ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

The factors positively relating and influencing usage behavior of collecting-levels game online of game online players in Bangkok

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

The factors positively relating and influencing usage behavior of collecting-levels game online of game online players in Bangkok

ชาคริต คำเนตร

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558

© 2560
ชาคริต คำเนตร
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ชาคริต คำเนตร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....[redacted]....
(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)

ผู้เชี่ยวชาญ .....[redacted]....
(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

.....[redacted].....
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
10 มิถุนายน 2560

ชาคริต คำเนตร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มิถุนายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร (110 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยความดึงดูดทางสายตา ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก ปัจจัยภาวะไหลลื่น ปัจจัยการกระทำ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ ปัจจัยการตรวจสอบสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามจำนวน 225 ชุด ในช่วงเดือนตุลาคม 2559 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความดึงดูดทางสายตา ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก ปัจจัยภาวะไหลลื่น ปัจจัยการกระทำ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ ปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยความเกี่ยวข้อง (β = 0.409) ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (β = 0.214) ปัจจัยการตรวจสอบสังคม (β = 0.151) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ความดึงดูดทางสายตา, การรับรู้ของความสนุก, ภาวะไหลลื่น, พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

Khamnate, C. M.B.A., June 2017, Graduate School, Bangkok University.
The factors positively relating and influencing usage behavior of collecting-levels game online of game online players in Bangkok (110 pp.)
Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the positive relationship and influence of visual appeal, thematic attractiveness, perceived enjoyment, flow, act, relatedness, commitment and consistency, and social validation towards usage behavior of collecting-levels game online of game online players in Bangkok. Data were collected from 225 respondents in October 2016. The researcher also found that most of participants were males under 25 years of age, single status, graduated with bachelor's degrees, worked in private companies, and earned average monthly incomes lower than or equal to 20,000 baht. The results of this study showed that visual appeal, thematic attractiveness, perceived enjoyment, flow, act, relatedness, commitment and consistency, and social validation were positively related to usage behavior of collecting-levels game online of game online players. Relatedness (β = 0.409), commitment and consistency (β = 0.214), and social validation (β = 0.151) had positive impact towards usage behavior of collecting-levels game online with statistical significance level of .05

Keywords: Visual Appeal, Perceived Enjoyment, Flow, Usage Behavior of Collecting-Levels Game Online

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ ที่ได้ให้คำแนะนำคำปรึกษาและเป็นกำลังใจเป็นอย่างดี ตลอดจนได้ให้คำแนะนำในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและความถูกต้องของเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมงาน ร่วมหลักสูตรที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ และให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม อันเป็นที่มาของข้อมูลในการวิจัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ทุกคนในครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้ และกำลังใจสำคัญจากบุคคลรอบตัวทุกท่าน ที่มีส่วนสำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ ที่คอยให้กำลังใจ จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้

สิ่งสำคัญคือ คุณค่า และประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ที่ผู้วิจัยจะนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอมอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการรายเล็ก รายใหญ่เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจในอนาคตต่อไป

ชาคริต คำเนตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	12
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	12
1.4 คำถามของงานวิจัย	13
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	13
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)	15
2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)	17
2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)	18
2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับภาวะไหลลื่น (Flow)	19
2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการกระทำ (Act)	21
2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความเกี่ยวข้อง (Relatedness)	22
2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)	23
2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบสังคม (Social Validation)	24
2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage Behavior of Collecting-levels Game Online)	24
2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.11 สมมติฐานการวิจัย	30
2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	30
2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	31

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประเภทของงานวิจัย 32

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 32

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 33

3.4 การทดสอบเครื่องมือ 36

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล 42

3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล 43

3.7 วิธีการทางสถิติ 44

บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ 49

4.2 การสรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล 53

4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน 54

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน 64

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น 70

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน 74

5.2 การอภิปรายผล 76

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ 80

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป 81

บรรณานุกรม 83

ภาคผนวก 89

ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย 90

ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม 97

ประวัติผู้เขียน 110

เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1:	การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท Electronics Extreme	6
ตารางที่ 1.2:	การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)	7
ตารางที่ 1.3:	การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท ทรู ดิจิตอล พลัส จำกัด	8
ตารางที่ 1.4:	การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท Electronics Extreme	9
ตารางที่ 1.5:	การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)	9
ตารางที่ 1.6:	การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท ทรู ดิจิตอล พลัส จำกัด	10
ตารางที่ 3.1:	การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา (VA) ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (TA) ด้านการรับรู้ของความสนุก (PE) ด้านภาวะไหลลื่น (FL) ด้านการกระทำ (AC) ด้านความเกี่ยวข้อง (RE) ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC) ด้านการตรวจสอบสังคม (SV) ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (UBCLGO) ที่ n = 225	37
ตารางที่ 3.2:	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ	47
ตารางที่ 4.1:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ	50
ตารางที่ 4.2:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ	50
ตารางที่ 4.3:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพ	51
ตารางที่ 4.4:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา	51
ตารางที่ 4.5:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ต่อเดือน	52
ตารางที่ 4.6:	ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ	52
ตารางที่ 4.7:	ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรมด้านระดับการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์	53
ตารางที่ 4.8:	ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรมด้านระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ต่อสัปดาห์	54
ตารางที่ 4.9:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)	54
ตารางที่ 4.10:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) 57

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาวะไหลลื่น (Flow) 58

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการกระทำ (Act) 59

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความเกี่ยวข้อง (Relatedness) 60

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) 61

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตรวจสอบสังคม (Social Validation) 62

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage Behavior of Collecting-levels Game Online) 63

ตารางที่ 4.18: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดย ใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ของข้อมูลความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล 65

ตารางที่ 4.19: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตาเนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำความเกี่ยวข้องความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล 67

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.20: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตาเนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล 68

ตารางที่ 4.21: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ 70

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1:	ข้อมูลตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	3
ภาพที่ 1.2:	ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ตามเขตการปกครอง พ.ศ. 2554-2558	4
ภาพที่ 1.3:	ข้อมูลในปี 2557 ทาง SIPA ตลาดเกมออนไลน์มาเป็นอันดับหนึ่งด้วยมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 5,732 ล้านบาท ทางด้านเกมมือถือก็มาแรงแบบก้าวกระโดดจากปี 2556 ที่มูลค่าตลาดอยู่ที่ 143.9 ล้านบาท เพิ่มมาเป็น 1,697.3 ล้านบาท ส่วน PC Offline อยู่ที่ 180.1 ล้านบาท	5
ภาพที่ 2.1:	กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	31
ภาพที่ 4.1:	ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	72

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กล่าวได้ว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีของเกมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันเกือบทุกๆ คน ในเวลาที่พักจากการเรียน การทำงาน หรือ เวลาพักผ่อน เกมออนไลน์เป็นการสร้างความบันเทิงให้กับชีวิตกับทุกๆ คนเพื่อสร้างความสนุกสนาน และการสร้างสังคมจากการเล่นเกม จากการสำรวจตลาด และสถิติในอุตสาหกรรมดิจิตอลคอนเท้นต์มีข้อมูลสำคัญๆ และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับวงการเกมที่น่าสนใจในหลายๆ แง่มุมรวมถึงทิศทางวงการเกมจะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นจากมูลอ้างอิงจากปี 2557 ตลาดเกมไทยโตขึ้นจากปี 2556 ถึง 14.7% ด้วยมูลค่ารวม 7,835 ล้านบาท และคาดการว่าเมื่อสิ้นสุดในปี 2558 นั้นตลาดจะโตขึ้นถึง 15% และน่าจะขยายได้ถึง 26.1% ในปี 2559 จึงทำให้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงทำให้ผู้ประกอบการต้องพยายามปรับปรุง พัฒนาสินค้า และรูปแบบเกมของตนเองให้ติดตลาดและเป็นที่นิยมมากที่สุด โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อที่สร้างสรรค์ความสนุกสนาน ผ่อนคลาย เรียกอีกรูปแบบว่า สื่อเกม ซึ่งเป็นสื่อที่นิยมอย่างแพร่หลายมีภาพและเสียงที่สมจริง ("ส่องตลาดเกมไทย", 2558)

รูปแบของเกมออนไลน์สามารถนำเสนอสาระและความบันเทิงออกมาในรูปแบบต่างๆ ได้หลากหลาย รวมทั้งควรมีการพัฒนาทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพราะคู่แข่งขันมีความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ขณะ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีการพัฒนามาจากคอมพิวเตอร์สู่วิดีโอเกม และล่าสุดเข้าสู่ยุค “เกมออนไลน์” กลายเป็นสีสันในยุคใหม่ มีคำกล่าวว่า เป็นช่องทางการสื่อสารที่ช่วยเพิ่มจินตนาการที่ดีที่สุดในปัจจุบัน โดยไม่จำกัดกลุ่มผู้เล่นเกม โดยเฉพาะในหมู่เด็กวัยรุ่นชาย เหมือนในอดีตถึงแม้จะมีข้อเสียเกิดขึ้นในสังคมที่มีสาเหตุมาจากเกมออนไลน์ แต่ก็ไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์มีจำนวนลดลง อีกนัยหนึ่งที่กล่าวว่าการเล่นเกมเป็นโลกที่อันตราย แต่อีกหลายมุมมองก็กล่าวว่าเป็นการเสริมสร้างจินตนาการที่ดีให้กับผู้เล่น โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับกระแสเกมออนไลน์ในปัจจุบัน นักวิเคราะห์หลายคนเชื่อว่า เกมออนไลน์สามารถสร้างความนิยมแทนเครื่องเล่นเกมได้ เพราะสามารถเล่นเกมออนไลน์ไปกับเพื่อนๆ ต่างชาติ ต่างภาษาได้แม้จะนั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว

ปัญหาทางสังคมโดยทั่วไปจะสะท้อนหรือบอกให้ทราบถึงลักษณะที่เกิดขึ้นในสถานการณ์จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การแข่งขันหรือการร่วมมือกัน เกมเหล่านี้จะแนะนำกลยุทธ์ที่ใช้ในการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมมักจะมุ่งเอาชนะเพื่อให้บรรลุผลประโยชน์ตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตามทั้งในการเล่นเกมและในความเป็นจริง ผู้เล่นจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎกติกาที่

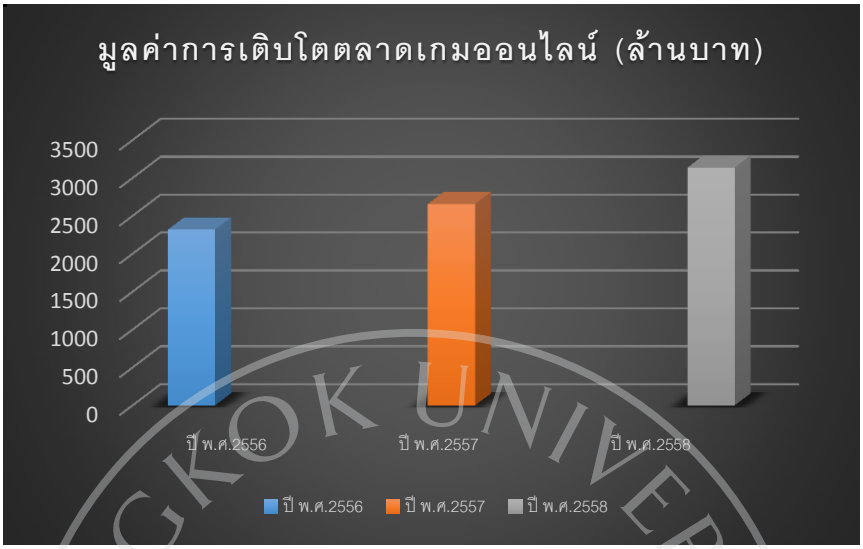
วางไว้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเกม คล้ายกับสถานการณ์จริง คือ หากเล่นเกมชนะก็จะสามารถผ่านด่านทั้งหมดของเกมได้ ทั้งหมดนี้จะมีลักษณะการแข่งขันสูง คือ มีผู้ชนะเพียงคนเดียวหรือการเอาชนะในรูปแบบกลุ่ม อาจต้องการความร่วมมือเพื่อชัยชนะ สิ่งสำคัญของเกมออนไลน์เปรียบเสมือนเครื่องมือในการแสวงหาความภาคภูมิใจให้แก่ตนเอง เมื่อผู้เล่นชนะจะรู้สึกประสบความสำเร็จคล้ายการได้รับรางวัลจากเกม การยอมรับ และการยกย่องจากกลุ่มเพื่อนที่เล่นเกมเดียวกัน ทั้งเพื่อนในชีวิตจริงและเพื่อนในโลกออนไลน์

เกมออนไลน์เป็นธุรกิจหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการ โดยได้รับความนิยมมาตั้งแต่ปี 2543 จนถึงทุกวันนี้ เกมออนไลน์เป็นที่นิยมเปรียบเสมือนเป็นเพื่อนสนิทของเยาวชนไทยและเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับผู้เล่นเกม เช่น เพื่อฝึกทักษะ เพื่อความบันเทิง และเพื่อการเรียนรู้ต่างๆ มากมาย ลักษณะการเล่นอาจมีผู้เล่นคนเดียวหรือมากกว่านั้น โดยที่เกมจะต้องประกอบด้วยผู้เล่นตามจำนวนของเกมแต่ละประเภทอย่างที่กำหนดไว้ บางเกมถ้าผู้เล่นไม่ครบจำนวนก็ไม่สามารถเล่นได้ โดยที่ผู้เล่นสามารถศึกษาวิธีการเล่นได้ตามกฎกติกา และแนวทางของเกมที่ผู้เล่นจำเป็นต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ทาง SIPA ได้กล่าวไว้ว่าตลาดเกมออนไลน์ยังคงมาแรงเป็นอันดับหนึ่งในบ้านเราด้วยมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 5,732 ล้านบาท ทางด้านเกมมือถือก็มาแรงแบบก้าวกระโดดจากปี 2556 ที่มูลค่าตลาดอยู่ที่ 143.9 ล้านบาทเพิ่มมาเป็น 1,697.3 ล้านบาท ส่วน PC Offline อยู่ที่ 180.1 ล้านบาท ในสมัยนี้นับว่าเกมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในสังคมผู้เล่นหลากหลายช่วงอายุ นอกเหนือจากเรื่องอื่นๆ ในโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเกมออนไลน์รูปแบบ MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) มีจำนวนรายชื่อเกมที่ให้บริการในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ("ส่องตลาดเกมไทย", 2558) ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการเน้นการศึกษาไปที่ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายไปจนถึงการวางแผน รวมทั้งปรับปรุงนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลงานการวิจัยที่ได้นั้นจะสามารถนำไปสู่การเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นรูปแบบและแนวทางในการพัฒนา เพื่อช่วยส่งเสริมการเล่นเกมออนไลน์ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับยุคสมัยต่อไป

จากรายงานข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งประเทศไทย สามารถอธิบายการเติบโตของเกมออนไลน์ และ ระยะเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ตามรายละเอียดข้อมูล ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1.1: ข้อมูลตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่



ที่มา: เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ. (2558). *Marketeer.* สืบค้นจาก http://marketeer.co.th/archives/28324.

ทั้งนี้ ตลาดเกมออนไลน์ในไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะจากการสำรวจและประเมินรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการหลักเกี่ยวกับเกมออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถประเมินมูลค่าตลาดเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยในปี 2557 จะมีมูลค่าสูงถึง 2,660 ล้านบาท ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 14.7 ขณะที่ปี 2558 คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 3,070-3,140 ล้านบาท เติบโตในกรอบร้อยละ 15.4-18.0 และน่าจะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเกินกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าตลาดเกมออนไลน์ทั้งหมด ("ฟันธง ธุรกิจเกมออนไลน์", 2558)

ซึ่งมีแนวโน้มในกลุ่มเกมออนไลน์แนว MMORPG จะทำให้ผู้เล่นสามารถพบปะ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่นได้หลากหลายอย่างอิสระ การเล่นเกม MMORPG ผู้เล่นจะต้องเลือกที่จะเล่นเป็นตัวละครอาชีพต่างๆ (Role-Playing) ซึ่งตัวละครแต่ละอาชีพจะมีความสามารถและจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกันออกไป มีทั้งสายอาชีพที่สามารถเอาตัวรอดด้วยตัวเองได้ และสายอาชีพที่มีความสามารถที่จะช่วยเหลือผู้เล่นอื่น พื้นฐานโดยทั่วไปของการเล่นเกมคือการกำจัดสัตว์ประหลาดและได้รับค่าประสบการณ์เพื่อนำมาพัฒนาความสามารถของตนให้สูงขึ้น ซึ่งผู้เล่นสามารถที่จะเลือกพัฒนาตัวละครของตัวเองได้อย่างอิสระ ทั้งนี้ความสามารถและลักษณะเด่นในตัวเองรวมทั้งการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายในการเล่นของตนเอง เช่น พัฒนาเพื่อสนับสนุนผู้เล่นอื่น พัฒนาเพื่อการต่อสู้ตัวต่อตัว หรือพัฒนาเพื่อต่อสู้ในสงครามระหว่าง Guild ("แร็กนาร็อกออนไลน์", 2560)

จากจุดนี้เองทำให้สังคมเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่น จากผลการสำรวจพฤติกรรมบริโภคสื่อของวัยรุ่น ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มอายุ 15-24 ปี ในหลายๆ ประเทศในแถบเอเชีย พบว่า วัยรุ่นไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 3.1 ชั่วโมงต่อวัน และใช้เวลาในการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ รวมทั้งเกมอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาสูงที่สุด ครองแชมป์อันดับหนึ่งในเอเชีย คือ เฉลี่ยวันละ 60.7 นาที สูงกว่าค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นในหลายๆ ประเทศ เช่น สิงค์โปร์ 59.4 นาที/วัน ฮ่องกง 56 นาที/วัน เกาหลี 46 นาที/วัน และจีน 43.2 นาที/วัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันนี้เกมออนไลน์เข้ามามีบทบาทที่สำคัญกับทุกๆคนเป็นอย่างมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)

ภาพที่ 1.2: ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและ โทรศัพท์มือถือ ตามเขตการปกครอง พ.ศ. 2554-2558

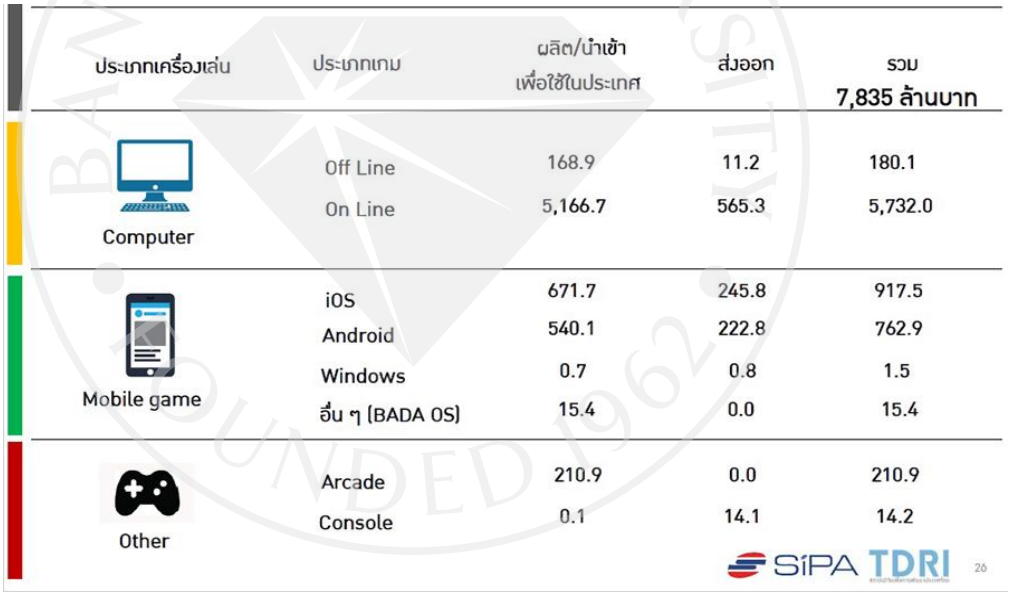
ปี	กลุ่มอายุ (ปี)				
	6-14	15-24	25-34	35-49	50 ปีขึ้นไป
2554	38.3	51.9	26.6	14.3	5.5
2555	46.5	54.8	29.7	17.1	6.2
2556	54.1	58.4	33.5	18.7	6.6
2557	58.2	69.7	48.5	25.9	8.4
2558	*58.0*	*76.8*	*60.1*	*31.8*	*9.6*

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน*. สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh58.pdf.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2558) สำหรับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ตามสถานที่ต่างๆ ผ่าน โทรศัพท์มือถือ/คอมพิวเตอร์พกพา เช่น Notebook,Tablet ร้อยละ 81.7 รองลงมาคือ ใช้ที่บ้าน/ที่พักอาศัย ร้อยละ 67.1 ใช้ในสถานศึกษา ร้อยละ 34.9 และใช้ที่ทำงาน ร้อยละ 34.2 ส่วนกิจกรรมที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ Social Network (Facebook, Twitter, GooglePlus, LINE, Instagram) ร้อยละ 88.6 รองลงมาคือ ใช้ในการดาวน์โหลด รูปภาพ/หนัง/วีดีโอ/เพลง/เกม เล่นเกม ดูหนัง ฟัง

เพลง วิทยุ ร้อยละ 87.4 ใช้ในการอัพโหลดข้อมูล รูปภาพ/ถ่ายภาพ วีดีโอ เพลง software เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ บนเว็บไซต์ ร้อยละ 59.1 และรับ-ส่งอีเมล์ ร้อยละ 44.6 ในขณะที่ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 5-7 วันใน 1 สัปดาห์ร้อยละ 73.1 รองลงมาใช้1-4 วันใน 1 สัปดาห์ร้อยละ 25.5 จากการสำรวจแสดงให้เห็นว่า การใช้งานเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญกับทุกๆคนเป็นอย่างมาก ซึ่งจะส่งผลให้เกมออนไลน์ในปัจจุบันมีการใช้งานได้ง่ายขึ้นกับทุกคน

ภาพที่ 1.3: ข้อมูลในปี 2557 ทาง SIPA ตลาดเกมออนไลน์มาเป็นอันดับหนึ่งด้วยมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 5,732 ล้านบาท ทางด้านเกมมือถือก็มาแรงแบบก้าวกระโดด จากปี 2556 ที่มูลค่าตลาดอยู่ที่ 143.9 ล้านบาทเพิ่มมาเป็น 1,697.3 ล้าน บาท ส่วน PC Offline อยู่ที่ 180.1 ล้านบาท



ที่มา: *ส่องตลาดเกมไทย ภาครัฐชี้เกมเมอร์ไทยยุคนี้เล่น MOBA และ เกมมือถือเป็นหลัก.* (2558).. สืบค้นจาก http://www.online-station.net/feature/feature/16045.

จากการนำตัวเกมออนไลน์รูปแบบ MMORPG ทั้งที่เคยเปิดให้บริการมาทั้งเกมเก่า และใหม่มาเปิดให้ผู้เล่นเกมในประเทศได้ทดลองใช้บริการ ทดลองเล่นกันก่อนหน้านี้ ซึ่งผู้เล่นเกมออนไลน์เองก็ได้ทราบถึง ความต้องการที่แท้จริงจากบริษัทผู้เปิดให้ใช้บริการว่ามีความต้องการที่จะนำเสนอ

ทางด้านใดและพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของผู้เล่นเกม ความรู้สึกเดิมๆ ที่เคยได้สัมผัสมาในอดีต หรือผู้เล่นบางคนยังไม่เคยเล่นตัวเกมนี้มาก่อน ความเป็นเอกลักษณ์ในการให้บริการ ซึ่งสามารถจะนำกลุ่มบริษัทที่เปิดให้ใช้บริการเกมออนไลน์รายใหญ่ในวงการเกมออนไลน์ของประเทศไทยมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1: การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท Electronics Extreme

จุดแข็ง	**จุดอ่อน**
- เป็นการนำเกมออนไลน์ที่เคยได้รับความนิยมเมื่อ 10 ปีก่อน มาปรับปรุงและเปิดให้บริการใหม่ ภายใต้การดูแลระบบใหม่ทั้งหมดที่ดีกว่ารายเดิม	- เป็นค่ายเกมน้องใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นมาเพียงไม่นาน
- เป็นการทำตลาดแนวใหม่ มีการผลักดัน E-Sports มากขึ้น รวมถึงจะมีการจัดกิจกรรมและ โปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งกลยุทธ์ข้างต้นจะแตกต่างจากผู้ให้บริการรายเดิม	- จำนวนผู้เล่นโดยรวมอยู่ที่ประมาณ 75,000 - 80,000 คน ขณะที่แต่ละเซิร์ฟเวอร์รองรับได้เพียง 25,000 คนเท่านั้น ทำให้ผู้เล่นจำนวนมากเจอปัญหาหลุดออกจากเกมอยู่เป็นประจำ
- Extreme ได้เป็นพันธมิตรกับบริษัท INOX เป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญทางด้านระบบคอมพิวเตอร์สมรรถนะสูง	- ใช้เงินในการลงทุนค่อนข้างมากทั้งทางด้านอุปกรณ์และบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการจัดการปัญหา
- ประเทศไทยมีผู้เล่นเยอะที่สุดในโลก รองลงมายังคงเป็นไต้หวัน ตามมาด้วย IRO (เซิร์ฟเวอร์ International)	- ต้องใช้ทีมงานผู้มีประสบการณ์ในการตรวจสอบระบบความผิดพลาดของเกมตลอด 24 ชั่วโมง
- มีการจัดกิจกรรมงาน THAILAND GAME SHOW BIG FESTIVAL สำหรับ Gamers อยู่เรื่อยๆ	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท Electronics Extreme

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เป็นการดึงผู้เล่นเดิมที่เลิกเล่นไปแล้วให้กลับมาเล่น รวมไปถึงผู้เล่นรายใหม่ก็ต้องการที่จะมาลองเล่น จากเนื้อหาเกมที่มีความน่าสนใจ	

ที่มา: *สัมภาษณ์ผู้บริหาร Electronics Extreme กับการคืนชีพ Ragnarok Online ในประเทศไทย.* (2559). สืบค้นจาก https://www.blognone.com/node/84023.

ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เริ่มเปิดให้บริการเกมครั้งแรกในรูปแบบเซิร์ฟเวอร์ Southeast Asia ที่มีความพิเศษตรงที่ผู้เล่นในประเทศไทย สามารถเล่นกับผู้เล่นชาวต่างชาติได้ ในรูปแบบของภาษาไทย	- ปัญหาด้านบุคลากรในการดูแลระบบไม่เพียงพอต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดความล่าช้าในการแก้ไข
- บริษัท การีน่า ได้ขยายสาขาไปสู่ประเทศต่างๆ ได้มีการรวมตัวครั้งใหญ่อีกครั้งกับ Playinter Co.ltd. ได้เปิดให้บริการเกมออนไลน์คุณภาพชั้นยอด โดยแต่ละเกมได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ	- โปรแกรมของ การีน่า มีการโฆษณาตั้งแต่หน้าแรกที่เริ่มเข้าโปรแกรม จนปัจจุบันหน้าจอยังโดนป้องกันไปอีก
- เป็น Multi-functional Platform ที่ไม่ได้มีแค่ไว้เล่นเกม แต่เป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่งคล้าย ๆ MSN ทำให้ Gamers สามารถสื่อสารพูดคุยกันได้สะดวก ไม่ว่าจะเป็นเสียง หรือวิดีโอ	- ไม่สามารถควบคุมตัวโปรแกรม Talk Talk ให้เป็นไปตามที่บริษัทอยากให้เป็นได้
- มีการจัดแข่งขัน E-Sports ที่มีเงินรางวัลมูลค่ามหาศาล	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.2 (ต่อ): การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เปิดตัวโปรแกรม Talk Talk โปรแกรมพูดคุยผ่านเสียง และวิดีโอ ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นอยู่ในขณะนี้ โดยรูปแบบคล้าย Cam frog แต่เป็น Cam frog สีขาว	

ที่มา: เกมพลิกชีวิต 'การีน่า ออนไลน์' ปี56โตพรวด 300%. (2556). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก http://www.thairath.co.th/content/378489.

ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของ บริษัท ทรู ดิจิตอล พลัส จำกัด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เป็นผู้สนับสนุนนักกีฬา E-Sports ในนามของตัวแทนประเทศไทย	- มีการร่วมมือกับผู้พัฒนาระบบจากต่างประเทศ ทำให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง
- มีการสร้างกรอบแนวคิดของเกมแนวที่แตกต่าง โดยนำเอารูปแบบการเล่นของเกมแนว MOBA เข้ามาผสมผสาน เพื่อสร้างความแตกต่าง	- เป็นบริษัทน้องใหม่ที่เพิ่มเริ่มธุรกิจทางด้านนี้ไม่นานเท่าไหร่
- มีการใช้ผู้พัฒนาจากทีมผู้พัฒนาเกมออนไลน์จากบริษัท Dragonfly เพื่อเข้ามาแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้เล่นชาวไทยมากที่สุด	- ปัญหาทางด้านบุคลากรที่จะคัดเลือกมาทำงานให้กับบริษัท
- มีการเปิดให้บริการโดยตรงภายในประเทศ	

ที่มา: *Dragonfly ประกาศร่วมมือกับ True Digital Plus พร้อมบินลัดฟ้าประชุมแผนเตรียมความพร้อมสำหรับสุดยอดเกมมันส์แนว FPS Special Force 2 เกมเมอร์ไทยได้สัมผัสแน่ 2015 นี้!!.* (2558). สืบค้นจาก http://www.gamegigs.com/game-update/37921.html.

ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท Electronics Extreme

โอกาส	อุปสรรค
- ตลาดเกมออนไลน์ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีตลาดเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนเข้ามาเป็นกลไกกระตุ้นตลาด ที่ถือว่าเป็นตลาดใหม่	- มีคู่แข่งที่ครองตลาดเกมออนไลน์อยู่แล้ว
- ผู้เล่นเกมทั้งรายใหม่และรายเก่าต้องการเกมรูปแบบแปลกใหม่ที่ไม่เคยเล่นมาก่อน	- เรื่องรายได้ทาง Extreme ณ ตอนนี้ยังคงอาศัยการเติมเงินภายในเกมเป็นหลัก ทั้ง Item ในเซิร์ฟเวอร์ Free-to-Play และค่าแอร์ไทม์จากอีกเซิร์ฟเวอร์ที่กำลังจะเปิด
- ไม่ว่าเกมใหม่จะมาแรงแค่ไหน แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ากระแสเกมออนไลน์ MMORPG ในประเทศไทยปัจจุบัน ไม่มีเกมไหนน่าจะมาแรงไปกว่า Ragnarok Online	- เกมออนไลน์ MMORPG จะมาพร้อมกับโปรแกรมช่วยเล่น (Bot) ทำให้ผู้เล่นจริงเบื่อแล้วเลิกเล่นไปเอง
- มีการใช้พนักงานจากยุคเก่าที่เคยเล่นในสมัยเด็ก มาพัฒนาจุดด้อยของเกมเพื่อแก้ไขจุดที่ยังเป็นช่องว่างที่บริษัทเก่าไม่ได้แก้ไข	

ตารางที่ 1.5: การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)

โอกาส	อุปสรรค
- มีโปรแกรมที่สามารถให้ผู้คนทั่วไปเข้ามาเป็น DJ ในโปรแกรมได้โดยที่ได้รับค่าตอบแทนจากคนที่เข้ามารับชม	- เป็นบริษัทที่รู้จักกันในกลุ่มของผู้ใช้งานที่มีอายุน้อย ไม่แพร่หลายไปในวงกว้าง
- สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กรุ่นใหม่ได้อย่างดี ความทันสมัยและเข้าถึงได้ง่าย	- ระบบขึ้นอยู่กับการใช้งาน Internet ของผู้ส่งและผู้รับ
-เป็นบริษัทเดียวในไทย ที่มีระบบครอบคลุมในทุกๆด้านที่ผู้ใช้บริการต้องการ	- โปรแกรมมีรูปแบบการใช้งานยุ่งยาก และเป็นสิ่งที่แก้ไขลำบาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.5 (ต่อ): การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท การีน่า ออนไลน์ (ประเทศไทย)

โอกาส	อุปสรรค
-สามารถสร้างรายได้ให้กับ Gamers ปกติที่นั่งเล่นเกมอยู่บ้านให้กลับมีรายได้จากการเล่นเกม	

ตารางที่ 1.6: การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของ บริษัท ทรู ดิจิตอล พลัส จำกัด

โอกาส	อุปสรรค
-เป็นผู้ให้บริการที่มีครบวงจร และมีความเป็นผู้นำในระบบดิจิตอลของเมืองไทย	- เป็นการเปิดให้บริการในรูปแบบที่บริษัทแม่ไม่เคยทำมาก่อน ความรู้และความเข้าใจอาจจะไม่มีความเชี่ยวชาญเท่ากับคู่แข่งรายอื่น
-ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานร่วมกับบริการต่างๆ ที่ทางบริษัทมีให้ผ่านทางการเติมเงิน หรือบริการอื่นๆ มากมาย	- รูปแบบของเกมออนไลน์ ยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้เล่นบางกลุ่ม ไม่มีความหลากหลายในรูปแบบของเกมออนไลน์
-เป็นผู้กำหนดรูปแบบเงินออนไลน์ ได้เพราะเป็นผู้ผลิตและให้บริการเงินผ่านบัตรเงินสด	

จากตารางข้อมูลที่ 1.1-1.6 จะเห็นได้ชัดเจนว่าปัจจุบันเกมออนไลน์ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องทั้งในเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และในกลุ่มของผู้ให้บริการได้พัฒนาเกมให้ผู้เล่นเกมมีความสนใจมากขึ้น มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ดึงดูดความสนใจจากตัวของผู้เล่นเกมออนไลน์เพิ่มยิ่งขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เล่นเกมสามารถเข้าถึงโปรโมชั่นต่างๆ ภายนอกมากกว่าการที่ผู้เล่นจะนั่งทำกิจกรรมผ่านหน้าจอเกม ทั้งนี้จะเป็นการส่งเสริมสังคมการเล่นเกมออนไลน์ให้ผู้คนภายนอกรับรู้ถึงข้อดีของการเล่นเกมได้มากขึ้นกว่าเดิม การใช้กลยุทธ์รูปแบบใหม่นี้จะเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการเล่นเกมของผู้เล่นได้มากกว่า การเล่นเกมเพียงอย่างเดียว เพราะจะเป็นการหารายได้ให้กับผู้เล่นและจะเป็นการดึงดูดให้ผู้เล่นเกมสนใจในการเล่นเกมมากขึ้นอีกด้วย มูลค่าตลาดเกมในประเทศไทยปี 2559 อยู่ราว 9,000 ล้านบาท แบ่งเป็น PC Game มูลค่า 5,600 ล้านบาท และ Mobile Game อีก 3,100 ล้านบาท ซึ่งปีนี้จะเติบโตอีก 12-15% กับ 30% ตามลำดับ เพราะการ

สนับสนุนมีมากขึ้นอย่างชัดเจน และนักกีฬา E-Sport ของไทยก็เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ ทำให้ผู้เล่นเกมรายใหม่ๆ หรือเล่นเพื่อความสนุก เริ่มหันมาจริงจังกับเรื่องนี้ ส่งผลให้เงินสะพัดในตลาดมากขึ้น ที่สำคัญตอนนี้ตลาดเกมในไทยก็อยู่ใน Top 20 ของทั่วโลก ("เกมไม่ใช่แค่สนุก", 2560)

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่มีผู้วิจัยได้ทำการวิจัยกันมาในอดีต มีงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล พบว่า ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา (visual appeal) หมายถึง เป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจโดยผ่านการแสดงผลของเกมออนไลน์ เป็นภาวะในการกระตุ้นพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของผู้ใช้เกม โดยบุคคลตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ใช้เกมจะถูกกระตุ้นจากการออกแบบของเกมออนไลน์ ที่มีภาพที่น่าดึงดูดใจ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ ทำให้ผู้เล่นรู้สึกตื่นเต้น (Domjan, 1996 และ "ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจ", 2560) ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) หมายถึง การสร้างความน่าสนใจ การวางรูปแบบเกม ลักษณะภาพ หรือความเอาใจใส่ในเนื้อหาเกมที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่มเกมของผู้ใช้บริการ เป็นรูปแบบการปลูกฝังสิ่งที่ผู้ผลิตเกมต้องการจะถ่ายทอดให้กับผู้เล่นเกมได้รับรู้ โดยผ่านเนื้อหาของเกม (Lo, 2008) ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) หมายถึง ในเนื้อหาของเกมจะเป็นสิ่งที่ผู้เล่นสามารถรับรู้ได้จากการเล่นเกมออนไลน์นั้นๆ เพื่อตีความหมายจากสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าชนิดหนึ่ง โดยการรับรู้จากสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อตอบสนองการรับรู้ในการประเมินความสนุกจากเกมและสิ่งต่างๆ ภายในเกมองค์ประกอบของเกมทั้งหมด ผู้เล่นจะเป็นคนกำหนดท่าทีและพฤติกรรมการแสดงออกต่อสิ่งต่างๆ ในทุกครั้งที่เล่นเกม เราจะรู้สึกผ่อนคลาย รู้สึกสนุก และอารมณ์ดี (DeVito, 2000) ปัจจัยภาวะไหลลื่น (Flow) หมายถึง ความเพลิดเพลินที่ผู้เล่นได้รับจากเกมออนไลน์ที่ได้เล่นอยู่ เนื่องจากความสนุกที่ได้รับจากเกมออนไลน์นั้นๆ สามารถตอบสนองความรู้สึกที่ดีที่สามารถเชื่อมต่อระหว่างตัวเกมออนไลน์และผู้เล่นเกมได้เป็นอย่างดี จะทำให้ผู้เล่นเกมรู้สึกจดจ่อกับตัวเกมมากกว่าสิ่งอื่นๆ รอบกาย คล้ายกับการปิดกั้นสิ่งอื่นเพื่อจดจ่ออยู่กับเกมออนไลน์ (Assael, 1998) ปัจจัยการกระทำ (act) หมายถึง ผู้ใช้เกมยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ ภายในเกมไปสู่บุคคลอื่นๆ ผ่านรูปแบบต่างๆ ทั้งด้านดีและด้านเสียเพื่อที่จะส่งต่อความรู้สึกไปยังผู้ที่ยังไม่เคยเล่นเกม เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถทราบถึงข้อมูลต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องลองใช้เกมเอง (Reiser, Driscoll & Vergara, 1987) ปัจจัยความเกี่ยวข้อง (relatedness) หมายถึง มีการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ในตัวผู้เล่นแต่ละคนที่มีต่อความเชื่อ ค่านิยม และความคิดเห็น ในการเล่น บางครั้งพบว่ามีการใช้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปในการแสดงออกถึงความคิดและความรู้สึกในตัวผู้เล่นแต่ละคน (สุบิน ยุระรัช, 2550) ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) หมายถึง การแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ผู้เล่นเกมมีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่นๆ โดยการแสดงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การอ่าน การโพสต์ข้อความต่างๆ การยอมรับในความ

คิดเห็นผู้อื่น และทำตามคำแนะนำของเกมออนไลน์ (ภัทรพล กาญจนปาน, 2552) ปัจจัยการตรวจสอบสังคม (Social Validation) หมายถึง ในกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีความสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่นในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะเด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬา E-SPORT ซึ่งกำลังมาแรงในตอนนี้ ถ้ามีการส่งเสริมและพัฒนาก็จะสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศได้ (สมยศ นาวีการ, 2540) การใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) หมายถึง ทัศนคติต่อการเล่นเกมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ดีหรือลบ ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อของผู้ใช้เกมออนไลน์และการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อแนวคิดของบัตรเติมเงินที่พวกเขาซื้อ ในช่วงชีวิตการเล่นเกมออนไลน์ของพวกเขา ผู้ใช้เกมออนไลน์มีความสนใจมากขึ้นในการตั้งใจเติมเงินเพื่อนำมาใช้เล่นเกม เช่น การซื้อเพื่อสะสมแต้ม หรือ ซื้อสะสมเกมออนไลน์เก็บไว้ในอนาคต (ณัชญ์ธนัน พรมมา, 2556)

จากข้อมูลข้างต้นที่ผู้วิจัยศึกษาถึง ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal) ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) ปัจจัยภาวะไหลลื่น (flow) ปัจจัยการกระทำ (act) ปัจจัยความเกี่ยวข้อง (Relatedness) ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) ปัจจัยการตรวจสอบสังคม (Social Validation) ต่อปัจจัยพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาระบบให้กับผู้ใช้เกมออนไลน์ รวมไปจนถึงการพัฒนารูปแบบเกมให้เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้เกมออนไลน์ได้มากขึ้นในการตอบสนองความต้องการให้ได้ประสิทธิภาพของการใช้เกมออนไลน์ได้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่

1.3.1.1 ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

1.3.1.2 เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

1.3.1.3 การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

1.3.1.4 ภาวะไหลลื่น (Flow)

1.3.1.5 การกระทำ (Act)

1.3.1.6 ความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

1.3.1.7 ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

1.3.1.8 การตรวจสอบสังคม (Social Validation)

1.3.18 พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

1.3.2 ศึกษาโดยเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มประชากรผู้ใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บตัวอย่างครั้งนี้อย่างน้อยจำนวน 225 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในเดือน ตุลาคม 2559

1.4 คำถามของงานวิจัย

ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

1.5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการใช้วางแผนการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้เล่นเกมออนไลน์

1.5.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้เล่นเกมออนไลน์ เช่น ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal) หมายถึง รูปแบบของเกมควรมีสิ่งเร้าที่มีความรู้สึกที่น่าดึงดูดใจ สร้างแรงกระตุ้น ที่ทำให้รู้สึกตื่นเต้นอยากเล่นเกม

1.6.2 เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) หมายถึง รูปแบบการนำเสนอของเกม เนื้อหาเกม ลักษณะภาพ ที่สื่อในการรับรู้ข้อมูลต่างๆ จากการเล่นเกมที่ตรงกับความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่ดูแล้วน่าสนใจ

1.6.3 การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) หมายถึง การรับรู้ผ่านทางการรับสัมผัสทางกาย การได้ยิน และการมองเห็นที่ได้ถ่ายทอดออกมาผ่านทางเกมออนไลน์ รู้สึกผ่อนคลาย สนุกสนาน และเพลิดเพลินเมื่อได้เล่นเกม

1.6.4 ภาวะไหลลื่น (Flow) หมายถึง การเล่นเกมจะสามารถทำให้ผู้ใช้เล่นรู้สึกจดจ่อและสนุก อยากรู้ อยากเล่น และให้ความสำคัญต่อเกมเพียงสิ่งเดียว โดยไม่สนใจสิ่งเร้าอื่นๆ รู้สึกเพลิดเพลินไปกับการเล่นเกม

1.6.5 การกระทำ (Act) หมายถึง การแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมโดยผ่านการแสดงออกในรูปแบบต่างๆ ที่สะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของผู้เล่นเกม

1.6.6 ความเกี่ยวข้อง (Relatedness) หมายถึง เป็นสร้างแนวคิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งในกลุ่มผู้เล่นเกมและกลุ่มผู้สนใจรายใหม่ ซึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ในอนาคตได้

1.6.7 ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) หมายถึง ความตั้งใจและมุ่งมั่นในการเล่นเกม การอ่านข้อความ การโพสต์แชร์ประสบการณ์ต่างๆ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายของเกม

1.6.8 การตรวจสอบสังคม (Social Validation) หมายถึง เป็นคำอธิบายตามหลักเหตุผลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของสิ่งนั้นอย่างมีระบบจนสามารถพยากรณ์สิ่งนั้นในอนาคตได้ผ่านทางเกม เช่น ประโยชน์ในการเล่นเกม การสร้างชื่อเสียงจากการเล่นเกม การรับผิดชอบต่อสังคม

1.6.9 พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) หมายถึง ผู้เล่นมีความมั่นใจในตัวเกมออนไลน์ และพฤติกรรมที่จะเติมเงินในการเล่นเกมออนไลน์

บทที่ 2
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความดึงดูดทางสายตา (visual appeal)

2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจ (thematic attractiveness)

2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของความสนุก (perceived enjoyment)

2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับภาวะไหลลื่น (flow)

2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการกระทำ (act)

2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความเกี่ยวข้อง (relatedness)

2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบสังคม (Social Validation)

2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.11 สมมติฐานการวิจัย

2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

Martins, Gonçalves, Branco, Barbosa, Melo & Bessa (2017) กล่าวว่า การแสดงผลของเกมออนไลน์ผ่านทางสายตา ผู้เล่นเกมสามารถแยกแยะความละเอียดของภาพในช่วง 8-12 ล้านสี เป็นจุดที่ผู้เล่นสามารถรับรู้ถึงความสวยงาม ความรู้สึกตื่นเต้น และสามารถดูรายละเอียดในภูมิภาคที่แตกต่างกันไปในช่วงสี่คำสั่งขนาดที่ปรับระดับได้โดยปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยี HDR ที่มีขนาดใหญ่จะเป็นช่วงที่ภาพของเกมออนไลน์น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ จะ

ขึ้นอยู่กับการแสดงผลผ่านหน้าจอ panoramic displays ที่คมชัดมากที่สุดเพื่อตอบสนองความสมจริงจากการประมวลผล

Merhi (2016) กล่าวว่า ความดึงดูดทางสายตาพูดได้อีกความหมายหนึ่งว่าเป็นความเย้ายวนใจจากภาพที่มองเห็นและมีการรับรู้ได้ทางสายตา จะเป็นลักษณะสื่อที่สามารถจับต้องได้ผ่านเกมออนไลน์ สภาพแวดล้อมภายในเกมที่สะท้อนถึง รูปลักษณ์ ความรู้สึก ความดึงดูดใจของเกมออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานจะเจอกับความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกผ่านทางการมองหน้าจอเกม รูปร่างลักษณะและสีสัน ส่วนนี่เป็นสิ่งที่สำคัญและมีความจำเป็นต่อการรับรู้ด้านประสบการณ์ที่จะได้พบเห็นของผู้ใช้งานจะสร้างขึ้นในภายหลังการใช้งาน

Mathwick, Malhotra & Rigdon (2001) กล่าวว่า ความดึงดูดทางสายตาจะขึ้นอยู่กับภาพรวมของเกมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะขึ้นอยู่กับองค์รวมของภาพที่ปรากฏขึ้นในจอแสดงผลของเกมออนไลน์ตลอดจนสีสันที่น่าสนใจเหมาะสมในการดึงดูดผู้เล่นเกม จะสามารถช่วยทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์เกิดความน่าสนใจในตัวเกมออนไลน์นั้นๆ ได้ดียิ่งขึ้นด้วย

Wang, Minor & Wei (2011) กล่าวว่า การที่จะสามารถสร้างการดึงดูดทางสายตานั้นจะต้องใช้หลักสุนทรียศาสตร์ เพราะจะสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานรู้สึกเพลิดเพลินไปกับการเล่นเกมออนไลน์ได้ดีขึ้น ส่วนหนึ่งจะเกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในเกมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด กฎข้อนี้สามารถนำไปใช้กับรูปแบบของเกมออนไลน์ได้ เช่น การเล่นเกมออนไลน์ผ่อนหน้าจอคอมพิวเตอร์จะทำให้เกิดความเย้ายวนใจจากภาพ โดยส่วนใหญ่มักจะมีการขับเคลื่อนโดยการออกแบบภาพที่สวยงามและมีความน่าดึงดูดใจทางกายภาพของวัตถุ ในสิ่งที่ผู้เล่นเกมออนไลน์จะสามารถรับรู้ได้ (Jordan, 1998) กล่าวว่า การวิจัยเกี่ยวกับภาพสุนทรียศาสตร์จากการใช้งานเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์แสดงให้เห็นว่า มีความเย้ายวนใจจากภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เล่นเกม

Vance, Cosaque & Straub (2008) กล่าวว่า การสร้างความดึงดูดทางสายตาผ่านสื่อเกมออนไลน์ จะเกี่ยวข้องกับการมองเห็นภาพของผู้เล่นเกมเป็นอย่างมาก สิ่งเหล่านี้จะสามารถส่งผลโดยตรงกับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ โดยผ่านทางการมองเห็นของผู้เล่นเกมออนไลน์เป็นหลักในการสร้างความสนใจจากการปรากฏตัวผ่านรูปแบบของวัตถุที่ผู้ใช้งานได้เปิดเข้าไปขณะเล่นเกมออนไลน์ ทั้งหมดนี้จะขึ้นอยู่กับคุณภาพของภาพ ถ้าสิ่งนั้นสูงขึ้นจะเป็นสิ่งดึงดูดผู้ใช้งานเกมออนไลน์ให้เข้ามาใช้งานมากขึ้น พร้อมทั้งจะช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า ความดึงดูดทางสายตา หมายถึง รูปแบบการแสดงผลเกมออนไลน์ ควรมีความสวยงาม มีภาพน่าดึงดูดใจ และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เล่น ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่ไม่ใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา เหมือนการเล่นเกมออนไลน์สายตาของผู้

เล่นก็จะจดจ่ออยู่แต่กับเนื้อหาที่เป็นของเกมออนไลน์นั้นๆ ดังนั้นปัจจัยความดึงดูดทางสายอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

Lo (2008) กล่าวว่า เนื้อหาเกมออนไลน์มีคุณสมบัติหลายอย่างในการสร้างความน่าสนใจ ที่จะใช้ดึงดูดผู้เล่นเกมออนไลน์จำนวนมาก ผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถที่จะสร้างองค์กรเสมือนของตัวเอง สร้างกลุ่มบุคคล และทีมงานในการเก็บเลเวล สิ่งต่างๆ ทั้งหมดนี้จะขึ้นอยู่กับความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ต้องการใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ของผู้เล่นเกมออนไลน์ หรืออาจจะรวมไปถึงปัจจัยแอบแฝงต่างๆ ที่จะสามารถเกิดขึ้นจากเกมออนไลน์อีกด้วย ทั้งนี้เพื่อนๆ สมาชิกภายในกลุ่มจะต้องร่วมมือกันเพื่อที่จะทำภารกิจของเกมออนไลน์ให้ประสบความสำเร็วในแนวทางที่มีความหลากหลายรูปแบบ เช่น การแลกเปลี่ยนสินทรัพย์เสมือนชีวิตจริง มีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การสร้างสังคมภายในตัวเกมให้มีความน่าอยู่มากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมาก่อน (Granitz & Ward, 1996) ทั้งหมดนี้สามารถทำได้โดยไม่จำเป็นต้องระบุชื่อโดยไม่ต้องกลัวที่จะถูกประเมิน หรือต้องได้รับการรับรองจากผู้อื่น

Gagne & Robert (1985) กล่าวว่า ความน่าสนใจในเนื้อหาของเกมออนไลน์ จะเป็นความสนใจหรือความใส่ใจที่เกิดขึ้นผ่านทางจิตใจที่มีความสืบเนื่องกันต่อๆ กันไปเป็นทอดๆ ไม่ใช่เป็นลักษณะเพียงอย่างเดียว มีรูปแบบการเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การทำให้เกิดความใส่ใจ (attention set) กล่าวคือ ผู้เล่นเกมออนไลน์จะต้องมีความชอบต่อสิ่งนั้นๆ เช่น ชอบในภาพเคลื่อนไหวจากตัวเกมออนไลน์ ชอบเสียงตัวละครในเกมออนไลน์ที่มีความไพเราะน่าฟัง เมื่อเกิดความสนใจในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ภายในเกมก็จะสามารถทำให้เกิดความต้องการที่จะทำการเล่นเกมออนไลน์ การตอบสนองนี้จะเกิดขึ้นสืบเนื่องกันเป็นห่วงโซ่ตลอดไปเรื่อยๆ ในขณะที่ผู้เล่นเกมยังมีความสนใจอยู่นอกจากนี้ ผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีความรู้สึกที่ดีต่อเกมออนล์หรือคิดตามไปด้วยตลอดเวลาในการเล่นเกมเหล่านั้น

กุญชรี ค้าขาย (2540) กล่าวว่า เนื้อหาที่น่าสนใจในเกมออนไลน์ เป็นพฤติกรรมที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะส่งมอบไปสู่ตัวผู้เล่นเกม เป็นการแสดงออกในรูปแบบหนึ่งเพื่อที่จะต้องการให้ผู้เล่นเกมได้เรียนรู้ระดับความน่าสนใจในตัวเนื้อหาของเกมออนไลน์นั้นๆ รวมไปถึงความเอาใจใส่ที่จะเพิ่มขีดจำกัดในการส่งมอบเนื้อหาของเกมออนไลน์ให้มากขึ้น โดยการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความน่าสนใจและมีความตื่นเต้นมากยิ่งขึ้น

ปิยะนุช ประจักษ์จิต (2525) กล่าวว่า ความสนใจในเนื้อหา เกิดจากสภาวะของร่างกาย และจิตใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ ที่มีความพร้อมในการอยากที่จะรับรู้ถึงข้อมูลต่างๆ จากสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการจะถ่ายทอดออกไปสู่ผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยเป็นการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของผู้เล่นเกมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะต้องทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่จะเป็นการใช้

ความคิดรวบยอดในการสร้างกระบวนการส่งต่อในการรับรู้ทางด้านเนื้อหา เพื่อเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจในการรับรู้เนื้อหาของผู้เล่นเกมออนไลน์ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าความสนใจในเนื้อหาของเกมออนไลน์เป็นกระบวนการขั้นแรกในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์จากเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้เล่นเกมออนไลน์ ที่จะช่วยทำให้เกิดขึ้นในร่างกายและจิตใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ที่พร้อมจะรับข้อมูลอย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นผลทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์เกิดพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ มีความสนใจในเนื้อหาของเกมออนไลน์ และต้องการกระทำภาระกิจภายในเกมออนไลน์ให้บรรลุจุดหมาย

วิยะดา บัวเผื่อน (2531) กล่าวว่า เนื้อหาที่มีความสนใจมีความสำคัญต่อการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เป็นอย่างยิ่ง ผู้เล่นเกมจะต้องมีความสนใจก่อนจึงทำให้กระบวนการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทผู้ให้บริการได้ตั้งไว้ เพราะสิ่งเร้าหรือการเสริมแรงต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนรู้มีความพอใจเกิดความมุ่งมั่นและมีความสนใจ ได้ตลอดเวลาในขณะที่มีการทำกิจกรรมต่างๆ ภานใยเกมออนไลน์

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า เนื้อหาที่น่าสนใจ หมายถึง เนื้อหาของ การวางรูปแบบลักษณะภาพ พื้นหลังของเกมออนไลน์มีความสำคัญต่อผู้เล่น เหมือนกับว่าผู้เล่นเกมชอบในเกมออนไลน์ ผู้เล่นเกมออนไลน์ก็จะศึกษาการใช้งาน และ ตั้งใจในการเล่นเกม ดังนั้นปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.3 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

Alzahrani, Mahmud, Ramayah, Alfarraj & Alalwan (2017) กล่าวว่า การรับรู้ของความสนุกจะเป็นความเพลิดเพลินในการรับรู้ ขอบเขตที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต้องการถ่ายทอดไปสู่ผู้เล่นเกมจากการใช้ระบบที่เฉพาะเจาะจง ผู้เล่นเกมจะมองว่าเป็นเรื่องที่สนุกสนาน เกิดจากความพึงพอใจในการรับรู้ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ถือเป็นอิทธิพลที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเกมออนไลน์โดยผู้เล่นเกมออนไลน์อีกด้วย ทั้งนี้รวมไปถึงอิทธิพล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับรูปแบบความชอบของผู้เล่นเกมซึ่งถือว่าเป็นสิทธิของผู้เล่นเกมนอกเหนือจากผลการปฏิบัติงานที่เกิดจากการใช้ระบบเกมออนไลน์

Liu & Li (2011) กล่าวว่า การรับรู้ของความสนุกจะขึ้นอยู่กับนวัตกรรมด้านไอทีนั้นๆ เป็นหลักสำคัญอีกด้วย เพราะจะสามารถได้รับอิทธิพลมาจากระดับความเพลิดเพลินในการรับรู้จากผู้เล่นเกม เพื่อเป็นการเปิดโลกให้กว้างขึ้น สำหรับการนำไปใช้กับเทคโนโลยีเกมออนไลน์ใหม่ๆ ถ้าทางบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์คิดว่ามันมีการสร้างประโยชน์ รู้สึกถึงความพึงพอใจ และสนุก ผู้เล่นเกมออนไลน์จะเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการเล่นเกมออนไลน์ เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภทต่างๆ จะเกี่ยวข้องกับการสร้างความสนุกสนานในการเล่นเกมของผู้เล่นเกมออนไลน์

Hsu & Lu (2007) กล่าวว่า การรับรู้ของความสนุกไม่ได้มีรูปแบบอะไรที่สามารถชี้วัดความสมบูรณ์แบบที่สมบูรณ์ได้สำหรับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ดังนั้นกลุ่มผู้ให้บริการอาจจะจำเป็นต้องเปลี่ยนจากการรับรู้ของความสนุกให้กลายมาเป็นความเพลิดเพลินในการรับรู้ ซึ่งจะมีความหมายที่ค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกัน ความเพลิดเพลินจะเป็นตัวบ่งบอกถึงความชอบหรือไม่ชอบเกมออนไลน์ดังกล่าวได้ บริษัทผู้ให้บริการเชื่อว่าคุณลักษณะของเกมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้เล่นที่เกี่ยวข้องว่าจะเล่นเกมหรือไม่

Devito (2000) กล่าวว่า ความหมายของการรับรู้ของความสนุกเป็นกระบวนการเลือก รวบรวมข้อมูล แปลผล หรือการตีความหมายทางด้านสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าชนิดหนึ่งโดยที่จะผ่านการรับรู้ทางการสัมผัสของประสาทสัมผัส 5 ห้า อันได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การรับรู้รสชาติ การรับรู้สัมผัสทางกาย และการได้ยินเสียง โดยที่การรับรู้จะเป็นส่วนกำหนดกรอบแนวคิดของผู้เล่นเกมออนไลน์ในการประเมินค่าความรู้สึกต่อสิ่งต่างๆ ที่อยู่ภายในเนื้อหาของเกมออนไลน์ และเป็นตัวกำหนดท่าทีและพฤติกรรมการแสดงออกต่อสิ่งต่างๆ ของผู้เล่นเกมออนไลน์ พูดได้อีกนัยหนึ่งคือ การรับรู้เป็นกระบวนการที่ผู้เล่นเกมใช้ในการเชื่อมโยงการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ภายในเกมออนไลน์ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ความสนใจในการศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องการรับรู้ของผู้เล่นเกมจึงเป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาด้านการรับรู้ของความสนุก

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ของความสนุก หมายถึง กระบวนการ ทางความคิดของผู้เล่นเกมออนไลน์ที่แสดงออกถึงความรู้ความเข้าใจ ความตื่นเต้น ความสนใจ ที่มีผลมาจากกระบวนการรับรู้และตีความสิ่งเร้าต่างๆ ภายในเกม ที่สัมผัสด้วยความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลและประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคลจึงมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งการรับรู้จะส่งผลต่อพฤติกรรม ของบุคคลที่แสดงออกต่อการรับรู้ในสิ่งนั้น การเล่นเกมออนไลน์ก็จะส่งผลต่อการรับรู้ทางด้านอารมณ์ ว่าไปในทิศทางใด มีความสนุก โมโห ดีใจ ได้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นปัจจัยการรับรู้ของความสนุกอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.4 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับภาวะไหลลื่น (flow)

Alzahrani, et al. (2017) กล่าวว่า การไหลลื่นถูกนิยามว่าเป็น ความรู้สึกแบบองค์รวมที่ผู้คนรู้สึกเมื่อกระทำโดยรวม เมื่อบุคคลเข้าสู่สถานะไหลลื่นพวกเขามีจะมีแนวโน้มที่เน้นการละเว้นการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมใดๆ ในขณะที่เข้าร่วมกิจกรรมปัจจุบันของพวกเขา เช่น ความเพลิดเพลินในขณะที่เล่นเกมออนไลน์

Hsu & Lu (2007) อธิบายการไหลลื่นว่า เป็นสิ่งเร้าที่มีตัวผู้เล่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งในเกมด้วยทั้งหมด มีความสนใจและความพร้อมจากประสบการณ์ที่สนุกสนาน นักวิจัยหลายคนได้แนะนำให้ใช้ประสบการณ์ในการไหลลื่นเพื่อให้เข้าใจกว่า ในความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคเกมออนไลน์

(Lee, 2009) ระบุว่าการรับส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีทางออนไลน์ ยังได้รับอิทธิพลอย่างมากจากประสบการณ์การไหลลื่น (Pilke, 2004) ยังชี้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์เป็นการใช้ประโยชน์ยังและได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์การไหลลื่นอีกด้วยของแต่ละบุคคลที่สูงขึ้นจนกลายเป็นความตั้งใจ

Chang, Liu & Chen (2014) กล่าวว่า เกมออนไลน์ประกอบด้วยกราฟิกที่มีคุณภาพสูงท้าทายและสร้างแรงบันดาลใจที่ดึงดูดผู้เล่นให้เล่น เพื่อเป็นสร้างการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การไหลและเจตคติต่อการเล่นเกม

Assael (1998) ทฤษฎีการไหลไปของข่าวสารสองขั้นตอน (Two-step Flow Theory) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่เชื่อว่า กระบวนการสื่อสารแบบปากต่อปาก หรือ WOM เป็นการไหลไปของข่าวสาร 2 ขั้นตอน คือ ข่าวสารจะไหลจาก สื่อมวลชน ไปยังผู้นำทางความคิด และจากผู้นำทางความคิดไปยังผู้ตาม พวกเขาเชื่อว่า ผู้นำทางความคิดจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่าผู้ตาม ผู้นำทางความคิดจะทำหน้าที่เป็นคนกลาง ระหว่างสื่อมวลชนกับผู้บริโภคอื่นๆ คนส่วนใหญ่ของผู้บริโภคเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารที่เฉื่อยชาวางเฉย ไม่ตื่นตัว และการไหลไปของข่าวสารจะไหลไปทางเดียว

ทฤษฎีการไหลไปของข่าวสารหลายขั้นตอน (Multi Step Flow Theory or Multistage Interaction) แม้ว่าทฤษฎีที่สองมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการอิทธิพล ทางด้านบุคคลแต่ก็ยังมีข้อผิดพลาดหลายประการในส่วนของการไหลไปของข่าวสารและทิศทาง ของอิทธิพลอันเกิดจากผู้รับและผู้ส่งข่าวสารโดยมีเหตุผล 3 ประการคือ

1. ผู้ตามไม่ใช่เป็นผู้เฉื่อยชาวางเฉยอย่างที่เข้าใจแต่เขาอาจเป็นผู้เริ่มต้น สอบถามหาข้อมูลรวมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นที่ไม่ได้เรียกร้องอีกด้วย

2. ผู้ให้ข้อมูลข่าวสารในขณะเดียวกัน ยังเป็นผู้รับข่าวสารด้วยนั่น คือผู้นำทางความคิดได้รับอิทธิพลมาจากผู้ตามด้วยเช่นเดียวกัน หรือในทางกลับกันผู้แสวงหาข้อมูลจากผู้อื่น ก็จะให้ข้อมูลต่อผู้อื่นด้วยนั่นเองอิทธิพลของการไหลไปของ WOM จึงเป็นไปในลักษณะ 2 ทิศทาง ระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสาร

3. ผู้นำทางความคิดไม่ใช่เป็นเพียงผู้เดียวที่รับข้อมูลข้าวสารมาจากสื่อมวลชน ผู้ตามก็ได้รับอิทธิพลมาจากโฆษณาด้วยเหมือนกัน ยิ่งไปกว่านั้นผู้นำทางความคิดก็ไม่อาจจะควบคุมการไหลไปของข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ทั้งหมดที่จะส่งผ่านไปยังกลุ่มผู้ตาม เพราะยังมี 29 ผู้รวบรวมข้อมูล (Gatekeeper or Information Gatherers) ทำหน้าที่พิจารณาตัดสินใจว่าข้อมูล ที่ได้รับจากสื่อมวลชนควรส่งผ่านไปยังกลุ่มผู้รับหรือไม่อีกต่อหนึ่งผู้รวบรวมข้อมูลจะแตกต่าง จากผู้นำทางความคิดคือจะทำหน้าที่แนะนำความคิดและข้อมูลให้กลุ้มรับรู้แต่อาจจะไม่มีอิทธิพล ต่อกลุ่ม

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า ภาวะไหลลื่น คือ ความรู้สึกอยากรู้ อยากเล่นในเกมออนไลน์ความเพลิดเพลินที่ได้รับในขณะเล่นเกม จะทำให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะมีจิตใจจดจ่ออยู่ที่เกม

เพียงอย่างเดียว ดังนั้นปัจจัยภาวะไหลลื่นอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.5 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการกระทำ (Act)

Reiser, Driscoll & Vergara (1987) กล่าวว่า การกระทำเป็นทฤษฎีทั่วไปของความรู้ความเข้าใจในการพัฒนา โดยจะมุ่งเน้นไปทางด้านของกระบวนการสร้างการกระทำทางด้านการกระทำของผู้เล่นเกมออนไลน์ แต่จะมีความแตกต่างกันใน 3 ประเภทของโครงสร้างการกระทำ อย่างแรกต้องทำการเปิดเผยการกระทำในการดำเนินการ และการทำงาน การกระทำที่ประกาศใช้ในรูปแบบของการเชื่อมโยงความหมายโดยการนำเสนอผ่านภาพภาพ การกระทำขั้นตอนคือ ข้อมูลการกระทำในรูปแบบของการแชร์การแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆที่แต่ละคนมี การกระทำที่อยู่ในรูปแบบที่เปิดเผย โดยการกระทำระยะยาวของผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีประสบการณ์ที่หลากหลาย ให้รูที่รับฟังเกิดความอยากรู้ อยากเล่นในตัวเกม

Skinner (1990) กล่าวว่า การกระทำทางด้านพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือพฤติกรรมหรือการตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ หรือเป็นปฏิกิริยาสะท้อนซึ่งผู้เล่นเกมออนไลน์ไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ เช่น การกระพริบตา การมอง หรือการเกิดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่ส่งผ่านการเล่นเกมออนไลน์ผ่านมายังผู้เล่นเกมออนไลน์ ในขณะนั้น อีกรูปแบบหนึ่งก็คือ พฤติกรรมที่เกิดจากผู้เล่นเกมออนไลน์เป็นผู้กำหนด หรือเลือกที่จะแสดงออกมา ส่วนใหญ่จะเป็นพฤติกรรมที่ผู้เล่นเกมออนไลน์แสดงออกในขณะที่ได้ทำการเล่นเกมออนไลน์ เช่น อารมณ์ต่างๆ ในตอนที่ได้เล่นเกม และการเล่นเกมออนไลน์ยังสามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของผู้เล่นเกมได้เป็นอย่างดี

Regan (1971) กล่าวว่า การกระทำของผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีความตั้งใจแบ่งปันประสบการณ์เพื่อให้ส่งผลกระทบต่อผู้เล่นเกมรายอื่น จะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน หรือมีการส่งต่อการกระทำที่ตัวผู้เล่นเคยได้รับมาจากผู้เล่นอื่น ส่งต่อไปยังผู้เล่นรายใหม่ๆ เพื่อเป็นการสร้างรูปแบบของเกมออนไลน์ให้มีความน่าสนใจน่าติดตามมากขึ้น

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า การกระทำ คือ การแบ่งปันประสบการณ์ข้อมูลในการเล่นเกมที่สะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของผู้เล่นเกม เพื่อนำประสบการณ์ใหม่ๆที่ได้รับจากเพื่อนมาปรับปรุงชีวิตทางสังคมได้ ดังนั้นปัจจัยการกระทำอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.6 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

Seufert, Burger, Lorey, Seith, Loh & Tran-Gia (2016) กล่าวว่า ความเกี่ยวข้อง คือ แนวโน้มของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่จะคอยตอบแทนผู้ใช้งานเกมออนไลน์คนอื่นๆ เช่นเดียวกับผู้เล่นเกมอื่นๆ ที่เคยปฏิบัติตามเรื่องราวที่ถูกใจต่อตัวเอง ดังนั้นบุคคลเหล่านี้จะมีอัตราการกระทำเรื่องราวดีๆ ต่อผู้ใช้งานเกมออนไลน์คนอื่นๆ โดยที่บุคคลเหล่านั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์และเรื่องราวที่ดีๆ ออกไปโดยไม่กลัวผลกระทบที่จะสะท้อนกลับมาสู่บุคคลผู้กระทำ เพื่อเป็นการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ถ้ามีผู้ใช้งานเกมออนไลน์คนอื่นๆ ได้ให้เงินมา ผู้เล่นเกมคนนั้นก็จะมีแนวโน้มว่า ต้องพยายามทำสิ่งนั้นคืนให้กับผู้เล่นเกมคนอื่นๆ ด้วย แต่ถ้าในทางกลับกันผู้เล่นเกมไม่เคยได้รับเงินจากผู้เล่นเกมรายอื่นก็จะคิดว่าผู้เล่นเกมรายอื่นไม่สนใจ แล้วทำไมต้องไปสนใจผู้เล่นเกมคนอื่นด้วย

Regan (1971) กล่าวว่า ความเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีแนวโน้มที่ตอบสนองผู้เล่นเกมออนไลน์รายอื่น การสร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆของเกมออนไลน์ จะมีอิทธิพลต่อกันและกันเป็นกระบวนการสองทาง ในที่นี้จะกล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ทางสังคม การปฏิสัมพันธ์ในกลุ่ม และการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

สุบิน ยุระรัช (2550) กล่าวว่า ความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติกับความเชื่อค่านิยม และความคิดเห็น คำว่าทัศนคตินี้มีคำอื่นๆ ที่มักใช้ปะปนกันอยู่เสมอเช่น คำว่าความเชื่อ ค่านิยม และความคิดเห็น เป็นต้น ดังนั้น ในการศึกษาหรือการวัดทัศนคติถ้าผู้วัดมีความเข้าใจใน นิยามและขอบเขตของทัศนคติอย่างแท้จริงแล้ว ก็จะทำให้การศึกษาหรือการวัดนั้นเป็นไปอย่าง ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายทัศนคติกับความเชื่อ ในการศึกษาทัศนคติบางครั้งเรามักจะพบว่ามีการใช้คำว่าทัศนคติกับความเชื่อ ปะปนกันอยู่เสมอแต่โดยแท้จริงแล้ว ทัศนคติและความเชื่อมีความหมายที่แตกต่างกัน

นงรัก บุญเสริฐม (2554) กล่าวว่า ความเกี่ยวข้องมีมาตั้งแต่สมัยแรกเริ่มของจิตวิทยาสังคม และเป็นมโนทัศน์หนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนักจิตวิทยาสังคมเป็นจำนวนมากในทุกยุคทุกสมัย เพราะความเกี่ยวข้องในทัศนคติมีความสำคัญต่อชีวิตของคนกลุ่มคนที่เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ ด้วยเหตุที่ทัศนคติมีความสำคัญดังกล่าวนี้นักจิตวิทยาจึงพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการต่างๆ เพื่อวัด ทัศนคติของคนในการเล่นเกมออนไลน์

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า ความเกี่ยวข้อง หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆระหว่างบุคคลผ่านทางการเล่นเกมออนไลน์ ดังนั้นปัจจัยความเกี่ยวข้องอาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.7 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

Seufert, et al. (2016) กล่าวว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอขึ้นอยู่กับผู้เล่นเกมออนไลน์ที่ต้องเป็นคนมีความมุ่งมั่นตั้งใจ และมีความสม่ำเสมอในการกระทำสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากเกมออนไลน์ อาจจะเป็นสิ่งที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ได้เคยกระทำมาแล้ว หรือยังไม่เคยก็ตาม ถ้าผู้เล่นเกมออนไลน์ตัดสินใจ หรือพูดออกมาด้วยวาจาถึงเป้าหมายผู้เล่นเกมออนไลน์จะพยายามทำสิ่งเหล่านั้นให้บรรลุเป้าหมายตามที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ยอมรับว่ามันสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตัวเอง ความเห็นหรือพฤติกรรมของผู้อื่นที่เล่นเกมออนไลน์จะไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติต่อบุคคลนั้นได้ ซึ่งจะหมายความว่าบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น จะแนวโน้มที่จะได้รับอิทธิพลอีกครั้งโดยบุคคลคนเดียวกันในอนาคต เช่นผู้ติดเกมก็จะมีความมุ่งมั่นที่จะเล่นเกมทั้งวันทั้งคืน โดยไม่ยอมทำอย่างอื่น มีการแนะนำเพื่อนหรือคนอื่นๆมาเล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน

โดยมีหลักฐานทางสังคมสามารถอธิบายถึงผลกระทบที่บุคคลมีแนวโน้มการตรวจสอบความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอของผู้อื่น ผู้เล่นเกมออนไลน์จะมองไปที่พฤติกรรมของคนอื่น หรือแม้กระทั่งสมมติว่าคนอื่นๆจะทำสิ่งนั้นๆ ขณะที่พวกเขาพยายามที่จะตรวจสอบพฤติกรรมความสม่ำเสมอของพวกเขาและใช้เปรียบเทียบกับคนอื่นๆ ที่เล่นเกมออนไลน์เดียวกันที่เชื่อว่ามีพฤติกรรมความสม่ำเสมอที่ถูกต้อง มีหลายอย่างที่รู้จักกันดีผลกระทบของการพิสูจน์ทางสังคม เช่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนที่ไม่ได้ช่วยเหลือคนอื่น เพราะคนอื่นเคยให้ความช่วยเหลือมาก่อน ผลกระทบอันนี้จะสามารถอธิบายได้แม้ว่าการทำสิ่งที่ดีกันผู้เล่นเกมรายอื่นจะทำให้ผู้เล่นเกมที่ได้รับมีความมุ่งมั่นที่จะกระทำเรื่องนั้นๆ สืบต่อไปในสังคมของเกมออนไลน์ และมีแนวโน้มที่จะเห็นได้ถึงความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอของตัวผู้เล่นเกม เพื่อแสดงออกถึงความจริงจังกับคนอื่นๆ ที่ทำคล้ายๆ กัน หรือจะทำให้ในสังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น

Mike (2015) กล่าวว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอมีความสอดคล้องทางจิตวิทยาของ Robert Cialdini มีข้อค้นพบที่น่าสนใจมากมาย และขั้นตอนทางจิตวิทยานี้มีความสอดคล้องและมุ่งมั่นในบางครั้งอาจทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์เข้าใจผิดได้ ความต้องการของผู้เล่นเกมจะให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอและความมุ่งมั่น นี่จะเป็นหลักการสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากผู้เล่นเกมออนไลน์อาจจะนำทางไปสู่แนวทางที่สอดคล้องกัน เพราะโดยส่วนใหญ่ความสอดคล้องจะเกิดขึ้นกับความชอบของผู้เล่นที่ที่มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามแบบแผนของเกมออนไลน์

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ หมายถึง การกระทำหรือความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกต่อสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่แสดงถึงความตั้งใจ และทำให้เกิดกำลังใจที่จะร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ เช่น การอ่านข้อความ การโพสต์ การแบ่งปันรูปแบบการเล่นของเกมออนไลน์ให้ผู้อื่นได้รับรู้และสนใจอยากเล่นตาม ดังนั้นปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมออาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.8 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบสังคม (Social Validation)

สมยศ นาวีการ (2540) กล่าวว่า ทฤษฎีการตรวจสอบสังคมดังกล่าวจะมีขอบเขตกว้างขวางมากที่จะสามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับผู้เล่นเกมออนไลน์แต่ละบุคคล กลุ่มผู้เล่นเกมจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ รวมไปถึงคำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสังคม ข้อสำคัญนั้นจะต้องเป็นไปตามหลักเหตุผล มีระบบระเบียบพอที่จะเป็นฐานในการพยากรณ์เรื่องทำนองเดียวกันในอนาคตได้ โดยทั่วไปความพยายามที่จะอธิบายส่วนหนึ่งส่วนใดของสังคม ถือได้ว่าเป็นทฤษฎีทางสังคม คือการวางรูปแบบทั่วๆ ไป หรือข้อสรุปที่ใช้ได้ทั่วไป เพื่ออธิบายปรากฏการณ์การตรวจสอบสังคมอย่างใดอย่างหนึ่ง

Kelman (1958) กล่าวว่า การตรวจสอบสังคมเป็นการเปลี่ยนแปลงในการกระทำจากผู้เล่นเกมออนไลน์ หรือการปฏิบัติตามการกระทำ ที่จะสามารถทำให้เป็นเรื่องสากล การปฏิบัติตามข้อกำหนดจะอธิบายการตอบสนองความต้องการทางสังคมของแต่ละผู้เล่นเกม คือการยอมรับของทัศนคติเนื่องจากความชื่นชอบ หรือสิ่งที่น่าชมเชย อธิบายการยอมทางสังคมให้เกิดบรรทัดฐาน หรือพฤติกรรมจากคนอื่นๆ นั้นมีความสำคัญของอิทธิพลต่อเครือข่ายสังคมได้ และจะได้รับการยอมรับในระดับมาก การส่งผลต่อการเผยแพร่ข้อมูลและสามารถทำไห้มีการเพิ่มการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เล่นเกมออนไลน์อาจนำไปสู่การสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศได้

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า การตรวจสอบสังคม หมายถึง การพัฒนา การวางกฎระเบียบในการเล่น เพราะเด็กปัจจุบันติดเกมเป็นอย่างมาก แต่ถ้าได้รับการดูแล และให้คำแนะนำก็จะสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับเด็กเหล่านั้น และอาจรวมไปถึงการแข่งขันที่อาจจะสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศก็ได้ ดังนั้นปัจจัยการตรวจสอบสังคมอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.9 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

ณัชญ์ธนัน พรมมา (2556) การซื้อบัตรเติมเงินค่าเล่นเกมออนไลน์มีการอธิบายโดยทฤษฎีตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) นำเสนอโดย Ajzen มีการพัฒนาตั้งแต่ ปี 1985 ทฤษฎีนี้อธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการชี้นำโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม ซึ่งความเชื่อแต่ละตัวจะส่งผลต่อตัวแปรต่างๆ การแสดงความรู้ความเข้าใจในการเตรียมพร้อมของบุคคลในเจตนาเชิงพฤติกรรมที่กำหนด และถือว่าเป็นพฤติกรรมนำทันที เช่น TPB ได้ถูกนำมาใช้พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (ตัวอย่าง เกมออนไลน์เป็นการเล่นเพื่อผ่อนคลาย) และการรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (ตัวอย่าง ความปลอดภัย

ในการเล่นเกมออนไลน์) การควบคุมเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ ทัศนคติต่อการเล่นเกมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ดีหรือลบ ได้รับอิทธิพลจากความเชื่อของผู้บริโภคเกมออนไลน์และการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อแนวคิดของบัตรเติมเงินที่พวกเขาซื้อ ในช่วงชีวิตการเล่นเกมออนไลน์ของพวกเขา ผู้บริโภคเกมออนไลน์มีความสนใจมากขึ้นในการซื้อบัตรเติมเงินเพื่อนำมาใช้เล่น เช่น การซื้อเพื่อสะสมแต้ม หรือซื้อสะสมเก็บไว้ มีความต้องการเพิ่มขึ้นกับอุปทานที่มีอยู่อย่างจำกัด

การใช้บริการ คือ ความเต็มใจของบุคคลในการกระทำพฤติกรรม โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดพฤติกรรมตามแผน (ณัชญ์ธนัน พรมมา, 2556) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การอธิบายการใช้โดยตรงและโดยอ้อมของผู้คนในหลายๆกรณีอย่างเช่น ความตั้งใจในการเล่นเกม การเอาชนะของเกมในการวัดโดยตรง ของปัจจัยเหล่านี้ทัศนคติหมายความถึง การตัดสินเชิงประเมินข้อดีข้อเสียของในการแสดงพฤติกรรมนั้น ในขณะที่การคล้อยตามหมายถึง ความรับรู้ของบุคคลถึงแรงกดดันทางสังคมในการแสดงพฤติกรรม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายความถึงความมั่นใจในการรับรู้ของผู้เล่นที่มองเห็นจากเกม (ณัชญ์ธนัน พรมมา, 2556) ทฤษฎีแนวคิดพฤติกรรมตามแผนนี้ถูกใช้อย่างกว้างขวางโดยนักวิจัยมากมายมายาวนานจนถึงปัจจุบัน ซึ่งด้วยการเลือกใช้ทฤษฎีแนวคิดพฤติกรรมตามแผนเป็นพื้นฐาน

ณัชญ์ธนัน พรมมา (2556) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่เป็นที่จดจำได้มากที่สุด แนวคิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ระยะ 1.รับรู้ปัญหา 2.หาข้อมูล 3. ประเมินทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ และ 5. พฤติกรรมหลังซื้อ นอกจากนี้ ยังยืนยันว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นชุดขั้นตอนที่เป็นผลลัพธ์จากการ รับรู้ปัญหา การค้นหาทางออก การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจมีการโต้แย้งต่อมาว่าเจตนาการซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น การซื้อโดยไม่ได้วางแผนการซื้อโดยวางแผนบางส่วน และการซื้อโดยวางแผนสมบูรณ์การซื้อโดยไม่ได้วางแผนหมายความว่าผู้บริโภคตัดสินใจตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เห็นในร้านค้า สามารถกล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมการซื้อที่ถูกผลักดัน การซื้อโดยวางแผนบางส่วนหมายความว่า ผู้บริโภคจะวางแผนเลือกซื้อประเภทสินค้ามาแล้ว ส่วนชนิดของสินค้าและแบรนด์จะมาตัดสินใจทีหลัง การซื้อโดยวางแผนสมบูรณ์หมายความว่าลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกประเภทชนิด และแบรนด์ ของสินค้ามาแล้วก่อนซื้อ เสนอว่าทัศนคติของแต่ละบุคคลและสถานการณ์ที่คาดเดา ไม่ได้มีอิทธิพลต่อเจตนาการซื้อทัศนคติของส่วนบุคคลประกอบไปด้วยความพึงพอใจต่อผู้อื่น และ การเชื่อความคาดหมายของผู้อื่นและสถานการณ์ที่คาดเดาไม่ได้แสดงว่าผู้บริโภคเปลี่ยนเจตนาการซื้อ เพราว่ามีสถานการณ์บางอย่างกำลังเกิดตัวอย่างเช่น เมื่อราคาสินค้าสูงกว่าที่คาดหวัง เจตนาการซื้อของผู้บริโภคได้รับการพิจารณาว่าเป็นความเอนเอียงส่วนบุคคลต่อตัว ผลิตภัณฑ์และเป็นดัชนีสำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมผู้บริโภค ใช้ความเป็นไปได้ในการซื้อเจตนาที่จะซื้อ และพิจารณาที่จะซื้อ เป็นตัววัดเจตนาการซื้อ หรือการตั้งใจเติมเงินของเกมออนไลน์เพราะผู้เล่นมีความตั้งใจที่จะเล่นจึงยอมที่จะเสียเงินในการซื้อ

จากบทความข้างต้น สรุปได้ว่า การใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล หมายถึง ทัศนคติของแต่ละบุคคลและสถานการณ์ที่ใช้เกมออนไลน์เป็นประจำ จึงมีความรู้สึกที่ดีในการใช้เกมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงความเชื่อ ความตั้งใจในการเล่นเกม จึงส่งผลไปถึงการตั้งใจที่จะเติมเงินเกมออนไลน์เป็นประจำ ดังนั้นการใช้เกมออนไลน์มากไปจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลในอนาคตได้

2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Seufert, et al. (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การหักเงินของอิทธิพลและความไว้วางใจระหว่างบุคคลทั้งสองเพียง แต่จากข้อมูลที่มีวัตถุประสงค์ในสังคมออนไลน์เครือข่าย (OSNs) เป็นวิธีการที่ค่อนข้างคลุมเครือ การประเมินผลอัตนัยผ่านการสำรวจผลิตผลลัพธ์ที่ดีกว่าแต่ยากที่จะดำเนินการพิจารณาจำนวนเงินที่มากมายของมิตรภาพของผู้ใช้ OSN งานนี้นำเสนอกรอบการทำงานสำหรับการสำรวจส่วนบุคคลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ใน OSNs ซึ่งต่อไปนี้วิธีการ gamification เกม Facebook ได้รับการพัฒนาซึ่งถูกใช้ในการประเมินผู้กระทำมีอิทธิพลต่อสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลความไว้วางใจขึ้นอยู่กับรุ่นจากจิตวิทยา ผลปรากฏว่ามันเป็นไปได้ที่จะได้รับความคิดเห็นอัตนัย และ (จำนวน จำกัด) ข้อมูลที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีเกม OSN นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลโดยนัยของ fluence และความไว้วางใจที่มีคำถามประเภทย่อยเป็นไปได้ในกรณีนี้

Hsiao & Tang (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการโพสต์ได้รับการยอมรับของเกมภาพยนตร์แนวมือถือ (MMGs) จากมุมมองของการตลาดเชิงประสบการณ์กับห้าองค์ประกอบของประสบการณ์ MMGs: ความน่าดึงดูดใจ การรับรู้ความบันเทิง, การไหล, การกระทำและความสัมพันธ์ วิธีการสำรวจออนไลน์ที่มีการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างถูกใช้ในการสังเกตุการตรวจสอบรูปแบบที่นำเสนอ รวมเป็น 388 แบบสอบถามที่ถูกต้องจากที่เกิดขึ้นจริงผู้ใช้ MMG ถูกเก็บรวบรวมถูกตรวจสอบความแตกต่างทางเพศที่มีศักยภาพ ผลลัพธ์ที่ได้สามผลงานทางทฤษฎี (1) ความจงรักภักดีต่อเกมภาพยนตร์จะถูกกำหนดโดยการไหล, การกระทำและความสัมพันธ์; (2) ความตั้งใจที่สามารถคาดการณ์ได้จากความน่าดึงดูดใจการรับรู้ความบันเทิง การกระทำและเกี่ยวข้อง และ (3) ความแตกต่างทางเพศได้รับพบว่าในความสัมพันธ์บางทฤษฎี

ศศทรรศน์ ศิริมหาธรรม (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทำการศึกษาการตลาดและสื่อโฆษณาที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร และร้านอาหารเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใจในอาหารบำรุงสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อชี้ให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างระหว่างอาหารบำรุงสุขภาพ กับอาหารพื้นฐานทั่ว ๆ ไป เพื่อให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น นอกจากนั้น การสื่อสารทางด้านอารมณ์โดยเน้นคุณประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพยังส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสนใจเลือกบริโภคอาหารบำรุงสุขภาพ

Merhi (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวาดภาพบนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทฤษฎี บทความนี้นำเสนอและสังเกตุการทดสอบรูปแบบบูรณาการที่แสดงให้เห็นปัจจัยที่มีศักยภาพที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะนำเกมออนไลน์รูปแบบการทดสอบกับข้อมูลที่รวบรวมจากนักเรียน 308 ในมหาวิทยาลัยอเมริกัน โดยรวม, ผลเปิดเผยว่าผลกระทบของความสุขเป็นเรื่องสำคัญมากและผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง แต่ที่ของการไหลของประสบการณ์ไม่ได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ ยังชี้ให้เห็นผลที่ดึงดูดสายตาและหนีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบและนำหน้าความเพลิดเพลิน

นงรัก บุญเสริฐม (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อสินค้า การวิจัยนี้เป็นไปเพื่อการค้นหาว่าแรงจูงใจใดส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเกมออนไลน์ และทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อ มีการตรวจสอบอิทธิพลที่มีประสิทธิภาพที่มีต่อคุณสมบัติส่วนบุคคล โดยแยกกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ ด้วยวิธีการ แบบเดียวกับการวิจัยพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen มีการคาดว่าคุณสมบัติเกี่ยวกับเกมออนไลน์ ส่วนบุคคลมีอิทธิพลพอสมควรกับการเลือกเกมออนไลน์ ของแต่ละคน การวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อทำความ เข้าใจว่าแรงจูงใจใดมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีให้กับเกมออนไลน์ ใน และมีผลต่อเจตนาการซื้อภายหลัง โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Moderated Regression Analysis, MRA) เป็นเครื่องมือค้นหาคำตอบในเรื่องคุณสมบัติส่วนบุคคลในการเลือกเกมออนไลน์ และ ความเกี่ยวข้องเกมออนไลน์ ผลการวิจัยนี้ก็ยืนยันความ ถูกต้องของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen ด้วยการอธิบายถึงพฤติกรรมการเลือกเกมออนไลน์ ของ ผู้บริโภค นอกเหนือจากนั้นการค้นหาครั้งนี้ยังชี้ว่าคุณสมบัติส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ ในการเลือกเกมออนไลน์ และความเกี่ยวข้องทางเกมออนไลน์มีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการ เลือกเกมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อเกมออนไลน์ และข้อมูลต่างๆ ผ่านแบบสอบถาม โดยทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีเชิงประจักษ์ครั้งนี้มีการตอบทั้งหมด 470 ชุดมีเพียงความเกี่ยวข้องทางเกมออนไลน์ เท่านั้นที่มีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อความสัมพันธ์ระหว่างเจตนาของผู้บริโภคในการ เลือกซื้อเกมออนไลน์ กับสิ่งที่มีอยู่ก่อนแล้วในของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เว้นแต่พฤติกรรมนั้น จะมาจากการคล้อยตาม ในเรื่องเกี่ยวกับหลักฐานและการค้นพบเชิงประจักษ์มีข้อชี้นำถึงเกมออนไลน์

ณัชญ์ธนัน พรมมา (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครเนื่องจากแนวโน้มอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหนึ่งในเทรนด์อาหารโลกและยังคงมีการเติบโตเพิ่มขึ้น จึงจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยทำการแจกแบบสอบถามในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่าง ดังกล่าวพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่ใส่ใจในการเลือกอาหารเพื่อภาพโดยมีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีปัจจัยแรกที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึงเป็นอันดับ แรก คือ การเลือกอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพและผู้บริโภคคิดว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้คน ทั่วไปไม่ค่อยให้ความสำคัญอาหารเพื่อสุขภาพคือ ราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป ทั้งนี้ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมักมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 3,000 บาท

วงจันทร์ เพชรพิเชฐเชียร และวิภา แซ่เซี้ย (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ ผลกระทบจากเกมออนไลน์โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้เป็นเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19-20 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นการศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 มีจำนวนครั้งในการเล่นเกมออนไลน์ในเวลา 16.01-20.00 น. สำหรับผลกระทบจากเกมออนไลน์ พบว่าด้านสุขภาพร่างกาย เกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นมีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา ด้านการเงิน เกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ด้านการศึกษาและสติปัญญา เกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นเกิดความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อนเกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆเพิ่มขึ้น ด้านอารมณ์ เกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด

ผลการทดสอบสมมุติฐาน คือ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในด้านเวลาที่ใช้งานความถี่ของการใช้งาน และช่วงเวลาในการใช้งานมีความแตกต่างกันเกิดผลกระทบจาการเล่นเกมออนไลน์แตกต่างกันยกเว้นด้านความถี่ของเวลาที่ไม่มีความแตกต่าง

ธัชนันท์ ศีลพิพัฒน์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางที่เป็นตราสินค้าจากสหรัฐอเมริกาของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ปัจจัยภาพลักษณ์ของประเทศต้นกำเนิด ปัจจัยไลฟ์สไตล์ ปัจจัยทัศนคติเกี่ยวกับตราสินค้า ปัจจัยการบริโภคแบบมีจริยธรรม ปัจจัยส่วนประกอบทางเภสัชวิทยา ปัจจัยสิ่งที่ดึงดูดทางสายและกายภาพ ปัจจัยการตัดสินใจเกี่ยวกับราคาและการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ และปัจจัยตัวแทนขายและอิทธิพลทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางที่เป็นตราสินค้าจากสหรัฐอเมริกา ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร กลุ่มประชากร คือผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานครช่วงเดือนกันยายน 2559 จำนวน 255 คน โดยมีการสอบถามเบื้องต้นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มจะซื้อเครื่องสำอางจากสหรัฐอเมริกาหรือไม่บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า 3 แห่งใหญ่ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความ

ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า มีเพียงปัจจัยตัวแทนขายและอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยทัศนคติเกี่ยวกับตราสินค้ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.493 และ 0.209 ตามลำดับ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกถึงร้อยละ 68.9 ต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางที่เป็นตราสินค้าจากสหรัฐอเมริกาของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 อีกทั้งผู้ประกอบการหรือนักการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควรเน้นสร้างกลยุทธ์ด้าน ปัจจัยตัวแทนขายและอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยทัศนคติเกี่ยวกับตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ แสดงถึงทัศนคติของการตัดสินใจที่จะใช้หรือซื้อในสิ่งที่ต้องการ เหมือนทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นเกมก็จะมองที่ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา ว่าภาพ สีสัน รูปแบบของเกมน่าสนใจพอที่จะเล่นหรือไม่ เหมือนการเลือกเครื่องสำอางลูกค้าก็จะเลือกรูปลักษณ์ สีสัน ที่ลูกค้าชอบ ถึงตัดสินใจที่จะซื้อ รวมทั้งปัจจัยการตัดสินใจเกี่ยวกับราคา จะคล้ายคลึงกับปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ ในรูปแบบโปรโมชั่นของเกม ราคาในการเติมเงินในแต่ละเกมว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ ก็ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นเกมได้เหมือนกัน

กชรัตน์ ปัญญวัต และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำที่ร้านเครื่องประดับเพชรแบรนด์ A ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลของความภักดีต่อร้านค้า (Store Loyalty) ประสิทธิภาพของพนักงาน (Employee Performance) แรงจูงใจของบุคคล (Personal Motives) แรงจูงใจของสังคม (Social Motives) ที่มีผลต่อการซื้อซ้ำ (Repurchase Intention) ที่ร้านเครื่องประดับเพชรที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 300 ชุดมาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา มีการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทต่อเดือน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมุติฐาน ถ้าเรียงตามลำดับความสำคัญแล้ว พบว่า ความภักดีต่อร้านค้า (Store Loyalty) แรงจูงใจของบุคคล (Personal Motives) ประสิทธิภาพของพนักงาน (Employee Performance) และ แรงจูงใจของสังคม (Social Motives) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.315, 0.299, 0.265 และ 0.091 ตามลำดับ ที่มีผลต่อการซื้อซ้ำของเครื่องประดับเพชรแบรนด์ A ของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลลัพธ์จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการซื้อเครื่องประดับเพชรได้ เช่น เจ้าของสินค้าแบรนด์ A ควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยให้ความสำคัญกับความภักดีต่อร้านค้า (Store Loyalty) เป็นลำดับแรกเพราะลูกค้าจะซื้อซ้ำถ้าลูกค้ารู้สึกจงรักภักดีต่อตราสินค้าของแบรนด์ A สำหรับแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motives) นั้น เจ้าของสินค้าแบรนด์ A ควรสร้างให้ลูกค้ามีความรู้สึกแตกต่างจากคนอื่นเมื่อสวมใส่ หรือลูกค้าจะได้รับโทรศัพท์ติดต่อสำหรับส่วนลดพิเศษในโอกาสสำคัญหรือวัน

คล้ายวันเกิดของลูกค้า เหมือนดั่งรูปแบบของเกมถ้าผู้ประกอบการออกแบบเกมให้มีความแปลกน่าตื่นเต้นให้กับผู้เล่น หรือการผจญภัยในด้านต่างๆ จะทำให้ผู้เล่นอยากเล่น และ อยากติดตามเกม

2.11 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

2.11.1 ปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์ แบบเก็บเลเวล

2.11.2 ปัจจัยด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.4 ปัจจัยด้านภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.5 ปัจจัยด้านการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.6 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.7 ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.8 ปัจจัยด้านการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

2.11.9 ปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

2.12 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.12.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งออกเป็น

2.12.1.1 ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

2.12.1.2 เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

2.12.1.3 การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

2.12.1.4 ภาวะไหลลื่น (Flow)

2.12.1.5 การกระทำ (Act)

2.12.1.6 ความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

2.12.1.7 ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

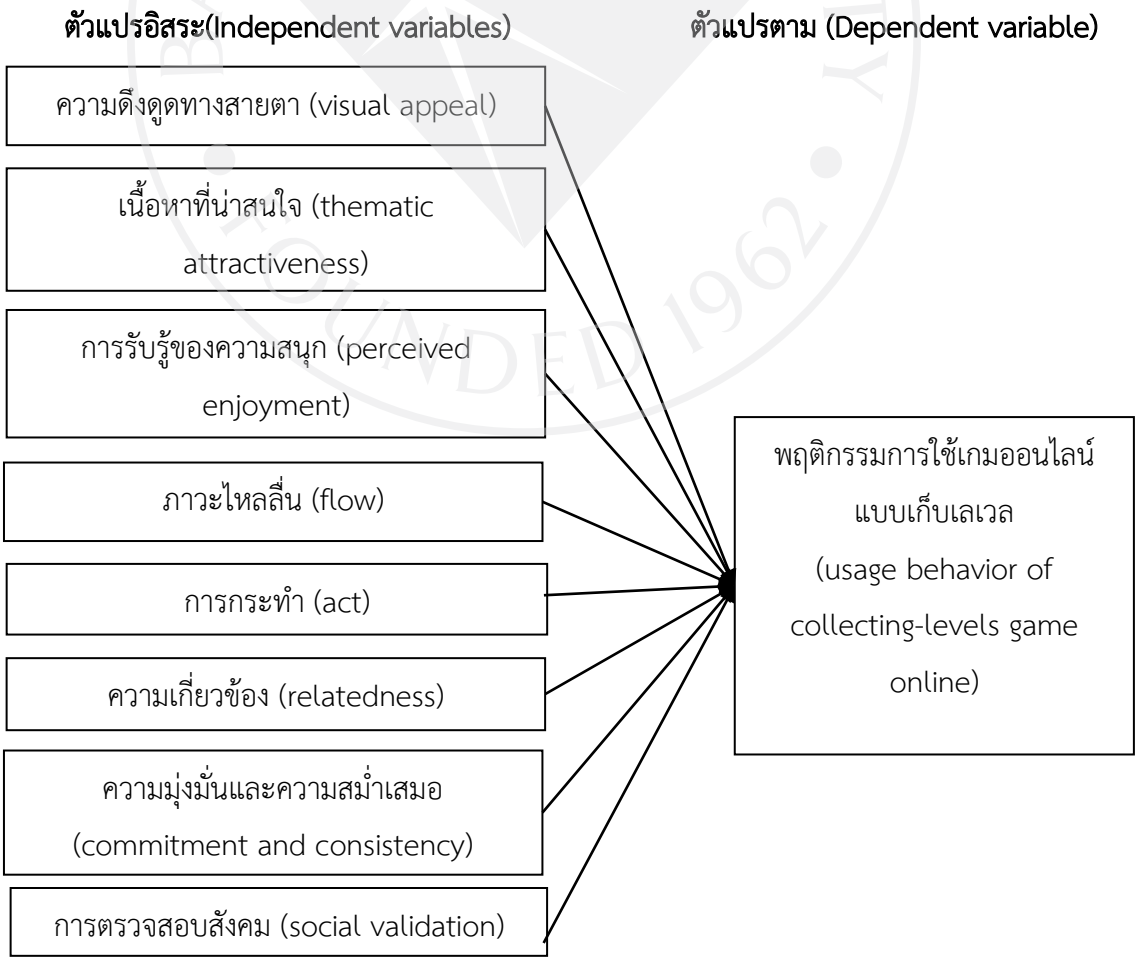
2.12.1.8 การตรวจสอบสังคม (Social Validation)

2.12.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

2.13 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อนำไปใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2.1 ดังนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

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 ผู้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล งานเกมที่หน้าห้าง สยามพารากอน ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ในกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่สำคัญในการจัดงาน โดยมีปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเฉลี่ยราว 200,000 คนต่อวัน เพราะมีพื้นที่ในการให้บริการที่กว้างขวางและมีรูปแบบการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วเข้าถึงได้ง่ายอยู่ในย่านใจกลางเมือง และเน้นการเข้าถึงไลฟสไตล์แบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มอีกด้วย (โพสต์ทูเดย์, 2560)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดขนาดของตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั่วไป มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cohen, 1977) จากแบบสอบถาม Pilot test จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G* Power เวอร์ชั่น 3.1.9.2 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างสูตรของ (Cohen, 1977) และผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพโดยนักวิจัยหลายท่าน (Erdfelder. & Faul & Buchner., 1996 และ

นงลักษณ์ วิรัชชัย., 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าเพาเวอร์ (1-β) เท่ากับ 0.85 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ 0.05611147 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R2 เท่ากับ 0.0531) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำหรับงานวิจัยนี้เท่ากับ 214 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มเติมรวมทั้งสิ้นเป็น 225 ตัวอย่าง (Cohen, 1977)

3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามของผู้วิจัย (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2557) โดยเป็นผู้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน ตุลาคม 2559 เป็นจำนวน 225 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.1 ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

3.3.2 การสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

3.3.3 หาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้านเนื้อหาของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัยจากนั้นจึงนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1 ท่าน ได้แก่ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจเกมออนไลน์ ได้แก่ คุณนริศน์ มารศรี เจ้าของร้านธุรกิจเกมออนไลน์ ร้านเกม พี.เค.อินเตอร์เน็ท และ คุณสมคิด รักษา เจ้าของร้านธุรกิจเกมออนไลน์ ร้านเกมหลุยส์ออนไลน์ (จดหมายตอบรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญ และแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอ้างอิงในภาคผนวก) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และให้การเสนอแนะในการทำวิจัยซึ่งถือเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุดและนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551ก) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น และความสอดคล้องของแบบสอบถามค่าอัลฟา ที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3.3.5 การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis ของแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยต่าง ๆ ตามทฤษฎีที่ได้ศึกษาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดกลุ่มคำถามของแต่ละปัจจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ศึกษา (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนะ, 2555)

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จำนวน 6 ข้อได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close–ended Response Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ระยะการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ ระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ทุกสัปดาห์ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close–ended Response Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล แบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายปิด (Close–ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 36 ข้อ ประกอบไปด้วย

ด้านความดึงดูดทางสายตา	จำนวน 4 ข้อ
ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการรับรู้ของความสนุก	จำนวน 4 ข้อ
ด้านภาวะไหลลื่น	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการกระทำ	จำนวน 4 ข้อ

ด้านความเกี่ยวข้อง จำนวน 4 ข้อ

ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ จำนวน 4 ข้อ

ด้านการตรวจสอบสังคม จำนวน 4 ข้อ

ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล 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 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปรผลซึ่งผลคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นมีดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค, 2548)

$$\text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

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

$$= 0.8$$

ดังนั้น เกณฑ์ในการประเมินผลการอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลของการวิจัยลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open–ended Response Question) ให้มีการแสดงความคิดเห็น จำนวน 1 ข้อ

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผล ดังนี้ คำถามด้านความดึงดูดทางสายตาเท่ากับ 0.910 คำถามด้านเนื้อหาที่น่าสนใจเท่ากับ 0.895 คำถามด้านการรับรู้ของความสนุกเท่ากับ 0.917 คำถามด้านภาวะไหลลื่นเท่ากับ 0.846 คำถามด้านการกระทำเท่ากับ 0.875 คำถามด้านความเกี่ยวข้องเท่ากับ 0.896 คำถามด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอเท่ากับ 0.910 คำถามด้านการตรวจสอบสังคมเท่ากับ 0.918 คำถามด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลเท่ากับ 0.916 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมาแสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Craig & Moores, 2006)

นอกจากนั้นผู้วิจัยมีการวิเคราะห์การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยมีตัวแปรทั้งหมดดังนี้

1) ด้านความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

2) ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

3) ด้านการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

4) ด้านภาวะไหลลื่น (Flow)

5) ด้านการกระทำ (Act)

6) ด้านความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

7) ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

8) ด้านการตรวจสอบสังคม (Social Validation)

9) ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามจากโครงสร้างข้างต้นได้จำนวน 36 ข้อ ดังนี้ คำถามด้านความดึงดูดทางสายตา จำนวน 4 ข้อ ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ จำนวน 4 ข้อ ด้านการรับรู้ของความสนุก จำนวน 4 ข้อ ด้านภาวะไหลลื่น จำนวน 4 ข้อ ด้านการกระทำ จำนวน 4 ข้อ ด้านความเกี่ยวข้อง จำนวน 4 ข้อ ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ จำนวน 4 ข้อ ด้านการตรวจสอบสังคม จำนวน 4 ข้อ ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล จำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี Principal Component Analysis ในการหาจำนวนขององค์ประกอบ (Factor) ที่เกิดจากข้อคำถามต่าง ๆ และกำหนดค่าในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของข้อคำถามแต่ละองค์ประกอบโดยให้ Eigenvalue มีค่าเท่ากับ 1 เป็นค่าต่ำที่สุดในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบแล้วกำหนดค่าหมุนแกน Orthogonal แบบ Varimax เพื่อทำให้ข้อคำถามบางตัวที่เดิมเป็นสมาชิกหลายองค์ประกอบ กลายเป็นสมาชิกขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างเด่นชัด เป็นการแยกว่าข้อคำถามใดควรจะอยู่ในองค์ประกอบใด ผลลัพธ์คือหลังจากการหมุนแกน 7 ครั้ง ผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่าง ๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้นแต่มีข้อแม้ว่าค่า Factor Loading ของแต่ละข้อคำถามควรจะมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Field, 2005) ผลลัพธ์ของการวัดความเที่ยงตรงในตัวแปรต่าง ๆ มีดังนี้

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา (VA) ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (TA) ด้านการรับรู้ของความสนุก (PE) ด้านภาวะไหลลื่น (FL) ด้านการกระทำ (AC) ด้านความเกี่ยวข้อง (RE) ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC) ด้านการตรวจสอบสังคม (SV) ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (UBCLGO) ที่ n = 225

	VA	TA	PE	FL	AC	RE	CC	SV	UBCLGO
VA1	.747								
VA2	.741								
VA3	.735								
VA4	.687								
TA1		.734							
TA2		.743							

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา (VA) ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (TA) ด้านการรับรู้ของความสนุก (PE) ด้านภาวะไหลลื่น (FL) ด้านการกระทำ (AC) ด้านความเกี่ยวข้อง (RE) ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC) ด้านการตรวจสอบสังคม (SV) ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (UBCLGO) ที่ n = 225

	VA	TA	PE	FL	AC	RE	CC	SV	UBCLGO
TA3		.714							
TA4		.750							
PE1			.784						
PE2			.773						
PE3			.742						
PE4			.777						
FL1				.746					
FL2				.727					
FL3				.389					
FL4				.368					
AC1					.672				
AC2					.606				
AC3					.733				
AC4					.772				
RE1						.562			
RE2						.503			
RE3						.415			
RE4						.602			
CC1							.613		
CC2							.685		
CC3							.684		
CC4							.601		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านความดึงดูดทางสายตา (VA) ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (TA) ด้านการรับรู้ของความสนุก (PE) ด้านภาวะไหลลื่น (FL) ด้านการกระทำ (AC) ด้านความเกี่ยวข้อง (RE) ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC) ด้านการตรวจสอบสังคม (SV) ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (UBCLGO) ที่ n = 225

	VA	TA	PE	FL	AC	RE	CC	SV	UBCLGO
SV1								.683	
SV2								.688	
SV3								.655	
SV4								.651	
UBCLGO 1									.716
UBCLGO 2									.736
UBCLGO 3									.721
UBCLGO 4									.736

จากตารางที่ 3.1 สามารถอธิบายปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

ด้านความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ คำถามได้แก่ การแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีความสวยงาม (VA1) ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน (VA2) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น (VA3) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้ฉันได้ฝึกสมอง (VA4)

ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ คำถามได้แก่ ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าดึงดูดใจ (TA1) การวางรูปแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ (TA2) ลักษณะภาพ ลักษณะพื้นหลังที่ใช้ในเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ (TA3) ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีสิ่งที่น่าติดตาม (TA4)

ด้านการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านการรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ คำถาม ได้แก่ มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (PE1) มันเป็นเรื่องสนุกในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (PE2) มันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (PE3) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน (PE4)

ด้านภาวะไหลลื่น (Flow)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านภาวะไหลลื่น (Flow) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (FL1) ฉันรู้สึกอยากรู้ อยากเล่นต่อเมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (FL2) ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (FL3) ในขณะเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ฉันรู้สึกจดจ่อความสนใจทั้งหมดอยู่ที่เกม (FL4)

ด้านการกระทำ (Act)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านการกระทำ (act) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ คำถาม ได้แก่ ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ร่วมกับเพื่อน (AC1) การเล่นเกมออนไลน์แบบแบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันอยากไปเล่นเกมออนไลน์อื่นๆ (AC2) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของฉันกับเพื่อนๆ ได้ (AC3) การเล่นเกม

ออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉัน (AC4)

ด้านความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านความเกี่ยวข้อง (Relatedness) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน (RE1) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ (RE2) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ กับคนอื่นๆ ได้ (RE3) ฉันอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (RE4)

ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ คำถาม ได้แก่ ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (CC1) ฉันชอบโพสต์ต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (CC2) ฉันเคยแบ่งปันข้อมูลโดยการการโพสต์ต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (CC3) ฉันเคยทำตามคำแนะนำ ของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (CC4)

ด้านการตรวจสอบสังคม (Social Validation)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านการตรวจสอบสังคม (Social Validation) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ฉันคิดว่าการมีเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) ทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลได้ (SV1) ฉันคิดว่ากลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถช่วยเหลือสังคมได้ (SV2) ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้ (SV3) ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม (SV4)

ด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ในด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระ และใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบดังนี้ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ คำถามได้แก่ ฉันตั้งใจเติมเงินเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) (UBCLGO1) ฉันตั้งใจเล่นเกมออนไลน์แบบค่าเก็บประสบการณ์(เลเวล/Level)อย่างต่อเนื่อง (UBCLGO2) ฉันเชื่อว่าฉันเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)ที่ฉันเล่นมีความนิยม (UBCLGO3) ฉันคิดว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)มีอยู่ต่อไปในอนาคต (UBCLGO4)

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของตัวอย่างที่ได้คัดเลือกอย่างน้อย จำนวน 225 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูล เดือน ตุลาคม 2559

3.5.2 ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง และครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนจะนำมาประมวลผล ในระบบโดยได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญข้างต้นดังกล่าว

3.5.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และทำการเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตัวเลขในแบบลงรหัส สำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตาราง และบทความผลงานวิจัย ที่ทำมาการศึกษามาก่อน และรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถหาได้โดยเกี่ยวข้องกับ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล เพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย และสามารถใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัยได้

3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวม และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS ทำวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

3.6.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3.6.3 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกลงในโปรแกรมประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลข้อมูลโดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Level of Significance)

3.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

3.6.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

1) ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

2) ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

3) ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในด้านความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4) ข้อมูลส่วนที่ 4 เป็นคำถามสำหรับการให้คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

3.6.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1) ความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

2) เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

3) การรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

4) ภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

5) การกระทำ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

6) ความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

7) ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

8) การตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient)

9) ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม มีอิทธิพลในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.7 วิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในกำรวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

3.7.1 ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of the Test) โดยการใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach’s Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551ข)

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

α แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทนจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทนผลรวมค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

S_t^2 แทนคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3.7.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

3.7.2.1 ร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความถี่ หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมด โดยเทียบเป็น 100 ทำการหาค่าร้อยละจากสูตร ดังต่อไปนี้ (ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552)

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

เมื่อ P แทนค่าร้อยละ

f แทนความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

N แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบกันได้

3.7.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่าเฉลี่ย

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

$\bar{x}$ แทนค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

n แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

3.7.2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจาย เขียนแทนด้วย S.D. หรือ S (ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552)

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

หรือ

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

เมื่อ S.D. แทนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทนค่าคะแนน

n แทนจำนวนคะแนนแต่ละกลุ่ม

Σ แทนผลรวม

3.7.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.7.3.1 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) หนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หากทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็จะทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ สามารถเขียนให้อยู่ในสมการเชิงเส้นตรงรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551 ข.)

$$\acute{Y} = b0 + b1X1 + b2X2 + \cdots + bkXk$$

เมื่อ $\acute{Y}$ คือ คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม

$b0$ คือ ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$b1, \ldots, bk$ คือ น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

$X0, \ldots, Xk$ คือ คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

3.7.3.2 วิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกัน โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) มีสมมติฐานของการทดสอบ คือ H0: $\beta 1 = \beta 2 = ... = \beta k = 0$ เทียบกับ H1: มี βi อย่างน้อย 1 ตัวที่ $\neq 0$ (i=1,...,k) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551ก)

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. (2551ก). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการวิจัย.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

เมื่อ k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

n คือ จำนวนตัวอย่าง

SST (Sum Square of Total) คือ ค่าความแปรปรวนทั้งหมดของ

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

SSR (Sum Square of Regression) คือ ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ $X0,...,Xk$

SSE (Sum Square of Error/ Sum Square of Residual) คือ ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจาก อิทธิพลอื่น ๆ $\Sigma_{=1}(-)$

MSR (Mean Square of Regression) คือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ $X0,..., Xk$

MSE (Mean Square of Error) คือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น

F คือ ค่าสถิติทดสอบที่พิจารณามีการแจกแจงแบบ F (F–distribution) จากการ ปฏิเสธ H0 เมื่อค่า F ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า F1–, k, n–k–1

3.7.3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ภัทรพร เฉลิมบงกช, 2552)

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

เมื่อ R_{xy} คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

$\sum$ คือ ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)

$\sum$ คือ ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)

$\sum$ 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 เครื่องหมายบวก และลบจะเป็นตัวบ่งบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์

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

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรรการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ถึง วันที่ 31 ตุลาคม 2559 โดยใช้แบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ได้แก่ กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างน้อยจำนวน 225 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผล ดังนี้ คำถามด้านความดึงดูดใจทางสายตาเท่ากับ 0.910 คำถามด้านเนื้อหาที่น่าสนใจเท่ากับ 0.895 คำถามด้านการรับรู้ของความสนุกเท่ากับ 0.917 คำถามด้านภาวะไหลลื่นเท่ากับ 0.846 คำถามด้านการกระทำเท่ากับ 0.875 คำถามด้านความเกี่ยวข้องเท่ากับ 0.895 คำถามด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอเท่ากับ 0.910 คำถามด้านการตรวจสอบสังคมเท่ากับ 0.917 คำถามด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลเท่ากับ 0.916 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูงเนื่องจาก มีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Craig & Moores, 2006) 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: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	57.3
หญิง	96	42.7
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มากกว่าเพศชายซึ่งมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7

ตารางที่ 4.2: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	94	41.8
26-30 ปี	74	32.9
31-35 ปี	35	15.6
36-40 ปี	15	6.7
41 ปีขึ้นไป	7	3.1
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองมาคือ อายุ 26 – 30 ปี มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ต่อมา คือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ต่อมา คือ อายุระหว่าง 36 – 40 ปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ อายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 4.3: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	192	85.3
สมรส	29	12.9
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	4	1.8
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองมา คือ สมรส มีจำนวน 29 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ มีจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.4: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรีอนุปริญญา/ ปวส.	73	13.2
ปริญญาตรี	137	62.0
ปริญญาโท	15	11.2
ปริญญาเอก	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรีอนุปริญญา/ ปวส. มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ต่อมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ ปริญญาเอก มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และอื่นๆ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4.5: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	90	40.0
20,001 – 30,000 บาท	85	37.8
30,001 – 40,000 บาท	30	13.3
40,001 – 50,000 บาท	12	5.3
50,001 บาท ขึ้นไป	8	3.6
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มี จำนวน 90 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.0 รองมา คือ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ต่อมา คือ 30,001–40,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ต่อมา คือ 40,001–50,000 มี จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตารางที่ 4.6: ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ	15	6.7
พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง	105	46.7
ธุรกิจส่วน/ ตัวค้าขาย	32	14.2
นิสิต/ นักศึกษา	61	27.1
อื่นๆ	12	5.3
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง มี จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.7 รองมา คือ นิสิต/ นักศึกษา มี จำนวน 61 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.1 ต่อมา คือ ธุรกิจส่วน/ ตัวค้าขาย มี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ต่อมา คือ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ มี จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ อื่นๆ มี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

4.2 การสรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย ระยะการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ ระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ทุกสัปดาห์ นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.7–4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.7: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรมด้านระยะการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์

ระดับการเติมเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	67	29.8
150–300 บาท	57	25.3
350–500 บาท	64	28.4
550-1,500 บาท	21	9.3
มากกว่า 1,501 บาทขึ้นไป	16	7.1
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกต่ำกว่า 100 บาท มี จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.8 รองมา คือ 350–500 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.4 รองมา คือ 150–300 บาท มี จำนวน 57 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ มากกว่า 1,501 บาทขึ้นไป มี จำนวนแหล่งละ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตารางที่ 4.8: ผลการวิจัยข้อมูลพฤติกรรมด้านระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ต่อสัปดาห์

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	42	18.7
1-5 ชั่วโมง	58	25.8
6-10 ชั่วโมง	47	20.9
11-15 ชั่วโมง	14	6.2
16-20 ชั่วโมง	31	13.8
มากกว่า 21 ชั่วโมง	33	14.7
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เวลา 1-5 ชั่วโมง มี จำนวน 58 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.8 รองมา คือ ใช้เวลา 6-10 ชั่วโมง มี จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.9 รองมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 รองมา คือ มากกว่า 21 ชั่วโมง มี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองมา คือ 16-20 ชั่วโมง มี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ 11-15 ชั่วโมง มี จำนวน 14 คน คิด เป็นร้อยละ 6.2

4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

ความดึงดูดทางสายตา (visual appeal)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีความสวยงาม	3.96	0.936	มาก
ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน	3.85	0.938	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal)

ความดึงดูดทางสายตา (visual appeal)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น	3.93	0.906	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้ฉันได้ฝึกสมอง	3.83	0.924	มาก
รวม	3.89	0.822	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.89) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.822) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีความสวยงามมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.96) รองลงมาคือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น (Mean= 3.93) และต่อมา คือ ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน (Mean= 3.85) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้ฉันได้ฝึกสมอง (Mean= 3.83)

จากตารางนี้พบว่า ความดึงดูดทางสายตา (Visual Appeal) ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน ได้มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.938) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น (S.D. = 0.936)

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness)

เนื้อหาที่น่าสนใจ (thematic attractiveness)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าดึงดูดใจ	3.87	0.84	มาก
การวางรูปแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ	3.85	0.85	มาก
ลักษณะภาพ ลักษณะพื้นหลังที่ใช้ในเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ	3.90	0.86	มาก
ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีสิ่งที่น่าติดตาม	3.91	0.88	มาก
รวม	3.88	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.88) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.75) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีสิ่งที่น่าติดตาม มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.91) รองลงมาคือ ลักษณะภาพ ลักษณะพื้นหลังที่ใช้ในเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ (Mean= 3.90) และต่อมา คือ ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าดึงดูดใจ (Mean= 3.87) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การวางรูปแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ (Mean= 3.85)

จากตารางนี้พบว่า เนื้อหาที่น่าสนใจ (Thematic Attractiveness) ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีสิ่งที่น่าติดตาม มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.88) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าดึงดูดใจ (S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment)

การรับรู้ของความสนุก (perceived enjoyment)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.95	0.87	มาก
มันเป็นเรื่องสนุกในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.89	0.85	มาก
มันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.84	0.84	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน	3.85	0.83	มาก
รวม	3.88	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.88) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.76) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.95) รองลงมา คือ มันเป็นเรื่องสนุกในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.89) และต่อมา คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน (Mean= 3.85) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.84)

จากตารางนี้พบว่า การรับรู้ของความสนุก (Perceived Enjoyment) มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.87) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน (S.D. = 0.83)

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาวะไหลลื่น (Flow)

ภาวะไหลลื่น (flow)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	4.00	0.89	มาก
ฉันรู้สึกอยากรู้ อยากเล่นต่อเมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.85	0.91	มาก
ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.66	1.00	มาก
ในขณะเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ฉันรู้สึกจดจ่อความสนใจทั้งหมดอยู่ที่เกม	3.65	0.92	มาก
รวม	3.79	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ภาวะไหลลื่น (Flow) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.79) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.77) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 4.00) รองลงมา คือ ฉันรู้สึกอยากรู้ อยากเล่นต่อเมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean = 3.85) และต่อมา คือ ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean = 3.66) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ในขณะเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ฉันรู้สึกจดจ่อความสนใจทั้งหมดอยู่ที่เกม (Mean= 3.65)

จากตารางนี้พบว่า ภาวะไหลลื่น (Flow) ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.00) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (S.D. = 0.89)

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม การกระทำ (Act)

การกระทำ (act)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) กับเพื่อน	3.78	0.88	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบแบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันอยากไปเล่นเกมออนไลน์อื่นๆ อีก	3.72	0.89	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของฉันกับเพื่อนๆ ได้	3.54	0.95	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉัน	3.57	0.97	มาก
รวม	3.66	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การกระทำ (Act) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.66) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.79) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) กับเพื่อน มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.78) รองลงมา คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบแบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันอยากไปเล่นเกมออนไลน์อื่นๆ อีก (Mean= 3.72) รองลงมา คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉัน (Mean= 3.57) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของฉันกับเพื่อนๆ ได้ (Mean= 3.54)

จากตารางนี้พบว่า การกระทำ (Act) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉัน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.97) และข้อที่มีการกระจาย

ตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) กับเพื่อน (S.D. = 0.88)

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ความเกี่ยวข้อง (Relatedness)

ความเกี่ยวข้อง (relatedness)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน	3.76	0.85	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้	3.48	1.06	มาก
การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ได้	3.58	0.94	มาก
ฉันอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.53	0.97	มาก
รวม	3.59	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความเกี่ยวข้อง (Relatedness) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.59) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.84) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.76) รองลงมา คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ได้ (Mean= 3.58) และต่อมาคือ ฉันอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.53) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ (Mean= 3.48)

จากตารางนี้พบว่า ความเกี่ยวข้อง (Relatedness) การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.06) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน (S.D. = 0.85)

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency)

ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (commitment and consistency)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.45	1.01	มาก
ฉันชอบโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.30	1.10	ปานกลาง
ฉันเคยแบ่งปันข้อมูลโดยการโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.39	1.16	ปานกลาง
ฉันเคยทำตามคำแนะนำของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)	3.62	1.03	มาก
รวม	3.44	0.95	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.44) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.95) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อฉันเคยทำตามคำแนะนำของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.62) รองลงมา คือ ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.45) รองลงมา คือ ฉันเคยแบ่งปันข้อมูลโดยการโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.39) รองมาตามลำดับ ส่วน

ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ฉันชอบโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (Mean= 3.30)

จากตารางนี้พบว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Commitment and Consistency) ฉันเคยแบ่งปันข้อมูลโดยการโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.16) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) (S.D. = 1.01)

ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม การตรวจสอบสังคม (Social Validation)

การตรวจสอบสังคม (social validation)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
ฉันคิดว่าการมีเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) ทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลได้	3.66	0.98	มาก
ฉันคิดว่ากลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถช่วยเหลือสังคมได้	3.67	0.92	มาก
ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้	3.70	0.90	มาก
ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม	3.62	0.99	มาก
รวม	3.66	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การตรวจสอบสังคม (Social Validation) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.66) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.85) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean= 3.70) รองลงมา คือ ฉันคิดว่ากลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถ

ช่วยเหลือสังคมได้ (Mean= 3.67) และต่อมา คือ ฉันคิดว่าการมีเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) ทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลได้) (Mean= 3.66) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Mean= 3.62)

จากตารางนี้พบว่า การตรวจสอบสังคม (Social Validation) ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.99) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้ (S.D. = 0.90)

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online)

พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (usage behavior of collecting-levels game online)	**Mean**	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
ฉันตั้งใจเติมเงินเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์	3.40	1.11	ปานกลาง
ฉันตั้งใจเล่นเกมออนไลน์แบบค่าประสบการณ์ อย่างต่อเนื่อง	3.35	1.16	ปานกลาง
ฉันเชื่อว่าฉันเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ ที่ฉันเล่นมีความนิยม	3.55	1.04	มาก
ฉันคิดว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์มีอยู่ต่อไปในอนาคต	3.68	1.01	มาก
รวม	3.49	0.97	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.49) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.97) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ฉันคิดว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์มีอยู่ต่อไปในอนาคตมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean=

3.68) รองลงมา คือ ฉันเชื่อว่าฉันเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ ที่ฉันเล่นมีความนิยม (Mean= 3.55) และต่อมา คือ ฉันตั้งใจเติมเงินเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (Mean= 3.40) รองมาตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ฉันตั้งใจเล่นเกมออนไลน์แบบค่าประสบการณ์ อย่างต่อเนื่อง (Mean= 3.35)

จากตารางนี้พบว่า พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Usage behavior of collecting-levels game online) ฉันตั้งใจเล่นเกมออนไลน์แบบค่าประสบการณ์ อย่างต่อเนื่อง มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.16) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุด คือ ฉันคิดว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์มีอยู่ต่อไปในอนาคต (S.D. = 1.01)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

ข้อมูลความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.18: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

Variable	Mean	S.D.	cronbach's Alpha	VA	TA	PE	FL	AC	RE	CC	SV	UBCLGO
ความดึงดูดทางสายตา (VA)	3.89	0.82	0.910	1								
เนื้อหาที่น่าสนใจ (TA)	3.88	0.75	0.895	.811**	1							
การรับรู้ของความสนุก (PE)	3.88	0.76	0.917	.833**	.803**	1						
ภาวะไหลลื่น (FL)	3.79	0.77	0.846	.756**	.716**	.760**	1					
การกระทำ (AC)	3.66	0.79	0.875	.688**	.644**	.665**	.674**	1				
ความเกี่ยวข้อง (RE)	3.59	0.84	0.895	.600**	.554**	.558**	.667**	.695**	1			
ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC)	3.44	0.95	0.910	.635**	.589**	.601**	.636**	.727**	.758**	1		
การตรวจสอบสังคม (SV)	3.66	0.85	0.917	.637**	.580**	.585**	.688**	.711**	.744**	.790**	1	
พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (UBCLGO)	3.49	0.97	0.916	.609**	.593**	.571**	.622**	.632**	.762**	.727**	.707**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.18 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.609) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.593) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.571) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.622) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.632) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.762) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.727) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการตรวจสอบสังคม มี

ความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.707) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 4.19: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	139.839	8	17.480	52.641	.000[b]
	ความคลาดเคลื่อน Residual	71.724	216	.332		
	Total	211.562	224			

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.20: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของ ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม และพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

Dependent Variable: Usage behavior of collecting-levels game online, r = 0.813, R^2 = 0.661, Constant(a) = 0.226								
Independent Variables	R	R^2	β	Std. Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)				0.226	-1.418	0.158		
ความดึงดูดทางสายตา (VA)	0.609	0.371	0.037	0.099	0.440	0.660	0.221	4.519
เนื้อหาที่น่าสนใจ (TA)	0.593	0.391	0.141	0.096	1.887	0.061	0.280	3.567
การรับรู้ของความสนุก (PE)	0.571	0.326	0.005	0.105	0.058	0.954	0.232	4.302
ภาวะไหลลื่น (FL)	0.622	0.387	0.000	0.091	-0.006	0.995	0.295	3.390
การกระทำ (AC)	0.632	0.399	-0.035	0.083	-0.512	0.609	0.339	2.947
ความเกี่ยวข้อง (RE)	0.762	0.581	0.409*	0.079	5.962	0.000	0.333	3.003
ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (CC)	0.727	0.599	0.214*	0.076	2.869	0.005	0.282	3.552
การตรวจสอบสังคม (SV)	0.707	0.500	0.151*	0.084	2.041	0.042	0.288	3.474

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้น สามารถพยากรณ์การใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล และชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการตรวจสอบสังคม (Sig = 0.042) ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (Sig = 0.005) และปัจจัยความเกี่ยวข้อง (Sig = 0.000) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา (Sig = 0.660) เนื้อหาที่น่าสนใจ (Sig = 0.061) การรับรู้ของความสนุก (Sig = 0.954) ภาวะไหลลื่น (Sig = 0.995) และการกระทำ (Sig = 0.609) ทั้ง 5 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าว ไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ปัจจัยการตรวจสอบสังคม โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.151 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.214 และ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.409 ทำให้ตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ได้ร้อยละ 81.3 และอีกร้อยละ 18.7 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.226 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ ดังนี้

Y (พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล) = 0.226+0.151 (ปัจจัยการตรวจสอบสังคม) + 0.214 (ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ) +0.409 (ปัจจัยความเกี่ยวข้อง)

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มปัจจัยการตรวจสอบสังคม 1 หน่วยในขณะที่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล จะเพิ่มขึ้น 0.151 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ 1 หน่วยในขณะที่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล จะเพิ่มขึ้น 0.214 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยความเกี่ยวข้อง 1 หน่วยในขณะที่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล จะเพิ่มขึ้น 0.409 หน่วย

จากตารางที่ 4.20 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 9 จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบสังคม ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่

น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ในระดับที่ค่อนข้างสูงเมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเอง ระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป ("Collinearity", 2012) หรือการที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระ ในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจาก ขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อย ก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้อง ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity (Cohen, 1977)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Variance Inflation Factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้ แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (O'Brien, 2007)

Tolerance หากค่า Tolerance < 0.1 แสดงว่าเกิด Multicollinearity (O'Brien, 2007)

ตารางที่ 4.21: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ความดึงดูดทางสายตา	0.221	4.519
เนื้อหาที่น่าสนใจ	0.280	3.567
การรับรู้ของความสนุก	0.232	4.302
ภาวะไหลลื่น	0.295	3.390
การกระทำ	0.339	2.947
ความเกี่ยวข้อง	0.333	3.003

(ตารางมีต่อ)

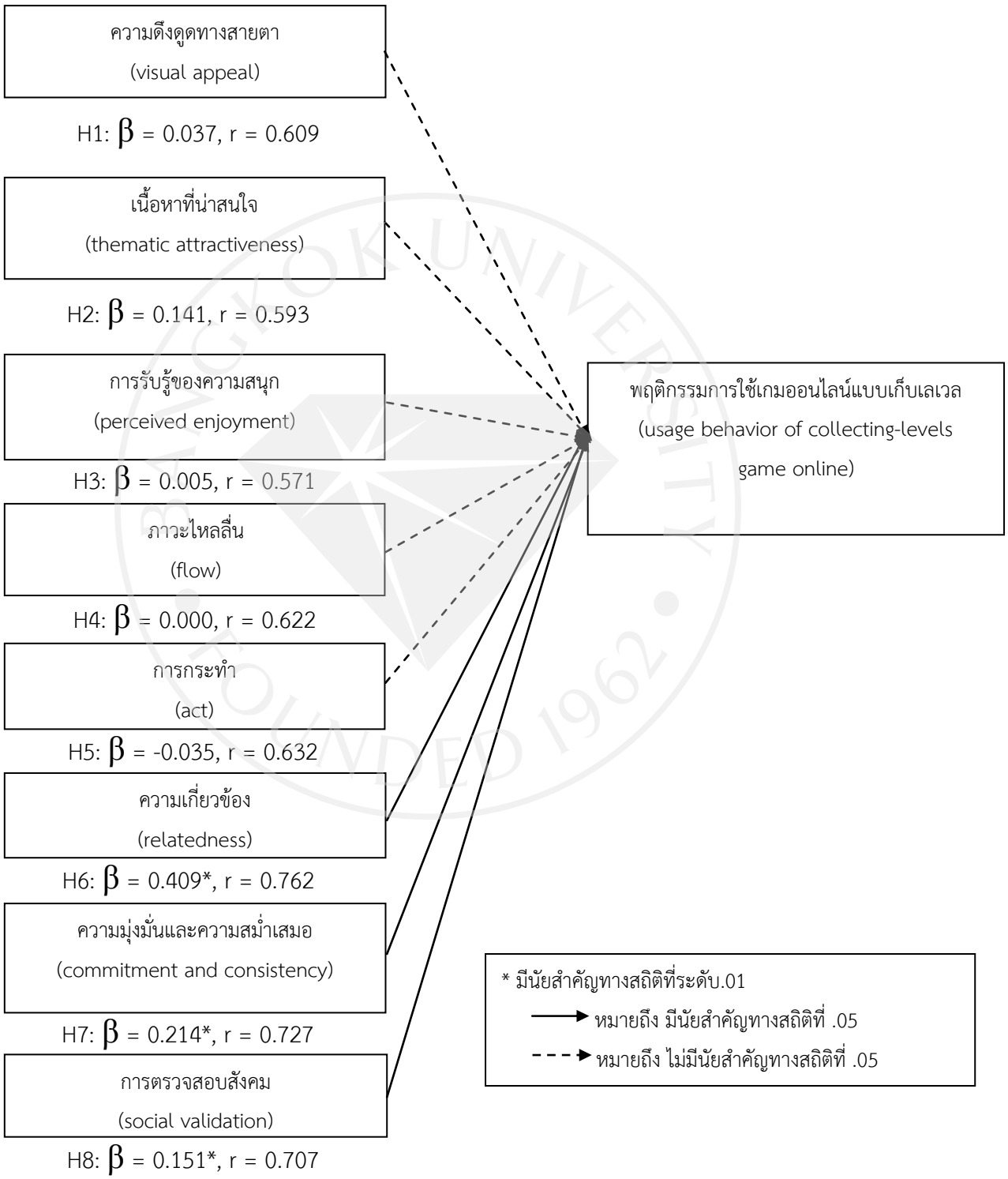
ตารางที่ 4.21 (ต่อ): การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ	0.282	3.552
การตรวจสอบสังคม	0.288	3.474

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.21 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.221 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 4.519 ซึ่งน้อยกว่า 10 ดังนั้น แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ



จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ส่วนปัจจัยความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกหรือไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เป็นกลุ่มคาดว่า จะมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ อย่างน้อยจำนวน 225 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล พบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ถ้าจะเลือกระยะการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ จะซื้อต่ำกว่า 100 บาท และมีระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ต่อสัปดาห์อยู่ที่ 1-5 ชั่วโมง โดยผลการวิจัยตามสมมติฐาน สามารถสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานคือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล

ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีอำนาจการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ไม่มีอำนาจพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากสมมติฐานที่ 9 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (Y) ได้แก่ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และปัจจัยการตรวจสอบสังคมร้อยละ 81.3 และอีกร้อยละ 18.7 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.226 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ ดังนี้

Y (พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล) = +0.2260 + 0.409 (ปัจจัยความเกี่ยวข้อง) + 0.214 (ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ) + 0.151 (ปัจจัยการตรวจสอบสังคม)

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้าวต้นพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยความดึงดูดทางสายตา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยความดึงดูดทางสายตาต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลมีความสวยงาม การออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลควรมีภาพที่น่าดึงดูดใจ จะทำให้ผู้เล่นรู้สึกตื่นเต้นโดยสอดคล้องกับ และได้ฝึกสมองในการเล่นเกม (Lovell, 1980) ได้กล่าวว่า ความดึงดูดทางสายตา หมายถึง รูปแบบที่ตัวเกมได้ถ่ายทอดออกมาผ่านการรับรู้ด้วยการมองเห็นผ่านสายตาของผู้เล่น เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความต้องการที่จะเล่นเกม

เป็นสิ่งเร้ารูปแบบหนึ่งที่บุคคลจะถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายใต้ภาพ โดยจงใจให้อยากที่จะกระทำตามหรือดิ้นรนทำสิ่งนั้นเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างของเกมที่ตั้งไว้ ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่ใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดาเพียงอย่างเดียว เช่น เนื้อหาของเกมผ่านองค์ประกอบภาพ สี และความลงตัวภายในตัวเกม

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยเนื้อหาที่น่าสนใจต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการวางรูปแบบและเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ควรมีเนื้อหาที่น่าดึงดูดใจ น่าสนใจในการเล่นเกม ทำให้ผู้เล่นรู้สึกอยากติดตาม โดยสอดคล้องกับ (Landreth, 1972) ได้กล่าวว่า เนื้อหาที่น่าสนใจ หมายถึง ความรู้สึก ความสนใจ มีความสำคัญตอการเรียนรูสิ่งตางๆ ภายในตัวเกมเปนอยางยิ่ง ในกลุ่มผู้เล่นจะต้องมีความสนใจในเนื้อหาของเกมกอน จึงจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรูตามวัตถุประสงค์ สิ่งเราหรือการเสริมแรงตางๆ ตามมา เพื่อให่ผูเรียนรูมีความพอใจที่จะเกิดความมุงมั่นและมีความสนใจในเกมออนไลน์ได ทั้งที่เกิดขึ้นในขณะที่มีการทำกิจกรรมไม่ว่าจะรูปแบบใดก็ตามจะก่อให้เกิดเปนพฤติกรรมที่ผู้เล่นจะกระทำดวยความสุขและความพอใจ จะส่งผลให้ผู้เล่นเกมออนไลน์มีความสนใจและเข้าถึงเนื้อหาของเกมได้มากยิ่งขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ของความสนุก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยการรับรู้ของความสนุกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลทำให้ผู้เล่น รู้สึกสนุก ตื่นเต้น และเพลิดเพลินในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยสอดคล้องกับ ได้กล่าว่า (Kast. Fremont, Rosenzweig & James, 1985) การรับรู้ของความสนุก หมายถึง กระบวนการทางความคิดและจิตใจของผู้ใช้งานที่แสดงออกถึงความรู ความเข้าใจ ความรูสึกนึกคิด ที่จะส่งผลมาจากกระบวนการรับรู้และตีความจากสิ่งเร้าต่างๆ ที่มาสัมผัสด้วยความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยการรับรู้ของความสนุก และประสบการณที่ผ่านมาของคนแต่ละคนจึงมีการรับรูที่แตกต่างกัน ซึ่งการรับรู้จะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อการรับรูในสิ่งนั้นๆ การรับรู้ของผู้เล่นสามารถรับรู้ได้ในหลากหลายทิศทาง ทั้งการเล่นเกมออนไลน์เอง การอ่านบทความ การรับฟังข่าวสารจากเพื่อนที่เคยเล่นมาก่อน หรือแม้กระทั่งการดูตัวอย่างของเกมออนไลน์ก็ทำให้เพลิดเพลินได้อีกด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยภาวะไหลลื่น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ

เพียร์สัน พบว่า ปัจจัยภาวะไหลลื่นต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ผู้เล่นจะรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว และจะไม่คิดถึงสิ่งอื่นใด จะมีใจจดจ่ออยู่กับเกม เมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล โดยสอดคล้องกับ (Kast. Fremont, Rosenzweig & James, 1985) ได้กล่าวว่า ภาวะไหลลื่น หมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างเนื้อหาของเกมออนไลน์กับผู้เล่นเกมจะสามารถสร้างสภาวะการไหลไปตามข้อมูลที่ได้รับผ่านการเล่น จะช่วยให้ผู้เล่นเกมนั้นไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในช่วงเวลาที่ได้เล่นเกมออนไลน์ สามารถทำให้ผู้ที่กำลังเล่นเกมอยู่ในขณะนั้นทำการจดจ่ออยู่แต่หน้าจอ โดยจะไม่อยากจะทำสิ่งอื่นสิ่งใดเลย การแสดงออกในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นกับผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีความเข้าถึงเนื้อหาของเกมนั้นๆ อย่างแท้จริง เพราะผู้เล่นเกมออนไลน์จะเชื่อมโยงตัวเองเข้าไปสู่เกมออนไลน์ที่ได้ทำการเล่นนั้นเอง

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยการกระทำ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยการกระทำต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้เล่นจะได้แบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลกับเพื่อนๆและได้ปรับปรุงชีวิตทางสังคม และสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉันกับเพื่อน ๆ ได้ โดยสอดคล้องกับ (ดูเดอร์สัน, 1990) ได้กล่าวว่า การกระทำ หมายถึง การมุ่งเน้นกระบวนการที่จะสามารถทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ต้องการที่จะสามารถเปิดโลกใหม่ๆ โดยการที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ต้องการที่จะเล่นเกมออนไลน์ในรูปแบบอื่นๆ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเอง เพื่อที่จะแสดงออกให้เห็นถึงความชอบในตัวผู้เล่นเกมออนไลน์แต่ละคน สิ่งนี้จะแสดงออกให้บุคคลภายนอกเห็นได้อย่างชัดเจนเลยว่า ผู้เล่นเกมคนนั้นๆ กำลังมีความสนใจ และกำลังเข้าถึงสิ่งที่กระทำอยู่อย่างตั้งใจ เพราะการแสดงออกในการใช้ชีวิตจะมีความชัดเจนเป็นอย่างมาก

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยความเกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยความเกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวและคนอื่นๆ ผ่านการเล่นเกมออนไลน์ได้ โดยสอดคล้องกับ Seufert, et al. (2016) ได้กล่าวว่า ความเกี่ยวข้อง หมายถึง แนวโน้มของบุคคลที่จะคอยตอบแทนผู้ใช้งานคนอื่นๆ เช่นเดียวกับบุคคลอื่นๆ ที่เคยปฏิบัติเรื่องราวที่ถูกใจต่อตัวเอง ดังนั้นบุคคลเหล่านี้จะมีอัตราการกระทำเรื่องราวดีๆ ต่อผู้ใช้งานคนอื่นๆ โดยที่บุคคลเหล่านั้นจะมีความตั้งใจกระทำเรื่องราว

ที่ดีออกไปโดยไม่กลัวผลกระทบที่จะสะท้อนกลับมาสู่บุคคลผู้กระทำ เพื่อเป็นการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ถ้ามีผู้ใช้งานเกมออนไลน์มีการจัดกิจกรรมใดๆ ก็ตามผู้เล่นเกมรายอื่นที่มีความสนใจก็จะเข้าร่วมในกิจกรรมนั้นๆ ด้วย

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก การโพสต์ การแชร์ ประสบการณ์ต่างจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล เป็นสิ่งที่ที่ผู้เล่นทำเป็นประจำ โดยสอดคล้องกับ (Buchanan, 1974) ได้กล่าวว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ หมายถึง ความหมายของการกระทำที่เน้นด้านพฤติกรรมการแสดงออกของสมาชิกในกลุ่ม เป็นลักษณะการแสดงออกของบุคคลที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับบุคคลในกลุ่ม ซึ่งเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถที่มีอยู่แสดงออกถึงความเป็นหนึ่งเดียวกับคนในกลุ่ม คล้ายกับว่า ถ้ามีผู้เล่นเกมคนใดคนหนึ่งแบ่งบันความคิดเห็นในส่วนต่างๆ ก็จะมีผู้เล่นเข้ามาแบ่งบันประสบการณ์ในจุดตรงนั้นด้วย เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างตัวบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบสังคมต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากเด็กในปัจจุบันส่วนมากติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล แต่ถ้าอยู่ในการดูแล และเล่นแบบถูกวิธี การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลจะสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้ และทำให้เด็กมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมมากขึ้นโดยสอดคล้องกับ (สมยศ นาวีการ, 2540) ได้กล่าวว่า การตรวจสอบสังคม หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์กับบุคคลภายในครอบครัวหรืออาจจะเป็นทฤษฎีของมนุษย์วิทยาเป็นเรื่องของคนที่มีแบบแผนการคิดที่แตกต่างกันออกไปตามการใช้ชีวิต การกระทำหรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เกี่ยวข้องกับคนและความสัมพันธ์ระหว่างคน ผลกระทบที่จะสามารถเกิดขึ้นได้จากการเล่นเกมออนไลน์ รวมไปถึงการเกิดผลกระทบระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม ที่จะมีความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นเป็นไปตามหลักเหตุผล มีระบบและพยากรณ์ปรากฏการณ์ในอนาคต เพื่อแบ่งปันระหว่างความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มคนที่เล่นเกมออนไลน์และกลุ่มคนที่ไม่ได้เล่นเกมออนไลน์

สมมติฐานข้อที่ 9 จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์เชิงบวกพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล พบว่า ปัจจัยความเกี่ยวข้อง ปัจจัยความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ และปัจจัยการตรวจสอบสังคม มีอำนาจการพยากรณ์

พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน ยุระรัช (2550) ได้กล่าวว่า ความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติของผู้เล่นเกมออนไลน์จะขึ้นอยู่กับความเชื่อ ค่านิยม และความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้งานเกมออนไลน์ ดังนั้น การวัดความรู้สึกที่มีต่อการเล่นเกมออนไลน์ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะต้องมีความเข้าใจในขอบเขต ของผู้เล่นเกมออนไลน์อย่างแท้จริง จะทำให้การตอบสนองเป็นไปอย่างถูกต้อง ตรงจุด และบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่แท้จริงตามความต้องการของผู้ใช้งานเกมออนไลน์ Seufert et al. (2016) ได้กล่าวว่า ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ ผู้ให้บริการเกมกับผู้เล่นเกมต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการให้บริการการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น และการให้บริการจะต้องทำให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และมีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตัวเองอีกด้วย การให้ความเคารพและรักษาคำพูดกับผู้ใช้งานเกมออนไลน์ จะกลายเป็นสิ่งที่ผู้เล่นจะให้การยอมรับในบริษัทผู้ให้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัท และจะต้องมีช่องทางในการติดต่อกับผู้ใช้งาน เพื่อความสะดวกในการดำเนินงานแก้ไขให้ได้ประโยชน์สูงสุด สมยศ นาวีการ (2540) ได้กล่าวว่า การตรวจสอบสังคม หมายถึง รูปแบบทางสังคมจะมีความสัมพันธ์ผู้ให้บริการและผู้ใช้งาน พบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีการรับรู้ถึงความสำคัญในการเล่นเกมจากสังคม และจะส่งผลให้ผู้เล่นเกมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเล่นเกมไปตามกระแสสังคม จากการที่เคยเล่นเกมตัวหนึ่งของบริษัทผู้ให้บริการ ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถที่จะเข้าไปลองเล่นเกมอื่นๆ ภายในบริษัทได้ ขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้เล่นเกมและผู้ให้บริการ ที่จะต้องใช้วิธีในการสื่อสารให้ผู้เล่นเกมรับรู้เรื่องราวได้อย่างทันท่วงที ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้เกมออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้ใช้เกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัย ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น และการกระทำ ไม่ส่งผลต่อการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้ใช้เกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของ ความดึงดูดทางสายตา เนื้อหาที่น่าสนใจ การรับรู้ของความสนุก ภาวะไหลลื่น การกระทำ ความเกี่ยวข้อง ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ การตรวจสอบสังคม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร นักการตลาด เจ้าของธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ ควรพิจารณาและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

5.3.1 นักการตลาด เจ้าของธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ ควรมุ่งเน้นความเกี่ยวข้องเป็นอย่างแรก เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ จะทำให้ผู้เล่น

เกมได้มีการเสนอความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกันในรูปแบบเกมแนวเดียวกัน สามารถรวมไปถึงการที่ผู้เล่นเกมจะสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ดีขึ้นกว่าที่ผ่านมา ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี กับคนอื่นๆ ผ่านการเล่นเกมออนไลน์ได้อย่างที่ไม่เคยทำมาก่อน พร้อมทั้งสร้างให้ผู้เล่นเกมอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์เลเวล โดยที่ไม่จำเป็นต้องนั่งอยู่เพียงแต่หน้าจอคอมพิวเตอร์

5.3.2 นักการตลาด เจ้าของธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ ควรมุ่งเน้นไปทางการสร้างความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ เพื่อให้รู้ถึงความต้องการจะอ่านข้อความต่างๆ จากเนื้อหาเกม กิจกรรมภายในเกมของผู้เล่นเกมทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์เพื่อให้ง่ายต่อการเล่นเกมของผู้เล่นมากขึ้นและจะสอดคล้องไปถึงการโพสต์ข้อความต่างๆ ของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ เพื่อเป็นการแบ่งบันประสบการณ์ระหว่างผู้เล่นถึงผู้เล่นอีกคน จากการศึกษาครั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้เล่นเกมแนวเดียวกันส่วนใหญ่ชอบที่จะแบ่งปันการโพสต์ต่างๆ ของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์เพื่อสร้างรูปแบบและแนวทางใหม่ๆ ให้สังคมเกมน่าอยู่มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงผู้เล่นเกมส่วนมากชอบที่จะทำตามคำแนะนำ ของผู้เล่นเกมคนอื่นๆ ที่เคยเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ มาก่อน

5.3.3 นักการตลาด เจ้าของธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ ควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสังคม เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ ว่านอกจากจะสร้างความสนุกให้แล้วนั้นยังสามารถทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์ได้ง่ายมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้เป็นเรื่องเสียอย่างเดียว เพราะโดยกลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์บางกลุ่ม ก็ยังมีการสร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอีกด้วยและยิ่งในปัจจุบันนี้ผู้เล่นเกม ไม่ใช้แค่เด็กติดเกมอีกต่อไปเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ เป็นเหมือนกีฬาที่จะสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้อีกด้วย ผู้เล่นเกมจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นกว่าเดิม ถ้ามีผู้สนับสนุนอย่างถูกต้อง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

นักวิชาการควรพิจารณาศึกษางานวิจัยในอนาคต ดังนี้

5.4.1 ควรเพิ่มระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามให้มีการกระจายตัวตามช่วงเวลาให้มากขึ้น เช่น ช่วงเวลาที่เด็กปิดเทอมอาจจะมีการเล่นเกมที่มากขึ้น และอาจจะทำการศึกษากับกลุ่มประชากร / กลุ่มตัวอย่าง ในสถานที่ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเกมออนไลน์ เพื่อที่จะสามารถปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้เกมออนไลน์ในแต่ละกลุ่มได้ตรงจุด

5.4.2 การศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษากับตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่ เช่น ปัจจัยการอ้างอิงจากกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ที่เล่นเกมหรือคนในสังคมในโลกออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้ใช้บริการเกมต่างๆในกรุงเทพมหานครได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่ตลอดเวลาและเป็นแหล่งรวมตัวของกลุ่มวัยรุ่นจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่รู้จักการเล่นเกมเป็นอย่างดี จะทำให้มีการบอกต่อ และเล่นตามๆกัน เป็นส่วนใหญ่

5.4.3 การศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษากับกลุ่มลูกค้าที่เล่นเกม Realm of Valor (ROV) เนื่องจากกระแสของเกมนี้ทำให้ผู้เล่นเกมทุกเพศ ทุกวัย มีความต้องการเล่นเกมกันอย่างสม่ำเสมอ และยังเป็นที่ยอมรับจากสังคมกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์อย่างมากดังนั้น เพื่อที่จะนำผลการวิจัยมาทำการศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บรรณานุกรม

กชรัตน์ ปัญญวัต และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำที่ร้านเครื่องประดับเพชรแบรนด์ A ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต, 3 เม.ย. 2557* (หน้า 525-531). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ก). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการวิจัย.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ข). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุญชรี ค้าขาย. (2540). *จิตวิทยาการเรียนการสอน.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

เกมพลิกชีวิต 'การีน่า ออนไลน์' ปี56โตพรวด 300%. (2556). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก http://www.thairath.co.th/content/378489.

เกมไม่ใช่แค่สนุก Garena มองตลาดเกมไทยติดท็อป 20 ของโลก หลัง eSport ปั๊มเงินสะพัด 9,000 ล้านบาท. (2560). สืบค้นจาก https://brandinside.asia/thailand-gaming-market-rank-top-20/. Tangsiri.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2557). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling).* สืบค้นจาก http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ และอุทัยวรรณ สายพัฒนะ. (2555). *ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น (Validity and Reliability).* สืบค้นจาก http://www.watpon.com/Elearning/validity.pdf.

ณัชญ์ธนัน พรมมา. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในพนักงานมีความพึงพอใจในองค์การ. (2560). สืบค้นจาก http://www.novabizz.net/management-106.html.

เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ. (2558). *Marketeer.* สืบค้นจาก http://marketeer.co.th/archives/28324.

ธัชนันท์ ศีลพิพัฒน์ และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อเครื่องสำอางที่เป็นตราสินค้าจากสหรัฐอเมริกาของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยรังสิต, 28 เม.ย. 2560* (หน้า1140-1150). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

นงรัก บุญเสริฐ. (2554). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเฮ้าส์แบรนด์ประเภทสินค้าอุปโภค.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *สถิติชวนใช้.* กรุงเทพฯ: ไอคอนพริ้นติ้ง.

ปิยะนุช ประจักษ์จิต. (2525). *การทดลองเปรียบเทียบผลจากวิธีการที่แตกต่างกันในการใช้สิ่งเร้าต่อความตั้งใจในการรับรู้และการเรียนรู้ในเด็กวัยก่อนเข้าเรียน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ฟันธง ธุรกิจเกมออนไลน์โตพรวด มูลค่าตลาดทะลุ 3 พันล้าน. (2558). *ASTVผู้จัดการออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.manager.co.th/Smes/ViewNews.aspx?NewsID=9570000138288.

ภัทรพร เฉลิมบงกช. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์การเงินกรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภัทรพล กาญจนปาน. (2552). *จริยธรรมในองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและผลการดำเนินงานของ การประปานครหลวง.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แร็กนาร็อกออนไลน์. (2560). สืบค้นจาก https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%87%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B9%8C.

วงจันทร์ เพชรพิเชฐเชียร และวิภา แซ่เซี้ย. (2554). *การใช้สถิติพาราเมตริก ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง.* กรุงเทพฯ: คณะพยาบาลศาสตร์ มอ. .

วิยะดา บัวเผื่อน. (2531). *การศึกษาความสนใจในการเล่นเกมการศึกษาของเด็กประถมวัยโดยมีครูชี้แนะและเล่นด้วยตนเอง.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒประสานมิตร.

ศศทรรศน์ ศิริมหาธรรม. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคเครื่องดื่มรังนกสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในพื้นที่ซอยทองหล่อและสยามสแควร์ในกรงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมยศ นาวีการ. (2540). *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ เรื่องการจูงใจ: จากแนวความคิดไปสู่การ ประยุกต์ใช้.* กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

“สยามพารากอน” ประกาศความยิ่งใหญ่ 9 ปี แห่งความสำเร็จกับการเป็นผู้นำสร้างประสบการณ์ระดับโลกที่แตกต่างและตรงใจ. (2560). *โพสต์ทูเดย์.* สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/social/PR/332228.

สัมภาษณ์ผู้บริหาร Electronics Extreme กับการคืนชีพ Ragnarok Online ในประเทศไทย. (2559). สืบค้นจาก https://www.blognone.com/node/84023.

ส่องตลาดเกมไทย ภาครัฐชี้เกมเมอร์ไทยยุคนี้เล่น MOBA และ เกมมือถือเป็นหลัก. (2558).. สืบค้นจาก http://www.online-station.net/feature/feature/16045.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *วัยรุ่น : อินเทอร์เน็ต: เกมส์ออนไลน์.* สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_internet_teen.jsp.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน.* สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh58.pdf.

สุบิน ยุระรัช. (2550). *ทฤษฎีการวัดทัศนคติ (Theory of Attitude Measurement).* สืบค้นจาก http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=inthedark&month=06-2007&date=27&group=2&gblog=27.

อภิวิชญ์ สุวรรณสุภา. (2558). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความภักดีผู้เล่นเกมออนไลน์ A ในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Alzahrani, A.I., Mahmud, I., Ramayah, T., Alfarraj, O., & Alalwan, N. (2017). Extending the theory of planned behavior (TPB) to explain online game playing among Malaysian undergraduate students. *Telematics and Informatics, 34*(4), 239-251.

Assael, H. (1998). *Consumer behavior: and marketing action* (6th ed.). Ohio: South-Western College.

Buchanan, H.B. (1974). Building organization commitment the socialization of managers in work organization. *Administrative Science Quarterly*, *19*, 533-546.

Chang, I.C., Liu, C., & Chen, K. (2014). The effects of hedonic/utilitarian expectations and social influence on continuance intention to play online games. *Internet Research, 24*(1), 21-45.

Cohen, J. (1977a). *Statistical power analysis for the behavioral sciences.* New York: Academic.

Cohen, J. (1977b). *Statistical power analysisfor the behavioral sciences.* New York: Academic.

Collinearity. (2012). Retrieved from https://www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc.

Commitment and Consistency Principle. (2015). Retrieved from https://www.mikesweet.co.uk/004-commitment-and-consistency-principle/.

Craig & Moores. (2006). A *10*-Year Longitudinal Investigation of Strategy, Systems, and Environment on Innovation in Family Firms. *Family Business Review*, *19,* 1-10.

DeVito. (2000). *Human communication*. New York: Addison-Wesley Educational Publishers, Inc.

Domjan, M. (1996). *The principles of learning and behavior belmont*. California: Thomson Wadsworth.

Dragonfly ประกาศร่วมมือกับ True Digital Plus พร้อมบินลัดฟ้าประชุมแผนเตรียมความพร้อมสำหรับสุดยอดเกมมันส์แนว FPS Special Force 2 เกมเมอร์ไทยได้สัมผัสแน่ 2015 นี้!!. (2558). สืบค้นจาก http://www.gamegigs.com/game-update/37921.html.

Erdfelder, & Faul & Buchner. (1996). G*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers, 28*(1), 1–11.

Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS.* London: Sage.

Gabbiadini, A., & Greitemeyer, T. (2017). Uncovering the association between strategy video games and self-regulation: A correlational study. *Personality and Individual Differences, 104*, 129-136.

Gagne, & Robert M. (1985). *The conditions of learning and theory of instruction* (4th ed.). New York: Holt, Rinehart, and Winston.

Granitz, N.A., & Ward, J.C. (1996). Virtual community: A sociocognitive analysis. *Advances in Consumer Research, 23*, 161–166.

Hsiao, C.-H., & Tang, K.-Y. (2016). On the post-acceptance of mobile movie-themed games. *Electronic Commerce Research and Applications, 18*, 48-57.

Hsu, C.-L., & Lu, H.-P. (2007). Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective. *Computers in Human Behavior, 23*(3), 1642-1659.

Jordan, P.W. (1998). Human factors for pleasure in product use. *Applied Ergonomics, 29*(1), 25-33.

Kast, Fremont. E., Rosenzweig, & James, E. (1985). *Organization and contingency approach* (4th ed.). Singapore: McGraw – Hill.

Kelman, H.C. (1958). Vange. *Journal of Conflict Resolution*, 51-60.

Landreth, C. (1972). *Preschool learning and teaching*. New York: Harper and Row.

Lee, M.C. (2009). Understanding the behavioural intention to play online games: an extension of the theory of planned behaviour. *Online Information Review, 33*(5), 849-872.

Liu, Y., & Li, H. (2011). Exploring the impact of use context on mobile hedonic services adoption: An empirical study on mobile gaming in China. *Computers in Human Behavior, 27*(2), 890-898.

Lo, S.-K. (2008). The impact of online game character's outward attractiveness and social status on interpersonal attraction. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 1947-1958.

Lovell, R.B. (1980). *Adult learning*. New York: Halsted Press Wiley & Son.

Martins, J., Gonçalves, R., Branco, F., Barbosa, L., Melo, M., & Bessa, M. (2017). A multisensory virtual experience model for thematic tourism: A Port wine tourism application proposal. *Journal of Destination Marketing & Management, 6*(2), 103-109.

Mathwick,C.C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment 11This article is based upon the first author's doctoral dissertation completed while at Georgia Institute of Technology. *Journal of Retailing, 77*(1), 39-56.

Merhi, M.I. (2016). Towards a framework for online game adoption. *Computers in Human Behavior*, *60*, 253-263.

O'Brien. (2007). *Enterprise information systems* (3th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Pilke, E.M. (2004). Flow experiences in information technology use. *International Journal of Human-Computer Studies, 61*(3), 347-357.

Regan, D.T. (1971). Effects of a favor and liking on compliance. *Journal of Experimental Social Psychology, 7*(6), 627-639.

Reiser, R.A., Driscoll, M.P., & Vergara, A. (1987). The effects of ascending, descending, and fixed criteria on student performance and attitude in a mastery-oriented course. *Educational Communication and Technology Journal, 35.*

Seufert, M., Burger, V., Lorey, K., Seith, A., Loh, F., & Tran-Gia, P. (2016). Assessment of subjective influence and trust with an online social network game. *Computers in Human Behavior, 64*, 233-246.

Skinner. (1990). *Behavioral Analysis, Social Service.* Retrieved from https://www.gotoknow.org/posts/506746.

Vance, A., Cosaque, C.E.-D., & Straub, D.W. (2008). Examining trust in information technology artifacts: the effects of system quality and culture. *Journal of Management Information Systems, 24*(4), 73-100.

Wang, Y.J., Minor, M.S., & Wei, J. (2011). Aesthetics and the online shopping environment: Understanding consumer responses. *Journal of Retailing, 87*(1), 46-58.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
BANGKOK UNIVERSITY

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ของผู้เล่นเกมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย ชาคริต คำเนตร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด<u>โดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว</u>

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ไม่เกิน 25 ปี ☐ 2. 26-30 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. ปริญญาตรี

☐ 3. ปริญญาตรี ☐ 4. ปริญญาเอก

☐ 5. อื่นๆ 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. 50,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

☐ 1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง

☐ 3. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ☐ 4. นิสิต / นักศึกษา

☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ช่วงระยะการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อสัปดาห์

☐ 1. ต่ำกว่า 100 บาท ☐ 2. 101–300 บาท

☐ 3. 301–500 บาท ☐ 4. 501-1,500 บาท

☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ช่วงระยะเวลาชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์ทุกสัปดาห์

☐ 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง ☐ 2. 2-5 ชั่วโมง

☐ 3. 6-10 ชั่วโมง ☐ 4. 11-15 ชั่วโมง

☐ 5. 16-20 ชั่วโมง

☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

<u>ส่วนที่ 2</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความดึงดูดทางสายตา (visual appeal)						
1	การแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) มีความสวยงาม					
2	ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน					
3	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น					
4	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ช่วยให้ฉันได้ฝึกสมอง					
เนื้อหาที่น่าสนใจ (thematic attractiveness)						
1	ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) เป็นที่น่าดึงดูดใจ					
2	การวางรูปแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) เป็นที่น่าสนใจ					
3	ลักษณะภาพ ลักษณะพื้นหลังที่ใช้ในเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)เป็นที่น่าสนใจ					
4	ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) มีสิ่งที่น่าติดตาม					
การรับรู้ของความสนุก (perceived enjoyment)						
1	มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2	มันเป็นเรื่องสนุกในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
3	มันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
4	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน					
ภาวะไหลลื่น (flow)						
1	ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
2	ฉันรู้สึกอยากรู้ อยากเล่นต่อเมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
3	ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) (มีการปรับให้เป็นเชิงบวก)					
4	ในขณะเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ฉันรู้สึกจดจ่อความสนใจทั้งหมดอยู่ที่เกม					
การกระทำ (act)						
1	ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ร่วมกับเพื่อน					
2	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ทำให้ฉันอยากไปเล่นเกมออนไลน์อื่นๆ					
3	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของฉันกับเพื่อน ๆ ได้					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4	เมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level)จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิต และ ไลฟ์สไตล์ของฉัน					
ความเกี่ยวข้อง (relatedness)						
1	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน					
2	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้					
3	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ กับคนอื่นๆ ผ่านการเล่นเกมออนไลน์ได้					
4	ฉันอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ (commitment and consistency)						
1	ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
2	ฉันชอบโพสต์ต่างๆ ของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
3	ฉันเคยแบ่งปันการโพสต์ต่างๆ ของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					
4	ฉันเคยทำตามคำแนะนำ ของเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level)					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การตรวจสอบสังคม (social validation)						
1	ฉันคิดว่าการมีเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) ทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลได้					
2	ฉันคิดว่ากลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) สามารถช่วยเหลือสังคมได้					
3	ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้					
4	ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม					
พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล (usage behavior of collecting-levels game online)						
1	ฉันตั้งใจเติมเงินเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level)					
2	ฉันตั้งใจเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) อย่างต่อเนื่อง					
3	ฉันเชื่อว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) ที่ฉันเล่นมีความนิยม					
4	ฉันคิดว่าเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) มีอยู่ต่อไปในอนาคต					

<u>ส่วนที่ 3</u> ขอให้ท่านเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล ในกรุงเทพมหานคร

_____

_____

_____

_____

โอกาสนี้ ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นาย ชาคริต คำเนตร

E-Mail: chakrit.kham@gmail.com

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

99/71 หมู่ 5 หมู่บ้าน มัณฑนา ถนน ชัยพฤกษ์
ตำบล บางพลับ อำเภอ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 094-6522554
อีเมล แอดเดรส : Chakrit.kham@gmail.com

28 สิงหาคม 2559

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ

กระผม นาย ชาคริต คำเนตร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กระผม ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจการเล่นเกม นี้ดี ดังนั้น ประสบการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีคำเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)
ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....

(นาย ชาคริต คำเนตร)
นักศึกษา

99/71 หมู่ 5 หมู่บ้าน มัณฑนา ถนน ชัยพฤกษ์
ตำบล บางพลับ อำเภอ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 094-6522554
อีเมล แอดเดรส : Chakrit.kham@gmail.com

28 สิงหาคม 2559

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ นริศน์ มารศรี
เจ้าของธุรกิจ พี.เค.อินเตอร์เน็ท

กระผม นาย ชาคริต คำเนตร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กระผม ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจการเล่นเกม นี้ดี ดังนั้น ประสบการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีคำเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(คุณ นริศน์ มารศรี)
ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....

(นาย ชาคริต คำเนตร)
นักศึกษา

99/71 หมู่ 5 หมู่บ้าน มัณฑนา ถนน ชัยพฤกษ์
ตำบล บางพลับ อำเภอ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 094-6522554
อีเมล แอดเดรส : Chakrit.kham@gmail.com

28 สิงหาคม 2559

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ สมคิด รักษา
เจ้าของธุรกิจ หลุยส์ออนไลน์

กระผม นาย ชาคริต คำเนตร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กระผม ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจการเล่นเกม นี้ดี ดังนั้น ประสบการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีคำเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีคำเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ..... .....
(คุณ สมคิด รักษา)
ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....
(นาย ชาคริต คำเนตร)
นักศึกษา

Factor	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
visual appeal. (VA) (ความดึงดูดทางสายตา) (Merhi 2016)	VA1: The games displayed online are aesthetically appealing.	การแสดงผลของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีความสวยงาม			
	VA2: I usually find the design of online games visually attractive. Diversion from daily routine.	ฉันมักจะพบว่าการออกแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีภาพที่น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่นๆ ที่ฉันเห็นในแต่ละวัน			
	VA3: Online play feels shallow dancing.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น			
	VA4: Playing games helps me train the brain.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้ฉันได้ฝึกสมอง			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
thematic attractiveness (TA) (เนื้อหาที่น่าสนใจ) (Hsiao and Tang 2016)	TA 1: Find that the online games looks attractive.	ฉันพบว่าเนื้อหาของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าดึงดูดใจ			
	TA 2: The lay-out of the online games is attractive.	การวางรูปแบบของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ			
	TA 3: The theme used in the online games is attractive.	ลักษณะภาพลักษณะพื้นหลังที่ใช้ในเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นที่น่าสนใจ			
	TA4: The format of the game is something to be followed.	ลักษณะการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) มีสิ่งที่น่าติดตาม			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
perceived enjoyment (PE) (การรับรู้ของความสนุก) (Hsiao and Tang 2016)	PE1: It is exciting to play the online games.	มันเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	PE2: It is fun to play the online games.	มันเป็นเรื่องสนุกในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	PE3: It is interesting to play the game online.	มันเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	PE4: Playing the online games is enjoyable for me.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) เป็นสิ่งเพลิดเพลินสำหรับฉัน			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
flow (FL) (ภาวะไหลลื่น) (Hsiao and Tang 2016)	FL1: I feel time passes quickly while playing the online games.	ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	FL2: I felt curious while playing the online games.	ฉันรู้สึกอยากรู้อยากเล่นต่อเมื่อฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	FL3: I thought of other things while exploring the movie game	ฉันไม่คิดถึงสิ่งอื่นใดในขณะที่ฉันเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	FL4: While playing the online games, I was entirely absorbed.	ในขณะเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ฉันรู้สึกจดจ่อความสนใจทั้งหมดอยู่ที่เกม			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
act (AC) (การกระทำ) (Hsiao and Tang 2016)	AC1: I am willing to share the experiences of online games with friends.	ฉันยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์ ในการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) กับเพื่อน			
	AC2: Playing online games attracts me to explore other online games.	การเล่นเกมออนไลน์แบบแบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันอยากไปเล่นเกมออนไลน์อื่นๆ อีก			
	AC3: Playing online games will improve my social life with friends.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถปรับปรุงชีวิตทางสังคมของฉัน กับเพื่อนๆ ได้			
	AC4: When I am playing online games it reflects my lifestyle.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะสะท้อนถึงการใช้ชีวิตและ ไลฟ์สไตล์ของฉัน			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
relatedness (RE) (ความเกี่ยวข้อง) (Hsiao and Tang 2016)	RE1: Playing online games enables me to exchange experiences with those who have common interests.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ทำให้ฉันได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกัน			
	RE2: Playing online games brings family and friends closer together.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) สามารถสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้			
	RE3: I can relate to other people through playing online games.	การเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ได้			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
	RE4: I would like to participate in some activities related to the online games.	ฉันอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
commitment and consistency (CC) (ความมุ่งมั่นและความสม่ำเสมอ) (Seufert, Burger et al. 2016)	CC1: Did you ever view a posting of online games?	ฉันจะอ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	CC2: Did you ever like a posting of online games?	ฉันชอบโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
	CC3: Did you ever share a posting of online games?	ฉันเคยแบ่งปันข้อมูลโดยการโพสต์ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
	CC4: Did you ever follow an advice of online games?	ฉันเคยทำตามคำแนะนำ ของเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์)			
social validation (การตรวจสอบสังคม) (SV) (Seufert, Burger et al. 2016)	SV1: Do you think many people like the postings of [[name]]?	ฉันคิดว่าการมีเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/Level) ทำให้เด็กในปัจจุบันติดเกมออนไลน์แบบเก็บเลเวลได้			
	SV2: Do you think many people comment on [[name]]''s postings?	ฉันคิดว่ากลุ่มคนเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์ (เลเวล/Level) สามารถช่วยเหลือสังคมได้			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
	SV3: Do you think many people share [[name]]''s postings?	ฉันคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/ Level) สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยได้			
	SV4: Do you think that [[name]]''s postings are interesting to many people?	ฉันคิดว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์แบบเก็บค่าประสบการณ์(เลเวล/ Level) จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม			
usage behavior of collecting-levels game online (พฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์แบบเก็บเลเวล) (UBCLGO) (Merhi 2016)	IP1: I intend to Purchase online games in the future.	ฉันตั้งใจที่จะจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ในอนาคต			

Factors	Eng.V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
	IP2: I intend to refill the game continues.	ฉันตั้งใจที่เติมเงินค่าเล่นเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) อย่างต่อเนื่อง			
	IP3: I believe my game will be celebrated in the future.	ฉันเชื่อว่าเกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) ที่ฉันเล่นจะมีความนิยมในอนาคต			
	IP4: The game will be continued in the future. bot (program play) was 100 %	เกมออนไลน์แบบเก็บ Level (หรือเก็บประสบการณ์) จะมีอยู่ต่อไปในอนาคต			

บรรณานุกรม

Hsiao, C.-H., & K.-Y., Tang (2016). On the post-acceptance of mobile movie-themed games. *Electronic Commerce Research and Applications*, *18,* 48-57.

Merhi, M. I. (2016). Towards a framework for online game adoption. *Computers in Human Behavior*, *60*, 253-263.

Seufert, M., Burger, V., Lorey, K., Seith, A., Loh, F., & Tran-Gia, P. (2016). Assessment of subjective influence and trust with an online social network game. *Computers in Human Behavior, 64*, 233-246.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ–นามสกุล นาย ชาคริต คำเนตร

อีเมล chakrit.kham@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปี 2556 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะนิเทศศาสตร์ สาขา ภาพยนตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปี 2551 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
สาขา ยานยนต์ โรงเรียน เซนต์จอห์นโปลีเทคนิค

ประสบการณ์การทำงาน ไม่เคยทำงาน

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [redacted] อยู่บ้านเลขที่ 99/71

ซอย 6A ถนน ชัยพฤกษ์ ตำบล/แขวง บางพลัด

อำเภอ/เขต ภาษีเจริญ จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 11120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580201718

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 และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ และอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

ของผู้บริโภคในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

( )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์ อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร