียงพอที่จะสามารถตั้งข้อสมมติฐานได้ว่า เมื่อผู้ใช้สามารถรับรู้ว่ามีเพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใช้คนอื่น ๆ กำลังเล่นเกมโซเชียลเหล่านี้อยู่ และสามารถติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ หรือผู้เล่นคนอื่นที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนได้ ทั้งยังได้รับการเติมเต็มความต้องการด้านความบันเทิงจากการเล่น ปัจจัยเหล่านี้จะสามารถเสริมสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมของผู้ใช้ได้

2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivation to Play)

Hussain, Williams และ Griffiths (2015) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมและสาเหตุของพฤติกรรมในการติดเกมของมนุษย์ โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ชื่นชอบในการเล่นเกมทั้งหมด 1167 คน โดยเฉพาะ

เกมประเภทที่จะต้องสวมบทบาทให้กับตนเองใหม่ และสามารถเชื่อมต่อกับบุคคลหรือสังคมอื่นภายในเกม (MMORPG)ได้ผลจากการวิจัยสรุปได้ว่า 7 ประเภทของเกมที่จะจูงใจให้ผู้เล่นเลือกที่จะเล่นเกมนั้นได้แก่ 1) เกมที่แปลกใหม่ (Novelty) 2) เกมที่เน้นด้านสังคมและค้น (Social and Discovery-Oriented) 3) เกมที่ที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง (Aggressive, Anti-Social, Non-Curious) 4) เกมที่มีการแข่งขันภายในสังคมสูง (Highly Social and Competitive) 5) เกมเพลิดเพลินที่มีความเข้มข้นต่ำ (Low Intensity Enjoyment) 6) เกมการสำรวจ (Discovery Orientated) 7) เกมมีระดับชนชั้นทางสังคม (Social Classes) ซึ่งพฤติกรรมความชอบของเกมแต่ละประเภทนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้าน เพศและอายุ และเมื่อเกมที่ผู้เล่นเลือกเล่นนั้นมีความน่าจูงใจและดึงดูดผู้เล่นได้มาก จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการติดเกมต่อมา

Cota, Ishitani และ Vieira Jr (2015) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจและเกมดิจิตอลไว้ว่า แรงจูงใจในขณะที่เล่นเกมมือถือสำหรับในกรณีตัวอย่างของผู้สูงอายุนั้นมาจากการที่ได้เล่นเกมแล้วเกิดความสนุกสนาน หรือมีความสุขที่ได้เล่นนั่นเอง อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อทำให้สำเร็จ และกิจกรรมเหล่านี้ยังช่วยป้องกันไม่ก่อให้เกิดความผิดปกติของสมอง เช่น การสูญเสียความจำ (Omori & Felinto, 2012) ช่วยให้เกิดการฝึกแก้ปัญหา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของคนที่ชอบเล่น Social Network เช่น Facebook ซึ่งได้ว่าองค์ประกอบหลักที่สร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมคือการให้การเล่นโดยอิสระแบบไม่มีเงื่อนไข มีกิจกรรมที่มุ่งมั่นร่วมกันทำภายในเกมแบบเป็นกิจวัตรประจำวัน นอกจากจะช่วยให้ติดต่อกับผู้อื่นภายในเกมได้แล้วยังจะได้รางวัลจากการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นผลตอบแทนสำหรับความท้าทายที่เอาชนะกิจกรรมนั้นได้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเพื่อก่อเกิดเกิดการแข่งขัน เพื่อสนับสนุนการแบ่งปันสถานะและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารร่วมกันภายในเกม เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือร่วมกันที่จะปลดกุญแจไปยังภารกิจต่อไปเพื่อก่อให้เกิดความสนุกยิ่งขึ้นและดึงดูดความสนใจของผู้เล่น ซึ่งสามารถตั้งข้อสังเกตในการวิเคราะห์ได้ว่ามีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างและขนาดที่ค่อนข้างกว้างถึงสาเหตุของการจูงใจในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมร่วมกับผู้อื่น เราสามารจัดหมวดหมู่ที่ขององค์ประกอบในการสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกม ซึ่งผู้เขียนสามารถที่จะสรุปจากการศึกษาเรื่องแรงจูงใจได้ว่าประเด็นไหนบ้างที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อผู้ที่เล่นเกม ได้แก่ ตัวเกมสามารถดึงถูกความสนใจและมีความเข้มข้นในการเล่นสำหรับผู้เล่น มีความสุขและความบันเทิงในการที่ได้ทำกิจกรรมนั้น และเกมมีความท้าทายค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละภารกิจ (Carvalho & Ishitani, 2012) ได้ระบุจุดที่สำคัญสำหรับแนวทางการออกแบบเกมที่ต้องเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับสร้างแรงจูงในการเล่นเกมให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งทำตามการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานและพิจารณาข้อจำกัดต่าง ๆ ของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ อาทิเช่น ขนาดของหน้าจอ ต้องทำให้มันชัดเจนขึ้นประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับจากการเล่นเกม ค่อย ๆ เพิ่มระดับความยากของเกม มีการเล่าเรื่องหรือประวัติที่น่าสนใจสำหรับตัวละครของผู้เล่นเกม ให้ความสนุกสนานในระหว่างเกม ค่อย ๆ เพิ่มระดับความยากของเกม ไม่จำกัดเวลาในการเล่น สร้างข้อความแรงบันดาลใจเมื่อบรรลุเป้าหมายหรือทำผิดพลาด มีระดับที่แตกต่างกันของความยากภายในเกม มีการนำเสนอความท้าทายที่ทำให้พวกเขารู้สึกภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง เกมต้องถูกสร้างมาไม่ซับซ้อนหรือง่ายจนเกินไปและหลีกเลี่ยงระบบเกมที่ซ้ำไปซ้ำมาจนทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย

2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others)

Lee (2015) ได้ศึกษาและค้นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน กับกลุ่มคนที่มีบุคลิกแตกต่างกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นว่าถ้านำกลุ่มคนที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกันมาอยู่รวมกัน พวกเขานั้นจะมีโอกาสที่จะเป็นเพื่อนกันมากกว่ากลุ่มคนที่มีบุคลิกและการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน เหมือนกับคำกล่าวที่ว่า “He Birds of a Feather Flock Together” นกที่ขนเหมือนกันจะรวมกลุ่มอยู่ด้วยกัน สังเกตุตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน จากกลุ่มคนที่ชอบดื่มแอลกอฮอล์ หรือสูบบุหรี่ ก็จะมีเพื่อนส่วนมากภายในกลุ่มที่ชอบดื่มและสูบบุหรี่ภายในกลุ่มเดียวกัน ปรากฏการณ์เหล่านี้สามารถสังเกตได้ว่าในหลาย ๆ ส่วนของการดำรงชีวิตของเรานั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกกรมหรือการตัดสินใจที่มาจากบริบททางสังคม ตลอดชีวิตของเรา พวกเรามักจะติดต่อกับเพื่อนที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกับตัวเราเองมากกว่าเพื่อนคนที่มีพฤติกรรมแตกต่างไปจากเรา และพฤติกรรมหรือทัศนคติของเราจะถูกปรับเปลี่ยนให้มีความคล้ายคลึงกับเพื่อนเราของเรามากขึ้นเรื่อย ๆ (Monge & Contractor, 2003) กระบวนการเหล่านี้สามารถนำไปสู่การสร้างเครือข่ายโดยอัตโนมัติ ซึ่งในปัจจุบันนี้เรามีการเรียกว่า “Social Network” ซึ่งถ้าสมาชิกภายในเครือข่ายที่มีคุณลักษณะทางพฤติกรรมที่เหมือนกันอยู่หมู่มากภายในกลุ่ม จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะรูปแบบจะออกมาในแนวทางของคนหมู่มาก มีสองสาเหตุพื้นฐานที่จะก่อให้เกิดรูปแบบของเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ ได้แก่ ลักษณะที่เหมือนกันของคู่สนทนา (Homophily) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) (Crandall, Wilson, Marving, Vogelsang & Kjaer, 2007) เริ่มแรกคนเรามักจะพยายามสร้างสัมพันธ์ที่รู้สึกใกล้ชิดกับบุคคลอื่นที่มีลักษณะพฤติกรรมคล้าย ๆ กัน เพราะว่าพวกเขาจะรู้สึกสบายใจและเป็นตัวของตัวเองเวลาที่พวกเขาแสดงออกต่อบุคคลอื่น และกล้าที่จะแสดงออกพร้อมทั้งสร้างความคิดเห็นใหม่ ๆ ได้อย่างมั่นใจกับคนที่คล้าย ๆ กับพวกเขามากกว่าคนที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ก่อให้เกิด Social Network ก็คือ อิทธิพลทางสังคมในหมู่ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน พฤติกรรมส่วนตัวของบุคคล ๆ หนึ่งจะกลายเป็นเหมือนเพื่อนของเขาเมื่อใช้เวลาด้วยกันมากขึ้น เพราะว่าเขาคนนั้นต้องการที่จะเป็นเหมือนเพื่อนของเขาเพราะต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Monge & Contractor, 2003) อย่างเช่นตัวอย่างของบุคคลที่สูบบุหรี่ก็จะเป็นเพื่อนกับคนที่สูบบุหรี่ด้วยกันหรือที่เราเรียกว่าปรากฏการณ์ของ Homophily แต่ว่าในกรณีคนที่สูบบุหรี่มาอยู่ในกลุ่มของเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ เมื่อเวลาผ่านไปคนที่สูบบุหรี่ก็จะกลายเป็นบุคคลที่ไม่สูบบุหรี่ เหตุการณ์ดังกล่าวนี้สามารถอธิบายได้ว่าเป็น Social Influence ในการศึกษาไม่ว่าจะเป็นเรื่องลักษณะที่เหมือนกันของคู่สนทนา (Homophily) หรืออิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่โครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม (Social Network)

2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

Hussain และคณะ (2015) ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกมว่าเป็นพฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ และเพิ่มปัญหาส่วนบุคคลรวมถึงสังคมรอบข้าง โดยส่วนใหญ่มักสูญเสียการควบคุม หรืออาจจะแสดงออกด้วยอารมณ์หงุดหงิด โมโหง่ายได้ เช่น

ผู้เล่นจะรู้สึกหงุดหงิด โมโหถ้าไม่ได้เล่นเกมหรือ ผู้เล่นเคยทะเลาะกับผู้อื่น ครอบครัว เพราะอาจจะถูกรบกวนจากการเล่มเกม โดยสาเหตุหลักในการติดเกมมากที่สุด ได้แก่บุคคลนั้นใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ รองลงมาคือเล่นเกมเพื่อนผ่อนคลายความเครียด เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วทำให้เกิดความเพลิดเพลินจนเล่นเกินกว่าเวลาที่ตั้งใจจะเล่นไว้ เมื่อได้เล่นเกมแล้วทำให้เกิดความรู้สึกดี เพิ่มระยะเวลาในการเล่นมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการเล่นแต่ละครั้ง เคยคิดไว้ว่าว่าจะตั้งใจเล่นเกมนั้นทั้งวัน เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วไม่สามารถที่จะหยุดเล่นได้ ยอมที่จะอดนอนเพื่อที่จะได้เล่นเกม อยู่ในโลกของเกมจนลืมการใช้ชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง เลือกที่จะเล่นเกมจนยอมทิ้งกิจกรรมที่สำคัญของตนเองและไม่สามารถที่จะลดระยะเวลาในการเล่นเกมได้แม้จะมีเหตุผลอื่น ๆ เข้ามาในขณะที่บุคคลนั้นกำลังเล่นเกม แต่ก็ไม่สำเร็จที่จะทำให้บุคคลนั้นเลิกเล่นเกมได้ รู้สึกแย่เมื่อไม่ได้เล่นเกม เคยโกหกกับผู้อื่นเรื่องเวลาเล่นเกม เคยเล่นเกมจนถูกผู้อื่นละทิ้ง รู้สึกไม่ดีเมื่อเล่นเกมเป็นระยะเวลานาน เคยพยายามที่จะลดระยะเวลาเล่นเกมแล้วแต่ทำไม่สำเร็จ รู้สึกเครียดเมื่อไม่ได้เล่นเกม และเคยทะเลาะกับผู้อื่นที่มารบกวนเวลาเล่นเกม

2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)

Goh และคณะ (2012) ได้กล่าวไว้ว่า เกมควรมีการกระตุ้นผู้เล่น ให้รู้จักการแก้ปัญหาหรือทำภารกิจให้สำเร็จตามคำสั่ง อย่างเช่นการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมหรือการแชร์เกมออกไปนั้นไปซึ่งในตอนแรกทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้งานกับเว็บไซต์ แต่ก็ได้ปรากฏในพื้นฐานการใช้งานของโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น The Gopher Game (Casey, Tottenham, Liston & Durston, 2007) City Explorer (Matyas et al., 2008) มีการแนะนำให้ติดป้ายบนภาพเพื่อบ่งบอกสถานที่ในตัวเกม ซึ่งมีการบรรยายถึงลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เช่นตำแหน่งต่าง ๆ ของเมืองในเกมที่เป็นเหมือนศูนย์กลางของเนื้อเรื่อง โดยจะแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ซึ่งในแต่ละส่วน ผู้เล่นต้องทำสัญลักษณ์ตามหมวดหมู่ที่ตนเองสนใจให้ได้มากที่สุดผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยตัวอย่างจะประกอบด้วยหมวดหมู่ทั่ว ๆ ไปอย่างเช่น อาหาร หรือหมวดหมู่เฉพาะอย่างร้านเครื่องดื่ม ผู้เล่นที่สามารถสร้างสัญลักษณ์ในส่วนต่าง ๆ ได้มากที่สุดจะชนะและได้รับเครดิต หรือใน Mobimission (Grant, Campbell, Chen, Cottone, Lapedis & Lee, 2007) การแบ่งปันเนื้อหาในรูปแบบของภาพดิจิตอลพร้อมกับข้อความประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่กำหนดไว้ได้ถูกตั้งให้เป็นหนึ่งในการภารกิจที่ต้องทำให้สำเร็จ ในการบรรลุภารกิจนั้น ๆ ผู้เล่นจะต้องเก็บภาพให้ถึง 5 ภาพ และใส่เข้าไปในข้อความประกอบที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อความ โดยที่ผู้เล่นคนอื่น ๆ จะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ ๆเหล่านี้ และสำหรับตัวอย่างเกมสุดท้ายคือ Photo City ได้มีการเชิญชวนให้ผู้เล่นได้มีส่วนร่วมในการแบ่งปันรูปภาพจากมุมมองที่หลากหลาย โดยมีเป้าหมายคือการสนับสนุนการสร้างรูปแบบ 3 มิติ ในเกมนั้น จะมีธงที่เป็นสัญลักษณ์แทนสถานที่ที่ผู้เล่นสนใจและทำการเก็บภาพของสถานที่นั้นไว้ ผู้เล่นต้องทำคะแนนโดยการถ่ายรูปที่มีคุณภาพสูงให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ผู้เล่นที่ได้คะแนนมากที่สุดจะได้ธงไป ด้วยคุณสมบัติที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันนี้ เราสามารถที่จะบันทึกและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ ให้ผู้คนรอบตัวได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Facebook, Twitter, YouTube งานวิจัยของ House และคณะ (2005) ได้กล่าวเกี่ยวกับการแบ่งปันรูปถ่ายทางสมาร์ทโฟน แรงจูงใจในการกระทำสามารถแบ่ง

ออกเป็น 5 ประเภท 1) เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ 2) เพื่อบันทึกประสบการณ์ 3) เพื่อการนำเสนอตนเอง 4) เพื่อการแสดงออกทางอารมณ์ 5) เพื่อนำเสนอ หรือแสดงผลงาน

2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวไว้ว่า เพื่อที่จะให้เข้าใจว่าทำไมผู้คนถึงตั้งใจแน่วแน่ที่จะเลือกเล่นเกม โดยเฉพาะเกมที่มีการเชื่อมต่อสังคมผ่านทางสังคมโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงได้มีการทดสอบและเลือกสุ่มผู้ที่จะตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ 5 บุคคลและได้มีการสนทนากันสั้น ๆ กับพวกเขาแต่ละบุคคล โดยที่กลุ่มตัวอย่าง 5 ผู้ตอบแบบสอบถามนี้ จะต้องตอบถาม 4 คำถามแบบปลายเปิดได้แก่ ทำไมคุณเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อไรที่คุณมักจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ อะไรคือความคิดและสะท้อนความเห็นของคุณในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ คุณจะยังคงเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคตหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างคนแรกเป็นนักเรียนชายได้กล่าวว่า “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะเล่นกับเพื่อนและเป็นที่น่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงมิตรภาพของเราได้อีกด้วย” “ฉันมักจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในขณะที่รอรถขนส่งสาธารณะมันจะช่วยให้ฆ่าเวลาได้ดี” “ฉันชอบที่จะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะพวกเขามีความน่าสนใจและฉันสามารถโต้ตอบกับเพื่อนของฉันได้ แต่ในบางครั้งฉันก็รู้สึกเหนื่อยจากการเล่นเกมโดยเฉพาะถ้าการออกแบบของเกมที่ไม่ได้รับการอัพเกรดที่ดี” “ฉันคิดว่าฉันจะยังคงเล่นเกมเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ถ้ามีเกมที่ใหม่และสนุกอีกทั้งถ้าเพื่อนของฉันยังเล่นอีกด้วย”

กลุ่มตัวอย่างคนที่สองเป็นพนักงานบริษัทที่เป็นเพศชายซึ่งได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายกันกับกลุ่มตัวอย่างแรกว่า “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะมันเป็นวิธีที่จะฆ่าเวลาได้ดี ถ้าฉันไม่ได้เล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ฉันก็ไม่สามารถที่จะพูดคุยกับเพื่อน ๆ ได้ เพราะส่วนใหญ่เพื่อนของฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อฉันอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องรอเมื่อฉันมีเวลาว่างในช่วงการทำงาน” “ฉันรักที่จะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะพวกเขาทำให้ฉันผ่อนคลาย และมันง่ายมากที่จะหยิบโทรศัพท์เคลื่อนที่ขึ้นมาและช่วยเพิ่มพลังให้สมองฉัน” “ฉันจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไปเพราะมันเป็นเหมือนส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของฉันและฉันจะยังคงเล่นและแบ่งปันข้อมูลกับเพื่อน ๆ”

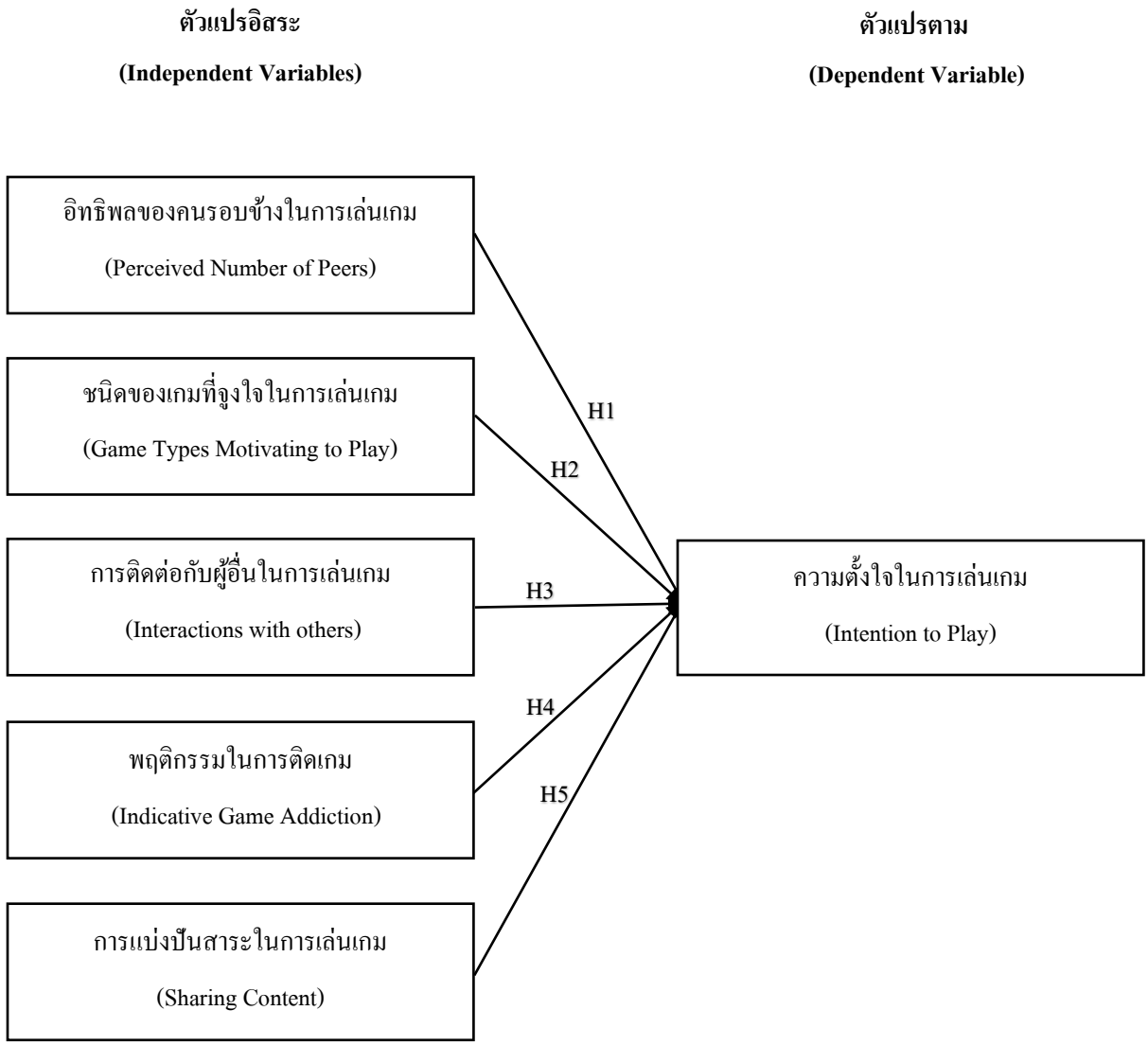
กลุ่มตัวอย่างคนที่สามเป็นพนักงานบริษัทที่เป็นเพศหญิงซึ่งได้ให้การตอบคำถามเหล่านี้ว่า“ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะมันน่าสนุกและน่าสนใจ” “ฉันจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ก่อนที่ฉันเข้านอนทุกคืน” “ฉันชอบที่จะเล่นเกมที่มีการเชื่อมต่อกับ Facebook เพราะฉันสามารถมองเห็นภาพเพื่อนของฉันในระหว่างเล่นเกมและมันทำให้รู้สึกว่าพวกเขาอยู่เคียงข้างฉัน” “ฉันจะยังคงเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไปเพราะมันเป็นแนวทางที่ง่ายต่อการฆ่าเวลาและมันทำให้มีประสบการณ์ที่ดีกับเพื่อนอีกด้วย”

กลุ่มตัวอย่างคนที่สี่เป็นนักเรียนหญิง ซึ่งบางข้อเธอมีความคิดเห็นที่แตกต่างกับผู้อื่น “ฉันล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะฉันเห็นผู้คนจำนวนมากและเพื่อนของฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” “ฉัน

เล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก็ต่อเมื่อฉันกำลังรอสำหรับการเรียนในวิชาต่อไป” “ฉันจะไม่เล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกต่อไปเพราะบางเกมต้องถามเพื่อนใน Facebook เพื่อขอความช่วยเหลือในการเล่นและถ้าไม่มีใครช่วย ฉันก็ไม่สามารถเล่นเกมต่อได้ ซึ่งมันน่าผิดหวังจริง ๆ”

กลุ่มตัวอย่างคนที่ห้าเป็นพนักงานบริษัทที่เป็นเพศชาย ซึ่งการตอบแบบสอบถามของเขานั้นมีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะพวกเขาช่วยให้ฉันผ่อนคลายความตรึงเครียดและการเชื่อมต่อกับเพื่อนนั้นทำให้ฉันมีความสุข”“ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อฉันรอรถบัสที่จะไปทำงาน” “ใช่ฉันจะยังคงเล่นฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ถ้าเกมมีความท้าทายมากขึ้นและเป็นเกมที่อ้างอิงถึงนวนิยายมากขึ้น”

2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.8 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H1: ปัจจัยด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

H2: ปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

H3: ปัจจัยด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

H4: ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการติดเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

H5: ปัจจัยด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

2.9 ทฤษฎีที่ใช้ตัวแปรวิจัย

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่ถูกนำมาอ้างอิงตัวแปร

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรวิจัย					
		อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม	ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม	การติดต่อกับผู้เล่นในการเล่นเกม	พฤติกรรมในการติดเกม	การแข่งขันสาระในการเล่นเกม	ความตั้งใจในการเล่นเกม
Pei-Shan & Hsi-Peng (2014)	Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications.	✓					✓
Hussain, Z., Williams, G. A., & Griffiths, M. D. (2015)	An exploratory study of the association between online gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively multiplayer online role-playing games.		✓		✓		
Cota, T. T., Ishitani, L., & Vieira Jr, N. (2015)	Mobile game design for the elderly: A study with focus on the motivation to play.		✓				

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่ถูกนำมาอ้างอิงตัวแปร (ต่อ)

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรวิจัย					
		อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม	ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม	การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม	พฤติกรรมในการติดเกม	การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม	ความตั้งใจในการเล่นเกม
Lee, S. Y. (2015)	Homophily and social influence among online casual game players.			✓			
Monge, P. R., & Contractor, N. (2003)	Theories of communication networks.			✓			
Goh, D. H.-L., Lee, C. S., & Low, G. (2012).	Played games as there was nothing else to do: Understanding motivations for using mobile content sharing games.					✓	

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

3.1 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการตรวจสอบเครื่องมือ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนที่เป็นประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองหลวงมีศูนย์กลางการทำธุรกิจ มีบริษัท อาคารสำนักงาน ห้างร้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้มีกลุ่มคนทำงานอยู่มาก และผลสำรวจสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ว่าประชากรในกรุงเทพมหานครมีการใช้สมาร์ทโฟนถึงร้อยละ 85.3 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างของประชากร ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (นราศรี ไววนิชกุล, 2525: 104) จากสูตรของ W.G.Cochran

$$n = \frac{P\,(1-P)Z^2}{E^2}$$

โดยกำหนดให้

n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z = 1.96 สำหรับระดับความเชื่อมันที่ 95% (ระดับ 0.05)

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

E = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร จะได้

n $= (0.5)\ (1\text{-}0.5)\ (1.96)^2 / (0.05)^2$

$= \sim 384.16 = 385$ ตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้ = 385 คน แต่เนื่องจากวิจัยนี้เป็นวิจัยที่มีนัยสำคัญทางธุระกิจจึงพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คนรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการตรวจสอบเครื่องมือ

3.2.1 ศึกษาจาก เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม ความตั้งใจในการเล่นเกม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

3.2.2 การสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม ความตั้งใจในการเล่นเกม

โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง มาก

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง น้อย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปรผล ซึ่งคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น $= \dfrac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$= \dfrac{5 - 1}{5}$

$= 0.8$

จากสูตรการสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ได้ค่าเฉลี่ย คือ 0.8 โดยสามารถนำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายของคะแนนความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรนั้นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรนั้นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.2.3 หาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละตัวแปรให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.4 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ทดลองแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดกับกลุ่มประชากร แล้วคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟ่า (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความเชื่อมันของตัวแปร

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient)
อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม	5	0.900
ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม	6	0.832
การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม	5	0.899
พฤติกรรมในการติดเกม	7	0.953
การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม	5	0.921
ความตั้งใจในการเล่นเกม	5	0.940

จากผลค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟ่า ที่ได้ทดลองแจกนั้นอยู่ระหว่าง 0.71 – 1.00 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง (เกียรติสุดา, 2552) ทำให้แบบสอบถามนี้พร้อมที่จะใช้เก็บข้อมูลได้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของตัวอย่างที่ได้คัดเลือกจำนวน 400 ชุด โดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีระยะเวลาตั้งแต่ 20 พฤษภาคม ถึง 30 มิถุนายน 2564

3.3.2 ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนจะนำมาประมวลผลในระบบคอมพิวเตอร์ โดยได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3.3.3 จัดหมวดหมู่ข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลคำถามทั่วไปที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

3.4.2 ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ได้แก่ ความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 สัปดาห์ จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการเล่นเกมส์ออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 วัน และท่านเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนช่องทางใดบ้าง โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

3.4.3 ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในด้าน อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม และความตั้งใจในการเล่นเกม โดยโปรแกรม SPSS มาวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ด้วยหลักการ Path Analysis ในโปรแกรม AMOS เพื่อสร้าง SEM (Structure Equation model) ในการหาอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปร

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 พฤษภาคม ถึง 30 มิถุนายน 2564 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยระบุเงื่อนไขว่าต้องเป็นผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนและทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ โปรแกรม SPSS และ AMOS ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 ข้อมูลคำถามทั่วไปที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	192	48
หญิง	208	52
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 25 ปี	155	38.75
26 – 30 ปี	135	33.75
31 – 35 ปี	52	13
36 – 40 ปี	42	10.5
41 ปีขึ้นไป	16	4
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือช่วงอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และช่วงอายุ 31- 35 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ13 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคืออายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	335	83.75
แต่งงาน	63	15.75
หย่าร้าง/ หม้าย	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ว่าว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 รองมาคือ แต่งงาน มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/หม้าย มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	4.5
ปริญญาตรี	316	70
ปริญญาโท	62	15.5
ปริญญาเอก	4	1
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ต่อมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือปริญญาเอก มีจำนวน 4 คน คิดเป็นอย่างละร้อยละ 1

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	121	30.25
20,001 – 30,000 บาท	168	42
30,001 – 40,000 บาท	62	15.5
40,001 – 50,000 บาท	25	6.25
50,001 ขึ้นไป	24	6
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทมีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองมาคือ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 42 ต่อมาคือ 30,001–40,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือ 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ	50	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	284	71
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	54	13.5
อื่น ๆ	12	3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71 รองมาคือ ธุรกิจส่วน/ ตัวค้าขาย มีจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 13.5 ต่อมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ มีจำนวน 50คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ อื่น ๆโปรดระบุ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

4.1.2 ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรม

ได้แก่ ความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 สัปดาห์ จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการเล่นเกมส์ออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 วัน และท่านเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนช่องทางใดบ้าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และ ร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม ความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 สัปดาห์

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
1-2 วันต่อสัปดาห์	110	17.5
3-4 วันต่อสัปดาห์	186	46.5
5-6 วันต่อสัปดาห์	55	13.75
7 วันต่อสัปดาห์	49	12.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองมาคือ 1-2 วันต่อสัปดาห์มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ต่อมาคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ 7 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.8: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม จำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการเล่นเกมส์ออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ภายใน 1 วัน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	57	14.25
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	260	65
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	68	17
มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน	15	3.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองมาคือ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ต่อมาคือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และ มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.9: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์)

ช่องทางโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นทางโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์)	372	93
ไม่เคยเคยเห็นทางโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์)	28	7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์) มีจำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ไม่เคยเห็นโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 4.10: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโทรทัศน์

ช่องทางโฆษณา	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เคยเห็นทางโทรทัศน์	192	48
ไม่เคยเห็นทางทางโทรทัศน์	208	52
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางโทรทัศน์ มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ตารางที่ 4.11: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยได้ยินโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางสื่อวิทยุ

ช่องทางโฆษณา	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เคยได้ยินทางสื่อวิทยุ	77	19.25
ไม่เคยได้ยินทางสื่อวิทยุ	323	80.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้ยิน โฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบน สมาร์โฟน ทางสื่อวิทยุ มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เคยได้ยินทางสื่อวิทยุมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25

ตารางที่ 4.12: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทางแผ่นป้ายโฆษณา (เช่นป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด)

ช่องทางโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นแผ่นป้ายโฆษณา (เช่น ป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด)	235	58.75
ไม่เคยเห็นแผ่นป้ายโฆษณา (เช่น ป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด)	165	41.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเห็นแผ่นป้ายโฆษณา (เช่น ป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด) เกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟน มีจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ไม่เคยได้เห็นแผ่นป้ายโฆษณา มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25

ตารางที่ 4.13: แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรม การเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนทาง ช่องทางโฆษณาอื่น ๆ

ช่องทางโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นช่องทางโฆษณาอื่น ๆ	2	0.5
ไม่เคยเห็นช่องทางโฆษณาอื่น ๆ	398	99.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.13 ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้เห็น โฆษณาเกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบน สมาร์โฟนทางช่องทางโฆษณาอื่น ๆ มีจำนวน 398 คน คิดเปนร้อยละ 99.5 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เคยเห็นทางช่องทางโฆษณาอื่น ๆ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

4.1.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและในแต่ละด้าน

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคิดเห็น**
ท่านคิดว่าคนรอบตัว หรือเพื่อนร่วมงานของท่านเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	4.49	0.72	มากที่สุด
ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จัก หรือเพื่อนร่วมงานเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม	3.99	0.94	มาก
ท่านคิดว่าในอนาคตคนรอบตัวท่านจะเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนมากขึ้น	4.30	0.84	มากที่สุด
ท่านคิดว่าคนรอบตัว หรือเพื่อนร่วมงานของท่านใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	4.02	0.91	มาก
ท่านเคยได้ยินคนรอบตัวของท่านพูดคุยกันเรื่องการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	4.04	0.87	มาก
รวม	4.17	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.14 ว่าอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.86) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านคิดว่าคนรอบตัว หรือเพื่อนร่วมงานของท่านเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.49) และข้อท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จัก หรือเพื่อนร่วมงานเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.94)

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivation to Play)

ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)	**ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคิดเห็น**
ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่	4.19	0.91	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่ออกสำรวจกันเป็นกลุ่ม	3.77	1.03	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง	3.65	1.28	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่มีการแข่งกันสูง	3.76	1.07	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของท่านได้	3.93	1.00	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่เพลิดเพลินที่มีความเครียดต่ำ	4.13	0.86	มาก
รวม	3.90	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.15 ว่าชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.03) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.19) และข้อ ท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.28)

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others)

การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมเกม (Interactions with others)	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคิดเห็น**
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น	4.11	1.00	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น	3.95	1.03	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนช่วยเพิ่มโอกาสในการมีเพื่อนใหม่	4.00	1.05	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนช่วยเพิ่มโอกาสในการเจอบุคคลที่มีความชอบเหมือนกัน	4.09	0.96	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากผู้อื่น	3.86	1.01	มาก
รวม	4.00	1.01	มาก

จากตารางที่ 4.16 ว่าการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.01) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่นมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.11) และข้อ ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนช่วยเพิ่มโอกาสในการมีเพื่อนใหม่ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 1.05)

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคิดเห็น**
ท่านสามารถเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนได้ทั้งวัน	3.65	1.35	มาก
ท่านใช้เวลาเล่นเกมนานกว่าที่ท่านตั้งใจไว้	3.51	1.19	มาก
เมื่อท่านได้เริ่มเล่นเกมแล้วไม่สามารถที่จะหยุดเล่นได้	3.41	1.36	มาก
ท่านรู้สึกหงุดหงิดหรือโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกม	2.96	1.47	ปานกลาง
ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น (เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน) เพราะพวกเขารบกวนเวลาเล่นเกม	3.01	1.49	ปานกลาง
ท่านเคยอดนอนเพราะเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	3.30	1.48	ปานกลาง
ท่านเคยเลือกที่จะเล่นเกมจนยอมทิ้งกิจกรรมที่สำคัญไป	2.96	1.49	ปานกลาง
รวม	3.26	1.40	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 ว่าพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.26) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านสามารถเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนได้ทั้งวันมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.65) และข้อ ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น (เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน) เพราะพวกเขารบกวนเวลาเล่นเกม กับข้อ ท่านเคยเลือกที่จะเล่นเกมจนยอมทิ้งกิจกรรมที่สำคัญไป มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 1.49)

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)

การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)	**ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ระดับความคิดเห็น**
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น	3.97	1.12	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นการเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น	3.60	1.19	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนที่เป็นการเก็บประสบการณ์	3.85	1.11	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็น	3.65	1.16	มาก
ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนทำให้มีส่วนร่วมกับผู้อื่น	3.84	1.03	มาก
รวม	3.78	1.12	มาก

จากตารางที่ 4.18 ว่าการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.12) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.97) และข้อ ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นการเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 1.19)

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to play)

ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to play)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	4.25	0.92	มากที่สุด
ท่านจะลองเล่นเกมออนไลน์ใหม่ ๆ ด้วยสมาร์ทโฟน	3.98	0.94	มาก
ท่านคิดว่าตัวเองเป็นผู้เล่นที่ดีในสังคมเกมออนไลน์ที่เล่นด้วยสมาร์ทโฟน	4.16	0.95	มาก
ท่านจะใช้สมาร์ทโฟนเล่นเกมออนไลน์ในอนาคตอันใกล้นี้	4.08	0.95	มาก
ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกเล่นเกมโดยเฉพาะเกมที่มีการเชื่อมต่อสังคมด้วยสมาร์ทโฟน	4.04	1.01	มาก
รวม	4.10	0.95	มาก

จากตารางที่ 4.19 ว่าความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to play) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.95) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อว่า ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25) และข้อ ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกเล่นเกมโดยเฉพาะเกมที่มีการเชื่อมต่อสังคมด้วยสมาร์ทโฟน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 1.01)

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

ในการวิเคราะห์อิทธิพลเพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรอิสระ ได้แก่ อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivating to Play) การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) กับตัวแปรตาม ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play) โดยผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) และนำมาสร้าง SEM (Structure Equation model) เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาอิทธิพลของดังกล่าวตามกรอบแนวคิดวิจัย ซึ่งนำข้อมูลทั้งหมด 400 ตัวอย่างมาสร้าง Model ตามกรอบแนวคิดวิจัย และตัดคำถามออกเพื่อปรับปรุงข้อมูลให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20: ค่ามาตรฐานในการปรับโมเดล

ค่าทางสถิติ	เกณฑ์มาตรฐาน	ค่าที่ได้	สรุปผล
P-Value	มากกว่า 0.01	0.382	ผ่านเกณฑ์
NFI	มากกว่า 0.95	0.972	ผ่านเกณฑ์
CFI	มากกว่า 0.9	0.999	ผ่านเกณฑ์
GFI	มากกว่า 0.95	0.969	ผ่านเกณฑ์
RFI	มากกว่า 0.95	0.962	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	น้อยกว่า 0.018	0.009	ผ่านเกณฑ์

โดยหลังจากการปรับปรุงโมเดลที่ถูกสร้างจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ตัดคำถามที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปจำนวนคำถามที่เหลือได้ดังตารางที่ 4.21

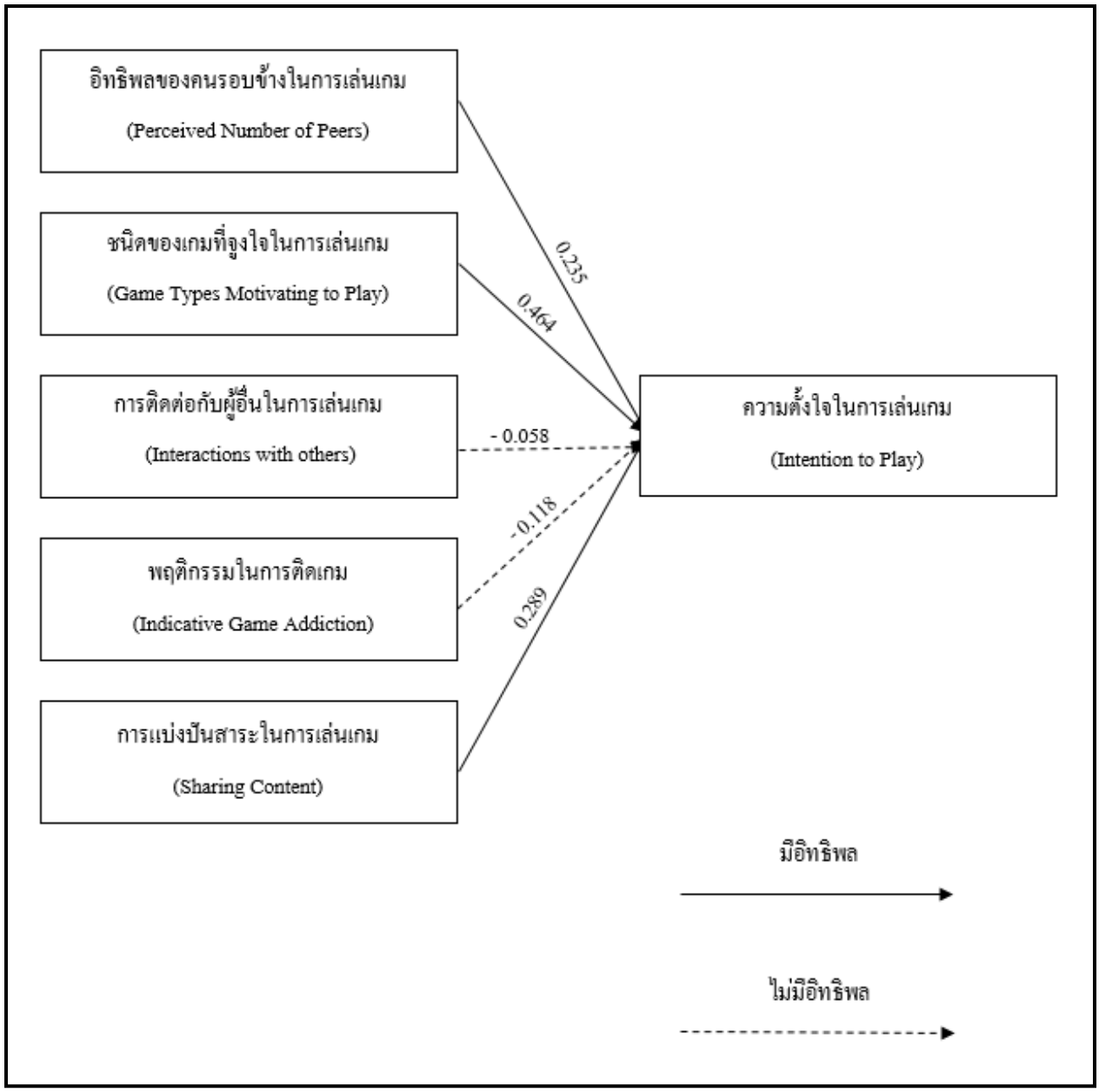
ตารางที่ 4.21: จำนวนคำถามหลังจากทำการปรับปรุงโมเดล

คำถามในการวัดแต่ละตัวแปร	จำนวนที่เหลือ
อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)	2
ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)	3
การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others)	3
พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)	4
การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)	3
ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to play)	3

ตารางที่ 4.22: ผลการวิเคราะห์อิทธิผลเชิงสาเหตุภายในโมเดล

ตัวแปรตาม	**อิทธพล**	**ตัวแปรอิสระ**				
Intention to Play (IP)	ทางตรง	Perceived Number of Peers (PP)	Game Types Motivating to Play (GP)	Interactions with others (IO)	Indicative Game Addiction (IA)	Sharing Content (SC)
		0.235**	0.464**	-0.058	-0.118	0.289*
	ทางอ้อม	-	-	-	-	-

*หมายเหตุ *p<= 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001*



ภาพที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานของโมเดล

ค่านัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.1 และตารางที่ 4.22 โดยว่า อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivating to Play) และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05 ส่วนการติดต่อกับผู้อื่น

ในการเล่นเกม (Interactions with others) และพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) ไม่มีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23: สรุปตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย	**ผลการวิจัย**	**สรุปผล**
H1: ปัจจัยด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	ยอมรับ	มีอิทธิพล โดยมีค่า P เป็น 0.009 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับน้อยกว่า 0.05
H2: ปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	ยอมรับ	มีอิทธิพล โดยมีค่า P เป็น 0.005 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับน้อยกว่า 0.05
H3: ปัจจัยด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	ปฏิเสธ	ไม่มีอิทธิพล โดยมีค่า P เป็น 0.611 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05
H4: ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการติดเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	ปฏิเสธ	ไม่มีอิทธิพล โดยมีค่า P เป็น 0120 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05
H5: ปัจจัยด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน	ยอมรับ	มีอิทธิพล โดยมีค่า P เป็น 0.027 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับน้อยกว่า 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivating to Play) การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) มีผลต่อความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)ของกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุ 20 – 55 ปี ที่ทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เป็นพื้นฐานโดยใช้โปรแกรม IBM SPSSS AMOS ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ และตัวแปรโดยทำการทดสอบความสอดคล้องของข้อมูลกับกรอบงานวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการศึกษาวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษางานวิจัยนี้ 400 คนโดยผลการวิเคราะห์ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 สถานภาพโสด มีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 70 มีรายได้ต่อเดือน ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทมีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71

5.1.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม

ด้านความถี่โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่โดยเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ความถี่โดยเฉลี่ยต่อชั่วโมง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 และส่วนใหญ่เคยเห็นโฆษณาที่

เกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่เล่นบนสมาร์โฟนมากที่สุดทางโซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์) มีจำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93

5.1.3 ผลวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมในการติดเกมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน

สมมติฐานข้อที่ 5 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05

5.2 การอภิปรายผล

จากการรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมุติฐานทั้ง 5 ข้อ ว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ เกี่ยวกับปัจจัยด้าน อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivating to Play) การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) และการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) พบว่าอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือเมื่อมีการเข้าร่วมเล่นและการพูดถึงเกมจนก่อให้เกิดเป็นกระแสต่อผู้อื่นในสังคมจะส่งผลให้ผู้คนในสังคมนั้นสนใจในกิจกรรมที่คนหมู่มากทำ หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนมักจะนิยมใช้สินค้าหรือบริการใด ๆ มากขึ้นเมื่อเห็นว่าคนรอบตัวหรือคนในสังคม ต่างก็ใช้กัน เกิดเป็นกระแสนิยมทำให้คนในกลุ่มนั้นหรือกลุ่มใกล้เคียงหันมาสนใจศึกษาข้อมูลหรือเข้าร่วมเล่นเกมนั้น ๆ (Pei-Shan & Hsi-Peng, 2014)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivating to Play) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) พบว่าชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วย

สมาร์ทโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเหตุผลหลัก ๆ ที่สร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมอาจจะเป็นเกมที่มีความแปลกใหม่ หรือเกมที่ไม่เครียดจนเกินไปเหมาะสำหรับคนวัยทำงานที่ชีวิตประจำวันเครียดจากงานอยู่แล้ว หรือเป็นเกมที่มีกิจกรรมที่มุ่งเน้นกันทำภายในเกมหรือเพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันเพื่อที่จะปลดกุญแจไปยังภารกิจต่อไป ทำให้เกิดความสนุกยิ่งขึ้นและดึงดูดความสนใจของผู้เล่น และมีการนำเสนอความท้าทายที่ทำให้พวกเขารู้สึกภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง (Cota และคณะ, 2015) และต้องเป็นเกมไม่ซับซ้อนหรือง่ายจนเกินไปหรือหลีกเลี่ยงระบบเกมที่ซ้ำไปซ้ำมาจนทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) พบว่าการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการติดต่อกับผู้อื่นในเกมอาจจะทำให้การเล่นเกมไม่สนุกเนื่องจากอาจจะเจอกับผู้เล่นที่คิดไม่เหมือนกัน หรือผู้เล่นที่หยาบคาย โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ (Lee, 2015) ได้กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน กับกลุ่มคนที่มีบุคลิกแตกต่างกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกันซึ่งจากการวิจัยจะเห็นว่าถ้านำกลุ่มคนที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกันมาอยู่รวมกัน พวกเขานั้นจะมีโอกาสที่จะเป็นเพื่อนกันมากกว่ากลุ่มคนที่มีบุคลิกและการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) พบว่าพฤติกรรมในการติดเกมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่า และพฤติกรรมการติดเกมเป็นเพียงแค่การเสพติดเช่นเดียวกับการพนันหรือยาเสพติด แตกต่างแค่เพียงในรูปแบบของการเล่นเกม ซึ่งผู้เสพติดเพียงแค่ต้องการหลบหนีความวุ่นวายหรือระบายอารมณ์จากความกดดันรอบตัวเท่านั้น โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ (Gunuc, 2015)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟน จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์แบบเส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้สถิติการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) พบว่าการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หลายเกมในปัจจุบันสามารถเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมได้ เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ หรือแชร์การเล่นเกมแบบถ่ายทอดสดได้ เช่น ทวิช ยูทูบ ทำให้เกิดการกระตุ้นคนอื่นให้อยากเข้ามาร่วมเล่นเกม หรือสนใจในเกมนั้น (Goh และคณะ, 2012) อีกทั้งยังมีการสร้างชุมชนคนเล่นเกม

(Community) หรือเว็บบอร์ดเพื่อแสดงรายละเอียดต่างๆ ของภารกิจในเกมให้ผู้เล่นได้เข้ามาศึกษาเพื่อที่จะตั้งใจเล่นให้ผ่านภารกิจนั้นได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

บริษัทเกม/ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ /หน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวกับเกมส์ออนไลน์บนสมาร์โฟนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

5.3.1 บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟนควรมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมในเกมในลักษณะมีการมาร่วมกันทำกิจกรรมเป็นกลุ่มหรือมีรางวัลสำหรับการชวนเพื่อนมาเล่นทำให้เกิดเป็นเครือข่ายที่กว้างออกไปและเกิดเป็นกระแสการพูดถึงในสังคม

5.3.2 ผู้ผลิตเกมออนไลน์ควรสร้างเกมที่มีระบบการเล่นที่แปลกใหม่ดึงดูดให้ผู้เล่นวัยทำงานหันมาสนใจมากขึ้น โดยจะต้องไม่เป็นเกมที่เครียดหรือซับซ้อนจนเกินไป

5.3.3 ควรมีระบบสื่อสารในเกมออนไลน์หลายช่องทางเช่น ระบบไมโครโฟน การแชต หรือการส่งสัญลักษณ์ โดยผู้เล่นสามารถปิดระบบช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ได้หากพบกับผู้เล่นคนอื่นที่หยาบคาย หรือไม่ต้องการติดต่อพูดคุยกับใคร

5.3.4 มีระบบจำกัดการเล่นในแต่ละวันเพื่อป้องกันปัญหาการติดเกม เช่น ระบบสตามินา (Starnina) การจำกัดอายุผู้เล่นเป็นต้น

5.3.5 ผู้ให้บริการเกมควรมีระบบการสร้างชุมชนเกม (Community) เพื่อแบ่งปันข่าวสารในเกม วิธีและข้อมูลการเล่นและสามารถเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่จะวิจัยให้กว้างออกไป เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนนั้นสามารถเล่นได้ทุกสถานที่และทุกเวลาจึงไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นกลุ่มคนในเขตกรุงเทพมหานครเพียงอย่างเดียว อีกทั้งตลาดเกมยังมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงมิติความตั้งใจที่จะเล่นเกมของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในแต่ละตลาด

5.4.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตัวแปรคั่นกลางหรือตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น เช่น ปัจจัยการอ้างอิงของผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ หรือกลุ่มผู้เล่นเกมในวัยอื่น ที่อาจจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางสมาร์โฟน

5.4.3 ศึกษาวิจัยกลุ่มผู้เล่นเกมบนแฟลตฟอร์มอื่น เช่น กลุ่มผู้เล่นบนเครื่องคอมพิวเตอร์ กลุ่มผู้เล่นบนเครื่องเล่นเกมคอนโซล กลุ่มผู้เล่นบนเครื่องเล่นเกมแบบพกพา เป็นต้น

5.4.4 ศึกษาวิจัยเจาะลึกไปยังตัวแปรอื่น เช่น ชนิดของเกมที่นิยมเล่นในแต่ละวัย แต่ละสังคม เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในทางการตลาดและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

5.5.1 กลุ่มตัวอย่างเฉพาะประชากรวัยทำงานอายุ 20 – 55 ปี และทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

5.5.2 วิจัยเฉพาะความสัมพันธ์ของตัวแปรทางตรงเท่านั้น

บรรณานุกรม

C Chou, และ M. J Tsai. (2007). Gender differences in Taiwan high school students' computer game playing. Computers in Human Behavior, 23(1), 812-824.

C. G Crandall, Wilson, T. E, Marving, J, Vogelsang, T. W, และ Kjaer, A. (2007). On the identity of Moerckia hibernica (Hook.) Gottsche (Moerckiaceae fam. nov. Nova Hedwigia Beih, 131, 41–59.

C. H Liao, Tsou, C. W, และ Huang, M. F. (2007). Factors influencing the usage of 3G mobile services in Taiwan. Online Information Review, 31(6), 759-774.

D. H.-L Goh, Lee, C. S, และ Low, G. (2012). I played games as there was nothing else to do: Understanding motivations for using mobile content sharing games. Online Information Review, 36(6), 784-806.

H Cole, และ M. D Griffiths. (2007). Social interactions in massively multiplayer online roleplaying gamers. CyberPsychology & Behavior, 10(4), 575-583.

Hsi-Peng, L. (2014). Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications. Internet Research, 24(3), 313-331.

I Ha, Yoon, Y, และ Choi, M. (2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. Information & Management, 44(3), 276-286.

J Colwell. (2007). Needs met through computer game play among adolescents. Personality and Individual Differences, 43(8), 2072-2082.

J Hou. (2011). Uses and gratification of social games: Blending social networking and gameplay. First Monday Peer-Reviewed Journal on the Internet, 16(7).

J. W Moon, และ Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for the World-Wide-Web context. Information and Management, 38, 217-230.

M. T Omori, และ Felinto, A. S. (2012). Analysis of motivational elements of social games: A puzzle match 3-games study case. Int. J. Comput. Games Technol, 1–10.

Mofang. (2558). ผู้เล่นเกมบน Tablet ยอมใช้จ่ายเงินสูงกว่า Mobile Phone. เข้าถึงได้จาก http://www.thaimofang.com/NGnews/10000056-10054487-1.html

P. R Monge, Contractor, และ N. (2003). Theories of communication networks. New York: Oxford University Press.

R Carvalho, และ L Ishitani. (2012). Motivational fac-tors for mobile serious games for elderly users. Paperpresented at the Proceedings of XI SB Games. Brasilia: Brazil.

S. Y Lee. (2015). Homophily and social influence among online casual game players. Telematics and Informatics, 32(4), 656-666.

T. T Cota, Ishitani, L, และ Vieira Jr, N. (2015). Mobile game design for the elderly: A study with focus on the motivation to play. Computers in Human Behavior, 51(Part A), 96-105.

Z Hussain, Williams, G. A, และ Griffiths, M. D. (2015). An exploratory study of the association between online gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively multiplayer online role-playing games. Computers in Human Behavior, 50, 221-230.

ลุ่มเพชรมงคล ภคภร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระะเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่: โรงพิมพค์รองช่าง.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). เกมออนไลน์ปี 53: มูลค่าตลาดขยายตัว 14%. เข้าถึงได้จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/25071.aspx

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). IT-T012 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภท โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต จำแนกตามภูมิภาค. เข้าถึงได้จาก http://stiic.sti.or.th/stat/ind-it/it-t012/

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน รายจังหวัด พ.ศ. 2545 – 2562. เข้าถึงได้จาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/08.aspx