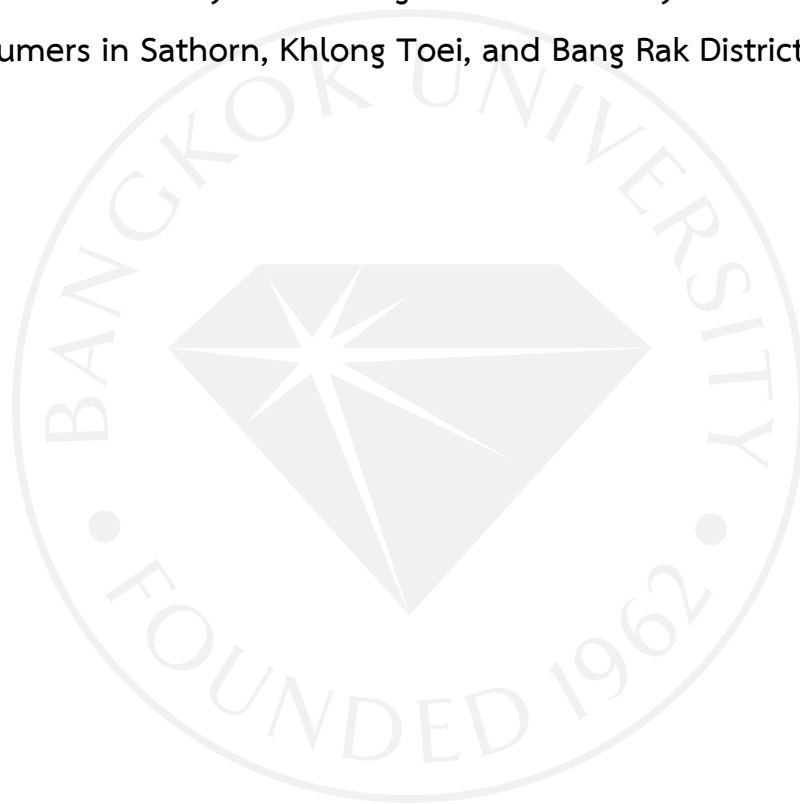


ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค  
ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Influencing Intention to Play Mobile Games of  
Consumers in Sathorn, Khlong Toei, and Bang Rak Districts in Bangkok



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค  
ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Influencing Intention to Play Mobile Games of Consumers  
in Sathorn, Khlong Toei, and Bang Rak Districts in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2557



© 2559

ภาคกร ลุ่มเพชรมงคล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขต  
สาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ภาคกร กลุ่มเพชรมงคล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

27 กุมภาพันธ์ 2559

ภาคกร ลุ่มเพชรมงคค. ปริญญการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กุมภาพันธ์ 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร (112 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์

### บทคัดย่อ

งานวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมนาน ความเบื่อกับเกมในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมนาน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมนาน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนาน ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนาน จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนสิงหาคม ถึงกันยายน 2558 จำนวน 271 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความเบื่อกับเกมในการเล่น และปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมนาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 68.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ความเบื่อกับเกมในการเล่นเกมนาน, การแสวงหาสาระในการเล่นเกมนาน, เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

Lumphetmongkol, P. M.B.A., February 2016, Graduate School, Bangkok University.  
The Study of Factors Positively Influence Intention to Play Mobile Games of  
Consumers in Sathorn, Khlong Toei, and Bang Rak Districts in Bangkok (112 pp.)  
Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

### ABSTRACT

The researcher attempted to study the positive influence of game types motivating to play, indicative game addiction, reasons to play games with mobile phones, perceived number of users, perceived numbers of peers, enjoyment, interactions with others, seeking content, and sharing content affecting intention to play mobile games of consumers in Sathorn, Khlong Toei, and Bang Rak districts in Bangkok. The sample size was the 271 questionnaire respondents during August to September in 2015. The data was analyzed using Multiple Regression Analysis. The researcher-found that only enjoyment and seeking content factors positively affecting intention to play mobile games, explaining 68.4 percent of the influence at .01 level of significance.

*Keywords: Enjoyment, Seeking Content, Play Games with Mobile Phones*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานครฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดี ตลอดจนได้ให้คำแนะนำในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานในงานประชุมวิชาการเพื่อมาตรฐานและความน่าเชื่อถือจนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาภายในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ทุกคนในครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุน การศึกษาครั้งนี้ และกำลังใจสำคัญจากบุคคลอันเป็นที่รักยิ่งที่มีส่วนสำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ ที่คอยให้กำลังใจ จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้

ภคภร ลุ่มเพชรมงคล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	9
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.4 คำถามของงานวิจัย	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	11
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation to Play)	13
2.2 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)	15
2.3 เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)	16
2.4 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)	17
2.5 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers)	18
2.6 ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment)	19
2.7 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others)	20
2.8 การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (Seeking Content)	21
2.9 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (Sharing Content)	22
2.10 ความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play)	24
2.11 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.12 สมมติฐานการวิจัย	29
2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	30



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.14 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	30
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	32
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	37
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	43
3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	44
3.7 วิธีการทางสถิติ	46
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	50
4.2 การสรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	53
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน	64
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	74
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น	80
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน	84
5.2 การอภิปรายผล	87
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	91
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	92
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	100
ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	107
ประวัติผู้เขียน	112
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (มหาชน)	5
ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท สยามเกม จำกัด	6
ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด	6
ตารางที่ 1.4: โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 แปรนด์ ได้แก่บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (มหาชน) บริษัท สยามเกม จำกัด และบริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด	7
ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น (MC) ด้านพฤติกรรมในการติดเกม (IG) ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM) ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (PU) ด้านอิทธิพลของครอบข้างในการเล่น (PP) ด้านความเบิกบานใจในการเล่น (EJ) ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น (IO) ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น (SE) ด้านการแบ่งปันสาระในเกม (SH) ด้านความตั้งใจในการเล่น (IP) ที่ n = 271	38
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ	48
ตารางที่ 4.1: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ	50
ตารางที่ 4.2: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ	51
ตารางที่ 4.3: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพ	51
ตารางที่ 4.4: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา	52
ตารางที่ 4.5: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน	52
ตารางที่ 4.6: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ	53
ตารางที่ 4.7: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมตะลุมด้นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	54
ตารางที่ 4.8: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมต่อสู้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	54
ตารางที่ 4.9: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมลับสมองผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมรถแข่งผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	55
ตารางที่ 4.11: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมกีฬาผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่อยู่ประจำ	55
ตารางที่ 4.12: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมเลี้ยงสัตว์ผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	56
ตารางที่ 4.13: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมทำอาหารผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	56
ตารางที่ 4.14: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมยิงปืนผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	57
ตารางที่ 4.15: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมวางแผนการรบผ่าน ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ	57
ตารางที่ 4.16: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่อยู่ประจำ	58
ตารางที่ 4.17: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย	58
ตารางที่ 4.18: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมยอดนิยม	59
ตารางที่ 4.19: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมใหม่	59
ตารางที่ 4.20: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเพื่อนแนะนำ	60
ตารางที่ 4.21: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเหตุผลอื่น ๆ	60
ตารางที่ 4.22: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ความถี่ในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ กี่ครั้งต่อสัปดาห์	61
ตารางที่ 4.23: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ในแต่ละครั้งใช้เวลาเล่นเกมนานทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่นานเท่าใด	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

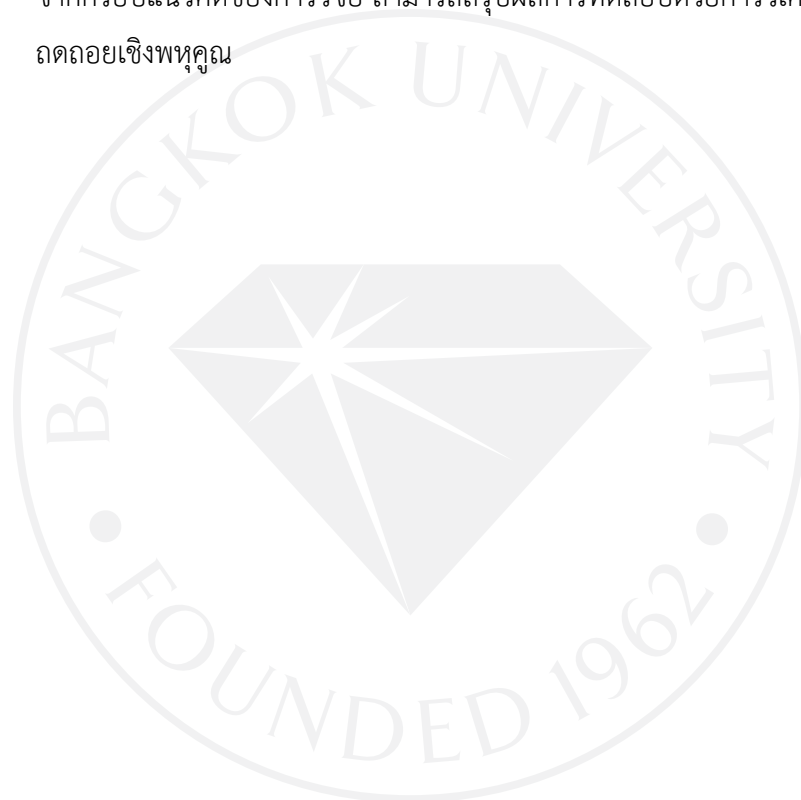
	หน้า
ตารางที่ 4.24: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโทรศัพท์	62
ตารางที่ 4.25: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางวิทยุ	62
ตารางที่ 4.26: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางป้ายโฆษณา	63
ตารางที่ 4.27: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย	63
ตารางที่ 4.28: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation Play)	64
ตารางที่ 4.29: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)	65
ตารางที่ 4.30: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)	66
ตารางที่ 4.31: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)	67
ตารางที่ 4.32: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น (Perceived Number of Peers)	68
ตารางที่ 4.33: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความเบิกบานใจในการเล่น (Enjoyment)	69
ตารางที่ 4.34: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น (Interactions with others)	70
ตารางที่ 4.35: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น (Seeking Content)	71
ตารางที่ 4.36: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการแบ่งปันสาระในการเล่น (Sharing Content)	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play)	73
ตารางที่ 4.38: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูล ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของเกมที่น่าพอใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการ ติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่น ในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปัน สาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน ที่มีผลต่ออิทธิพลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร	75
ตารางที่ 4.39: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เกี่ยวกับชนิดของเกมที่น่าพอใจใน การเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหา สาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน ที่มีผลต่ออิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขต กรุงเทพมหานคร	77
ตารางที่ 4.40: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่น่าพอใจ ในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหา สาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ที่มีผลเชิงบวกต่อความ ตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	78
ตารางที่ 4.41: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ	80

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	3
ภาพที่ 2.1: การนำเสนอสมมติฐาน	19
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	31
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	82
จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

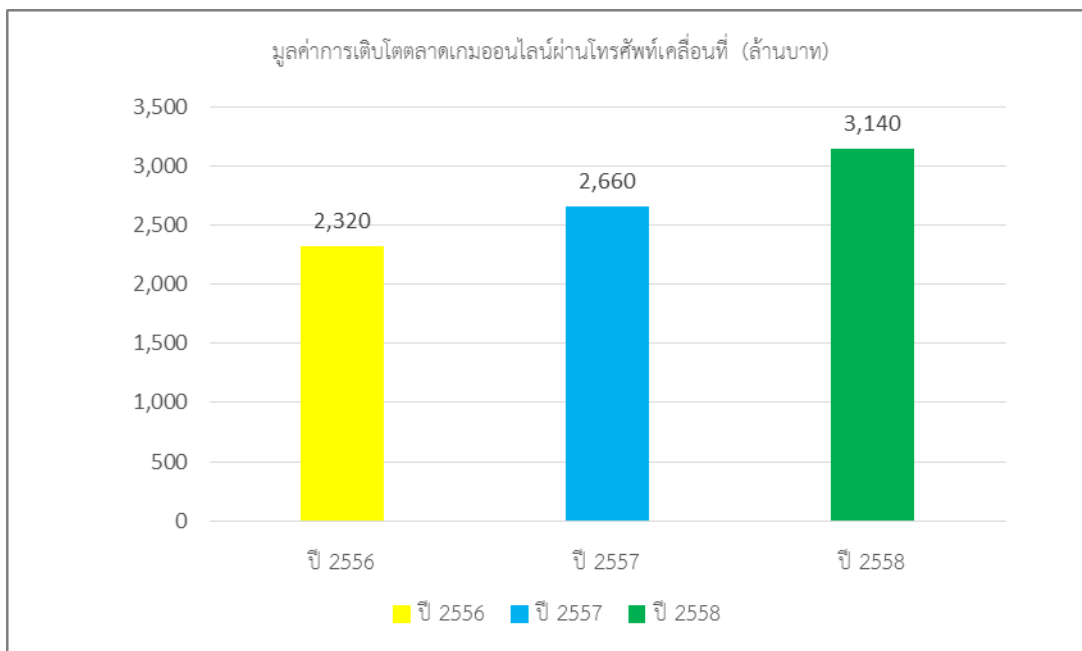
ในปัจจุบันเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเทคโนโลยีมีบทบาทและความสำคัญในวิถีชีวิตประจำวันของเราอย่างมาก ตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอนในแต่ละวัน เทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับมนุษย์เราจนเป็นส่วนหนึ่งอยู่คู่กับวิถีในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ไม่มีใครไม่รู้จักโทรศัพท์เคลื่อนที่ อีกทั้งประชากรส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงถูกคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถโทรเข้า โทรออก การส่งข้อความ การบันทึกข้อมูลส่วนบุคคล โทรศัพท์เคลื่อนที่จอสี โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถถ่ายภาพได้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จวบจนเข้าสู่สมาร์ตโฟนในยุคปัจจุบันที่มีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน Wi-Fi 3G (บุขรา ประกอบธรรม และมานะ อัครริยะเกียรติ, 2555) หรือ 4G และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น Line, YouTube, Facebook และ Twitter เป็นต้น ในปัจจุบันเงินในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจในแต่ละประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องของการประมูลคลื่นความถี่ 1,800 MHz หรือ 4G ซึ่งในแต่ละประเทศจะใช้ระยะเวลาในการประมูลเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานและมีเงินรับประกันเข้าประเทศมูลค่าสูง ประเทศอินเดียใช้เวลาประมูล 4G เป็นระยะเวลา 19 วันและ 115 รอบ มูลค่าการประมูลสิ้นสุดลงที่ 17,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 600,000 ล้านบาท ประเทศเยอรมัน ใช้ระยะเวลาการประมูลยาวนานกว่า 27 วัน 224 รอบตัวเลขสิ้นสุดลงที่ 1.75 แสนล้านบาท สำหรับประเทศไทย ใช้ระยะเวลาการประมูลอยู่ที่ 30 ชั่วโมง 86 รอบ ราคารวมการประมูลทั้งหมดอยู่ที่ 1.51 แสนล้านบาท ซึ่งรายได้จากการประมูลนี้ทางรัฐบาลจะนำเงินมาใช้จ่ายพัฒนาประเทศ (MThai News, 2558)

นอกจากนั้น สมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ ๆ ในปัจจุบันยังมีหน้าจอสัมผัส ใสกล้องถ่ายรูปที่มีความละเอียดสูง ออกแบบดีไซน์ให้สวยงามทันสมัย มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจซึ่งระบบปฏิบัติการเหล่านั้นจะช่วยให้ผู้ใช้งาน สมาร์ตโฟนนั้นสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้โดยใช้ระบบปฏิบัติการหลักคือ IOS ใช้กับ iPhone ส่วน ระบบปฏิบัติการ Android OS ใช้กับสมาร์ตโฟนอื่น ๆ (อธิปลักษณ์ โชติธนประสิทธิ์, 2557) จากเทคโนโลยีที่ก้าวไกลนำสมัยนี้เอง ทำให้เกิดธุรกิจสื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ มากมายหลากหลายรูปแบบ มีการคิดค้นปรับปรุงพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อต่อยอดทางธุรกิจตามความต้องการพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยได้รวมไปถึงการพัฒนาเกม สิ่งที่มีมนุษย์ไว้ใช้ในการผ่อนคลาย กระชับความสัมพันธ์ในสังคม หรือฝึกฝนทักษะต่าง ๆ เกมช่วยสร้างความบันเทิงและสนุกสนานให้

กับมนุษย์ทุกเพศทุกวัย ด้วยเหตุนี้เกมจึงเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเราและถูกพัฒนาไปในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมกับเทคโนโลยี เมื่อเกมได้ถูกผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยี ทำให้เกมสามารถดึงดูดความน่าสนใจในการเล่น เพิ่มอรรถรส การรับรู้ความรู้สึกทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม เทคโนโลยีสื่อมัลติมีเดียที่อยู่บนสมาร์ทโฟน หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้กลุ่มคนทุกเพศทุกวัยเข้าถึงเกมได้ง่ายและมากขึ้น ประเภทของเกมได้ถูกแบ่งออกดังนี้ บู้ล้างผลาญ (Action) ผจญภัย (Adventure) แข่งรถ (Driving) ต่อสู้ (Fighting) สร้างสรรค์สำหรับเด็ก (Children) การศึกษา (Education) สวมบทบาทและเล่นร่วมกันเป็นสังคม (MMORPG – Massive Multiplayer Online Role Playing Game) สวมบทบาทแบบเล่นคนเดียว (Role Playing Game) จำลองการสร้าง (Simulation) วางแผน (Strategy) และกีฬา (Sport) (Hussain, Williams & Griffiths, 2015) การไหลตเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านระบบ Application นั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก โดยใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที ผู้ที่ไหลตก็สามารถเล่นได้เล่นเกมที่ไหลตมานั้นแล้ว ส่วนมากเกมมือถือนั้นจะมุ่งผู้เล่นได้ความเพลิดเพลินตัวเกมนั้นฟรี แต่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมกรณีที่ยากจะซื้ออุปกรณ์ภายในเกมเพิ่ม ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งหลักของเกมมือถือนั้นว่าได้ เพราะคนที่มียาได้น้อยก็สามารถที่จะร่วมเล่นเกมได้ อีกทั้งแน่นอนว่าอุปกรณ์มือถือของผู้ใช้งานทุกคนนั้น มีระบบอินเทอร์เน็ตที่โดยหลักจะใช้งานสำหรับแอปพลิเคชัน พุดคุยสนทนา (Instant Message) ตรงจุดนี้ทำให้เกมมือถือนั้นส่วนมากเป็นระบบออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งผู้เล่นจะสามารถเล่นด้วยกันพร้อมกันเพื่อนและสังคมอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ ซึ่งยังมีระบบที่จะสามารถสนทนากันในเกมคล้ายกับแอปพลิเคชัน พุดคุยสนทนาอีกด้วย ซึ่งความสนุกสนานก็จะเพิ่มมากขึ้นมากกว่าการเล่นเกมนั้นคนเดียว นอกจากนั้นถ้าผู้พัฒนาเกมมือถือนั้นยังผลิตเกมใหม่ ๆ ออกมาให้ผู้เล่นได้ทำการดาวน์โหลดออกมาเรื่อย ๆ ก็จะทำให้ฐานของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์มือถือสูงขึ้นในทุก ๆ วัน ซึ่งตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วโดยมูลค่าตลาดโมบายล์เกมออนไลน์ของไทยในปี 2557 จะมีมูลค่าสูงถึง 2,660 ล้านบาท ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 14.7 ขณะที่ปี 2558 คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 3,070-3,140 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 15.4-18.0 นอกจากนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2557) คาดว่า ในปี 2557 จะมีจำนวนผู้เล่นโมบายล์เกมออนไลน์ถึงระดับ 14.0 ล้านคน ขยายตัวกว่าร้อยละ 20.2 จากปี 2556



ภาพที่ 1.1: ตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา: เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ 2558. (2558). *Marketeer*. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/2014/12/game-on-mobile/>.

อีกทั้งยังพบว่า กลุ่มผู้บริโภคซึ่งใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตที่อยู่ในวัยเรียนนิยมเล่นโมบายล์เกมออนไลน์กว่าร้อยละ 75.7 ในขณะที่กลุ่มคนทำงานนิยมเล่นโมบายล์เกมออนไลน์กว่าร้อยละ 58.6 แม้ว่า กลุ่มผู้บริโภคซึ่งใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตที่อยู่ในวัยเรียนนิยมเล่นโมบายล์เกมออนไลน์มากกว่ากลุ่มคนทำงาน แต่ นักวิเคราะห์ของ NPD Group (Market Research & Business Intelligence) ระบุว่า “ผู้เล่นที่เป็นผู้ใหญ่มีการเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้เล่นวัยเด็กและวัยรุ่น กลุ่มผู้ใหญ่นี้ยังได้มีการเลือกเกมให้กับลูกของตนเอง ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ผลิตเกมและนักการตลาด” (Mofang, 2558) นอกจากนี้ จำนวนผู้เล่นโมบายเกมออนไลน์ทั้งสองกลุ่มดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 64.6 ของจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตทั้งหมดซึ่งมีอยู่ประมาณ 21.7 ล้านคนทั่วประเทศ นั้นหมายถึง นอกจากฐานผู้บริโภคที่เล่นโมบายล์เกมออนไลน์เดิมแล้ว ยังมีผู้บริโภคกว่าร้อยละ 35.4 ที่ใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตแต่ยังไม่มีการเล่นโมบายล์เกมออนไลน์ จึงนับได้ว่าเป็นโอกาสของกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นผู้พัฒนาหรือผู้ให้บริการโมบายล์เกมออนไลน์ที่จะคิดค้นพัฒนาโมบายล์เกมออนไลน์ใหม่ ๆ และทำการตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเจาะฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เหล่านี้เพิ่มขึ้นอีก (ศุภยวีจักษณ์กรไทย, 2557) อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของตลาดเกมของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนการนำเข้าเกมมากถึงร้อยละ 91 ซึ่งมีมูลค่า 7,835 ล้านบาท

สำหรับปี 2557 (“รากฐาน "เศรษฐกิจดิจิทัล" คอนเทนต์”, 2558) โดยจากการจัดอันดับ 10 เกมออนไลน์บนมือถือยอดเยี่ยมบนสมาร์ตโฟนในปี 2558 (Appandroid, 2559) ได้แก่

อันดับที่ 1 เกมปริศนาฟ้าแลบ ที่ดัดแปลงแอปพลิเคชันมาจากรายการทีวีชื่อดังช่องเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ รูปแบบเกมให้เล่นทายคำถามปริศนาความรู้รอบตัวสุดกวน โดยทางผู้เล่นเกมจะต้องทำคะแนนให้ได้สูงที่สุดภายในเวลาที่มีอย่างจำกัด ซึ่งจะสร้างความกดดันและความตื่นเต้นให้กับทางผู้เล่นเป็นอย่างมาก

อันดับที่ 2 เกม Subway Surfers ที่จะต้องวิ่งหนีตำรวจให้ได้เร็วที่สุดเท่าพร้อมกับการหลบหนีสิ่งกีดขวางและรถไฟที่จะเป็นอุปสรรคในการวิ่งของผู้เล่นเพื่อให้พ้นจากการจับกุมของตำรวจ การเล่นนั้นค่อนข้างที่จะง่ายโดยเพียงแค่การลากนิ้วบังคับการเคลื่อนไหวเท่านั้น ซึ่งในเกมจะมีอุปกรณ์ตัวช่วยเล่นต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยให้เราหลบหนีได้ดียิ่งขึ้น

อันดับที่ 3 เกม Line Bubble 2 เกมแนวน่ารักยิ่งลูกบอลหลากสี โดยการดำเนินเรื่องเราต้องช่วยกระต่ายโคนี่เดินทางตามหาหีบขบวณที่หายสาบสูญไปอย่างลึกลับ โดยจะต้องเจอกับเจ้ามังกรสีแดงที่โผล่ขึ้นมาในช่วงเวลาของการเดินทางอีกทั้งโคนี่ก็ยังถูกดึงเข้าไปในโลกพิศวง

อันดับที่ 4 เกม Candy Crush Saga การผจญภัยในแดนขนมหวาน โดยภาพกราฟิกของเกมนั้นน่ารักสวยงามรายล้อมไปด้วยขนมหวานน่ากิน โดยตัวเกมจะเพิ่มระดับความท้าทายความสามารถในด้านต่าง ๆ รวมถึงการปลดล๊อคด่านใหม่ ๆ และตัวละคร โดยวิธีการเล่นนั้นค่อนข้างง่ายตาย

อันดับที่ 5 เกม Line เกมเศรษฐกิจ เป็นเกมยอดฮิตที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในตอนนี้ ซึ่งรูปแบบเกมสามารถเล่นได้กับทุกเพศ ทุกวัย ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของคุณโดยการทอยลูกเต๋า แล้วเดินทางต่อไปข้างหน้าเพื่อสร้างแลนด์มาร์คของตัวเอง และสามารถลุ้นรวยเงินล้านหรืออาจจะล้มละลายก็เป็นได้

อันดับที่ 6 เกม Marvel Future Fight เกมนี้ผู้เล่นจะต้องสร้างทีมจากฮีโร่ในทีมอเวนเจอร์เพื่อต่อกรกับเหล่าร้าย ซึ่งตัวเกมจะเป็นแนวการเล่นแบบ Role Playing Game ซึ่งผู้เล่นจะต้องสวมบทบาทเพื่อต่อสู้กับสงครามครั้งสุดท้ายเพื่อปกป้องโลกอนาคต

อันดับที่ 7 เกม Line คุกกี้รันผจญภัยโลกแคนดี้ เป็นเกมที่ได้ได้รับความนิยมสูงสุด โดยผู้เล่นเกมจะต้อง วิ่ง กระโดด และสไลด์ตัว เพื่อหนีกับจับกุมของแมมดที่จะนำตัวขนมปังเราไปอบในเตา อีกทั้งในขณะที่เล่นเกมเราจะต้องวิ่งไล่เก็บเยลลี่ ตัวอักษร และหัวใจเพื่อสะสมคะแนนไว้แข่งกับเพื่อนใน Line

อันดับที่ 8 เกม Ares เป็นเกมต่อสู้ประเภท 3D (ภาพสามมิติ) ตัวเกมมีภาพที่สวยงามและสมจริง แนวเกมเป็นแบบแฟนตาซี มีฉากการต่อสู้ที่น่าตื่นเต้น และการรันตีความสนุกจากยอดดาราไวโพลดจากต่างประเทศแบบถล่มทลาย

อันดับที่ 9 เกม Thunder Strike เกมผจญภัยแนวอวกาศสุดล้ำ โดยเราจะต้องควบคุมยานอวกาศอย่างอิสระ อีกทั้งยังให้ความรู้สึกเหมือนการรบเหมือนสงครามในอวกาศ มีโหมดการเล่นที่ทำทลายความสามารถของผู้เล่นมากมาย และเกมนั้นไม่ยุ่งยาก เพียงแค่ใช้นิ้วบังคับไปซ้ายและขวาเพื่อหลบหลีกการโจมตีของศัตรู

อันดับที่ 10 เกม Despicable Me เกมนี้ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นเจ้ามึนเนียนตัวเหลืองชื่อดังพร้อมกับเพื่อนร่วมทีมของมัน โดยแนวเกมจะเป็นแนวการวิ่ง กระโดด และกลิ้งตัว เพื่อหลบหลีกสิ่งกีดขวางภายในเกม และอีกทั้งผู้เล่นยังต้องเก็บกล้วยและกำจัดเหล่าศัตรูเพื่อเพิ่มคะแนนสะสมให้กับผู้เล่น

ดังนั้นหากผู้ประกอบการหรือนักการตลาดจะสร้างเกมเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภค การสร้างเกมออนไลน์ที่สามารถเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอีกกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะช่วยขยายธุรกิจเกมออนไลน์ให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคม สอดคล้องกับยุคสมัยปัจจุบันเพื่อดึงดูดให้ผู้เล่นเกมมีความรู้สึกเข้าถึงเกมได้ง่าย และสร้างความได้เปรียบกับธุรกิจเกมออนไลน์ของคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจุดเด่นและความหลากหลายในเรื่องคุณภาพของแต่ละเกมให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยได้ทำการเลือกบริษัทเกมที่ให้บริการในตลาดของประเทศไทยที่มีชื่อเสียง 3 แบรินด์ ที่ในความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญสำหรับคำถามของวิจัยนี้ได้แก่ บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (มหาชน) บริษัท สยามเกม จำกัด และบริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด ซึ่งสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจเกมออนไลน์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (มหาชน)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- มีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 ในประเทศไทยและมีฐานลูกค้าในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวนมาก	- บริการหลังการคำที่ไม่มีประสิทธิภาพ
- มีระบบการจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินที่ครอบคลุมทั้งในประเทศไทยและในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	- เกมส่วนใหญ่เป็นการซื้อลิขสิทธิ์ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นไปได้ยากและล่าช้า
- มีเงินทุนหมุนเวียนสูง	- ไม่ค่อยสนใจความต้องการของผู้บริโภค
(ณัฐพล พุ่มพวง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 ธันวาคม 2558)	

ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท สยามเกม จำกัด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- มีฐานลูกค้าเยอะเนื่องจากเกมที่ให้บริการส่วนมากเป็นเกมที่บริษัทให้บริการฟรี	- องค์กรมีขนาดเล็ก
- มีเกมเหมาะสำหรับผู้เล่นทุกวัย	- มีเงินทุนน้อย
	- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีน้อย
	- ไม่มีแผนก Research & Development เป็นของตนเอง
(ภาณุพงศ์ เทพานนท์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 ธันวาคม 2558)	

ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนธุรกิจเกมออนไลน์ บริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เป็นบริษัทข้ามชาติสัญชาติเกาหลีขนาดใหญ่ที่มีชื่ออยู่ในตลาดหลักทรัพย์โดยมาลงทุนเปิดสาขาในประเทศไทย โดยมีสาขาและเครือข่ายอยู่ทุกทวีปในโลก (Global Brand) ทำให้มีสภาพคล่องทางการเงินสูง	- การตัดสินใจทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับบริษัทแม่ (Head Quarter) เท่านั้น จึงทำให้มีความล่าช้าที่จะดำเนินการต่าง ๆ อยู่มาก
- มีเทคโนโลยีในการผลิตและออกแบบเกมที่ล้ำสมัยเป็นของตนเอง	- เกมของบริษัทจำเป็นต้องเล่นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีคุณภาพสูงเท่านั้น ส่งผลให้เกิดของจำกัดสำหรับผู้มีรายได้ไม่มาก
- มีเกมติดตลาดระดับโลกมากมาย ทำให้ Brand ของบริษัทเป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค	
(ณัฐวุฒิ ยังสว่าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 ธันวาคม 2558)	

ส่วนในด้านโอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 แบรินด์ มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปออกมา ดังนี้

ตารางที่ 1.4: โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 แบรินด์ ได้แก่บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (มหาชน) บริษัท สยามเกม จำกัด และบริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด

โอกาส	อุปสรรค
- ธุรกิจนี้เกมยังเป็นอะไรที่เปิดกว้าง ทั้งในและนอกประเทศโดยสามารถแสวงหาผลกำไรได้เป็นมูลค่ามหาศาล	- เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมของคนในสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- ภาครัฐมีการตื่นตัวในเรื่องของลิขสิทธิ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงในการถูกลอกเลียนแบบนั้นน้อยลง	- การแข่งขันสูงเนื่องจากมีผู้ผลิตเกมรายย่อยที่เป็นทั้งบริษัทจำกัด หรือเป็นบุคคลธรรมดาก็สามารถที่จะขายเกมผ่านระบบโทรศัพท์มือถือได้
- ปัจจุบันมี Organizer ที่จัดงาน Exhibition Game Show อยู่มากมาย เป็นโอกาสที่บริษัทจะได้โปรโมทสินค้าและบริการของบริษัทเอง	
- ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ในหลาย ๆ บริษัทพยายามที่จะผลิตโทรศัพท์ของตนเองให้มีคุณภาพสูงขึ้นเพื่อสามารถรองรับเกมที่มีเทคโนโลยีสูง ๆ	
- คนไทยนิยมหันมาเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น	

จากตารางข้อมูลที่ 1.1 ถึงตารางที่ 1.4 ที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า ธุรกิจเกมออนไลน์ที่ให้บริการในตลาดของประเทศไทยนั้นมีด้วยกันหลายบริษัทจึงทำให้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการแต่ละรายควรมีการพัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งอยู่เสมอ จึงจำเป็นต้องสร้างความหลากหลายให้มีความแปลกใหม่ ความทันสมัย รวมไปถึงการเข้าความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย

ทั้งนี้ Hussain และคณะ (2015) อธิบายว่า ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivating to Play) เช่น เกมที่แปลกใหม่ เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม เกมที่ค่อนข้างรุนแรง เกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของผู้เล่นได้ และเกมที่เน้นความสนุกสนาน เป็นต้น ส่วนพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) หมายถึง พฤติกรรมการทำซ้ำ ๆ ที่เพิ่มปัญหาส่วนบุคคลและ

สังคมรอบข้าง ซึ่งมีก็สูญเสียการควบคุม หรืออาจจะแสดงออกด้วยอารมณ์หงุดหงิด โมโหง่ายได้ เช่น ผู้เล่นเกมจะรู้สึกหงุดหงิด โมโหถ้าไม่ได้เล่นเกมหรือไม่ หรือ ผู้เล่นเกมทะเลาะกับผู้อื่น ครอบครั เพราะถูกรบกวนจากการเล่นเกมหรือไม่ เป็นต้น ส่วน เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones) เช่น ผู้เล่นเกมรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เล่นเกมร่วมกับผู้อื่นภายในเกม หรือ รู้สึกสนุกกับการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกม ชอบที่จะค้นหาอุปกรณ์พิเศษต่าง ๆ ภายในเกม หรือรู้สึกมีอำนาจเหนือผู้อื่น หรือ ชอบบทบาทและบุคลิกภาพใหม่ของตนเองภายในเกม หรือ ชอบก่อกวนผู้อื่นภายในเกม

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่มีผู้วิจัยได้ทำการวิจัยกันมาในอดีตมีงานวิจัยของ Hussain และคณะ (2015) พบว่า ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม และเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่งอิทธิพลต่อ ความตั้งใจเล่นเกม การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users) ถือเป็นลักษณะสำคัญของเกมที่เล่นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้สังคมออนไลน์ เพราะผู้เล่นจะคิดว่าคนส่วนใหญ่อยู่ในเกม ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งในอนาคตจะมีผู้เล่นที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้เล่นเกมมากขึ้น และผู้เล่นแสดงความต้องการใช้เวลาว่างส่วนใหญ่กับการเล่นเกมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหลัก ส่วน อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Numbers of Peers) ก็มีผลมากต่อความตั้งใจเล่น ระบบเครือข่าย ถือเป็นส่วนสำคัญเมื่อผู้อยู่ในระบบเครือข่ายได้ประโยชน์จากผู้อื่นในระบบและคุณค่าของความเป็นเครือข่ายจะเพิ่มมากขึ้นก็จะขึ้นอยู่กับจำนวนคนรอบข้างที่อยู่ในระบบเครือข่าย นั่นเอง นอกจากนี้ ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment) ถือเป็นแรงจูงใจอันดับแรกสำหรับการเล่นเกมโต้ตอบทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ Enjoyment หมายถึง ความภริมย์ของบุคคลที่รู้สึกเมื่อมีพฤติกรรมกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตลอดจน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others) ถือเป็นลักษณะสำคัญของเกมชนิดสังคมออนไลน์ ซึ่งนักพัฒนาจะต้องให้ความสำคัญกับด้านสังคมของเกมที่ออกแบบ เพื่อให้ผู้เล่นมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน ลักษณะต่าง ๆ และยังคงออกแบบเกมให้มีความสร้างสรรค์ สนุก เพื่อที่ผู้เล่น เพื่อนผู้เล่นจะได้สนใจ สนุกและได้รับการตอบสนองในการเข้าสังคมด้วย (Pei-Shan & Hsi-Peng, 2014) ส่วนการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (Seeking Content) หมายถึง การรับรู้ การทำงาน การสำรวจ โดยการเล่น การฆ่าเวลา และการเข้าสังคม เช่น การเล่นเกมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะช่วยให้ผู้เล่นรู้จักกระวังตัว หรือ ฝึกให้ผู้เล่นทำภารกิจต่าง ๆ สำเร็จได้ หรือ ผู้เล่นเกมได้ฝึกแข่งขันกับผู้อื่นและตัวเอง ตลอดจนผู้เล่น ๆ เพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย อีกทั้ง การแบ่งปันสาระในเกมน (Sharing Content) หมายถึง แรงจูงใจในการแบ่งปันสาระในเกมนซึ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มสังคม เช่น ผู้เล่นเกมเพื่อฝึกเสียสละเพื่อผู้อื่น หรือ เพื่อตัวเอง การเล่นเกมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นการเก็บประสบการณ์หรือเป็นการนำเสนอให้ผู้อื่นได้เห็น หรือ ผู้เล่นเกมต้องการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น (Goh, Lee & Low, 2012) ซึ่งงานวิจัยในอดีตพบว่า การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน ความเบิก

บานใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม การแสวงหาสาระในการเล่นเกม การแบ่งปันสาระในเกม ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกม (Goh et al., 2012 และ Pei-Shan & Hsi-Peng, 2014) ด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกม (Enjoyment) หมายถึง นักการตลาดหรือผู้พัฒนาเกมควรทำให้ผู้ที่เล่นเกมรู้สึกสนุกสนาน คลายเครียด มีความสุข สดชื่น แจ่มใสเมื่อเขาเล่นเกมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งกลุ่มคำถาถามนี้อ้างอิงจากงานวิจัยของ Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) กล่าวว่า ผู้ที่ตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะต้องการความเพลิดเพลินและปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ถือเป็นแนวคิดสำคัญที่จะกระตุ้นให้เกิดการเล่นเกมออนไลน์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าผู้ที่ตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง การรับรู้ การทำงาน การสำรวจโดยการเล่น การฆ่าเวลา และการเข้าสังคม เช่น การเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะช่วยให้ผู้เล่นรู้จักกระวังตัว หรือ ฝึกให้ผู้เล่นทำภารกิจต่าง ๆ สำเร็จได้ หรือ ผู้เล่นได้ฝึกแข่งขันกับผู้อื่นและตัวเอง ตลอดจน ผู้เล่น ๆ เพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย อีกทั้ง การแบ่งปันสาระในเกม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิจัยเรื่องนี้ เนื่องจากได้เล็งเห็นว่า ตลาดเกมจะเติบโตไปพร้อมกับตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะเป็โอกาสในการทำวิจัยการตลาดแก่อุตสาหกรรมตลาดเกมเพื่อรองรับ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่จะเติบโตได้มากยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปรได้แก่

1.3.1.1 ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)

1.3.1.2 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

1.3.1.3 เหตุผลในการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)

1.3.1.4 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)

1.3.1.5 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

- 1.3.1.6 ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment)
- 1.3.1.7 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others)
- 1.3.1.8 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (Sharing Content)
- 1.3.1.9 การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (Seeking Content)
- 1.3.1.10 ความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play)

1.3.2 ศึกษาโดยเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และ บางรัก กรุงเทพมหานคร โดยเก็บตัวอย่างครั้งนี้อย่างน้อย จำนวน 271 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บ ข้อมูลตั้งแต่ช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2558

#### 1.4 คำถามของงานวิจัย

ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน อิทธิพลของคณรอบข้างในการเล่นเกมน ความเบิกบาน ใจในการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระใน การเล่นเกม มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานครหรือไม่ อย่างไร

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนของผู้ที่เล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่

1.5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกม ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.5.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือขยายองค์ความรู้ เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ เช่น ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่าน ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน อิทธิพลของคณรอบข้างในการเล่นเกมน ความเบิก บานใจในการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปัน สาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต



## 1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสาร โดยผ่านระบบคลื่นวิทยุผ่านทาง โครงข่ายของผู้ให้บริการในประเทศนั้น ๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้ โทรศัพท์เคลื่อนที่มีประสิทธิภาพและความสามารถมากขึ้นเปรียบเสมือนเป็นคอมพิวเตอร์แบบพกพาได้หรือที่เราเรียกกันว่า Smart Phone

1.6.2 แอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์ประยุกต์ชนิดหนึ่งที่ใช้เฉพาะบน โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยแบ่งออกได้หลายประเภท อาทิเช่น เกม (Game) ใช้สำหรับสนทนา (Instant Message) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) สำหรับถ่ายและปรับแต่งภาพ (Photo Editor)

1.6.3 เกม (Game) หมายถึง กิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อความบันเทิง เพื่อการเรียนรู้ เพื่อน การศึกษา เพื่อฝึกทักษะทางความคิดและความสามารถ โดยในอดีตเกมจะเป็นกิจกรรมที่ใช้ร่างกาย แต่ในปัจจุบันเกมได้ถูกสร้างให้เป็นในรูปแบบโปรแกรมซอฟต์แวร์ผ่านทางอุปกรณ์ต่าง ๆ อาทิเช่น คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ

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

1.6.5 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) หมายถึง ระดับพฤติกรรมของผู้ติดเสพติดเกม โดยจะมีผลกระทบทั้งในทางบวกและลบตามมาในภายหลัง

1.6.6 เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones) หมายถึง สาเหตุและปัจจัยในการที่ผู้เล่น เลือกเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.7 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users) หมายถึง การตระหนักรู้ การรับรู้ถึงจำนวนผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.8 อิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers) หมายถึง การตระหนักรู้ การรับรู้ ถึงอิทธิพลของจำนวนคอนรอบข้างในในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.9 ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment) หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข ความสนุกสนาน ในการที่ได้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.10 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others) หมายถึง โอกาสในการรู้จักและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น จากช่องทางการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.11 การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (Seeking Content) หมายถึง คุณประโยชน์ในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.12 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (Sharing Content) หมายถึง การพึ่งพา การช่วยเหลือ การแบ่งปันสิ่งดี ๆ ให้กันผ่านทางการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.6.13 ความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play) หมายถึง ความมูมนะ ความตั้งใจในการศึกษาการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่



## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพฤติกรรมการความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)

2.2 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

2.3 เหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)

2.4 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)

2.5 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น (Perceived Number of Peers)

2.6 ความเบิกบานใจในการเล่น (Enjoyment)

2.7 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น (Interactions with others)

2.8 การแสวงหาสาระในการเล่น (Seeking Content)

2.9 การแบ่งปันสาระในการเล่น (Sharing Content)

2.10 ความตั้งใจในการเล่น (Intention to Play)

2.11 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.12 สมมติฐานการวิจัย

2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.14 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

#### 2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play)

Hussain, Williams และ Griffiths (2015) อธิบายว่า ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play) นั้น จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการเล่นเกมที่สูงมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทเกมที่สามารถจูงใจผู้เล่นได้ดังต่อไปนี้ เกมที่แปลกใหม่ (Novelty) เกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (Social and Discovery-Oriented) เกมที่มีเนื้อหาต่อต้านข้างรุนแรง (Aggressive, Anti-Social, Non-Curious) เกมที่มีการแข่งขันภายในสังคมสูง (Highly Social and Competitive) เกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของผู้เล่นได้ (Social) เกมที่เน้นความสนุกสนาน (Low Intensity Enjoyment) และมีระดับชนชั้นทางสังคม (Social Classes) ซึ่งพฤติกรรมการชอบของเกมแต่ละประเภทนั้น

ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้าน เพศและอายุ และเมื่อเกมที่ผู้เล่นเลือกเล่นนั้น มีความน่าพอใจและดึงดูดผู้เล่นได้มาก จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการติดเกมต่อมา

Cota, Ishitani และ Vieira Jr (2015) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจและเกมดิจิทัลไว้ว่า แรงจูงใจในขณะที่เล่นเกมมีถือสำหรับในกรณีตัวอย่างของผู้สูงอายุนั้นมาจากการที่ได้เล่นเกมแล้วเกิดความสุขสนาน หรือมีความสุขที่ได้เล่นนั่นเอง อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อทำให้สำเร็จ และกิจกรรมเหล่านี้ยังช่วยป้องกันไม่ก่อให้เกิดความผิดปกติทางปัญญา เช่น การสูญเสียความจำ (Omori & Felinto, 2012) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของคนที่ชอบเล่น Social Network เช่น Facebook ซึ่งได้พบว่าองค์ประกอบหลักที่สร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมคือการให้การเล่นโดยอิสระแบบไม่มีเงื่อนไข มีกิจกรรมที่มุ่งมั่นร่วมกันทำภายในเกมแบบเป็นกิจวัตรประจำวัน นอกจากนี้จะช่วยให้ติดต่อกับผู้อื่นภายในเกมได้แล้วยังจะได้รางวัลจากการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นผลตอบแทนสำหรับความท้าทายที่เอาชนะกิจกรรมนั้นได้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเพื่อก่อให้เกิดเกิดการแข่งขัน เพื่อสนับสนุนการแบ่งปันสถานะและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารร่วมกันภายในเกม เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือร่วมกันที่จะปลดทุกข์แฉะไปยังภาระกิจต่อไปเพื่อก่อให้เกิดความสนุกยิ่งขึ้นและดึงดูดความสนใจของผู้เล่น ซึ่งสามารถตั้งข้อสังเกตในการวิเคราะห์ได้ว่ามีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างและขนาดที่ค่อนข้างกว้างถึงสาเหตุของการจูงใจในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมร่วมกับผู้อื่น เราสามารถจัดหมวดหมู่ที่ขององค์ประกอบในการสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมที่ผู้เล่นสามารถที่จะสรุปจากการศึกษาเรื่องแรงจูงใจได้ว่าประเด็นไหนบ้างที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อผู้ที่เล่นเกม ได้แก่ ตัวเกมสามารถดึงดูดความสนใจและมีความเข้มข้นในการเล่นสำหรับผู้เล่น มีความสุขและความบันเทิงในการที่ได้ทำกิจกรรมนั้น และเกมมีความท้าทายค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละภาระกิจ (Carvalho & Ishitani, 2012) ได้ระบุจุดที่สำคัญสำหรับแนวทางการออกแบบเกมที่ต้องเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับสร้างแรงจูงใจในการเล่นให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งทำตามการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานและพิจารณาข้อจำกัดต่าง ๆ ของอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ อาทิเช่น ขนาดของหน้าจอ ต้องทำให้มันชัดเจนขึ้น ประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับจากการเล่นเกม ค่อย ๆ เพิ่มระดับความยากของเกม มีการเล่าเรื่องหรือประวัติที่น่าสนใจสำหรับตัวละครของผู้เล่นเกม ให้มีความสุขสนุกสนานในระหว่างเกม ค่อย ๆ เพิ่มระดับความยากของเกม ไม่จำกัดเวลาในการเล่น สร้างข้อความแรงบันดาลใจเมื่อบรรลุเป้าหมายหรือทำผิดพลาด มีระดับที่แตกต่างกันของความยากภายในเกม มีการนำเสนอความท้าทายที่ทำให้พวกเขา รู้สึกภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง เกมต้องถูกสร้างมาไม่ซับซ้อนหรือง่ายจนเกินไปและหลีกเลี่ยงระบบเกมที่ซ้ำไปซ้ำมาจนทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย

## 2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

Hussain และคณะ (2015) ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกมว่าเป็นพฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ และเพิ่มปัญหาส่วนบุคคลรวมถึงสังคมรอบข้าง โดยส่วนใหญ่มักสูญเสียการควบคุม หรืออาจจะแสดงออกด้วยอารมณ์หงุดหงิด โมโหง่ายได้ เช่น ผู้เล่นจะรู้สึกหงุดหงิด โมโหถ้าไม่ได้เล่นเกม หรือ ผู้เล่นเคยทะเลาะกับผู้อื่น ครอบครัว เพราะอาจจะถูกรบกวนจากการเล่นเกม โดยสาเหตุหลัก 21 อย่างที่ทำให้รู้ว่าบุคคลนั้นเกิดอาการติดเกมคือ สาเหตุหลักที่สุดได้แก่บุคคลนั้นใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ รองลงมาคือเล่นเกมเพื่อนผ่อนคลายความตึงเครียด เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วทำให้เกิดความเพลิดเพลินจนเล่นเกินกว่าเวลาที่ตั้งใจจะเล่นไว้ เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วทำให้เกิดความรู้สึกดี เพิ่มระยะเวลาในการเล่นมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการเล่นแต่ละครั้งเคยคิดไว้ว่าจะตั้งใจเล่นเกมในวันนั้นทั้งวัน เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วไม่สามารถที่จะหยุดเล่นได้ ยอมที่จะอดนอนเพื่อที่จะได้เล่นเกม อยู่ในโลกของเกมจนลืมการใช้ชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง เลือที่จะเล่นเกมจนยอมทิ้งกิจกรรมที่สำคัญของตนเองและไม่สามารถที่จะลดระยะเวลาในการเล่นได้แม้จะมีเหตุผลอื่น ๆ เข้ามาในขณะที่บุคคลนั้นกำลังเล่นเกม แต่ก็ไม่สำเร็จที่จะทำให้บุคคลนั้นเลิกเล่นเกม รู้สึกแย่มากเมื่อไม่ได้เล่นเกม เคยโกหกกับผู้อื่นเรื่องเวลาเล่นเกม เคยเล่นเกมจนถูกผู้อื่นละทิ้ง รู้สึกไม่ดีเมื่อเล่นเกมเป็นระยะเวลานาน เคยพยายามที่จะลดระยะเวลาเล่นเกมแล้วแต่ทำไม่เสร็จ รู้สึกเครียดเมื่อไม่ได้เล่นเกมและเคยทะเลาะกับผู้อื่นเมื่อผู้อื่นมารบกวนเวลาเล่นเกม ตามลำดับ

Gunuc (2015) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการเสพติดวิดีโอเกมและอินเทอร์เน็ตไว้ว่า ในบรรดาพฤติกรรมความผิดปกติการเสพติดซึ่งได้แก่ การเสพติดวิดีโอเกม (ออนไลน์ หรือออฟไลน์) (Porter, Starcevic, Berle & Fenech, 2010) เสพติดอินเทอร์เน็ต (Ko et al., 2009) เสพติดทางเพศ เสพติดการพนัน เสพติดการช้อปปิ้ง การเสพติดอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ได้รับการพิจารณาให้อยู่ในขอบเขตของการเสพติดเทคโนโลยีบนพื้นฐานของปฏิภณระหว่างมนุษย์และเครื่องจักร การเสพติดเทคโนโลยีสามารถถือเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมในการเสพติดอย่างหนึ่ง

จะเห็นได้ว่าการพฤติกรรมการเสพติด อาทิเช่น อินเทอร์เน็ต วิดีโอเกม และการพนันจะมีมีบางจุดที่พบข้อเกี่ยวกับอาการเช่นเดียวกันแต่การเสพติดอินเทอร์เน็ตและวิดีโอเกมจะมีข้อที่แตกต่างจากติดการพนัน ซึ่งได้แก่ การหมกมุ่นกับการเล่นเกม/ อินเทอร์เน็ต มีการโกหกผู้อื่นว่าไม่ได้เล่นเกมหรือใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ สูญเสียกิจกรรมในชีวิตประจำวันอื่น ๆ ใช้เป็นที่ระบายอารมณ์จากความกดดันทางสังคม/ ใช้อินเทอร์เน็ตเป็น หลบหนีความวุ่นวายในชีวิต โดยปัญหาการเสพติดเหล่านี้ ผู้ที่เสพติดจะเพิ่มปริมาณความต้องการขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์ของตนเอง ซึ่งสรุปได้ว่าปัญหาการเสพติดอินเทอร์เน็ตและวิดีโอเกม นั้น จะก่อให้เกิดปัญหาที่ขยายตัวออกมากขึ้นในพื้นที่ทางสังคม ทั้งในด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา และมีผลกระทบต่อสวัสดิการของประชากรในสังคมนั้น ๆ

## 2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)

Kasumovic, Blake, Dixson และ Denson (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับทำไมคนถึงต้องเล่นเกม โดยหยิบยกกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มคนที่ชอบเล่นเกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรงเป็นกลุ่มวิจัย ซึ่งจากการวิจัยทำให้ทราบว่า น้อยมากที่จะรู้ถึงความแตกต่างของผู้เล่นแต่ละคน และจากการวิจัยยังพบว่าเด็กผู้ชายและผู้ชายใช้เวลาเล่นวิดีโอเกมมากกว่าเด็กผู้หญิงและผู้หญิง การวิจัยในเรื่องเพศเพียงไม่อย่างไม่สามารถระบุได้ว่าทำไมผู้คนถึงต้องเล่นเกม ดังนั้นจึงจะต้องมีปัจจัยอื่น ๆ มากกว่านี้ เพื่อที่จะได้สามารถอธิบายความผันแปรในการเลือกเล่นเกม

ในส่วนหนึ่งของงานวิจัยได้ค้นพบว่าความท้าทายและการแข่งขันกับผู้เล่นอื่นนั้น เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่จะทำให้คนอยากเล่นเกม (Yee, 2006) โดยเฉพาะเกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง แนวโน้มในการแข่งขันก็ยิ่งเพิ่มความสนุกมากขึ้น และผู้ที่เล่นก็อาจจะใช้เวลาในการเล่นเกมนานยิ่งขึ้น ในขณะที่โดยส่วนมาก เกมที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เล่นได้ใช้ความสามารถในการเล่น มีอิสระภาพในการเล่น และมีการเชื่อมโยงกันเป็นสังคมภายในเกม จุดประสงค์พวกนี้จะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเล่นเกมนานของผู้เล่นเกมจำนวนมาก (Przybylski, Rigby & Ryan, 2010)

การแข่งขันที่รุนแรงนั้นมีอยู่ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติมาช้านาน ยิ่งไปกว่านั้น การแข่งขันในด้านของวิดีโอเกมเป็นการจำลองการแข่งขันที่จะทำให้ผู้เล่นได้แข่งขันกันแบบ Face-to-Face เสมือนอยู่ในสถานที่การแข่งขันนั้นจริง ๆ (ความรู้สึกเดียวเหมือนกับการเล่นแข่งกีฬา ผู้เล่นจะมีความรู้สึกเหมือนเป็นการต่อสู้ นอกจากจะเล่นเกมเพื่อการแข่งขันแล้ว ผู้คนส่วนมากเลือกที่จะเล่นเกมเพื่อที่จะทำปรับปรุงบุคลิกภาพและสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าสังคมของพวกเขาหรือถ้าจะที่สร้างความโรแมนติกให้กับคู่รักมากขึ้น (เสน่ห์ต่อผู้อื่น) ตัวอย่างเช่น ผู้เล่นเกมมักจะปรับปรุงและฝึกฝนความสามารถของตนเองภายในเกมให้เป็นผู้เล่นที่เก่งยิ่งขึ้น (Oei & Patterson, 2013) สิ่งที่ได้ทำภายในเกมจะส่งผลต่อความรู้สึกออกมาในชีวิตจริง ซึ่งผลเชิงบวกของการแข่งขันภายในเกมจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของตัวผู้เล่นเอง ความภาคภูมิใจที่เพิ่มมากขึ้นและผลลัพธ์จากการแข่งขันจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การรู้จักตนเองนั้นเป็นคุณลักษณะส่วนตัวที่มีคุณค่าในการสร้างเสน่ห์ของตนเองต่อผู้อื่น ข้อคิดเห็นทั่วไปของความสัมพันธ์ระหว่างความชอบในการเล่น เกม สถานะและเสน่ห์ในการเข้าสังคมนั้นยังไม่สามารถสรุปได้ทั้งหมดว่าเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกัน แต่อย่างไรก็ตาม (Welling, Persola, Wheatley, Cárdenas & Puts, 2013) ได้สุ่มเพศชายที่เล่นเกมแล้วขณะกับที่เล่นเกมแล้วแพ้ โดยจะเห็นได้ค่อนข้างชัดเจนว่าผู้ชายที่เล่นเกมแล้วจะมีอารมณ์ที่โรแมนติกเพิ่มขึ้นในระยะสั้น ๆ ต่อเพศตรงข้าม

ในขณะที่โดยทั่วไปแล้ว เว็บไซต์ที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จะถูกใช้สำหรับตอบสนองความต้องการมากมาย แต่ก็อาจจะไม่สามารถจัดการกับการค้นหาตามสิ่งที่ชอบหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ใช้นั้นต้องการได้ดีพอสมควร นอกจากนั้นตามปกติแล้วเว็บไซต์เหล่านี้ยังมีความล่าช้าในการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอีกด้วย อย่างไรก็ตามข้อมูลที่อัปเดตนั้นสามารถหาได้ตามแอปพลิเคชันบนคอมพิวเตอร์ที่มีการอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็น อัปเดตสถานการณ์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้ถูกศึกษาค้นคว้าโดยพบว่าผู้ที่ใช้งานแต่ละคนก็จะมีวิธีการใช้ที่หลากหลายออกไป ในการแสดงถึงความต้องการเหล่านี้ รวมทั้งการเข้าถึงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโดยไม่ใช้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (เช่นการส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือการสอบถามต่อคนแปลกหน้าโดยตรง) (Java, Finin, Song & Tseng, 2007)

## 2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)

Chen และ Lin (2015) ได้กล่าวว่า นักวิชาการจำนวนมากได้พิจารณาเกี่ยวกับการมูลค่าในการรับรู้ว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการทำการตลาดขององค์กร โดยมูลค่าการรับรู้ได้มีการพูดคุยกันอย่างแพร่หลายในสาขาต่าง ๆ ของวิชาการตลาด การที่จะที่ทราบถึงความพอใจในการให้บริการหรือความตั้งใจซื้อสินค้า สามารถตรวจสอบได้โดยวัดจากมูลค่าในการรับรู้จำนวน ซึ่งผลวิจัยนั้นยังสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในทางการแข่งขัน (Yu et al., 2013) นัยสำคัญของมูลค่าในการรับรู้จำนวนขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าหรือบริการที่มีการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งสามารถกำหนดจุดดุลยภาพระหว่างการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ในต้นทุน ในการศึกษาเรื่องการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ Kim และคณะ (2007) ชี้ให้เห็นว่า มูลค่าในการรับรู้เป็นตัวชี้วัดความมีประสิทธิภาพโดยรวมของการให้บริการ เช่น การประเมินการให้บริการและประโยชน์ที่ได้รับจากการประเมิน

การที่ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะได้รับมูลค่าเพิ่มของสินค้าหรือบริการจากทางผู้ขาย ซึ่งมูลค่านี้เป็นที่รู้จักกันในชื่อว่า มูลค่าในการบริโภค (Grönroos, 2008) มูลค่าในการบริโภคเป็นรูปแบบของค่าส่วนบุคคล โดยที่ผู้บริโภคจะได้รับก็ต่อเมื่อเสร็จสิ้นปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ทางสังคม แลกเปลี่ยนหรือใช้จ่าย ดังนั้นมูลค่าในการบริโภคเป็นหลักความเชื่อของการแสวงหาค่าส่วนบุคคล ดังนั้นสรุปได้ว่ามูลค่าในการบริโภคเป็นมูลค่าส่วนบุคคลที่ดีที่สุด

การอภิปรายของมิติต่าง ๆ เกี่ยวกับมูลค่าการรับรู้ได้มีการศึกษาในเชิงทฤษฎีและศึกษาจากประสบการณ์นำเสนอแนวคิดของ “มูลค่าในการบริโภค” ตามที่ Sweeny และ Soutar (2001) ได้พัฒนาการวัดระดับค่าของมูลค่าในการรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าปลีก ซึ่งทฤษฎีของมูลค่าในการรับรู้แบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ มูลค่าการทำงาน มูลค่าทางสังคม มูลค่าทางอารมณ์ มูลค่าทางญาณวิทยา และ มูลค่าความคุ้มค่าของเงื่อนไข มูลค่าในการรับรู้คือการประเมินผลทางด้านจิตใจ

ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในตัวสินค้าหรือเจ้าของสินค้าและบริการที่เหลือแต่มันยังมีผลมาจากตัวของผู้บริโภคเองด้วย

ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience: CE) ถูกกำหนดให้เป็นองค์ความรู้ในการรับรู้หรือรับรู้ต่อไปนี้เป็นว่าแรงกระตุ้นใดที่จะช่วยก่อให้เกิดแรงจูงใจจากลูกค้าในเหตุการณ์นั้น ๆ หรือรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจะต้องใช้บริการที่ไม่มีตัวและสินค้าที่มีตัวตนเพื่อนสร้างเหตุการณ์ที่น่าจดจำให้กับลูกค้า (Tsai, Louie, Chen & Uchida, 2007) ประสบการณ์ลูกค้าเป็นสิ่งที่จำเป็นเพราะประสบการณ์การรับรู้ทางจิตวิทยาเป็นหัวใจของลูกค้าคนนั้นอย่างมีนัยสำคัญและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าหรือบริการของผู้บริโภค (Hsu & Tsou, 2011) การพัฒนาข้อมูลด้านประสบการณ์ลูกค้า จะมีส่วนช่วยให้ นักการตลาดสามารถระบุตลาดที่ชัดเจนได้เหนือกว่าคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นในด้านของราคาและคุณลักษณะพิเศษต่าง ๆ ของสินค้า

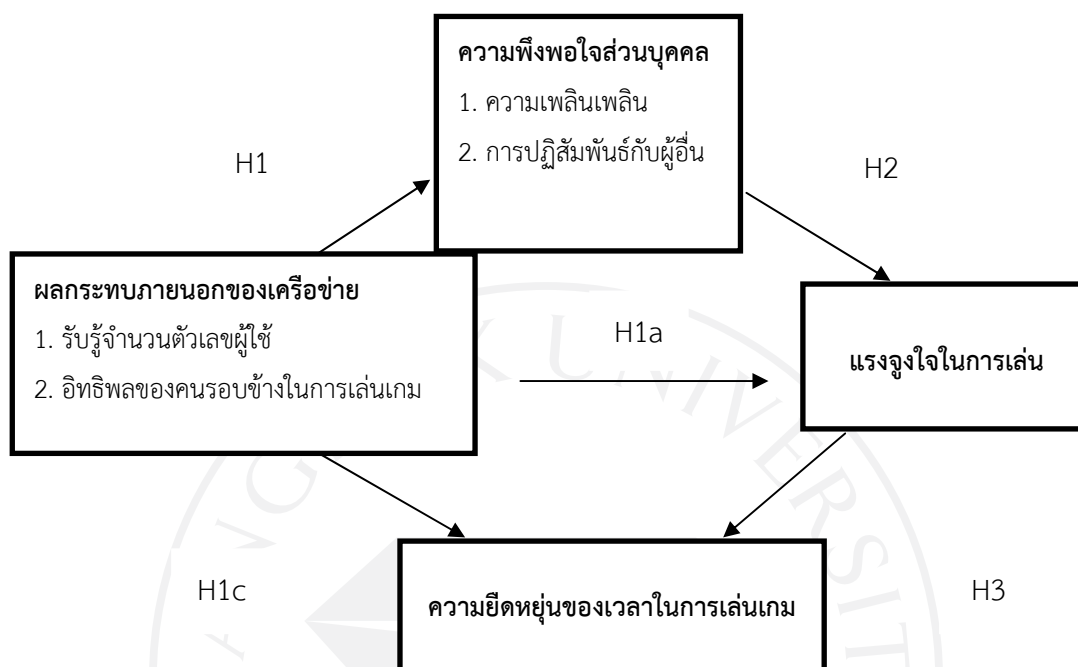
## 2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวถึง งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกมเป็นผลกระทบภายนอกของเครือข่าย โดยปัจจัยสำคัญคือเมื่อมีการเข้าร่วมเล่นเกมจนก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ใช้รายอื่นในเครือข่าย และจะส่งผลให้ค่าของเครือข่ายเติบโตเท่ากับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนมักจะนิยมใช้สินค้าหรือบริการใด ๆ มากขึ้นเมื่อเห็นว่าคอนรอบตัวหรือคนในสังคมนั้น ๆ ต่างก็ใช้กัน ตัวอย่างเช่น การที่ตัวเลขของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สูงจนถึงสถานะมวลวิกฤต ทำให้ผลประโยชน์ของผู้ผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งยังให้ความสะดวกสบายทางด้านการติดต่อสื่อสารแก่ผู้ใช้และมีขอบเขตการใช้งานที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถดึงดูดให้เหล่านักพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้สร้างสรรค์ผลงานของตนเพื่อนำมาขาย ซึ่งสามารถดึงดูดตัวเลขของผู้ใช้ให้เพิ่มขึ้นได้อีก

งานวิจัยนี้มุ่งไปที่ประเด็นของเกมทางโซเซียล หรือเกมในสังคมออนไลน์ ที่ซึ่งเป้าหมายความสำเร็จของผู้สร้างเกมโดยการสร้างจำนวนยอดของผู้เล่นให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงมีเหตุผลเพียงพอที่จะสามารถตั้งข้อสมมติฐานได้ว่า เมื่อผู้ใช้สามารถรับรู้ว่ามีเพื่อน หรือผู้ใช้คนอื่น ๆ กำลังเล่นเกมโซเซียลเหล่านี้อยู่ และสามารถติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ หรือผู้เล่นคนอื่นที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนได้ ทั้งยังได้รับการเติมเต็มความต้องการด้านความบันเทิงจากการเล่น ปัจจัยเหล่านี้จะสามารถเสริมสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมของผู้ใช้ต่อไป จากข้อโต้แย้งที่กล่าวมา งานวิจัยนี้จึงได้มีกรนำเสนอสมมติฐานดังนี้



ภาพที่ 2.1: การนำเสนอสมมติฐาน



H1a ผลกระทบภายนอกของเครือข่ายจะส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมสังคมเกมออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

H1b ผลกระทบภายนอกของเครือข่ายจะส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจส่วนบุคคล

H1c ผลกระทบภายนอกของเครือข่ายจะส่งผลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นของเวลาในการเล่นเกม

## 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับความเบิกบานใจในการเล่น (Enjoyment)

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวถึงในงานวิจัยในเรื่องทฤษฎีเกี่ยวกับความเบิกบานใจในการเล่นดังต่อไปนี้ คำนิยามความสนุกก็คือความพึงพอใจที่บุคคลหนึ่งรู้สึกอย่างแท้จริงเมื่อได้กระทำหรือดำเนินกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (Moon & Kim, 2001) มีนักวิชาการหลายท่าน (Chou & Tsai, 2007; Colwell, 2007 และ Ha, Yoon & Choi, 2007) ค้นพบว่า ผู้ใช้หลาย ๆ คนได้มีทัศนคติเชิงบวกและมีแรงจูงใจที่หนักแน่นในการเล่นออนไลน์อย่างต่อเนื่องเมื่อพวกเขาได้รับความเพลิดเพลินอย่างมากจากการเล่น นอกจากนี้ ความเพลิดเพลินก็ได้ถูกเปรียบเทียบกับเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติหรือแรงจูงใจที่มีต่อการใช้บริการทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน (Liao, Tsou & Huang, 2007 และ Kim et al., 2009) ในหัวข้อเดียวกัน Wang และ Li (2012) ก็ได้ชี้ให้

เห็นว่า การได้รับความเพลิดเพลินนั้นคือปัจจัยอันมีอิทธิพลมากที่สุดในการที่ผู้เล่นจะเล่นต่อแรงจูงใจของผู้เล่นที่จะตัดสินใจซื้อบริการเพิ่มเติมจากทางเครือข่ายของโทรศัพท์

การปฏิสัมพันธ์นี้ได้ถูกระบุไว้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ผู้เล่นรู้สึกมีส่วนร่วมมากขึ้น และมีความต้องการที่จะเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในความสำเร็จด้านจำนวนของผู้เล่นเกมออนไลน์ (Cole & Griffiths, 2007) งานวิจัยชิ้นอื่น ๆ ได้แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นได้ใช้เวลากับการเข้าร่วมสังคมเกมออนไลน์มากขึ้น และบ่อยครั้งขึ้น และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ในเกมมากกว่าเกมแบบออฟไลน์ หรือเกมที่ไม่สามารถเชื่อมต่อกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้ (Hou, 2011) จากงานวิจัยนี้ ความเพลิดเพลินและปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่นได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวคิดเริ่มต้นหลักสำคัญที่จะเป็นแรงกระตุ้นในการเล่นเกมออนไลน์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความพึงพอใจคือขอบเขตความต้องการที่ผู้เล่นจะได้รับการเติมเต็มความสุขจากการเล่น ดังนั้นเราจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า ระดับความพึงพอใจจากการเล่นมีมากแค่ไหน แรงจูงใจหรือความต้องการเล่นก็จะเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น นำไปสู่สมมติฐานดังต่อไปนี้ “ความพึงพอใจส่วนบุคคลมีผลกระทบในเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมสังคมเกมออนไลน์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่”

## 2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น (Interactions with others)

Lee (2015) ได้ศึกษาและค้นพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน กับกลุ่มคนที่มีบุคลิกแตกต่างกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นว่าถ้านำกลุ่มคนที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกันมาอยู่รวมกัน พวกเขาจะมีโอกาสที่จะเป็นเพื่อนกันมากกว่ากลุ่มคนที่มีบุคลิกและการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน เหมือนกับคำกล่าวที่ว่า “He Birds of a Feather Flock Together” นกที่ขนเหมือนกันจะรวมกลุ่มอยู่ด้วยกัน สังเกตตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน จากกลุ่มคนที่ชอบดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ ก็จะมีเพื่อนส่วนมากภายในกลุ่มที่ชอบดื่มและสูบบุหรี่ภายในกลุ่มเดียวกัน ปรากฏการณ์เหล่านี้สามารถสังเกตได้ว่าในหลาย ๆ ส่วนของการดำรงชีวิตของเรานั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกัพฤติกรรมหรือการตัดสินใจที่มาจากบริบททางสังคม 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 และกล้าที่จะแสดงออก พร้อมทั้งสร้างความคิดเห็นใหม่ ๆ ได้อย่างมั่นใจกับคนที่คล้าย ๆ กับพวกเขามากกว่าคนที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ก่อให้เกิด Social Network ก็คือ อิทธิพลทางสังคมในหมู่ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน พฤติกรรมส่วนตัวของบุคคล ๆ หนึ่งจะกลายเป็นเหมือนเพื่อนของเขาเมื่อใช้เวลาด้วยกันมากขึ้น เพราะว่าเขาคนนั้นต้องการที่จะเป็นเหมือนเพื่อนของเขาเพราะต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Monge & Contractor, 2003) อย่างเช่นตัวอย่างของบุคคลที่สูบบุหรี่ก็จะเป็นเพื่อนกับคนที่สูบบุหรี่ด้วยกันหรือที่เราเรียกว่าปรากฏการณ์ของ Homophily แต่ทว่าในกรณีคนที่สูบบุหรี่มาอยู่ในกลุ่มของเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ เมื่อเวลาผ่านไปคนที่สูบบุหรี่ก็จะกลายเป็นบุคคลที่ไม่สูบบุหรี่ เหตุการณ์ดังกล่าวนี้สามารถอธิบายได้ว่าเป็น Social Influence ในการศึกษาไม่ว่าจะเป็นเรื่องลักษณะที่เหมือนกันของกลุ่มชน (Homophily) หรืออิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่โครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม (Social Network)

## 2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาสาระในการเล่นเกม (Seeking Content)

Goh, Lee และ Low (2012) ได้กล่าวถึงการแสวงหาสาระหรือแรงจูงใจในการหาข้อมูลทางโทรศัพท์มักเกิดขึ้นขณะที่ผู้ใช้กำลังมีเป้าหมายในการทำอะไรสักอย่าง การกระทำเหล่านี้ได้ถูกวิเคราะห์โดย Church และ Smyth (2009) ผู้ที่ได้ค้นพบว่าแรงบันดาลใจในการค้นหาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลที่มีการมุ่งเน้นในหัวข้อเฉพาะทาง 2) ความต้องการในการรู้ตำแหน่งข้อมูลทางภูมิศาสตร์คือองค์ประกอบสำคัญในการหาตำแหน่งที่อยู่ 3) การจัดระเบียบข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบเฉพาะเจาะจงให้เป็นส่วนบุคคล ในงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่ง ได้มีการนำวิธีที่เหมาะสมยิ่งขึ้นและจัดระเบียบแรงจูงใจในการค้นหาข้อมูลออกเป็นวงกว้างถึง 16 วิธี ซึ่งใน 5 อันดับแรกนั้นประกอบด้วยข้อมูลเล็ก ๆ น้อย ๆ ข้อมูลทั่วไปที่ไม่สำคัญ (18.5%) ข้อมูลแนะแนวทาง (13.3%) จุดที่น่าสนใจ (12.4%) ข้อมูลของเพื่อน (7.6%) และการซื้อของ (7.1%) ลำดับต่อมา Hinze และคณะ (2010) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจในการค้นหาข้อมูลออกเป็นการแก้ไขปัญหาและการอ้างอิงทางภูมิศาสตร์ คำถามเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาได้มีการอ้างอิงถึงการขอคำแนะนำหรือหาข้อเท็จจริง ในขณะที่การอ้างอิงทางภูมิศาสตร์นั้นเกี่ยวข้องกับการหาตำแหน่งและทิศทาง

Novak และ Tassell (2015) ได้กล่าวถึงงานวิจัยเกี่ยวกับวิดีโอเกมแนวแอ็คชั่น (AVG) และการเรียนรู้ที่สอดคล้องกัน โดยเกมแนวแอ็คชั่นประเภทยิงปืนแบบมุมมองบุคคลที่ 1 หรือแบบมุมมองบุคคลที่ 3 เช่นเกม Halo, Medal of Honor, Call of Duty, Unreal Tournament 2004 และ Grand Theft Auto (GTA) เกมเหล่านี้ถือว่าเป็นแม่แบบที่ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการวิจัยเพื่อ

ศึกษาผลของการเล่น AVG ในการรับรู้ด้านต่าง ๆ ของพฤติกรรมมนุษย์และประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างได้พบว่า ผู้ที่เล่นเกมประเภท AVG จะมีวิสัยทัศน์ ทักษะในการรับรู้ ปฏิกริยาตอบสนอง ความจำที่ดีขึ้น และโดยเฉพาะความสามารถในเชิงวิชาคณิตศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## 2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (Sharing Content)

Goh และคณะ (2012) ได้กล่าวไว้ว่า เกมควรกระตุ้นผู้เล่น ให้รู้จักการแก้ปัญหาหรือทำภารกิจให้สำเร็จตามคำสั่ง อย่างเช่นการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนหรือการแชร์เกมน นั้นออกไป ซึ่งในตอนแรกทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้งานกับเว็บไซต์ แต่ก็ได้ปรากฏในพื้นฐานการใช้งานของโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น The Gopher Game (Casey, Tottenham, Liston & Durston, 2007) City Explorer (Matyas et al., 2008) มีการแนะนำให้ติดป้ายบนภาพเพื่อปกป้องสถานที่ในตัวเอง ซึ่งมีการบรรยายถึงลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เช่นตำแหน่งต่าง ๆ ของเมืองในเกมนที่เป็นเหมือนศูนย์กลางของเนื้อเรื่องโดยจะแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ซึ่งในแต่ละส่วน ผู้เล่นต้องทำสัญลักษณ์ตามหมวดหมู่ที่ตนเองสนใจให้ได้มากที่สุดผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยตัวอย่างจะประกอบด้วยหมวดหมู่ทั่ว ๆ ไปอย่างเช่น อาหาร หรือหมวดหมู่เฉพาะอย่างร้านเครื่องดื่ม ผู้เล่นที่สามารถสร้างสัญลักษณ์ในส่วนต่าง ๆ ได้มากที่สุดจะชนะและได้รับเครดิต หรือใน Mobimission (Grant, Campbell, Chen, Cottone, Lapedis & Lee, 2007) การแบ่งปันเนื้อหาในรูปแบบของภาพดิจิทัลพร้อมกับข้อความประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่กำหนดไว้ได้ถูกตั้งให้เป็นหนึ่งในการทำภารกิจที่ต้องทำให้สำเร็จ ในการบรรลุภารกิจนั้น ๆ ผู้เล่นจะต้องเก็บภาพให้ถึง 5 ภาพและใส่เข้าไปในข้อความประกอบที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อความ โดยที่ผู้เล่นคนอื่น ๆ จะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ ๆ เหล่านี้ และสำหรับตัวอย่างเกมนสุดท้ายคือ Photo City ได้มีการเชิญชวนให้ผู้เล่นได้มีส่วนร่วมในการแบ่งปันรูปภาพจากมุมมองที่หลากหลายโดยมีเป้าหมายคือการสนับสนุนการสร้างรูปแบบ 3 มิติ ในเกมนั้น จะมีธงที่เป็นสัญลักษณ์แทนสถานที่ที่ผู้เล่นสนใจและทำการเก็บภาพของสถานที่นั้นไว้ ผู้เล่นต้องทำคะแนนโดยการถ่ายรูปที่มีคุณภาพสูงให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ผู้เล่นที่ได้คะแนนมากที่สุดจะได้ธงไป ด้วยคุณสมบัติที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันนี้ เราสามารถที่จะบันทึก และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ ให้ผู้คนรอบตัวได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Flickr ที่สร้างแรงจูงใจในการสร้างแท็กหรือช่องทางการติดตามภาพในเว็บไซต์จะถูกตรวจสอบโดย Ames และ Naaman (2007) ซึ่งมุมมองที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแท็กหรือช่องทางการติดตามนั้นจะถูกแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือมุมมองทางสังคมที่มีความหมายในเรื่องส่วนบุคคลของผู้ใช้งานหรือบุคคลรอบข้าง และมุมมองเกี่ยวกับการทำงานที่มีเป้าหมายในการใช้กับองค์กรต่าง ๆ

และการสื่อสาร งานวิจัยของ House และคณะ (2005) ได้เปิดเผยแรงจูงใจ 5 ประการในการเก็บบันทึกภาพ

- 1) เพื่อบันทึกข้อมูลส่วนบุคคลและประสบการณ์
- 2) เพื่อเปิดเผยมุมมองส่วนบุคคลของตนที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่น
- 3) เพื่อเปิดเผยมุมมองส่วนบุคคลของตนเอง
- 4) เพื่อการสร้างและรักษาความสัมพันธ์
- 5) เพื่อการสนับสนุนชิ้นงานของตนเอง

ลำดับต่อไป ในงานวิจัยที่คล้ายกันได้กล่าวถึงเกี่ยวกับการแบ่งปันรูปถ่ายทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ แรงจูงใจในการกระทำสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท

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

นอกจากการแบ่งปันรูปถ่ายแล้ว ก็ได้มีการศึกษาค้นคว้าพื้นฐานของการแบ่งปันเนื้อหาประเภทอื่นเช่นกัน Espinosa, Carley, Kraut, Lerch และ Fussell (2001) ได้ทำการศึกษา Geo Notes ที่อนุญาตผู้ใช้ให้สามารถทำการสร้างบันทึกตำแหน่งที่ตั้งเพื่อการแบ่งปันสถานที่ที่สามารถเรียกว่าการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับตำแหน่งหรือสถานที่ (Share Location) โดยแรงจูงใจหลัก 2 ประการ ในการใช้ระบบการแบ่งปันสถานที่นี้คือการเข้าถึงสังคมกับผู้อื่นได้มากขึ้น และใช้เพื่อการหาที่ตั้งเพื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าตนเองอยู่ที่ไหน นอกจากนี้แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับระบบการอธิบายสถานที่ตั้งของสถานที่ในโทรศัพท์หรือ Mobi Top ซึ่งข้อมูลได้เปิดเผยออกมาดังนี้

- 1) เพื่อการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในสังคม
- 2) เพื่อเตือนความจำและเก็บบันทึกประสบการณ์ส่วนตัว
- 3) เพื่อการนำเสนอชีวิตตนเอง
- 4) เพื่อนำเสนอหรือแสดงผลงาน

Cramer, Koroshetz และ Finklestein (2011) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเช็คอินหรือการแบ่งปันตำแหน่งที่อยู่ในแอปพลิเคชัน Foursquare ซึ่งแรงจูงใจหลัก ๆ ประกอบไปด้วยการเข้าสังคม, การแสดงผลงาน, การนำเสนอตนเอง และเพื่อความบันเทิงจึงสามารถสรุปได้ว่าการเข้าใจถึงแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่สำคัญสร้างแอปพลิเคชันที่มีความต้องการของผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง แม้ว่าเราจะได้ผลประโยชน์จากการวิจารณ์งานเขียนหรืองานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แต่งานวิจัยเหล่านี้ก็ไม่ได้รวมแง่มุมของการแสวงหา, แบ่งปัน และการเล่นเกมที่เราได้นำมาโต้แย้ง ซึ่ง

ข้อมูลเหล่านี้จะมีอิทธิพลหรือส่งต่อผลลัพธ์ ดังนั้นกฎเกณฑ์สำคัญในการมีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้คือการสำรวจแรงจูงใจในใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อแบ่งปันสาระเกม ซึ่งได้รวบรวมกิจกรรมทั้ง 3 อย่างที่ได้กล่าวถึงไป โดยตั้งมีการคำถาม 2 ข้อ ดังนี้

- 1) อะไรคือแรงจูงใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งปันสาระในการเล่นเกมน?
- 2) ตัวเกมสามารถส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจเหล่านี้?

## 2.10 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play)

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวไว้ว่า เพื่อที่จะให้เข้าใจว่าทำไมผู้คนถึงตั้งใจแน่วแน่ที่จะเลือกเล่นเกมโดยเฉพาะเกมที่มีการเชื่อมต่อสังคมผ่านทางสังคมโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงได้มีการทดสอบและเลือกที่สุ่มผู้ที่จะตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ 5 บุคคลและได้มีการสนทนากันสั้น ๆ กับพวกเขาแต่ละบุคคล โดยที่กลุ่มตัวอย่าง 5 ผู้ตอบแบบสอบถามนี้ จะต้องตอบคำถาม 4 คำถามแบบปลายเปิดได้แก่: ทำไมคุณเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อไรที่คุณมักจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ อะไรคือความคิดและสะท้อนความเห็นของคุณในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ คุณจะยังคงเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคตหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างคนแรกเป็นนักเรียนชายได้กล่าวว่า “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะเล่นกับเพื่อนและเป็นที่น่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงมิตรภาพของเราได้อีกด้วย” “ฉันมักจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในขณะที่รอรถขนส่งสาธารณะ มันจะช่วยให้ฆ่าเวลาได้ดี” “ฉันชอบที่จะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะพวกเขามีความน่าสนใจและฉันสามารถโต้ตอบกับเพื่อนของฉันได้ แต่ในบางครั้งฉันก็รู้สึกเหนื่อยจากการเล่นเกมโดยเฉพาะถ้าการออกแบบของเกมที่ไม่ได้รับการอัปเดตที่ดี” “ฉันคิดว่าฉันจะยังคงเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ถ้ามีเกมที่ใหม่และสนุกอีกทั้งถ้าเพื่อนของฉันยังเล่นอีกด้วย”

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

เล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไปเพราะมันเป็นเหมือนส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของฉันและฉันจะยังคงเล่นและแบ่งปันข้อมูลกับเพื่อน ๆ”

กลุ่มตัวอย่างคนที่สามเป็นพนักงานบริษัทที่เป็นเพศหญิงซึ่งได้ให้การตอบคำถามเหล่านี้ว่า “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะมันน่าสนใจและน่าสนุก” “ฉันจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ก่อนที่จะฉันเข้านอนทุกคืน” “ฉันชอบที่จะเล่นเกมที่มีการเชื่อมต่อกับ Facebook เพราะฉันสามารถมองเห็นภาพเพื่อนของฉันในระหว่างเล่นเกมและมันทำให้รู้สึกว่าคุณอยู่เคียงข้างฉัน” “ฉันจะยังคงเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไปเพราะมันเป็นแนวทางที่ง่ายต่อการฆ่าเวลาและมันทำให้มีประสบการณ์ที่ดีกับเพื่อนอีกด้วย”

กลุ่มตัวอย่างคนที่สี่เป็นนักเรียนหญิง ซึ่งบางข้อเธอมีความคิดเห็นที่แตกต่างกับผู้อื่น “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะฉันเห็นผู้คนจำนวนมากและเพื่อนของฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก็ต่อเมื่อฉันกำลังรอสำหรับการเรียนในวิชาต่อไป” “ฉันจะไม่เล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกต่อไปเพราะบางเกมต้องถามเพื่อนใน Facebook เพื่อขอความช่วยเหลือในการเล่นและถ้าไม่มีใครช่วย ฉันก็ไม่สามารถเล่นเกมต่อไปได้ ซึ่งมันน่าผิดหวังจริง ๆ”

กลุ่มตัวอย่างคนที่ห้าเป็นพนักงานบริษัทที่เป็นเพศชาย ซึ่งการตอบแบบสอบถามของเขานั้นมีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะพวกเขาช่วยให้ฉันผ่อนคลายความเครียดและการเชื่อมต่อกับเพื่อนนั้นทำให้ฉันมีความสุข” “ฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อฉันรอรถบัสที่จะไปทำงาน” “ใช่ฉันจะยังคงเล่นฉันเล่นเกมที่เชื่อมต่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ถ้าเกมมีความท้าทายมากขึ้นและเป็นเกมที่อ้างอิงถึงนวนิยายมากขึ้น”

## 2.11 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Hussain และคณะ (2015) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชนิดของเกมที่น่าดึงดูดใจในการเล่นและสาเหตุของพฤติกรรมในการติดเกมของมนุษย์ โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ชื่นชอบในการเล่นทั้งหมด 1167 คน โดยเฉพาะเกมประเภทที่จะต้องสวมบทบาทให้กับตนเองใหม่และสามารถเชื่อมต่อกับบุคคลหรือสังคมอื่นภายในเกมได้ ผลจากการวิจัยสรุปได้ว่า 7 ประเภทของเกมที่น่าดึงดูดใจให้ผู้เล่นเลือกที่จะเล่นเกมเหล่านั้นได้แก่ 1) เกมที่แปลกใหม่ (Novelty) 2) เกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (Social and Discovery-Oriented) 3) เกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง (Aggressive, Anti-Social, Non-Curious) 4) เกมที่มีการแข่งขันภายในสังคมสูง (Highly Social and Competitive) 5) เกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของผู้เล่นได้ (Social) 6) เกมที่เน้นความสนุกสนาน (Low Intensity Enjoyment) และ 7) เกมที่มีระดับขั้นทางสังคม (Social Classes)

Cota และคณะ (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจสำหรับผู้สูงอายุ โดยได้กล่าวว่าผู้เล่นสามารถที่จะเล่นเกมได้ทุกเพศทุกวัยเพียงแค่ออกแบบเกมให้ตรงกับความต้องการของผู้เล่นแต่ละวัยเท่านั้นเอง จากการศึกษาโดยการให้ผู้สูงอายุลองเล่นเกมที่ถูกปรับปรุงให้เหมาะสมแก่พวกเขาและได้ให้พวกเขาทำแบบสอบถามและมีการสัมภาษณ์ โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้สูงอายุเลือกที่จะเล่นเกมก็คือ เกมที่สามารถทำให้พวกเขาได้มีการฝึกฝนเพื่อต่อต้านความผิดปกติในด้านระบบความจำและเกมที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้พวกเขาได้มีชีวิตสู้ต่อไป

Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลที่ทำให้ผู้เล่นมีความตั้งใจที่จะเล่นเกม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกมประเภทที่สามารถเชื่อมต่อทางสังคมผ่านทางระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยได้ทำการวิจัยแบบ Questionnaire Online จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ชื่นชอบการเล่นเกมจำนวน 247 คน ซึ่งจากผลการวิจัยได้ค้นพบถึง 2 สาเหตุหลักที่จะก่อให้เกิดอิทธิพลในการตั้งใจที่จะเล่นเกม อันประกอบไปด้วย 1) อิทธิพลของบุคคลรอบข้างที่มีผลกระทบทำให้เกิดเครือข่ายของการเล่นเกมที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการเข้าร่วมเล่นเกมจนก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ใช้รายอื่นในเครือข่าย จนส่งผลให้ค่าของเครือข่ายเติบโตเท่ากับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนมักจะนิยมใช้สินค้าหรือบริการใด ๆ มากขึ้น เมื่อเห็นว่าคนรอบตัวหรือคนในสังคมนั้น ๆ ต่างก็ใช้กัน 2) ความเบิกบานใจหรือความพึงพอใจในความสนุกสนานที่ได้เล่นเกม การได้รับความเพลิดเพลินนั้นคือปัจจัยอันมีอิทธิพลมากที่สุดในการกระทบเชิงบวกต่อแรงจูงใจของผู้เล่นที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าบริการของเกมนั้น ๆ

Gunuc (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเสพติดและอธิบายว่าพฤติกรรมในการเสพติดมีด้วยกันหลากหลายชนิด ซึ่งไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบไหน ต่างก็จะมีพฤติกรรมและผลการตอบสนองที่คล้ายคลึงกัน โดยได้ทำการวิจัยในเรื่องของการเสพติดเกมกับเสพติดอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มนักเรียนตัวอย่างนักเรียน 200 คนในโรงเรียนทางตะวันออกของตุรกี ซึ่งผลการวิจัยได้พบว่าการทำแบบสอบถามแบบ Questionnaire และทำการประเมินผลข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ในทางสถิติ ได้แก่ Descriptive Statistics, Two Step Cluster Analysis, Correlation Analysis และ Sample t-Test นั้น สรุปได้ว่าจากสมมุติฐานมีความสัมพันธ์กันระหว่างการเสพติดเกมและการเสพติดอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก

Chen และ Lin (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับมูลค่าในการรับรู้ โดยได้ทำวิจัยโดยได้ทำการวิจัยผ่าน Blog ที่เกี่ยวกับการขายสินค้า เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมในการซื้อและให้ทราบถึงวิธีที่จะเพิ่มจำนวนผู้บริโภคให้มากขึ้นได้อย่างไร โดยจากผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของผู้บริโภค การรับรู้คุณค่า และความสัมพันธ์กันในสังคมของกลุ่มลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค



Kasumovic และคณะ (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเหตุผลในการเล่นเกมนของผู้ที่ชื่นชอบการเล่นเกมนประเภทที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง โดยได้ทำการสำรวจจากผู้ที่จะเล่นเกมประเภทนี้ภายใน 30 วัน ที่ผ่านมามีเพศชาย 1,000 คน และเพศหญิง 1,000 คน ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าเพศหญิงที่จะชอบเล่นเกมประเภทที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรงจะมีความมั่นใจในการสร้างความสัมพันธ์ต่อเพศตรงข้ามมากกว่าเพศหญิงที่ไม่ค่อยได้เล่นเกมประเภทนี้ ในทางเดียวกันเพศชายที่ชื่นชอบเล่นเกมประเภทที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรงจะสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าสังคมของพวกเขาจะสามารถสร้างความโรแมนติกให้กับคูรักได้มากขึ้น

Lee (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน โดยทำการสำรวจและเก็บข้อมูลจากผู้ที่ชื่นชอบการเล่นเกมนจำนวน 2,488 คน และได้พบว่า บุคคลแปลกหน้าที่มีลักษณะอุปนิสัยเหมือนกัน ถ้าได้มีการคุยหรือติดต่อกัน โอกาสที่พวกเขาจะเป็นเพื่อนกันจะมีมากกว่าบุคคลที่มีลักษณะอุปนิสัยที่แตกต่างกัน

Goh และคณะ (2012) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการค้นหาสาเหตุที่เป็นแรงจูงใจในการแสวงหาสาระและการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนที่ประยุกต์ใช้ผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คนได้ทดลองใช้แอปพลิเคชันที่ชื่อว่า “Indagator” โดยแอปพลิเคชันตัวนี้จะให้ผู้ใช้ได้มีการแบ่งปันข้อมูลสาระต่าง ๆ รวมถึงประโยชน์จากการเล่นเกมโดยทำการ อัปโหลดข้อมูล ผ่านทาง Social Network และจะทำการส่งฐานข้อมูลทั้งหมดกลับไปยังผู้ผลิตแอปพลิเคชัน โดยจากการวิจัยได้พบว่าจุดประสงค์ในการแบ่งปันข้อมูลก็เพื่อต้องการนำเสนอผลงานของตนเอง ต้องการเป็นที่รู้จักและยอมรับของสังคม เพื่อบ่งบอกหรือเล่าถึงประสบการณ์ในการเล่นเกมนของตนเองหรือเพียงแค่อัปโหลดข้อมูลเพื่อเป็นการฆ่าเวลาเท่านั้นเอง เป็นต้น

Novak และ Tassell (2015) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการแสวงหาสาระจากการที่ได้เล่นเกม โดยให้กลุ่มนักศึกษาที่ไม่เคยเล่นเกมแนวแอ็คชั่นมาก่อน มาทดลองเล่นเกมเป็นเวลา 10 ชั่วโมง ซึ่งจากการทดลอง ได้ค้นพบว่ากลุ่มนักศึกษากลุ่มนี้มีปฏิริยาตอบสนองและมีความจำที่ตีมากขึ้นในการทำโจทย์เลขคณิตศาสตร์

อิสรา เอี่ยมจรัส (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ของความจงรักภักดีต่อทีมที่ชื่นชอบ (Team Loyalty) ทักษะคติต่อพฤติกรรมการชม (Attitudes towards Spectating Behavior) คุณภาพของการแสดงความคิดเห็น (Argument Quality) การแสดงออกถึงทีมประจำตัว (Team Identification) คุณค่าของข้อมูลที่โพสต์หรือเขียนความคิดเห็น (Value of the Posting Frequency) คุณลักษณะภายในทีมฟุตบอล (Internal Characteristics of the Football Team) คุณลักษณะภายนอกทีมฟุตบอล (External Characteristics of the Football Team) ความยุติธรรมในเกมน (Fairness in Games) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) แอปพลิเคชัน YouTube ของผู้ชมกีฬาฟุตบอลในเขตบางบอน บางขุนเทียน และห้วยขวาง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2557 ถึง มกราคม 2558 จำนวน 300 ชุด โดยใช้แบบสอบถามทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 - 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทต่อเดือน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง ผลการทดสอบสมมติฐาน ถ้าเรียงตามลำดับความสำคัญแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าของความถี่ที่โพสต์หรือเขียนความคิดเห็น (Value of the Posting Frequency) ( $\beta=0.324$ ) และความยุติธรรมในเกม (Fairness in Games) ( $\beta=0.189$ ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน YouTube ของผู้ชมกีฬาฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ศรัญญา ศิริมาศเกษม (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยคุณค่าด้านการใช้งาน (Utilitarian Value) ปัจจัยเลือกสีและความเชื่อในการเลือกรถยนต์ (Color Vividness and Belief) ปัจจัยการควบคุมของรถยนต์ (Control) ปัจจัยความผูกพัน (Involvement) ปัจจัยคุณค่าทางสุนทรียภาพ (Hedonic Value) ปัจจัยการส่งเสริมการขายรถยนต์ (Promotion) ปัจจัยการรับรู้การบริการหลังการขายรถยนต์ (Perceived After – Sales Service) ต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากลูกค้าจำนวน 310 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product - Moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 - 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ประมาณต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือน เป็นรถยนต์คันแรก ประเภทรถเก๋ง ใช้ระยะเวลา 1 ปีในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ เพื่อเป็นการใช้งาน ขับรถไปทำงานและอิทธิพลในการซื้อมาจากครอบครัว ผลการทดสอบสมมติฐาน ได้พบว่า อีกส่วนหนึ่งของปัจจัยการรับรู้การบริการหลังการขายรถยนต์ (Perceived After – Sales Service) ( $\beta = 0.292$ ) ปัจจัยการส่งเสริมการขายของรถยนต์ (Promotion) ( $\beta = 0.256$ ) ปัจจัยเลือกสีและความเชื่อในการเลือกรถยนต์ (Color Vividness and Belief) ( $\beta = 0.205$ ) ปัจจัยการควบคุม (Control) ( $\beta = .121$ ) ปัจจัยความผูกพัน (Involvement) ( $\beta = 0.097$ ) มีอำนาจพยากรณ์ต่อความตั้งใจเลือกซื้อรถยนต์ ส่วนปัจจัย

คุณค่าด้านการใช้งาน (Utilitarian Value) และปัจจัยคุณค่าทางสุนทรียภาพ (Hedonic Value) ไม่มีอำนาจพยากรณ์ต่อการตั้งใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2.12 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

- 2.12.1 ปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการติดเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.3 ปัจจัยด้านเหตุผลในการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.4 ปัจจัยด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.5 ปัจจัยด้านอิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.6 ปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.7 ปัจจัยด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.8 ปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.9 ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมมีความสัมพันธ์กันต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.12.10 ปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกม ความเบิกบานใจในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม ความตั้งใจในการเล่นเกม การแสวงหาสาระในการเล่นเกม การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

### 2.13.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งออกเป็น

2.13.1.1 ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation to Play)

2.13.1.2 พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

2.13.1.3 เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play

Games with Mobile Phones

2.13.1.4 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน (Perceived Number of Users)

2.13.1.5 อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers)

2.13.1.6 ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment)

2.13.1.7 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others)

2.13.1.8 การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (Seeking Content)

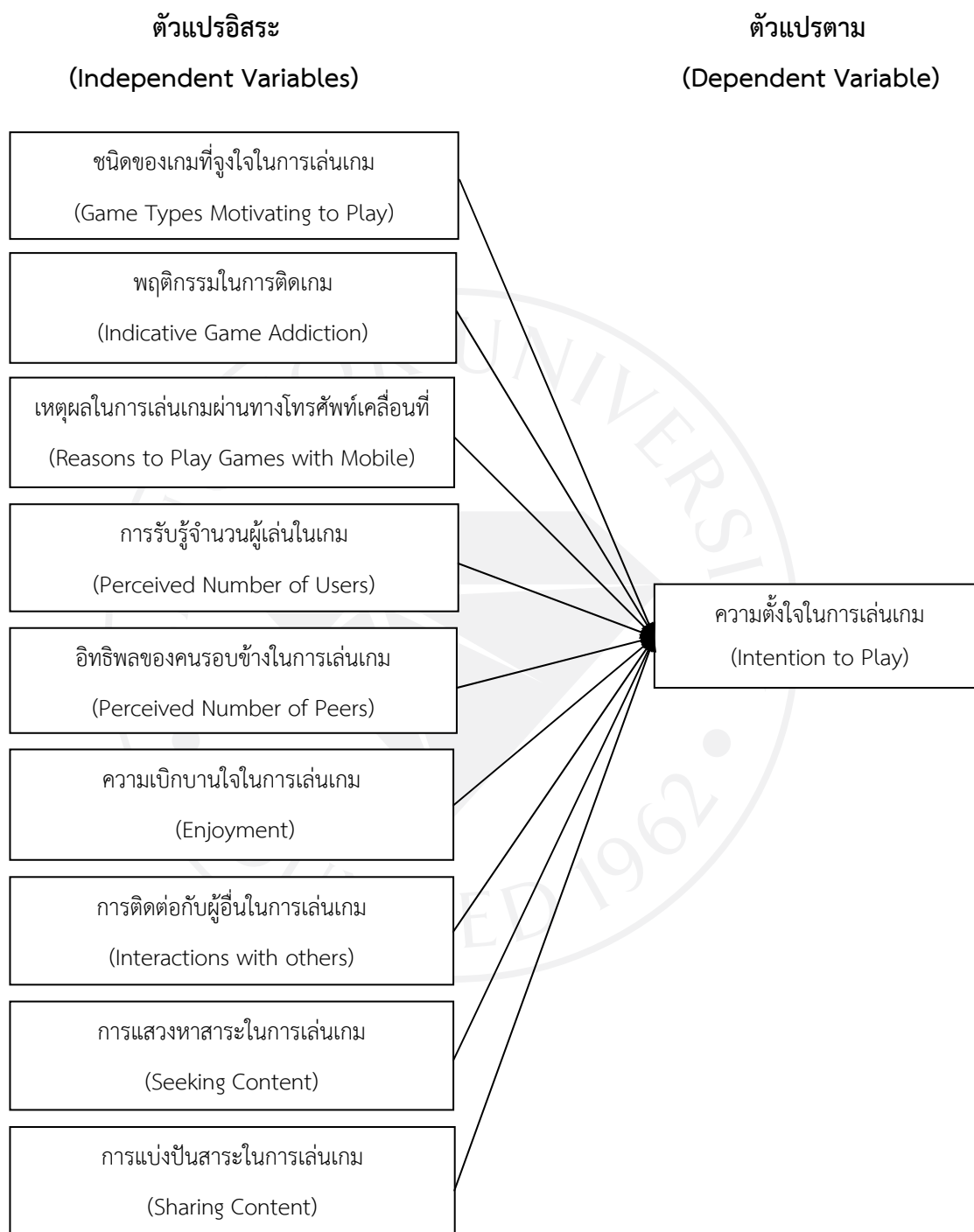
2.13.1.9 การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (Sharing Content)

2.13.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play)

## 2.14 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อนำไปใช้ในการพิสูจน์สมมติฐาน การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขต สหราชคฤห์ และบางรัก กรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2.2 ดังนี้

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอแนะนำวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 วิธีการทางสถิติ

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในพื้นที่เขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

##### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรในพื้นที่เขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเขตพื้นที่ดังกล่าวมานี้เป็นแหล่งที่มีบริษัท ห้างร้าน อยู่ตามอาคารต่าง ๆ ซึ่งมีกลุ่มคนทำงานอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก ดังเช่นที่ นักวิเคราะห์ของ NPD Group: Market Research & Business Intelligence ระบุว่า “ผู้เล่นที่เป็นผู้ใหญ่มีการเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้เล่นวัยเด็กและวัยรุ่น...กลุ่มผู้ใหญ่นี้ยังได้มีการเลือกเกมให้กับลูกของตนเอง ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ผลิตเกมและนักการตลาด” (Mofang, 2558) นักวิจัยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยผู้วิจัยได้ยืนอยู่บริเวณสถานที่ดังกล่าวเพื่อรอกกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดขนาดของตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั่วไปมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cohen, 1977) จากแบบสอบถามที่เป็น Pilot Test จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G\*Power เวอร์ชัน 3.1.7 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ (Cohen, 1977) และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Erdfelder, Faul & Buchner, 1996 และ นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าเพาเวอร์ ( $1-\beta$ ) เท่ากับ 0.80 ค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.20 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 9 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0368066 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial  $R^2$  เท่ากับ 0.0355) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างน้อยคือ จำนวน 271 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้เก็บเป็นจำนวน 271 ตัวอย่าง (Cohen, 1977)

### 3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามของผู้วิจัย (ภาคกร กลุ่มเพชรมงคล, ผู้วิจัย) แต่ต้องเป็นผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วเท่านั้น โดยได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรทั่วไปในพื้นที่เขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในพื้นที่เหล่านี้ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.1 ศึกษาจาก เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม ความเบิกบานใจในการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม ความตั้งใจในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

3.3.2 การสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม ความเบิกบานใจในการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม ความตั้งใจในการเล่น เกม

3.3.3 ทหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้านเนื้อหาของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัยจากนั้นจึงนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1 ท่าน ได้แก่ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ คุณเชิญพร กิจชนะไพบุลย์ Marketing Manager บริษัท สยามเกม จำกัด คุณธนินทร์รัฐ กล้วยไม้ ณ ออยุธยา Creative & PR Department Manager บริษัท อินีทรี ดิจิตอล จำกัด และคุณชินดนัย สุรเสน Marketing Executive บริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด (จดหมายตอบรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญและแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอ้างอิงในภาคผนวก) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และให้การเสนอแนะในการทำวิจัยซึ่งถือเป็นการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ได้ข้อความที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด และนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องของแบบสอบถาม ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3.3.5 การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis ของแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยต่าง ๆ ตามทฤษฎีที่ได้ศึกษาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น ความตั้งใจในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่น เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดกลุ่มคำถามของแต่ละปัจจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ศึกษา (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548 และฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา, 2555)

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประเภทของเกม que เล่น เหตุจูงใจในการเล่น ความถี่ในการเล่นต่อสัปดาห์



ระยะเวลาในการเล่นต่อครั้ง ช่องทางโฆษณาที่เคยพบ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่น เกม ความเบิกบานใจในการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม ความตั้งใจในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายปิด (Close-ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 49 ข้อ ประกอบไปด้วย

ด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น เกม	จำนวน 6 ข้อ
ด้านพฤติกรรมในการติดเกม	จำนวน 7 ข้อ
ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน 7 ข้อ
ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม	จำนวน 4 ข้อ
ด้านอิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่น เกม	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความเบิกบานใจในการเล่น เกม	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น เกม	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการแบ่งปันสาระในการเล่น เกม	จำนวน 5 ข้อ
ด้านความตั้งใจในการเล่น เกม	จำนวน 4 ข้อ

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 ซึ่งผลคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2548)

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการประเมินผล การอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลของการวิจัย ลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้ เกณฑ์เฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Response Question) ให้มีการแสดงความคิดเห็น จำนวน 1 ข้อ

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือ

จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้ ค่าถามด้านชนิดของเกม ที่จูงใจในการเล่น เกม เท่ากับ 0.745 ค่าถามด้านพฤติกรรมในการติดเกม เท่ากับ 0.895 ค่าถามด้าน เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เท่ากับ 0.822 ค่าถามด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม เท่ากับ 0.677 ค่าถามด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น เกม 0.801 ค่าถามด้านความเบิกบานใจในการเล่น เกม เท่ากับ 0.726 ค่าถามด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม เท่ากับ 0.899 ค่าถามด้าน ความตั้งใจในการเล่น เกม เท่ากับ 0.928 ค่าถามด้านการแสวงหาสาระในการเล่น เกม เท่ากับ 0.684 ค่าถามด้านการแบ่งปันสาระในเกม เท่ากับ 0.917 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978)

นอกจากนั้น ผู้วิจัยมีการวิเคราะห์การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยมีตัวแปรทั้งหมด ดังนี้

- 1) ด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น เกม (Game Types Motivation to Play)
- 2) ด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)
- 3) ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)
- 4) ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)
- 5) ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น เกม (Perceived Numbers of Peers)
- 6) ด้านความเบิกบานใจในการเล่น เกม (Enjoyment)
- 7) ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม (Interactions with others)
- 8) ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น เกม (Seeking Content)
- 9) ด้านการแบ่งปันสาระในเกม (Sharing Content)
- 10) ด้านความตั้งใจในการเล่น เกม (Intention to Play)

ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามจากโครงสร้างข้างต้นได้จำนวน 49 ข้อ ดังนี้ ค่าถามด้านชนิดของเกม ที่จูงใจในการเล่น เกมจำนวน 6 ข้อ ด้านพฤติกรรมในการติดเกมจำนวน 7 ข้อ ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 7 ข้อ ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมจำนวน 4 ข้อ ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น เกมจำนวน 4 ข้อ ด้านความเบิกบานใจในการเล่น เกมจำนวน 4 ข้อ ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกมจำนวน 4 ข้อ ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น เกมจำนวน 4 ข้อ ด้านการแบ่งปันสาระในการเล่น เกมจำนวน 5 ข้อ ด้านความตั้งใจในการเล่น เกมจำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี Principal Component Analysis ในการหาจำนวนขององค์ประกอบ (Factor) ที่เกิดจากข้อคำถามต่าง ๆ และกำหนดค่าในโปรแกรมสำเร็จรูป

เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของข้อคำถามแต่ละองค์ประกอบ โดยให้ Eigenvalue มีค่าเท่ากับ 1 เป็นค่าต่ำที่สุดในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบ แล้วกำหนดค่าหมุนแกน Orthogonal แบบ Varimax เพื่อให้ข้อคำถามบางตัวที่เดิมเป็นสมาชิกหลายองค์ประกอบกลายเป็นสมาชิกขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างเด่นชัด เป็นการแยกว่าข้อคำถามใดควรจะอยู่ในองค์ประกอบใด ผลลัพธ์ คือ หลังจากการหมุนแกน 5 ครั้ง ผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่าง ๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใดก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น แต่มีข้อแม้ว่าค่า Factor Loading ของแต่ละข้อคำถามควรจะมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Nitiphong, 2012; ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548 และรสริน ศรีสีกันนท์, 2555) ผลลัพธ์ของการวัดความเที่ยงตรงในตัวแปรต่าง ๆ มีดังนี้

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น (MC) ด้านพฤติกรรมในการติดเกม (IG) ด้านเหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM) ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (PU) ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น (PP) ด้านความเบิกบานใจในการเล่น (EJ) ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น (IO) ด้านการแสวงหาสาระในการเล่น (SE) ด้านการแบ่งปันสาระในเกม (SH) ด้านความตั้งใจในการเล่น (IP) ที่  $n = 271$

	MC	IG	TM	PU	PP	EJ	IO	SE	SH	IP
MC1	.458									
MC2	.497									
MC3	.554									
MC4	.563									
MC5	.353									
MC6	.255									
IG1		.613								
IG2		.585								
IG3		.515								
IG4		.627								
IG5		.619								

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (MC) ด้านพฤติกรรมในการติตเกม (IG) ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM) ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน (PU) ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (PP) ด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (EJ) ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (IO) ด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (SE) ด้านการแบ่งปันสาระในเกมน (SH) ด้านความตั้งใจในการเล่นเกมน (IP) ที่  $n = 271$

	MC	IG	TM	PU	PP	EJ	IO	SE	SH	IP
IG6		.479								
IG7		.566								
TM1			.587							
TM2			.593							
TM3			.578							
TM4			.643							
TM5			.670							
TM6			.577							
TM7			.529							
PU1				.315						
PU2				.509						
PU3				.335						
PU4				<u>.298</u>						
PP1					.407					
PP2					.512					
PP3					.420					
PP4					.401					
EJ1						.603				
EJ2						.464				
EJ3						.620				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (MC) ด้านพฤติกรรมในการติตเกม (IG) ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM) ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน (PU) ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (PP) ด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (EJ) ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (IO) ด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (SE) ด้านการแบ่งปันสาระในเกมน (SH) ด้านความตั้งใจในการเล่นเกมน (IP) ที่  $n = 271$

	MC	IG	TM	PU	PP	EJ	IO	SE	SH	IP
IO1							.624			
IO2							.603			
IO3							.627			
IO4							.644			
SE1								.613		
SE2								.582		
SE3								.645		
SE4								.303		
SH1									.651	
SH2									.640	
SH3									.670	
SH4									.663	
SH5									.714	
IP1										.582
IP2										.641
IP3										.674
IP4										.667

จากตารางที่ 3.1 สามารถอธิบายปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

ด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation to Play)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation to Play) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis

ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่ (MC1) ท่านเลือกเล่นเกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (MC2) ท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง (MC3) ท่านเลือกเล่นเกมที่มีการแข่งขันสูง (MC4) ท่านเลือกเล่นเกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวท่านได้ (MC5) ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความสนุกสนาน (MC6)

#### ด้านพฤติกรรมการติดเกม (Indicative Game Addiction)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านพฤติกรรมการติดเกม (Indicative Game Addiction) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ทั้งวัน (IG1) ท่านมีความรู้สึกว่าคุณเองติดเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IG2) ท่านใช้เวลาเล่นนานกว่าที่ท่านตั้งใจไว้ (IG3) ท่านรู้สึกไม่ดีเมื่อท่านไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IG4) ท่านรู้สึกหงุดหงิดและโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IG5) ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น (เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน) เพราะพวกเขาบกรวนเวลาเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่าน (IG6) ท่านเคยอดนอนเพราะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IG7)

#### ด้านเหตุผลในการเล่นเกมที่ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reason to Play Games with Mobile Phones)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านเหตุผลในการเล่นเกมที่ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reason to Play Games with Mobile Phones) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เล่นเกมร่วมกับผู้อื่นภายในเกม (TM1) ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกมและผจญภัยไปในสถานที่ต่าง ๆ ของเกม (TM2) ท่านรู้สึกสนุกสนานในการค้นหาอุปกรณ์พิเศษต่าง ๆ ภายในเกม (TM3) ท่านรู้สึกสนุกสนานในการได้แข่งขันกับผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม (TM4) ท่านรู้สึกสนุกสนานในการมีอำนาจเหนือกว่าผู้เล่นอื่นภายในเกม (TM5) ท่านรู้สึกสนุกสนานในที่จะมีบทบาทและบุคลิกภาพใหม่เป็นภายในเกม (TM6) ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อท่านได้ก่อกวนผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม (TM7)

#### ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PU1) ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PU2) ท่านคิดว่าในอนาคตคนส่วนใหญ่จะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น (PU3) ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PU4)

### ด้านอิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านอิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่นเกม (Perceived Number of Peers) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านคิดว่าครอบครัวของท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PP1) ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จักเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PP2) ท่านคิดว่าในอนาคตครอบครัวท่านจะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น (PP3) ท่านคิดว่าครอบครัวท่านใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (PP4)

### ด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกม (Enjoyment)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกม (Enjoyment) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IO1) ท่านรู้สึกคลายเครียดเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IO2) ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IO3) ท่านรู้สึกสดชื่นแจ่มใสเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IO4)

### ด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (Interactions with others) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น (IO1) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มความสามารถในการติดต่อกับผู้อื่น (IO2) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มโอกาสในการติดต่อกับผู้อื่น (IO3) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มศักยภาพของท่านในการติดต่อกับผู้อื่น (IO4)

### ด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกม (Seeking Content)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกม (Seeking Content) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยให้รู้จักระวังตัว (SE1) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จะช่วยฝึกให้ท่านทำภารกิจต่าง ๆ ได้สำเร็จ (SE2) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเพื่อการแข่งขันกับผู้อื่นและตัวท่านเอง (SE3) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย (SE4)



### ด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเสียสละเพื่อผู้อื่น (SH1) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและตัวท่านเอง (SH2) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเก็บประสบการณ์ (SH3) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็น (SH4) ท่านคิดว่าการเล่นเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้มีส่วนร่วมกับผู้อื่น (SH5)

### ด้านความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (IP1) ท่านจะลองเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IP2) ท่านจะเริ่มเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (IP3) ท่านจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเกมในอนาคตอันใกล้นี้ (IP4)

## 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของตัวอย่างที่ได้คัดเลือกอย่างน้อย จำนวน 271 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2558

3.5.2 ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนจะนำมาประมวลผลในระบบ โดยได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลและผู้เชี่ยวชาญข้างต้นดังกล่าว

3.5.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และทำการเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตัวเลขในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตาราง และบทความ ผลงานวิจัยที่ทำมาการศึกษามาก่อน และรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถหาได้ โดยเกี่ยวข้องกับชนิดของเกมที่ถูกใจในการเล่นเกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมผ่าน

ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่น ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น ความตั้งใจในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นเพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและสามารถใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัยได้

### 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS ทำวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

3.6.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3.6.3 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกลงในโปรแกรมประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลข้อมูล โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Level of Significance)

3.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

3.6.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

1) ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

2) ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

3) ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่น ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น ความตั้งใจในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่น ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4) ข้อมูลส่วนที่ 4 เป็นคำถามสำหรับการให้คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.6.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้



อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### 3.7 วิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

3.7.1 ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of the Test) โดยการใช้สูตร

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ	$\alpha$	แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	$n$	แทนจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทนผลรวมค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	$S^2$	แทนคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

### 3.7.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

3.7.2.1 ร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมด โดยเทียบเป็น 100 ทำการหาค่าร้อยละจากสูตร ดังต่อไปนี้ (อภิรักษ์ จันตะเสนี, 2549 อ้างใน ภัทพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 34)

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ	$P$	แทนค่าร้อยละ
	$f$	แทนความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	$N$	แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบกันได้

### 3.7.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทนค่าเฉลี่ย
	$\Sigma x$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
	n	แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

3.7.2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจาย เขียนแทนด้วย S.D. หรือ S (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 อ้างใน ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 35)

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\Sigma(x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

หรือ

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}{n(n - 1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทนค่าคะแนน
	n	แทนจำนวนคะแนนแต่ละกลุ่ม
	$\Sigma$	แทนผลรวม

### 3.7.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.7.3.1 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) หนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หากทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้สามารถเขียนให้อยู่ในสมการเชิงเส้นตรงรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551 ข)

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ	$\hat{Y}$	คือ	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม
	$b_0$	คือ	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$b_1, \dots, b_k$  คือ น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

$X_0, \dots, X_k$  คือ คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

3.7.3.2 วิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกันโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) มีสมมติฐานของการทดสอบคือ  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$  เทียบกับ  $H_1$ : มี  $\beta_i$  อย่างน้อย 1 ตัวที่  $\neq 0$  ( $i=1, \dots, k$ ) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551 ก)

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variance)	องศาอิสระ (df)	ผลบวกกำลังสอง (Sum Square: SS)	ผลบวกกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square: MS)	F-Statistics
การถดถอย (Regression)	k	SSR	$MSR = \frac{SSR}{K}$	$F = \frac{MSR}{MSE}$
ความคลาดเคลื่อน (Error/ Residual)	n-k-1	SSE	$MSE = \frac{SSE}{n-k-1}$	
ผลรวม (Total)	n-1	SST		

ที่มา: กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551 ก). การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมื่อ k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

n คือ จำนวนตัวอย่าง

SST (Sum Square of Total) คือ ค่าความแปรปรวนทั้งหมดของ

$$Y = \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2$$

SSR (Sum Square of Regression) คือ ค่าความแปรปรวนของ Y

เนื่องจากอิทธิพลของ  $X_0, \dots, X_k$

SSE (Sum Square of Error/ Sum Square of Residual) คือ ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น ๆ  $\sum_{i=1}^n (-)$

MSR (Mean Square of Regression) คือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ  $X_0, \dots, X_k$

MSE (Mean Square of Error) คือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น

F คือ ค่าสถิติทดสอบที่พิจารณาการแจกแจงแบบ F (F-distribution) จากการปฏิเสธ  $H_0$  เมื่อค่า F ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า  $F_{1-\alpha, k, n-k-1}$

3.7.3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (บุญชม ศรีสะอาด, 2538 อ้างใน ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552, หน้า 38)

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ  $R_{xy}$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

$\sum$  คือ ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1

$\Sigma$  คือ ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)

$\Sigma$  คือ ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรที่ 1 และ 2

$\sum X^2$  คือ ผลรวมกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1

$\sum Y$  คือ ผลรวมกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2

$N$  คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง  $-1 \leq r \leq 1$  ความหมายของค่า  $r$  คือ เครื่องหมายบวกและลบจะเป็นตัวบ่งบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์

ค่า  $r$  ที่มีค่าเป็นบวก หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ค่า  $r$  ที่มีค่าเป็นลบ หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

สำหรับขนาดของความสัมพันธ์สามารถดูได้จากค่า  $r$  ที่เป็นตัวเลข

ค่า  $r$  ที่มีค่าสูง (ค่าเข้าใกล้ 1) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีสัมพันธ์กันมาก

ค่า  $r$  ที่มีค่าต่ำ (ค่าเข้าใกล้ -1) หมายถึง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีสัมพันธ์กันน้อย

ค่า  $r$  ที่มีค่าเป็นศูนย์ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ค่า  $r$  ที่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันน้อย

## บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2558 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2558 โดยใช้แบบสอบถามแจกผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 271 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้ ค่าถามด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น เกมเท่ากับ 0.717 พฤติกรรมในการติดเกม เท่ากับ 0.901 เหตุผลในการเล่น เกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เท่ากับ 0.872 การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม เท่ากับ 0.743 อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม เท่ากับ 0.820 ความเบิกบานใจในการเล่น เกม เท่ากับ 0.875 การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม เท่ากับ 0.933 การแสวงหาสาระในการเล่น เกม เท่ากับ 0.730 การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม เท่ากับ 0.924 ความตั้งใจในการเล่น เกม เท่ากับ 0.932 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และ ไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

### 4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.1-4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	99	36.5
หญิง	172	63.5
รวม	271	100.0



จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 มากกว่าเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

ตารางที่ 4.2: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 22 ปี	5	1.8
22-30 ปี	206	76.0
31-35 ปี	39	14.4
36-40 ปี	18	6.6
41 ปีขึ้นไป	3	1.1
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 22-30 ปี มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองมาคือ อายุ 31-35 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ต่อมาคือ 36-40 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 อายุไม่เกิน 22 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.3: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	238	87.8
สมรส	28	10.3
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	5	1.8
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 รองมาคือ สมรส มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.4: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	5.5
อนุปริญญา/ ปวส.	5	1.8
ปริญญาตรี	200	73.8
ปริญญาโท	49	18.1
ปริญญาเอก	1	0.4
อื่น ๆ โปรดระบุ	1	0.4
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ต่อมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ต่อมาคืออนุปริญญา/ ปวส. มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีด้วยกัน 2 ข้อคือ ปริญญาเอก และอื่น ๆ โปรดระบุ มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.5: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	80	29.5
20,001– 30,000 บาท	92	33.9
30,001– 40,000 บาท	48	17.7
40,001– 50,000 บาท	18	6.6
50,000 บาทขึ้นไป	33	12.2
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001–30,000 บาท มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองมาคือต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ต่อมาคือ 30,001–40,000 บาท มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ต่อมาคือ

50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

ตารางที่ 4.6: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รัฐบาล	12	4.4
พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง	201	74.2
ธุรกิจส่วนตัว/ ตัวค้าขาย	39	14.4
นิสิต/ นักศึกษา	18	6.6
อื่น ๆ โปรดระบุ	1	0.4
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ ตัวค้าขาย มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ต่อมาคือนิสิตนักศึกษา มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 ต่อมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รัฐบาล มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ โปรดระบุ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

#### 4.2 การสรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของเกมที่ท่านเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ เหตุจูงใจในการเล่นของท่านผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่คืออะไร ท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่กี่ครั้งต่อสัปดาห์ ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นานเท่าใด ท่านเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่มือถือผ่านช่องทางใดบ้าง นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.7–4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.7: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมตะลุยก้านผ่านทาง  
โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมตะลุยก้าน	143	52.80
ไม่เล่นเกมตะลุยก้าน	128	47.20
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะเล่นเกมตะลุยก้านผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ไม่ได้เล่นเกมตะลุยก้านผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20

ตารางที่ 4.8: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมต่อสู้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่  
อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมต่อสู้	77	71.6
ไม่เล่นเกมต่อสู้	194	28.4
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมต่อสู้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมต่อสู้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 71.6

ตารางที่ 4.9: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมลับสมองผ่านทาง  
โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมลับสมอง	117	43.2
ไม่เล่นเกมลับสมอง	154	56.8
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมลับสมองผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมลับสมองผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

ตารางที่ 4.10: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมรถแข่งผ่านทาง  
โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมรถแข่ง	52	19.2
ไม่เล่นเกมรถแข่ง	219	80.8
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมรถแข่งผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมรถแข่งผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

ตารางที่ 4.11: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมกีฬาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่  
อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมกีฬา	37	13.7
ไม่เล่นเกมกีฬา	234	86.3
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมกีฬาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมกีฬาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7

ตารางที่ 4.12: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมเลี้ยงสัตว์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมเลี้ยงสัตว์	76	28.0
ไม่เล่นเกมเลี้ยงสัตว์	195	72.0
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมเลี้ยงสัตว์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมเลี้ยงสัตว์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

ตารางที่ 4.13: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมทำอาหารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมทำอาหาร	70	25.8
ไม่เล่นเกมทำอาหาร	201	74.2
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมทำอาหารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมทำอาหารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

ตารางที่ 4.14: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมยิงปืนผ่านทาง  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมยิงปืน	19	7.0
ไม่เล่นเกมยิงปืน	252	93.0
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมทำยิงปืนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมยิงปืนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.15: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทเกมวางแผนการรบผ่านทาง  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมวางแผนการรบ	208	76.8
ไม่เล่นเกมวางแผนการรบ	63	23.2
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมวางแผนการรบผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมวางแผนการรบผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

ตารางที่ 4.16: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ผู้เล่นที่เล่นเกมประเภทอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่  
อยู่ประจำ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เล่นเกมอื่น ๆ	12	4.4
ไม่เล่นเกมอื่น ๆ	259	95.6
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่เล่นเกมอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 95.6 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่เล่นเกมอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่เป็นประจำ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4

ตารางที่ 4.17: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่  
เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย

เหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย	165	60.9
ไม่ใช่เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย	106	39.1
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1



ตารางที่ 4.18: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมยอดนิยม

เหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่เพราะเป็นเกมยอดนิยม	131	48.3
ไม่ใช่เพราะเป็นเกมยอดนิยม	140	51.7
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่เพราะเป็นเกมยอดนิยม มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมยอดนิยม มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

ตารางที่ 4.19: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมใหม่

เหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่เพราะเป็นเกมใหม่	79	29.2
ไม่ใช่เพราะเป็นเกมใหม่	192	70.8
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่เพราะเป็นเกมใหม่ มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเป็นเกมใหม่ มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2

ตารางที่ 4.20: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่  
เพราะเพื่อนแนะนำ

เหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เพราะเพื่อนแนะนำ	121	44.6
ไม่ใช่เพราะเพื่อนแนะนำ	150	55.4
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่เพราะเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเพื่อนแนะนำ มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6

ตารางที่ 4.21: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเหตุผลอื่น ๆ

เหตุจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เพราะเหตุผลอื่น ๆ	240	88.6
ไม่ใช่เพราะเหตุผลอื่น ๆ	31	11.4
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่เพราะเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุจูงใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะเพื่อนเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 4.22: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ความถี่ในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ครั้งต่อสัปดาห์

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	18	6.6
2-4 ครั้ง	59	21.8
5-10 ครั้ง	63	23.2
11-15 ครั้ง	36	13.3
มากกว่า 15 ครั้ง	95	35.1
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากกว่า 15 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองมาคือ 5-10 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ต่อมาคือ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ต่อมาคือ 11-15 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

ตารางที่ 4.23: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม ในแต่ละครั้งใช้เวลาเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นานเท่าใด

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	102	37.6
30-60 นาที	121	44.6
1-2 ชั่วโมง	36	13.3
2-4 ชั่วโมง	10	3.7
8-10 ชั่วโมง	1	4
มากกว่า 10 ชั่วโมง	1	4
รวม	271	100.0

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ในแต่ละครั้งใช้เวลาเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ 30-60 นาที มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองมาคือน้อยกว่า 30 นาที มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ต่อมาคือ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ต่อมาคือ 2-4 ชั่วโมง มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีด้วยกัน 2 ข้อคือ 8-10 ชั่วโมง และ มากกว่า 10 ชั่วโมง มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นอย่างละร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.24: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโทรศัพท์

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นโฆษณาผ่านทางโทรศัพท์	82	30.3
ไม่เคยเห็นโฆษณาผ่านทางโทรศัพท์	189	69.7
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นโฆษณาเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโทรศัพท์ มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นโฆษณาเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโทรศัพท์ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3

ตารางที่ 4.25: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางวิทยุ

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นโฆษณาผ่านทางวิทยุ	17	6.3
ไม่เคยเห็นโฆษณาผ่านทางวิทยุ	254	93.7
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นโฆษณาเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางวิทยุ มีจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 93.7 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นโฆษณาเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านทางวิทยุ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.26: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทาง  
ป้ายโฆษณา

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นโฆษณาผ่านทางป้ายโฆษณา	39	14.4
ไม่เคยเห็นโฆษณาผ่านทางป้ายโฆษณา	232	85.6
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นโฆษณาเกม  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางป้ายโฆษณา มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 85.6 ซึ่งเป็นจำนวนที่  
มากกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นโฆษณาเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางป้ายโฆษณา มีจำนวน  
39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางที่ 4.27: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรม เคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทาง  
โซเชียลมีเดีย

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย	245	90.4
ไม่เคยเห็นโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย	26	9.6
รวม	271	100

จากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเห็นโฆษณาเกมโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย มีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 90.4 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่า  
ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นโฆษณาเกมโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย มีจำนวน 26 คน  
คิดเป็นร้อยละ 9.6

#### 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.28: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation Play)

ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (Game Types Motivation Play)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่	3.65	0.89	มาก
ท่านเลือกเล่นเกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม	3.23	1.23	ปานกลาง
ท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง	2.42	1.10	น้อย
ท่านเลือกเล่นเกมที่มีการแข่งขันสูง	3.07	1.16	ปานกลาง
ท่านเลือกเล่นเกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของ ท่านได้	3.17	1.09	ปานกลาง
ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความสนุกสนาน	4.38	0.74	มากที่สุด
รวม	3.32	1.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation Play) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean 3.32) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.04) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความสนุกสนานมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.38) รองลงมาคือ ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่ (Mean = 3.65) และต่อมาคือ ท่านเลือกเล่นเกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (Mean = 3.23) ท่านเลือกเล่นเกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของท่านได้ (Mean = 3.17) ท่านเลือกเล่นเกมที่มีการแข่งขันสูง (Mean 3.07) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง (Mean = 2.42)

จากตารางนี้พบว่า ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน (Game Types Motivation Play) ท่านเลือกเล่นเกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.23) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความสนุกสนาน (S.D. = 0.74)

ตารางที่ 4.29: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ด้านพฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)

พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งวัน	2.66	1.11	ปานกลาง
ท่านมีความรู้สึกที่ตนเองติดเล่นเกมทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	2.82	1.20	ปานกลาง
ท่านใช้เวลาเล่นนานกว่าที่ท่านตั้งใจไว้	3.16	1.10	ปานกลาง
ท่านรู้สึกไม่ดีเมื่อท่านไม่ได้เล่นเกมทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	2.39	1.14	น้อย
ท่านรู้สึกหงุดหงิดและโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกมทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	2.10	1.07	น้อย
ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น (เช่น ครอบครัว หรือ เพื่อน) เพราะพวกเขาบกพรอนเวลาเล่นเกมทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่าน	1.92	1.09	น้อย
ท่านเคยอดนอนเพราะเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	2.44	1.24	น้อยที่สุด
รวม	2.50	1.14	น้อย

จากตารางที่ 4.29 พบว่า พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (Mean = 2.50) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.14) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านใช้เวลาเล่นนานกว่าที่ท่านตั้งใจไว้ มีคะแนนเฉลี่ยปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.16) รองลงมาคือท่านมีความรู้สึกที่ตนเองติดเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 2.82) ต่อมาคือท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งวัน (Mean = 2.66) ท่านเคยอดนอนเพราะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 2.44) ท่านรู้สึกไม่ดีเมื่อท่านไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 2.39) ท่านรู้สึกหงุดหงิดและโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 2.10) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น (เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน) เพราะพวกเขาบกพรอนเวลาเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่าน (Mean = 1.92)

จากตารางนี้พบว่า พฤติกรรมในการติดเกม (Indicative Game Addiction) ของท่านเคยอดนอนเพราะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.24) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกหงุดหงิดและโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (S.D. = 1.07)

ตารางที่ 4.30: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเหตุผลในการเล่นเกมนานผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)

เหตุผลในการเล่นเกมนานผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เล่นเกมร่วมกับผู้อื่นภายในเกม	3.35	1.04	ปานกลาง
ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกม และผจญภัยไปในสถานที่ต่าง ๆ ของเกม	3.65	0.88	มาก
ท่านรู้สึกสนุกสนานในการค้นหาอุปกรณ์พิเศษต่าง ๆ ภายในเกม	3.66	0.95	มาก
ท่านรู้สึกสนุกสนานในการได้แข่งขันกับผู้เล่นท่านอื่น ภายในเกม	3.45	1.02	มาก
ท่านรู้สึกสนุกสนานในการมีอำนาจเหนือกว่าผู้เล่นอื่น ภายในเกม	3.30	1.04	ปานกลาง
ท่านรู้สึกสนุกสนานในที่จะมีบทบาทและบุคลิกภาพใหม่ เป็นภายในเกม	3.30	1.01	มาก
ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อท่านได้ก่อกวนผู้เล่นท่านอื่นภายใน เกม	3.01	1.23	ปานกลาง
รวม	3.39	1.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.30 พบว่า เหตุผลในการเล่นเกมนานผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.39) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.02) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านรู้สึกสนุกสนานใน



การค้นหาอุปกรณ์พิเศษต่าง ๆ ภายในเกม มีคะแนนเฉลี่ยมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.66) รองลงมาคือ ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกมและผจญภัยไปใน (Mean = 3.65) ต่อมา คือ ท่านรู้สึกสนุกสนานในการได้แข่งขันกับผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม (Mean = 3.45) ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เล่นเกมร่วมกับผู้อื่นภายในเกม (Mean = 3.35) ท่านรู้สึกสนุกสนานในการมีอำนาจเหนือกว่าผู้เล่นอื่นภายในเกม (Mean = 3.30) ท่านรู้สึกสนุกสนานในที่จะมีบทบาทและบุคลิกภาพใหม่เป็นภายในเกม (Mean = 3.30) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อท่านได้ก่อกวนผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม (Mean = 3.01)

จากตารางนี้พบว่า เหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Reasons to Play Games with Mobile Phones) ข้อที่ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อท่านได้ก่อกวนผู้เล่นท่านอื่นภายในเกมมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.23) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกมและผจญภัยไปในสถานที่ต่าง ๆ ของเกม (S.D. = 0.88)

ตารางที่ 4.31: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)

การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.00	0.77	มาก
ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.62	0.83	มาก
ท่านคิดว่าในอนาคตคนส่วนใหญ่จะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น	4.14	0.81	มาก
ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.70	0.85	มาก
รวม	3.87	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.31 พบว่า การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.87) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.82) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าในอนาคตคนส่วนใหญ่จะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น มีคะแนนเฉลี่ยมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.14) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 4.00) ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.70) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.62)

จากตารางนี้การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (Perceived Number of Users) ข้อท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.85) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (S.D. = 0.77)

ตารางที่ 4.32: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers)

อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าคนรอบตัวท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.77	0.86	มาก
ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จักเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.51	0.88	มาก
ท่านคิดว่าในอนาคตคนรอบตัวท่านจะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น	3.74	0.85	มาก
ท่านคิดว่าคนรอบตัวท่านใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.55	0.86	มาก
รวม	3.64	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่า อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.64) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.86) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าคนรอบตัวท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีคะแนนเฉลี่ยมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.77) รองลงมาคือท่านคิดว่าในอนาคตคนรอบตัวท่านจะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น (Mean = 3.74) ท่านคิดว่าคนรอบตัวท่านใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.55) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จักเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.51)

จากตารางนี้อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน (Perceived Number of Peers) ข้อที่ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จักเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.88) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าในอนาคตคนรอบตัวท่านจะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น (S.D. = 0.85)

ตารางที่ 4.33: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment)

ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.81	0.77	มาก
ท่านรู้สึกคลายเครียดเมื่อเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.63	0.83	มาก
ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.65	0.79	มาก
ท่านรู้สึกสดชื่นแจ่มใสเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.43	0.83	มาก
รวม	3.63	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.63) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.81) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีคะแนนเฉลี่ยมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.81) รองลงมาคือท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์ เคลื่อนที่ (Mean = 3.65) ท่านรู้สึกคลายเครียดเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.63) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกสดชื่นแจ่มใสเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.43)

จากตารางความเบิกบานใจในการเล่นเกมน (Enjoyment) ข้อท่านท่านรู้สึกคลายเครียดเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ท่านรู้สึกสดชื่นแจ่มใสเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าที่เท่ากันคือ (S.D. = 0.83) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (S.D. = 0.77)

ตารางที่ 4.34: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others)

การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน (Interactions with others)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น	3.24	0.91	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มความสามารถในการติดต่อกับผู้อื่น	3.12	0.95	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มโอกาสในการติดต่อกับผู้อื่น	3.16	0.97	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มศักยภาพของท่านในการติดต่อกับผู้อื่น	2.92	1.00	ปานกลาง
รวม	3.11	0.96	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่า การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมส์ (Interactions with others) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.11) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.96) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น มีคะแนนเฉลี่ยปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.24) รองลงมาคือท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มโอกาสในการติดต่อกับผู้อื่น (Mean = 3.16) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มความสามารถในการติดต่อกับผู้อื่น (Mean = 3.12) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มศักยภาพของท่านในการติดต่อกับผู้อื่น (Mean = 2.92)

จากตารางการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมส์ (Interactions with others) ข้อท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มศักยภาพของท่านในการติดต่อกับผู้อื่น มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าที่เท่ากับ (S.D. = 1.00) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น (S.D. = 0.91)

ตารางที่ 4.35: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมส์ (Seeking Content)

การแสวงหาสาระในการเล่นเกมส์ (Seeking Content)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยให้รู้จักระวังตัว	2.70	1.09	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะช่วยฝึกให้ท่านทำภารกิจต่าง ๆ ได้สำเร็จ	2.80	1.08	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเพื่อการแข่งขันกับผู้อื่นและตัวท่านเอง	3.19	1.02	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย	4.00	0.84	มาก
รวม	3.17	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.35 พบว่า การแสวงหาสาระในการเล่นเกม (Seeking Content) โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.17) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.01) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย มีคะแนนเฉลี่ยปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.00) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเพื่อการแข่งขันกับผู้อื่นและตัวท่านเอง (Mean = 3.19) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะช่วยฝึกให้ท่านทำภารกิจต่าง ๆ ได้สำเร็จ (Mean = 2.80) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยให้รู้จักระวังตัว (Mean = 2.70)

จากตารางการแสวงหาสาระในการเล่นเกม (Seeking Content) ข้อท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยให้รู้จักระวังตัว มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าที่เท่ากับ (S.D. = 1.09) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย (S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.36: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)

การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเสียสละเพื่อผู้อื่น	2.54	1.08	น้อย
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและตัวท่านเอง	2.58	1.04	น้อย
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเก็บประสบการณ์	2.80	1.11	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็น	2.66	1.03	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเล่นเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้มีส่วนร่วมกับผู้อื่น	3.02	1.04	น้อยที่สุด
รวม	2.72	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.36 พบว่า การแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.72) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.06) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าการเล่นเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้มีส่วนร่วมร่วมกับผู้อื่น มีคะแนนเฉลี่ยปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.02) รองลงมาคือท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเก็บประสบการณ์ (Mean = 2.80) ต่อมาคือท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็น (Mean = 2.66) ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและตัวท่านเอง (Mean = 2.58) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเสียดสละเพื่อผู้อื่น (Mean = 2.54)

จากตารางการแบ่งปันสาระในการเล่นเกม (Sharing Content) ข้อท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเก็บประสบการณ์ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าที่เท่ากับ (S.D. = 1.11) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็นหน่วย (S.D. = 1.03)

ตารางที่ 4.37: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)

ความตั้งใจในการเล่นเกม (Intention to Play)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	3.81	0.83	มาก
ท่านจะลองเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.76	0.83	มาก
ท่านจะเริ่มเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.71	0.88	มาก
ท่านจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเกมในอนาคตอันใกล้นี้	3.73	0.92	มาก
รวม	3.75	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.75) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.87) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีคะแนนเฉลี่ยมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.81) รองลงมาคือท่านจะลองเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.76) ท่านจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเกมในอนาคตอันใกล้ (Mean = 3.73) รองลงมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดท่านจะเริ่มเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mean = 3.75)

จากตารางความตั้งใจในการเล่นเกมน (Intention to Play) ข้อท่านจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเกมในอนาคตอันใกล้ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าที่เท่ากับ (S.D. = 0.92) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และท่านจะลองเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (S.D. = 1.03)

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

ข้อมูลด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน ความเบิกบานใจในการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 4.38: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของเกมที่น่าพอใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติตเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม ความเบื่อกับการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม ความตั้งใจในการเล่น เกม ที่มีผลต่ออิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Variable	Mean	S.D.	Conbach's Alpha	MC	IG	TM	PU	PP	EJ	IO	SE	SH	IP
ชนิดของเกมที่น่าพอใจในการเล่น (MC)	3.32	1.04	0.717	1									
พฤติกรรมในการติตเกม (IG)	2.50	1.14	0.901	0.469**	1								
เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM)	3.39	1.02	0.872	0.630**	0.466**	1							
การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (PU)	3.87	0.82	0.743	0.178**	0.333**	0.294**	1						
อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม (PP)	3.64	0.86	0.820	0.225*	0.328**	0.304**	0.685**	1					
ความเบื่อกับการเล่น เกม (EJ)	3.63	0.81	0.875	0.320*	0.399**	0.457**	0.372**	0.426**	1				
การติดต่อกับผู้อื่นในเกม (IO)	3.11	0.96	0.933	0.449*	0.343**	0.513**	0.211**	0.249**	0.345**	1			
การแสวงหาสาระในการเล่น เกม (SE)	3.17	1.01	0.730	0.417**	0.425**	0.467**	0.238**	0.306**	0.449**	0.545**	1		
การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม (SH)	2.72	1.06	0.924	0.465**	0.469**	0.521**	0.210**	0.298**	0.369**	0.554**	0.709**	1	
ความตั้งใจในการเล่น เกม (IP)	3.75	0.87	0.932	0.374**	0.444**	0.481**	0.372**	0.410**	0.597**	0.367**	0.477**	0.375**	1

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.38 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.374) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมในการติดเกม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยพฤติกรรมในการติดเกมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.444) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.481) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.372) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยอิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.410) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยความเบื่กบานใจในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความเบื่กบานใจในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.597) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.367) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.477) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่น (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.375) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 4.39: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เกี่ยวกับชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ความตั้งใจในการเล่นเกมน ที่มีผลต่ออิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 การถดถอย Regression	79.581	9	8.842	25.847	.000 <sup>a</sup>
ความคลาดเคลื่อน Residual	89.290	261	.342		
total	168.871	270			

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการเล่นเกมน เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.40: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น เกม ความเบื่อบานใจในการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น เกม การแสวงหาสาระในการเล่น เกม การแบ่งปันสาระในการเล่น เกม ที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

Dependent Variable: Intention to Play, $r = 0.686$ , $R^2 = 0.471$ , constant(a) = 0.230								
Independent Variables	R	R <sup>2</sup>	$\beta$	std error	t	sig	Tolerance	VIF
(Constant)				0.281	0.818	0.414		
ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (MC)	0.374	0.140	0.038	0.065	0.578	0.564	0.541	1.850
พฤติกรรมในการติดเกม (IG)	0.482	0.232	0.110	0.050	2.221	0.027	0.630	1.588
เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM)	0.542	0.294	0.143	0.067	2.123	0.035	0.466	2.148
การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (PU)	0.575	0.330	.075	0.082	0.914	0.361	0.505	1.980
อิทธิพลของครอบครัวในการเล่น (PP)	0.591	0.349	0.104	0.074	1.414	0.159	0.485	2.062
ความเบื่อบานใจในการเล่น (EJ)	0.672	0.451	0.401**	0.065	6.174	0.000	0.639	1.566
การติดต่อกับผู้อื่นในเกม (IO)	0.674	0.454	0.023	0.053	0.431	0.667	0.585	1.710
การแสวงหาสาระในการเล่น (SE)	0.684	0.467	0.210**	0.072	2.921	0.004	0.432	2.314
การแบ่งปันสาระในการเล่น (SH)	0.686	0.471	-.082	0.059	-1.386	0.167	0.414	2.417

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเบื่อบานใจในการเล่น (sig = 0.000) การแสวงหาสาระในการเล่น (sig = 0.004) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (sig = 0.564) พฤติกรรมในการติดเกม (sig = 0.027) เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (sig = 0.035) การรับรู้จำนวนผู้เล่น (sig = 0.361) อิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่น (0.159) การติดต่อกับผู้อื่นในเกม (sig = 0.667) การแบ่งปันสาระในการเล่น (sig = 0.167) ทั้งเจ็ดตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ความเบื่อบานใจในการเล่น โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.401 รองลงมา คือ การแสวงหาสาระในการเล่นมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.210 ตามลำดับ ทำให้ตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ร้อยละ 67.2 และอีกร้อยละ 33.8 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.230$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{ตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่}) = 0.230 + 0.401 (\text{ปัจจัยด้านความเบื่อบานใจในการเล่น}) + 0.210 (\text{ปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มปัจจัยด้านความเบื่อบานใจในการเล่น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.401 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.210 หน่วย

จากตารางที่ 4.20 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 10 จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความเบื่อบานใจในการเล่น และการแสวงหาสาระในการเล่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่น

อิทธิพลของคอรอบข้างในการเล่นเกม การติดต่อกับผู้อื่นในเกม การแบ่งปันสาระในการเล่น ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Nitiphong, 2012) หรือการที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity (“ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัย”, 2554)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า variance inflation factor (VIF) หรือค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Variance Inflation Factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (“การใช้โปรแกรม SPSS”, 2555 และ Miles & Shevlin, 2001)

Tolerance หากค่า Tolerance < 0.2 (“การใช้โปรแกรม SPSS”, 2555) หรือ Tolerance < 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่า เกิด Multicollinearity

ตารางที่ 4.41: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่นเกม (MC)	0.541	1.850
พฤติกรรมในการติดเกม (IG)	0.630	1.588
เหตุผลในการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (TM)	0.466	2.148

(ตารางมีต่อ)

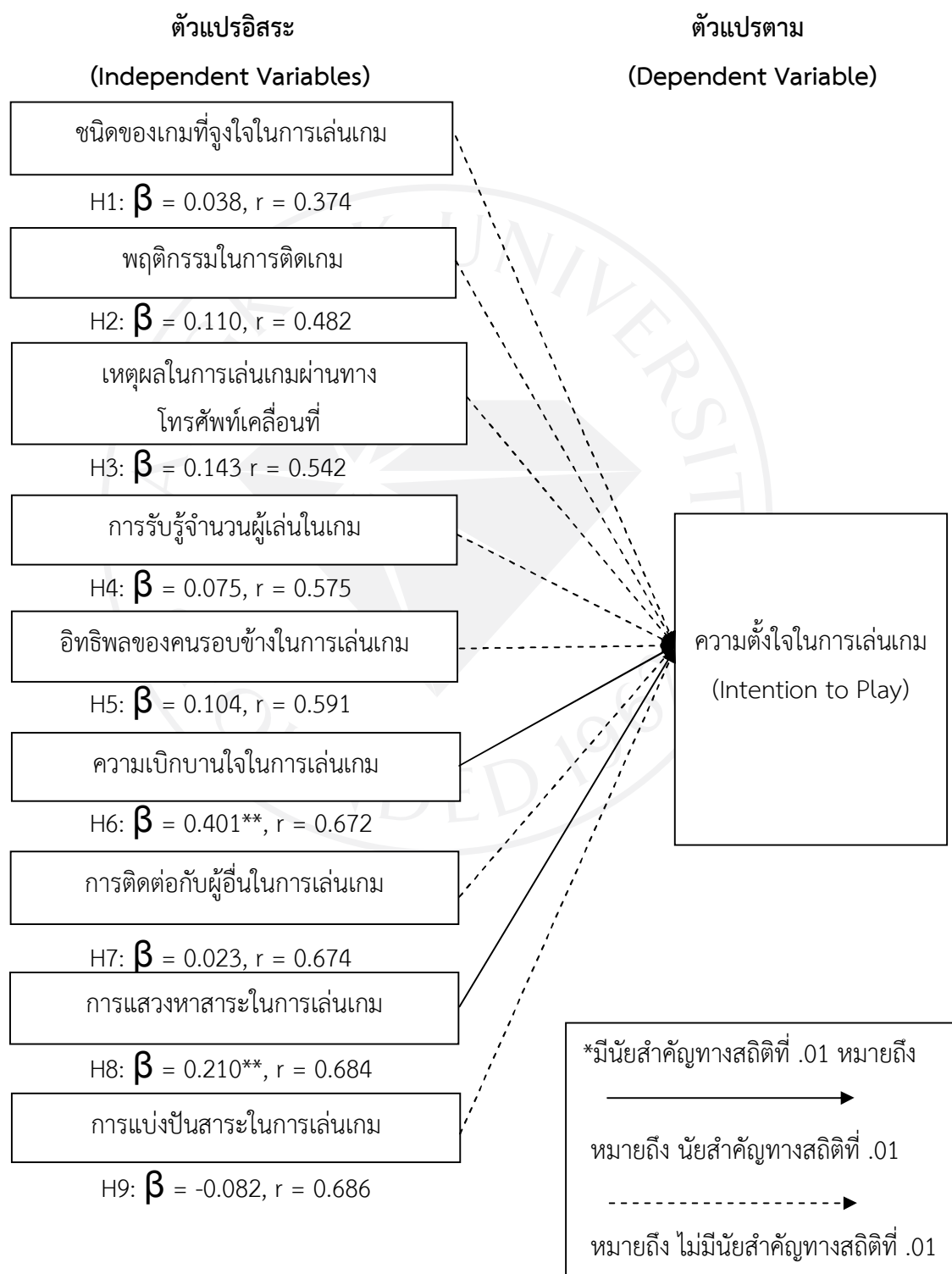
ตารางที่ 4.41 (ต่อ): การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (PU)	0.505	1.980
อิทธิพลของคณรอบข้างในการเล่นเก (PP)	0.485	2.062
ความเบิกบานใจในการเล่นเก (EJ)	0.639	1.566
การติดต่อกับผู้อื่นในเกม (IO)	0.585	1.710
การแสวงหาสาระในการเล่นเก (SE)	0.432	2.314
การแบ่งปันสาระในการเล่นเก (SH)	0.414	2.417

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.41 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.414 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.417 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั้นเอง

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ





จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมน และการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือมีอิทธิพลต่อความความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร และชนิดของเกมนที่จูงใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมน อิทธิพลของคณรอบข้างในการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกหรือไม่มีอิทธิพลต่อความความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น เกมพฤติกรรมในการติตเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่น เกม ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นมีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้อย่างน้อยจำนวน 271 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น พฤติกรรมในการติตเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่น เกม ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 22-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง รายได้ประมาณ 20,001-30,000 บาท ชอบเล่นเกมตะลุยกดาน เล่นเกมเพราะราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย เล่นเกมมากกว่า 15 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้เวลาเล่นเฉลี่ย 30-60 นาทีต่อครั้ง และส่วนมากเคยเห็นโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย

โดยผลการวิจัยตามสมมติฐานสามารถสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยชนิดของเกมที่มุ่งใจในการเล่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่



ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในเกม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมน ความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อ 10 ชนิดของเกมที่น่าจะสนใจในการเล่นเกมน พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกมน ความเบื่อกับการเล่นเกมน การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยด้านความเบื่อกับใจในการเล่นเกมนและการแสวงหาสาระในการเล่นเกมนมีอำนาจพยากรณ์ความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และปัจจัยชนิดของเกมที่น่าจะสนใจในการเล่นเกมน ปัจจัยพฤติกรรมในการติดเกม ปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม ปัจจัยอิทธิพลของคอนรอบข้างในการเล่นเกมน ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมน ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน ไม่มีอำนาจพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมมติฐานที่ 10 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Y) ได้แก่ ปัจจัยด้านความเบื่อกับใจในการเล่นเกมน ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน สามารถอธิบายอิทธิพลต่อตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้เล่นได้ ร้อยละ 67.2 ซึ่งถือว่าสูงเพราะเกินร้อยละ 50 และอีกร้อยละ 33.8 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาและความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์อยู่ที่  $\pm 0.230$  เขียนออกมาในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูปคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$Y$  (ตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่) = 0.230 + 0.401 (ปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกม) + 0.210 (ปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น)

## 5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่น ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่นกับความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกว่าการตั้งใจในการเล่นไม่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบิกบานใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่น เป็นต้น โดย Hussain และคณะ (2015) ได้อธิบายว่า ชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น นั้นจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเล่นที่สูงมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมความชอบของเกมแต่ละประเภทยังจะขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านเพศและอายุ อีกทั้ง Cota และคณะ (2015) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยของเขาวงศ์ประกอบหลักที่สร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมที่เชื่อมต่อเข้ากับสังคมออนไลน์นั้นจะต้องมีการเล่นโดยอิสระแบบไม่มีเงื่อนไข มีกิจกรรมที่มุ่งมั่นร่วมกันทำภายในเกมแบบเป็นกิจวัตรประจำวันนอกจากจะช่วยให้ติดต่อกับผู้อื่นภายในเกมได้แล้วยังจะได้รางวัลจากการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นผลตอบแทนสำหรับความท้าทายที่เอาชนะกิจกรรมนั้นได้ เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมในการติดเกมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมในการติดเกมกับความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกว่าการตั้งใจพฤติกรรมในการติดเกมไม่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบิกบานใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่น เป็นต้น โดย Hussain และคณะ (2015)

ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกมไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ และเพิ่มปัญหาส่วนบุคคล รวมถึงสังคมรอบข้าง โดยส่วนใหญ่มักสูญเสียการควบคุม หรืออาจจะแสดงออกด้วยอารมณ์หงุดหงิด โมโหง่ายได้ เช่น ผู้เล่นเกมจะรู้สึกหงุดหงิด โมโหถ้าไม่ได้เล่นเกม หรือ ผู้เล่นเกมทะเลาะกับผู้อื่น ครอบครัว เพราะอาจจะถูกรบกวนจากการเล่นเกม และ Gunuc (2015) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการเสพติดวิดีโอเกมและอินเทอร์เน็ตไว้ว่า การเสพติดวิดีโอเกมหรืออินเทอร์เน็ตก็เหมือนกับการเสพติดการพนัน แตกต่างก็เพียงแต่มันถูกจัดอยู่ในขอบเขตของการเสพติดเทคโนโลยีบนพื้นฐานของปฏิกริยาระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักร ซึ่งผู้ที่เสพติดนี้ ใช้เกมหรืออินเทอร์เน็ตเพื่อหลบหนีความวุ่นวายในชีวิต หรือใช้เป็นที่ระบายอารมณ์จากความกดดันทางสังคม เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่กับความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกที่ปัจจัยเหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบื่อกับใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่น เป็นต้น ซึ่ง Kasumovic และคณะ (2015) ได้ทำการวิจัยและอธิบายเกี่ยวกับเหตุผลว่าทำไมคนถึงชอบที่จะเล่นเกม ซึ่งเหตุผลก็คือเกมที่เนื้อหาค่อนข้างรุนแรง เกมที่ออกแบบเพื่อให้ผู้เล่นได้ใช้ความสามารถของตนเอง และเกมที่มีอิสรภาพในการเล่น มักจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่จะให้คนอยากที่จะเล่นเกม และจากการวิจัยโดยเฉพาะเกมที่การแข่งขันกันภายในสังคมเกมนั้นสูง จะยิ่งดึงดูดผู้เล่นให้มีจำนวนมากและใช้เวลาในการเล่นมากขึ้น เนื่องจากมนุษย์เรานั้นชอบในการที่จะแข่งขันกันตั้งแต่ในยุคประวัติศาสตร์ที่มีมาช้านาน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมกับความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกที่ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกมไม่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบื่อกับใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่น เป็นต้น โดย Chen และ Lin (2015) ได้กล่าวว่า นักวิชาการจำนวนมากได้พิจารณาเกี่ยวกับการมูลค่าในการรับรู้ว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการทำการตลาดขององค์กร การที่จะที่ทราบถึงความพอใจในการให้บริการหรือความตั้งใจซื้อสินค้า สามารถตรวจสอบได้โดยวัดจากมูลค่าในการรับรู้จำนวน ซึ่งผลวิจัย

นั้นยังสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในทางการแข่งขัน (Yu et al., 2013) นัยสำคัญของมูลค่าในการรับรู้จำนวนขึ้นอยู่กับมูลค่าสินค้าหรือบริการที่มีการรับรู้ของลูกค้า (Zeithaml, 1988) ซึ่งสามารถกำหนดจุดดุลยภาพระหว่างการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ในต้นทุน

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยอิทธิพลของครอบข้างในการเล่นเกมนี้อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยอิทธิพลของครอบข้างในการเล่นเกมนี้อาจมีความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกว่าการครอบข้างในการเล่นเกมนี้อาจไม่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบื่อกับใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่น เป็นต้น โดย Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวถึง งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของครอบข้างในการเล่นเกมนี้อาจเป็นผลกระทบภายนอกของเครือข่าย โดยปัจจัยสำคัญคือเมื่อมีการเข้าร่วมเล่นเกมจนก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ใช้รายอื่นในเครือข่าย และจะส่งผลให้ค่าของเครือข่ายเติบโตเท่ากับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น (Song & Walden, 2007) หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนมักจะนิยมใช้สินค้าหรือบริการใด ๆ มากขึ้น เมื่อเห็นว่าคนรอบตัวหรือคนในสังคมนั้น ๆ ต่างก็ใช้กัน (Kraut et al., 1998)

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยความเบื่อกับใจในการเล่นเกมนี้อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยความเบื่อกับใจในการเล่นเกมนี้อาจมีความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกว่าการครอบข้างในการเล่นเกมนี้อาจมีความเบื่อกับใจในการเล่นจะทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเล่นเกมมากขึ้น โดย Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ได้กล่าวถึงในงานวิจัยในเรื่องทฤษฎีความเบื่อกับใจในการเล่นเกมนี้อาจว่า คำนิยามของความเบื่อกับใจก็คือ ความสนุกหรือความพึงพอใจที่บุคคลหนึ่งรู้สึกอย่างแท้จริงเมื่อได้กระทำหรือดำเนินกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (Moon & Kim, 2001) มีนักวิชาการหลายท่าน (Chou & Tsai, 2007; Colwell, 2007 และ Ha et al., 2007) ค้นพบว่า ผู้ใช้หลาย ๆ คนได้มีทัศนคติเชิงบวกและมีแรงจูงใจที่หนักแน่นในการเล่นออนไลน์อย่างต่อเนื่องเมื่อพวกเขาได้รับความเพลิดเพลินอย่างมากจากการเล่น นอกจากนี้ ความเพลิดเพลินก็ได้ถูกเปรียบเทียบให้เป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติหรือแรงจูงใจที่มีต่อการใช้บริการทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นกัน (Liao et al., 2007 และ Kim et al., 2009)

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมนี้อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมนี้อาจมีความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกที่ปัจจัยการติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกมนี้อาจไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบิกบานใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสวงหาสาระในการเล่นเป็นต้น โดย Lee (2015) ได้กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน กับกลุ่มคนที่มีบุคลิกแตกต่างกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นว่าถ้านำกลุ่มคนที่มีบุคลิกเหมือนกันและมีการแสดงออกทางสังคมที่คล้ายคลึงกันมาอยู่รวมกัน พวกเขาจะมีโอกาสที่จะเป็นเพื่อนกันมากกว่ากลุ่มคนที่มีบุคลิกและการแสดงออกทางสังคมที่แตกต่างกัน เหมือนกับคำกล่าวที่ว่า “The Birds of a Feather Flock Together” นกที่ชนเหมือนกันจะรวมกลุ่มอยู่ด้วยกัน (Easley & Kleinberg, 2010; Monge & Contractor, 2003 และ Valente, 2010)

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมนี้อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยการแสวงหาสาระในการเล่นเกมนี้อาจมีความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกว่าการแสวงหาสาระจากการเล่นเกมเป็นการสร้างแรงบันดาลใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเล่นเกมมากขึ้น โดย Goh และคณะ (2012) ได้อธิบายถึง การแสวงหาสาระหรือแรงจูงใจในการหาข้อมูลทางโทรศัพท์มักเกิดขึ้นขณะที่ผู้ใช้กำลังมีเป้าหมายในการทำอะไรสักอย่าง การกระทำเหล่านี้ได้ถูกวิเคราะห์โดย Church และ Smyth (2009) รวมถึง Novak และ Tassell (2015) ได้กล่าวถึงงานวิจัยเกี่ยวกับวิดีโอเกมแนวแอ็คชั่น (AVG) และการเรียนรู้ว่าผู้ที่เล่นเกมประเภท AVG จะมีวิสัยทัศน์ ทักษะในการรับรู้ ปฏิกริยาตอบสนอง ความจำที่ดีขึ้นและโดยเฉพาะความสามารถในเชิงวิชาคณิตศาสตร์ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนี้อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนี้อาจมีความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้เล่นเกมมีความรู้สึกที่ปัจจัยการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมนี้อาจไม่ส่งผล



ต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากผู้เล่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านอื่นมากกว่าเช่น ปัจจัยความเบิกบานใจในการเล่นและปัจจัยด้านแสงหาสาระในการเล่นเป็นต้น โดย Goh และคณะ (2012) ได้กล่าวไว้ว่า เกมควรกระตุ้นผู้เล่นให้รู้จักการแก้ปัญหาหรือทำภารกิจให้สำเร็จตามคำสั่ง อย่างเช่นการแบ่งปันสาระในการเล่นหรือการแชร์เกมนั้นออกไป และด้วยคุณสมบัติที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันนี้ เราสามารถที่จะบันทึกและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ ให้ผู้คนรอบตัวได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Flickr ที่สร้างแรงจูงใจในการสร้างแท็กหรือช่องทางการติดตามภาพในเว็บไซต์

สมมติฐานข้อที่ 10 จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์เชิงบวกความตั้งใจเล่นเกมของผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่นและปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pei-Shan และ Hsi-Peng (2014) ที่พบว่าความเบิกบานใจในการเล่นและการแสวงหาสาระในการเล่นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนร่วมในการสร้างแรงบันดาลใจที่จำทำให้ผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งใจที่จะเล่นเกมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง 5 บุคคล ได้พบว่า ผู้เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนมากมักจะเล่นเกมที่เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายสังคมได้เพราะจะมีความเพลิดเพลินสนุกสนานมากขึ้น อีกทั้งยังได้สาระจากการฝึกทักษะในการเล่นและแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ กับเพื่อนที่ร่วมเล่นด้วยกัน หรือบางคนถึงขนาดที่จะเล่นเพราะมันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ส่วนปัจจัยด้านชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น ด้านพฤติกรรมในการติดเกม ด้านเหตุผลในการเล่น ด้านการรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม ด้านอิทธิพลของคอนโทรลข้างในการเล่นและด้านการแบ่งปันสาระในการเล่นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนโทรลข้างในการเล่น ความเบิกบานใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผู้เล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

นักการตลาดและ/ หรือเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

5.3.1 เจ้าของธุรกิจผู้ให้บริการเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมุ่งเน้นความเบิกบานใจในการเล่นเป็นลำดับแรก เพราะปัจจัยหลักในการดึงดูดผู้เล่นเกมนั้นก็คือความสนุกสนานในการเล่น ซึ่งองค์ประกอบความสนุกสนานของเกมนี้ประกอบไปด้วยรายละเอียดภาพ เสียง และระบบเกมที่ท้าทาย

ความสามารถของผู้เล่นที่จะทำให้เกิดความสุขสนุกสนานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเมื่อผู้เล่นเกิดความสุขสนุกสนานในการเล่นแล้วก็จะสามารถดึงดูดเพื่อนหรือบุคคลที่ตนเองรู้จักให้มาเล่นเกมเดียวกันนี้อีกด้วย

5.3.2 เจ้าของธุรกิจผู้ให้บริการเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรมุ่งเน้นการแสวงหาสาระในการเล่นเพื่อที่จะตอบโจทย์ผู้ที่ทำการเล่นเกม นั้น เพราะว่าผู้เล่นเกมมักจะหาจุดมุ่งหมายหรือประโยชน์จากการที่ตัวเองเล่นเกม อาทิเช่น ต้องการหาผลประโยชน์จากการฝึกทักษะไหวพริบของตนเองผ่านการเล่นเกม หรือต้องการหาสาระข้อคิดจากเกมที่ตนเองได้เล่นไป เป็นต้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

นักวิชาการควรพิจารณาศึกษางานวิจัยในอนาคต ดังนี้

5.4.1 ควรมีการศึกษารวตชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น เกม พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของครอบครัวข้างในการเล่น ความเบื่อกับการเล่น เกม การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในการเล่นที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมของผู้ที่เล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นสามารถเล่นได้ทุกสถานที่และทุกเวลาจึงไม่จำกัดอย่างเดียว่าจะต้องเป็นบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครอีกทั้งตลาดเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงมิติความตั้งใจที่จะเล่นเกมของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในแต่ละตลาด

5.4.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาดัชนีแปรคั่นกลางเพิ่มขึ้น เช่น ปัจจัยการอ้างอิงจากบุคคลในวัยเรียนและบุคคลในวัยผู้สูงอายุที่อาจจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครได้

5.4.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยเล่มนี้ คือ เมื่อวิเคราะห์การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis แล้ว พบว่า การจัดกลุ่มคำถาม 4 ข้อ ของความยืดหยุ่นของเวลาในการเล่น (Time Flexibility) ในข้อคำถามที่ 1 คือ ท่านสามารถควบคุมเวลาในการเล่น (TF1) ข้อคำถามที่ 2 คือ ท่านสามารถเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตลอดเวลา (TF2) ข้อคำถามที่ 3 คือ ท่านสามารถเริ่มและหยุดเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตลอดเวลา (TF3) และข้อคำถามที่ 4 คือ ท่านสามารถเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้โดยไม่กระทบสิ่งรอบตัวท่าน (อาทิเช่น ครอบครัวหรือการทำงาน) (TF4) มีค่า Factor Loading น้อยกว่า 0.3 ดังนั้น อาจจะมีการปรับปรุงหรือตัดคำถามนี้ออกจากกลุ่มองค์ประกอบในงานวิจัยครั้งต่อไป หรือมีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor) ในงานวิจัยครั้งต่อไป

### บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551 ก). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551 ข). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การใช้โปรแกรม SPSS for Windows 11.5 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น [Linear Regression Analysis]*. (2555). สืบค้นจาก [http://intraserver.nurse.cmu.ac.th/mis/download/publication/463\\_file.pdf](http://intraserver.nurse.cmu.ac.th/mis/download/publication/463_file.pdf).
- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ*. (2554). สืบค้นจาก [http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview\\_doc/econometrics\\_intro.htm](http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.htm).
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนา. (2555). *ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น (Validity and Reliability)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/validity.pdf>.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2557). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm>.
- เทรนต์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ 2558. (2558). *Marketeer*. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/2014/12/game-on-mobile/>.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555 ก). *การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ที่ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ*. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555 ข). *Twilight Program* [เอกสารประกอบการบรรยาย]. กรุงเทพฯ: ศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์.
- บุษรา ประกอบธรรม และมานะ อัครนิยะเกียรติ. (2555, ตุลาคม-ธันวาคม). นวัตกรรมทางการตลาดบนสมาร์ตโฟน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 32-37.
- มัลลิกา บุนนาค. (2548). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Mofang. (2558). *ผู้เล่นเกมบน Tablet ยอมใช้จ่ายเงินสูงกว่า Mobile Phone*. สืบค้นจาก <http://www.thaimofang.com/NGnews/10000056-10054487-1.html>.

- รากฐาน "เศรษฐกิจดิจิทัล" คอนเทนต์ "แอนิเมชัน-เกม" โดสวณกระแส. (2558). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1443426869](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1443426869).
- รสริน ศรีสีگانนท์. (2555). การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis). สืบค้นจาก <http://www.saruthipong.com/port/document/299-705/299-705-8.pdf>.
- ศรัญญา ศิริมาศเกษม. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุภชัยวิชัยสิกรไทย. (2557). ฟันธง ธุรกิจเกมออนไลน์โตพรวด มูลค่าตลาดทะลุ 3 พันล้านบาท. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000138288&Html=1&TabID=3&>.
- อธิปลักษณ์ โชติธนาประสิทธิ์. (2557). สมาร์ทโฟนคืออะไร? แท็บเล็ต-แพ็บเล็ต ต่างกันอย่างไร?. สืบค้นจาก <http://news.siamphone.com/news-14121.html>.
- อภิศักดิ์ อุ่มจันสา และพัชรารัตน์ ลันศรี. (2553). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครในทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษาและอาจารย์แนะแนว. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- อัศวนนท์ อู่สุวรรณ. (2554). พฤติกรรมตอบสนองต่อการสื่อสารทางการตลาด (ไอตา โมเดล) ของผู้ใช้บริการ เอไอเอส ในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อิสรา เอี่ยมจรัส. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน YouTube ของผู้ชมกีฬาฟุตบอลใน เขตบางบอน บางขุนเทียน และห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Appandroid. (2559). 10 อันดับเกมมือถือยอดเยี่ยมเมื่อถือสมาร์ทโฟนของคุณ. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- MThai News. (2558). ไทยประมูล 4G ยังเบสิค ล่องดูประเทศเคาะมาราธอนปราบเซียน?. สืบค้นจาก <http://news.mthai.com/hot-news/special-report/469037.html>.
- Ames, M., & Naaman, M. (2007). Why we tag: Motivations for annotation in mobile and online media. In *Proceedings of the 2007 SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 971-980). New York: ACM Press.
- Buchner, A. (2010). *G\*Power: Users Guide-Analysis by design*. Web Page of Heinrich-Heine- Universität - Institut für experimentelle Psychologie. Retrieved from <http://www.psych.uni-duesseldorf.de/abteilungen/aap/gpower3>.

- Carvalho, R., & Ishitani, L. (2012). Motivational factors for mobile serious games for elderly users. In *Paper presented at the Proceedings of XI SB Games*. Brasilia: Brazil.
- Casey, B. J., Tottenham, N., Liston, C., & Durston, S. (2007). Imaging the developing brain: What have we learned about cognitive development?. *Trends in Cognitive Science*, 9(3), 104–110.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 40-50.
- Chou, C., & Tsai, M. J. (2007). Gender differences in Taiwan high school students' computer game playing. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 812-824.
- Crandall, C. G., Wilson, T. E., Marving, J., Vogelsang, T. W., & Kjaer, A. (2007). On the identity of *Moerckia hibernica* (Hook.) Gottsche (Moerckiaceae fam. nov., Marchantiophyta). *Nova Hedwigia Beih*, 131, 41–59.
- Cramer, S. C., Koroshetz, W. J., & Finklestein, S. P. (2011). The case for modality-specific outcome measures in clinical trials of stroke recovery-promoting agents. *Stroke*, 38, 1393–1395.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic Press.
- Cota, T. T., Ishitani, L., & 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.
- Cole, H., & Griffiths, M. D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online roleplaying gamers. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 575-583.
- Colwell, J. (2007). Needs met through computer game play among adolescents. *Personality and Individual Differences*, 43(8), 2072-2082.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G\*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments, & Computers*, 28(1), 1-11.

- Espinosa, J. A., Carley, K., Kraut, R. E., Lerch, F. J., & Fussell, S. (2001). *The effect of shared mental models and knowledge distribution on asynchronous team coordination and performance: Empirical evidence from management teams*. Retrieved from [http://www.qsia.cmu.edu/andrew/josee/docs/Espinosa\\_SMM\\_KnwDistr&Coord.pdf](http://www.qsia.cmu.edu/andrew/josee/docs/Espinosa_SMM_KnwDistr&Coord.pdf).
- Goh, D. H.-L., Lee, C. S., & 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.
- Grant, A. M., Campbell, E. M., Chen, G., Cottone, K., Lapedis, D., & Lee, K. (2007). Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103, 53– 67.
- Grnroos, C. (2008). Service logic revisited: Who creates value? And who co-creates?. *European Business Review*, 20(4), 298-313.
- Gunuc, S. (2015). Relationships and associations between video game and Internet addictions: Is tolerance a symptom seen in all conditions. *Computers in Human Behavior*, 49, 517-525.
- Ha, I., Yoon, Y., & Choi, M. (2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. *Information & Management*, 44(3), 276-286.
- Hou, J. (2011). Uses and gratification of social games: Blending social networking and gameplay. *First Monday Peer-Reviewed Journal on the Internet*, 16(7).
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P., & Gupta, V. (2004). *Culture leadership and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hsu, H. Y., & Tsou, H.-T. (2011). Understanding customer experiences in online blog environments. *International Journal of Information Management*, 31(6), 510–523.
- 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. *Computers in Human Behavior*, 50, 221-230.

- Java, A., Finin, T., Song, X., & Tseng, B. (2007). *Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities*. Retrieved from <http://ebiquity.umbc.edu/paper/html/id/367/Why-We-Twitter-Understanding-Microblogging-Usage-and-Communities>.
- Kasumovic, M. M., Blake, K., Dixon, B. J., & Denson, T. F. (2015). Why do people play violent video games? Demographic, status-related, and mating-related correlates in men and women. *Personality and Individual Differences, 86*, 204-211.
- Kim, S. H., Kim, H. J., Kim, S. Y., Jeon, S. H., & Kim, S. H. (2007). CNS midline cells influence the division and survival of lateral glia in the *Drosophila* nervous system. *genesis, 45*(5), 266–274.
- Kim, B., Choi, M., & Han, I. (2009). User behaviors toward mobile data services: The role of perceived fee and prior experience. *Expert Systems with Applications, 36*(4), 8528-8536.
- Ko, C. H., Liu, G. C., Hsiao, S., Yen, J. Y., Yang, M. J., & Lin, W. C., et al. (2009). Brain activities associated with gaming urge of online gaming addiction. *J. Psychiatr. Res., 43*, 739–747.
- Lee, S. Y. (2015). Homophily and social influence among online casual game players. *Telematics and Informatics, 32*(4), 656-666.
- Liao, C. H., Tsou, C. W., & Huang, M. F. (2007). Factors influencing the usage of 3G mobile services in Taiwan. *Online Information Review, 31*(6), 759-774.
- Matyas, F., Urban, G. M., Watanabe, M., Mackie, K., Zimmer, A., & Freund, T. F., et al. (2008). Identification of the sites of 2-arachidonoylglycerol synthesis and action imply retrograde endocannabinoid signaling at both GABAergic and glutamatergic synapses in the ventral tegmental area. *Neuropharmacology, 54*, 95–107.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. London: Sage.
- Monge, P. R., & Contractor, N. (2003). *Theories of communication networks*. New York: Oxford University Press.

- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for the World-Wide-Web context. *Information and Management, 38*, 217-230.
- Nitiphong. (2012). *Collinearity*. Retrieved from [www.nitiphong.com/paper\\_word/phd/Collinearity.doc](http://www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc).
- Novak, E., & Tassell, J. (2015). Using video game play to improve education-majors' mathematical performance: An experimental study. *Computers in Human Behavior, 53*, 124-130.
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Omori, M. T., & 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.
- Oei, A. C., & Patterson, M. D. (2013). Enhancing cognition with video games: A multiple game training study. *PLOS ONE, 8*(3), e58546.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction*. Stamford, CT: Thomson Learning.
- Pei-Shan, W., & 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.
- Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *American Psychological Association, 14*(2), 154-166.
- Porter, G., Starcevic, V., Berle, D., & Fenech, P. (2010). Recognizing problem video game use. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry, 44*(2), 120-128.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77*(2), 203-220.
- Tsai, J. L., Louie, J., Chen, E. E., & Uchida, Y. (2007). Learning what feelings to desire: Socialization of ideal affect through children's storybooks. *Personality and Social Psychology Bulletin, 33*, 17-30.
- Wang, W. T., & Li, H. M. (2012). Factors influencing mobile services adoption: A brand-equity perspective. *Internet Research, 22*(2), 142-179.



- Welling, L. L. M., Persola, L., Wheatley, J. R., Crdenas, R. A., & Puts, D. A. (2013). Quantifying the strength and form of sexual selection on men's traits. *Evolution and Human Behavior*, *34*(5), 334-341.
- Wulf, K., Odekerken-Schroder, G., & Lacobucci, D. (2001). Investments in consumer relationships: A cross-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, *65*, 33-50.
- Yee, N. (2006). The demographics, motivations and driven experiences of users of massively-multiuser online graphical environments. *PRESENCE: Teleoperators and Virtual Environments*, *15*, 309-329.
- Yu, H. H., Awasaki, T., Schroeder, M. D., Long, F., Yang, J. S., & He, Y., et al. (2013). Clonal development and organization of the adult *Drosophila* central brain. *Curr. Biol*, *23*(8), 633—643.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Delivering quality service, balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
BANGKOK UNIVERSITY

NO.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค  
ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นางสาวกมล ลุ่มเพชรมงคล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

คำชี้แจง: ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดโดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 22 ปี  2. 22-30 ปี  
 3. 31-35 ปี  4. 36-40 ปี  
 5. 41 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด  2. สมรส  3. หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. อนุปริญญา/ ปวส.  
 3. ปริญญาตรี  4. ปริญญาโท  
 5. ปริญญาเอก  6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท  2. 20,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 40,000 บาท  4. 40,001 – 50,000 บาท
5. 50,000 บาทขึ้นไป

## 6. อาชีพ

1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รัฐบาล  2. พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง
3. ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย  4. นิสิต/ นักศึกษา
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 7. ประเภทของเกมที่ท่านเล่นผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ประจำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 7.1 เกมตะลุยด่าน  7.2 เกมต่อสู้  7.3 เกมลับสมอง
- 7.4 เกมรถแข่ง  7.5 เกมกีฬา  7.6 เกมเลี้ยงสัตว์
- 7.7 เกมทำอาหาร  7.8 เกมยิงปืน  7.9 เกมวางแผนการรบ
- 7.10 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 8. เหตุจูงใจในการเล่นของท่านผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่คืออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 8.1 ราคาถูก/ ไม่เสียค่าใช้จ่าย  8.2 เป็นเกมยอดนิยม
- 8.3 เป็นเกมใหม่ต้องการทดลองเล่น  8.4 เพื่อนแนะนำ/ การบอกต่อ
- 8.5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 9. ท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่กี่ครั้ง ต่อ สัปดาห์

1. 1 ครั้ง  2. 2-4 ครั้ง  3. 5-10 ครั้ง
4. 11-15 ครั้ง  5. มากกว่า 15 ครั้ง

## 10. ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นานเท่าใด

1. น้อยกว่า 30 นาที  2. 30-60 นาที  3. 1-2 ชั่วโมง
4. 2-4 ชั่วโมง  5. 5-7 ชั่วโมง  6. 8-10 ชั่วโมง
7. มากกว่า 10 ชั่วโมง

## 11. ท่านเคยเห็นโฆษณาเกี่ยวกับเกมมือถือผ่านช่องทางใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โทรทัศน์  2. วิทยู  3. แผ่นป้ายโฆษณา (เช่นป้ายรถเมล์ บิลบอร์ด)
4. โซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์แชท)  5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ  
เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ชนิดของเกมที่จูงใจในการเล่น (game types motivation to play)						
1	ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความแปลกใหม่					
2	ท่านเลือกเล่นเกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม					
3	ท่านเลือกเล่นเกมที่ค่อนข้างรุนแรง					
4	ท่านเลือกเล่นเกมที่มีการแข่งขันสูง					
5	ท่านเลือกเล่นเกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของท่านได้					
6	ท่านเลือกเล่นเกมที่มีความสนุกสนาน					
พฤติกรรมในการติดเกม (indicative game addiction)						
1	ท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งวัน					
2	ท่านมีความรู้สึกที่ตนเองติดเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
3	ท่านใช้เวลาเล่นนานกว่าที่ท่านตั้งใจไว้					
4	ท่านรู้สึกไม่ดีเมื่อท่านไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
5	ท่านรู้สึกหงุดหงิดและโมโหเมื่อไม่ได้เล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
6	ท่านเคยทะเลาะกับผู้อื่น(เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน) เพราะพวกเขาบรบกวนเวลาเล่นเกมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของท่าน					
7	ท่านเคยนอนเพราะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
เหตุผลในการเล่นเกมที่ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (reasons to play games with mobile phones)						
1	ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เล่นเกมร่วมกับผู้อื่นภายในเกม					
2	ท่านรู้สึกสนุกสนานในการทำภารกิจต่าง ๆ ภายในเกมและผจญภัยไปในสถานที่ต่าง ๆ ของเกม					
3	ท่านรู้สึกสนุกสนานในการค้นหาอุปกรณ์พิเศษต่าง ๆ ภายในเกม					
4	ท่านรู้สึกสนุกสนานในการได้แข่งขันกับผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม					
5	ท่านรู้สึกสนุกสนานในการมีอำนาจเหนือกว่าผู้เล่นอื่นภายในเกม					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 4 )	ปานกลาง ( 3 )	น้อย ( 2 )	น้อยที่สุด ( 1 )
6	ท่านรู้สึกสนุกสนานในที่จะมีบทบาทและบุคลิกภาพใหม่เป็นภายในเกม					
7	ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อท่านได้ก่อกวนผู้เล่นท่านอื่นภายในเกม					
การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม (perceived number of users)						
1	ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
2	ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่เล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
3	ท่านคิดว่าในอนาคตคนส่วนใหญ่จะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น					
4	ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
อิทธิพลของครอบครัวในการเล่นเกม (perceived number of peers)						
1	ท่านคิดว่าครอบครัวของท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
2	ท่านคิดว่าคนที่ท่านรู้จักเล่นเกมที่ต้องเล่นร่วมกันเป็นกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
3	ท่านคิดว่าในอนาคตครอบครัวของท่านจะเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น					
4	ท่านคิดว่าครอบครัวของท่านใช้เวลาว่างส่วนมากไปกับการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
ความเบิกบานใจในการเล่นเกม (enjoyment)						
1	ท่านรู้สึกสนุกสนานเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
2	ท่านรู้สึกคลายเครียดเมื่อเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
3	ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
4	ท่านรู้สึกสดชื่นแจ่มใสเมื่อท่านเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่นเกม (interactions with others)						
1	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 4 )	ปานกลาง ( 3 )	น้อย ( 2 )	น้อยที่สุด ( 1 )
2	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มความสามารถในการติดต่อกับผู้อื่น					
3	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มโอกาสในการติดต่อกับผู้อื่น					
4	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มศักยภาพของท่านในการติดต่อกับผู้อื่น					
การแสวงหาสาระในการเล่นเกมน (seeking content)						
1	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ช่วยให้รู้จักระวังตัว					
2	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จะช่วยฝึกให้ท่านทำภารกิจต่าง ๆ ได้สำเร็จ					
3	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเพื่อการแข่งขันกับผู้อื่นและตัวท่านเอง					
4	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเล่นเพื่อฆ่าเวลา ลดความเบื่อหน่าย					
การแบ่งปันสาระในการเล่นเกมน (sharing content)						
1	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเสียสละเพื่อผู้อื่น					
2	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นเล่นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและตัวท่านเอง					
3	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการเก็บประสบการณ์					
4	ท่านคิดว่าการเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการนำเสนอตนเองให้ผู้อื่นได้เห็น					
5	ท่านคิดว่าการเล่นเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้มีส่วนร่วมกับผู้อื่น					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด ( 5 )	มาก ( 5 )	มาก ( 5 )	มาก ( 5 )	มากที่สุด ( 5 )
ความตั้งใจในการเล่นเกมน (intention to play)						
1	ท่านมีความเต็มใจที่จะเล่นเกมโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่					
2	ท่านจะลองเล่นเกมใหม่ ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
3	ท่านจะเริ่มเล่นเกมใหม่ ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
4	ท่านจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เล่นเกมในอนาคตอันใกล้					

ขอให้ท่านแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เขตกรุงเทพมหานคร

---



---



---



---



---



---



---

โอกาสนี้ ผู้ศึกษาวินิจฉัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวภคกร ลุ่มเพชรมงคล

E-Mail: jaiko\_4@hotmail.com





ภาคผนวก ข

จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

291 ซอยจันทน์ 27 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน  
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 086-3434-755  
อีเมล แอดเดรส : jaiko\_4@hotmail.com

30 สิงหาคม 2558

เรื่อง ใ้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณชินดนัย สุรเสน  
Marketing Executive  
บริษัท เอ็นเอชเอ็น เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ไทย จำกัด

ดิฉัน นางสาวภกร ลุ่มเพชรมงคล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์มือถือเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจเกมออนไลน์นี้ดี ดังนั้น ประสงค์การเห็นความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครูทกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครูทกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครูทกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ลงชื่อ.....  
(คุณชินดนัย สุรเสน)  
ผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
(นางสาวภกร ลุ่มเพชรมงคล)  
นักศึกษา

291 ซอยจันทน์27 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน  
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 086-3434-755  
อีเมล แอดเดรส : jaiko\_4@hotmail.com

30 สิงหาคม 2558

เรื่อง โทษขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณเชษฐพร กิจชนะไพบุลย์  
Marketing Manager  
บริษัท สยามเกม จำกัด

ดิฉัน นางสาวภกกร ลุ่มเพชรมงคล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทาง โทรศัพท์มือถือเขต กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจเกมออนไลน์นี้ดี ดังนั้น ประสงค์การเห็นความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ลงชื่อ.....  
(คุณเชษฐพร กิจชนะไพบุลย์)  
ผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยความเคารพอย่างสูง  
ลงชื่อ.....  
(นางสาวภกกร ลุ่มเพชรมงคล)  
นักศึกษา

291 ซอยจันทน์27 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน  
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 086-3434-755  
อีเมล แอดเดรส : jaiko\_4@hotmail.com

30 สิงหาคม 2558

เรื่อง ใ้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณธนินทร์ กุลชัยไม้ม อยุธยา  
Creative & PR Department manager  
บริษัทอินทีริ่ ดิจิตอล จำกัด (มหาชน)

ดิฉัน นางสาวกกร ลุ่มเพชรมงคล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์มือถือเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจเกมออนไลน์นี้ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใ้ขอใ้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ลงชื่อ.....

(คุณธนินทร์ กุลชัยไม้ม อยุธยา)

ผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(นางสาวกกร ลุ่มเพชรมงคล)

นักศึกษา

291 ซอยจันทน์ 27 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน  
 เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 086-3434-755  
 อีเมล แอดเดรส : jaiko\_4@hotmail.com

30 สิงหาคม 2558

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์  
 อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ

ดิฉัน นางสาวกมลกร ลุ่มเพชรมงคล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์มือถือเขต กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจเกมออนไลน์นี้ดี ดังนั้น ประสบการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่าง ดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย ผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ไม่ ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
 (ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์)  
 อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....  
 (นางสาวกมลกร ลุ่มเพชรมงคล)  
 นักศึกษา

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวภคกร กลุ่มเพชรมงคล
อีเมล	jaiko_4@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบัญชี สาขาบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนยานนาเวศวิทยาคม
ประสบการณ์การทำงาน	ปี 2558-ปัจจุบัน บริษัท เบริด ไอที (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง ผู้จัดการบัญชีอาวุโส

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 28 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ฉัตร ฉัตร อยู่บ้านเลขที่ 291  
ซอย จันทน์ 27 ถนน จันทน์ ตำบล/แขวง ทุ่งวัดดอน  
อำเภอ/เขต ลำพร จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10120  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590200621  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่ผลักดันเชิงบวกต่อความตั้งใจในการดำรงชีพที่เคลื่อนไหวของผู้นำในเขตลำพร  
คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นางสาวกชกร สมพงษ์ทอง )

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร