

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

E-sport Online Gaming Behavior of Bangkok Gaming Players



พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

E-sport Online Gaming Behavior of Bangkok Gaming Players



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ

เรื่อง พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ศักดิ์พิพัฒน์ รัตนสุริย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.กิตติภักดิ์ เสวตรัตนกรี

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.ผกาพรรณ ลิ้มปรีดิ์รัตน์



ศักดิ์พัทธ์ รัตนสุรีย์. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ,
พฤศจิกายน 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร (48 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.กิตติภักดิ์ เศวตรัตนกร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นเกมในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การวิจัยนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยใช้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 คำถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คำถาม ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นเกมในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.75 และ 12.25 ด้านอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.25 ด้านระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.25 ด้านรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.75 และ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50

คำสำคัญ: เกมออนไลน์อีสปอร์ต, เกมออนไลน์

Ratanasuree, S. Master of Science (Information Technology and Management),
November 2021, Graduate School, Bangkok University.

E-sport Online Gaming Behavior of Bangkok Gaming Players (48 pp.)

Advisor: Kittipat Sawetrattanagri, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the correlation of the e-sports online gaming behavior of gamers in Bangkok to the personal factors of gamers in terms of gender, age, educational level, occupation and monthly income. This research used quantitative research methods. The researcher used a sample of 400 people who played online e-sports games in Bangkok. by using random sampling method. The tool used for data collection in this research was a questionnaire divided into 3 parts. Part 1 questionnaire on personal factors, 5 questions. Part 2 Questionnaire on online gaming behavior in Bangkok, 7 questions. Part 3 is a questionnaire about feedback.

The results showed that Most of the respondents were males rather than females. accounted for 87.75 percent and 12.25 percent. Under 20 years old accounted for 43.50 percent and 21-30 years old accounted for 42.25 percent. Education level Diploma/High Vocational Certificate accounted for 52.25 percent, students/students accounted for 36.25 percent. Monthly income 5,000-10,000 baht accounted for 37.75 percent and 10,001-20,000 baht, accounted for 34.50 percent.

Keywords: E-sport, Gaming Players

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะได้รับความกรุณา แนะนำ ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก นายพงศ์ศิริ หงส์พันธุ์ ตำแหน่ง : ที่ปรึกษา นักวิจัย บริษัท อี เอส โกลบอล จำกัด ที่ให้การช่วยเหลือให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและเป็นพระคุณอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.กิตติภักดิ์ เศรษฐรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาอดทนให้ความช่วยเหลือ และกรุณาให้แนวคิด คำแนะนำทุกอย่างหลายประการ ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่สาว ที่กรุณาเป็นกำลังใจในทุกเรื่องและให้โอกาสมาโดยตลอดจนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมอย่างเต็มที่ทำให้งานวิจัยในช่วงวิกฤตครั้งนี้สำเร็จในเวลาอันรวดเร็วตามกำหนด

ศักดิ์พัทธ์ รัตนสุรีย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	1
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
1.5 สมมติฐานการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเกม และเกมออนไลน์	5
2.2 ประเภทของเกม	5
2.3 ประโยชน์ของเกม	6
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมชาวไทย	7
2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	8
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	9
3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	9
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	11
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม ในเขตกรุงเทพมหานคร	13
4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมกา รเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	20
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	39
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	40
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	40
บรรณานุกรม	42
ภาคผนวก	43
ประวัติผู้วิจัย	48

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: ค่าจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต ในเขตกรุงเทพมหานคร	11
ตารางที่ 4.2: ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	13
ตารางที่ 4.3: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	20
ตารางที่ 4.4: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	22
ตารางที่ 4.5: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	26
ตารางที่ 4.6: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	31
ตารางที่ 4.7: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร	35

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

3



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา จากการสำรวจการมีและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือนของ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ปี2553) พบว่ากลุ่ม อายุ 6-14 ปี มีสัดส่วนการใช้คอมพิวเตอร์สูงสุดคือ ร้อยละ 65 นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตและเกมคอมพิวเตอร์ก็เป็นความบันเทิงที่มาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ จึงมีผลทำให้เกิดการเล่นเกมนอนไลน์มากยิ่งขึ้นในสังคมปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นว่าเกมนอนไลน์มีประโยชน์ ในการช่วยส่งเสริมการสร้างจินตนาการในตัวผู้เล่น ซึ่งต้องมีพื้นฐานความรู้จากหลายด้านมาประกอบ กันเช่นด้านคณิตศาสตร์, ฟิสิกส์ และอื่นๆในการคำนวณในการเล่น และเพื่อเป็นการเสนอแนวทางให้ ผู้ปกครองของเด็กที่ชอบเล่นเกมได้มีความเข้าใจและร่วมสร้างตัวอย่างแรงจูงใจให้เด็ก ด้วยเห็นว่าหาก ชอบเล่นเกม อยากเป็นนักกีฬาอีสปอร์ตหรืออยากเป็นนักสร้างเกมก็ต้องตั้งใจศึกษาหาความรู้ในด้าน ต่างๆดังกล่าวก่อน ด้วยวิธีนี้จะช่วยดึงให้เด็กเล่นเกมเห็นคุณค่าของการศึกษามากยิ่งขึ้นร่วมไปด้วย

ประกอบกับในปัจจุบันเกมนอนไลน์อีสปอร์ต เป็นประเภทเกมที่มีเงินรางวัลสูงเมื่อมี การแข่งขัน จึงทำให้มีจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นมากมายทั่วโลก จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้เล่นเกมที่ หันมานิยมเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตมีมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรม การเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ ดังนี้

1.3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1.1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.1.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (อกินันท์ จันตะนี, 2550, หน้า 82) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.3.2. ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเวลาในการเก็บข้อมูล

จำนวน 3 เดือน ตั้งแต่ มิถุนายน-กรกฎาคม 2564

ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพศ
3. อายุ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม ได้แก่

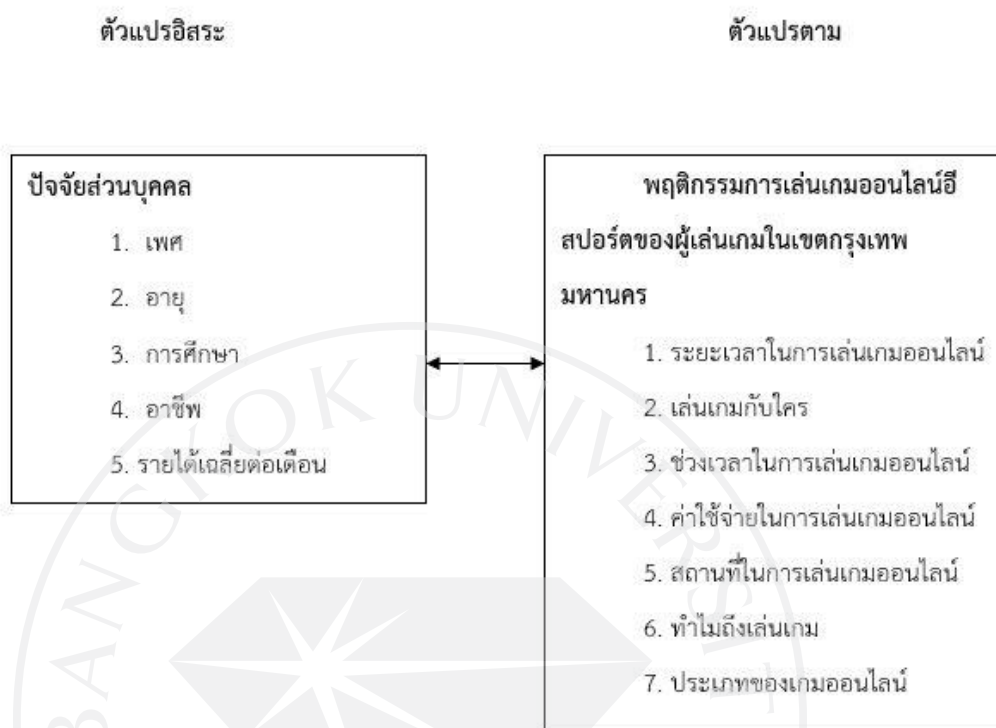
พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ระยะเวลาในการเล่นเกมออนไลน์
2. เล่นเกมกับใคร
3. ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์
4. ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์
5. สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์
6. ทำไมถึงเล่นเกม
7. ประเภทของเกมออนไลน์

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, หน้า 232) ญัฐกิตต์ อินทร์สุวรรณ (2550, หน้า 2) และชูชัย สมितिไกร (2553, หน้า 33) ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยด้านตำแหน่งในการเล่น และในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวคิดในการวิจัยผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการหลายๆ ท่าน ได้ดังนี้

ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

เพศ คือ ผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย และเพศหญิง ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ คือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุระหว่าง อายุต่ำกว่า 20 ปี ,20 – 30 ปี ,31 – 40 ปี และมีอายุ 41 ปี ขึ้นไป ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ,ปริญญาตรี ,ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ คือ ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ,พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง ,ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ,นักเรียน / นักศึกษา หรือมีอาชีพอื่น ๆ ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตใน เขตกรุงเทพมหานคร

รายได้ต่อเดือน คือผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,000 – 20,000 บาท ,20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.2. พฤติกรรมการเล่นเกม หมายถึง ลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการเล่น การเลือก

บริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ ประกอบด้วย ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ เล่นเกมกับใคร ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ ทำไม่ถึงเล่นเกม ประเภทของเกมนออนไลน์

1.6.3. เกมออนไลน์ หมายถึง เกม หรือ วิดีโอเกมที่ต้องเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่ว่าจะ เป็นทั้งที่บ้าน และสถานศึกษา เพื่อเข้าไปเล่นเกมกับผู้เล่น คนอื่น ๆ เกมออนไลน์สามารถเลือก ตัวเล่นและผู้เล่น สามารถปรับแต่งตัวละคร พูดคุย สื่อสารกับ เพื่อนที่อยู่ในเกมได้ด้วย สามารถเล่นได้แบบเป็นกลุ่ม และเล่นคนเดียว

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหลักการแนวความคิดและงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำงานวิจัย โดยได้กำหนดประเด็นในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเกมและเกมออนไลน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมชาวไทย
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเกมและเกมออนไลน์

2.1.1. ความหมายของเกม

ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2557) กล่าวว่า เกมออนไลน์ เป็นเกมที่เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Multiplayer) และ เกมออนไลน์ส่วนมากจะเป็นเกมแบบ MMO (Massive Multiplayer Online) คือเป็นเกมที่มีหลายผู้เล่น (ตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เกมออนไลน์ คือ เกม ที่เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าไปเล่นเกมกับผู้เล่นอื่นๆทั่วโลก เกมออนไลน์สามารถเลือกตัวละคร ผู้เล่นสามารถปรับแต่งตัวละคร พูดคุย สื่อสารกับเพื่อนที่อยู่ในเกม สามารถเล่นแบบเป็นกลุ่ม และสามารถเล่นเดี่ยวได้

2.2 ประเภทของเกม

เกมออนไลน์ ปัจจุบันที่แบ่งเป็น 12 ประเภท ได้แก่

2.2.1 เกมแอ็กชัน (Action Game) เป็นเกมที่เน้นการตอบสนองของประสาทสัมผัสของร่างกาย เช่นประสาทมือกับประสาทตา และปฏิกริยากับเวลา มีหลายรูปแบบตั้งแต่รูปแบบง่าย ๆ เพื่อให้เหมาะกับผู้เล่นทุกเพศทุกวัยได้เลือกเล่นตามความชอบและถนัด

2.2.2 เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game) หรือ อาร์พีจี (RPG) หรือ เกมภาษา เป็น เกมที่พัฒนามาจากเกมสวมบทบาทแบบตั้งโต๊ะหรือแบบกระดานที่กำหนดให้ผู้เล่นเลือกตัวละคร เล่นเองแต่ต้องดำเนินการไปตามการเลือกคำสั่งผ่านการพูดคุยกันของตัวละคร

2.2.3 เกมผจญภัย (Adventure Game) เป็นเกมที่ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นตัวละครตัวหนึ่ง ที่จะต้องทำภารกิจในเกม ให้สำเร็จลุล่วงโดยการใช้ความรู้หลายด้านเช่นภาษาอังกฤษเพราะจะต้องพูดคุยกับตัวละครอื่นๆ ในระหว่างแก้ปัญหาหรือไขปริศนาในเกม

2.2.4 เกมปริศนา (Puzzle Game) เป็นเกมที่ทดสอบไหวพริบปฏิภาณของผู้เล่น ทำให้เกิดการพัฒนาทางสมอง มีหลายระดับ เหมาะสมกับผู้เล่น (มีไหวพริบปฏิภาณ, เฉลียวฉลาดและตัดสินใจได้ดี)

2.2.5 เกมการจำลอง (Simulation Game) เป็นเกมที่สร้างจำลองจากสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งอาจจะมาจากเรื่องจริงหรือเรื่องสมมุติขึ้นในรูปแบบต่างๆ เพื่อมาให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นผู้อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ ได้ฝึกใช้ไหวพริบในการแก้ไขและตัดสินใจในการทำงานในสถานการณ์นั้นๆ

2.2.6 เกมเลียนแบบหรือการจำลอง (Simulation Games) เป็นเกมที่พยายามเลียนแบบเหตุการณ์จริง เพื่อพัฒนาทักษะของผู้เล่น เช่น การฝึกบินจำลอง การขับรถจำลอง ตัวอย่างเกมประเภทนี้ คือ Flight SIM

2.2.7 เกมวางแผนการรบ (Strategy Game) เป็นเกมเพิ่มทักษะให้ผู้เล่นได้ฝึกการควบคุมกำลังกับคนจำนวนมากขึ้น เหมาะเป็นเกมคอมพิวเตอร์

2.2.8 เกมกีฬา (Sport Game) เป็นเกมจำลองการเล่นกีฬาแต่ละชนิด มีกฎกติกาที่ชัดเจน ตรงตามกีฬาจริง เหมาะสำหรับคนที่ชอบเล่นกีฬา

2.2.9 เกมอาเขต (Arcade Game) เป็นเกมที่ถูกสร้างมาใช้หลักจิตวิทยาให้ผู้เล่นกลับมาเล่นซ้ำเพื่อทำลายสถิติที่บันทึกไว้ล่าสุด เหมาะกับเครื่องเกมตู้เพราะจำกัดเวลาเล่นได้ แต่จะไม่บันทึกความก้าวหน้าของเกมที่บันทึกเพียงคะแนนสูงสุดไว้เท่านั้น เกมประเภทนี้จะมีความท้าทายให้ผู้เล่นกลับมาเล่นเพื่อชนะคะแนนสูงสุดที่บันทึกไว้ล่าสุด

2.2.10 เกมต่อสู้ (Fighting Game) เป็นเกมที่เหมาะกับคนที่ชอบแอ็กชันแบบบู๊ๆ เน้นฝึกจังหวะและความแม่นยำในท่าโจมตีต่างๆ เป็นการนำเอาตัวละครสองตัวขึ้นไปมาต่อสู้กันเอง

2.2.11 पार्टीเกม (Party Game) เป็นเกมที่รวมเกมหลายๆเกมหลายๆกติกาไว้ด้วยกัน เหมาะสำหรับหมู่เพื่อนฝูง เล่นกันหลายๆคน

2.2.12 เกมดนตรี (Music Game) เป็นเกมที่ผู้เล่นต้องฟังเพลงและเล่นเกมเพื่อผ่านด่านต่างๆ ไปพร้อมๆ กัน เป็นการฝึกความสัมพันธ์ของประสาทสัมผัส ปัจจุบันมีการทำเกมดนตรีบนเกมมือถือ ทำให้คนทั่วไปเริ่มเข้าถึงเกมดนตรีง่ายมากขึ้น จะไม่จำกัดเฉพาะในวงเกมคอนโซล และเกมตู้ Arcade อีกต่อไป

2.3 ประโยชน์ของเกม

2.3.1 พัฒนาทักษะความคิดในการแก้ปัญหาได้ดีขึ้น เนื่องจากบางเกมต้องใช้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การเล่นเกมประเภทนี้จะทำให้เกิดทักษะการแก้ปัญหาได้ดีขึ้น

2.3.2 พักผ่อนสมองและทำให้เพลิดเพลินสนุกสนาน เมื่อได้เล่นเกมจะรู้สึกผ่อนคลาย นั่นคือ การได้พักผ่อน แต่หากเล่นนานเกินไปจะเกิดความล้าขึ้น

2.3.3 มีความคิดสร้างสรรค์ เกมบางประเภทช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาการ ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ เช่น เกมสร้างเมืองจำลอง

2.3.4 มนุษย์สัมพันธ์ดี มีเพื่อนมากขึ้น และได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การเล่นเกมที่เป็น สื่อกลางให้สานสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย เยอะขึ้นจากเดิม โดยเฉพาะเกมออนไลน์ที่ต้องเล่นร่วมกัน หลาย ๆ คน หรือแม้แต่เกมฮิต ๆ ที่ต้องคอยส่งหัวใจ

2.3.5 มีความเป็นผู้นำ เช่นเกมการจำลอง หรือเกมเล่นตามบทบาท สามารถจำลองให้เป็น ผู้นำได้ เมื่อเล่นจะเกิดทักษะการเป็นผู้นำได้

2.3.6 รู้จักวางแผนและจัดลำดับความคิด โดยเฉพาะเกมวางแผนการรบ ผู้เล่นจะต้องคิด วางแผนเพื่อต้องการรบชนะ

2.3.7 สร้างความสามัคคีและทำงานเป็นทีม

2.3.8 สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ผู้เล่นที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ประจำ อาจสนใจสร้าง เกมขึ้นเล่นเอง หากสามารถสร้างเกมที่สนุก และเป็นที่ยอมรับอาจนำไปเสนอขาย และสร้างรายได้ให้ ตัวเองได้

2.3.9 ได้เรียนรู้และฝึกภาษาต่างประเทศ บางเกมที่ออนไลน์ อาจได้พูดคุยในเกมกับผู้เล่น คนอื่น ซึ่งอาจเป็นชาวต่างชาติ จึงจำเป็นต้องสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ทำให้เกิดการฝึกทักษะ ภาษาต่างประเทศได้

2.3.10 เพิ่มพูนความรู้ทางคอมพิวเตอร์เมื่อเล่นเป็นประจำ อาจจะทำให้เข้าใจการทำงาน ของซอฟต์แวร์เกมได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมชาวไทย

2.4.1. ความหมายของพฤติกรรมของผู้เล่นเกมชาวไทย

ในชีวิตประจำวัน ทุกคนต้องทำหน้าที่เป็นผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา และด้วยความที่ผู้บริโภค ทุกคนมีความต่างกัน ในหลายปัจจัย ส่งผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ มีความต่างกัน ตามที่นักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ดังนี้

ณัฐกิตติ์ อินทร์สุวรรณ (2550, หน้า 2) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง ปฏิบัติการหรือการกระทำของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าบริการ โดยผ่านกระบวนการ แลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว โดยผ่านกระบวนการ ตัดสินใจที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้นในการกระทำนั้น ๆ

Kotler and Keller (2009, p. 190) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือ องค์กร เกี่ยวกับการเลือกซื้อและใช้สินค้าและบริการ เพื่อสนองต่อความต้องการของเขา

ซูซีย์ สมิทธีไกร (2553, หน้า 24) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำ ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือของ สินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน

ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล (2553, หน้า 55) ได้ให้ความหมายพฤติกรรม ผู้บริโภคว่า หมายถึง เป็นกระบวนการประกอบด้วยกิจกรรมที่เป็นขั้นตอน ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของ ผู้บริโภคจำนวนมาก ก่อนตัดสินใจซื้อจะผ่านกระบวนการยืดเยื้อหลายขั้นตอน เริ่มด้วยการแสวงหา ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อนั้นอย่างกว้างขวางหลาย ๆ トラ แล้วนำมาเปรียบเทียบประเมินข้อดี ข้อเสียแต่ละตราและกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากก่อนตัดสินใจซื้อในขั้นสุดท้าย

จากความหมายและคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสรรหาสิ่งที่ดีที่สุด โดยผ่านกระบวนการ ตัดสินใจหลายขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและเกิดความ พึงพอใจมากที่สุด

ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมชาวไทยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า มา พบว่า ผู้เล่นเกมจะนำปัจจัยหลายอย่างมาประกอบเป็นความต้องการในการเลือกเล่นเกมของตน ปัจจัยหลายอย่างที่คุณเล่นนำมาประกอบการเลือกเล่นเกม เช่น ปัจจัยในด้านอายุ การศึกษา อาชีพ ผู้เล่นจะเลือกเล่นเกมตามแนวทางที่คุณเล่นมีความเหมาะสมมากที่สุด ด้วยแนวคิดดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย ตั้งคำถามเพื่อให้ผู้เล่นสามารถเลือกตอบได้ตามความถนัดที่แท้จริงของผู้เล่น โดยเน้นในเรื่องความ แตกต่างในด้านระดับอายุ ความแตกต่างในด้านระดับการศึกษา และความแตกต่างในด้านการทำงาน และอาชีพ เพราะในการเล่นย่อมมีเรื่องของค่าใช้จ่ายร่วมด้วย จากความแตกต่างในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว ยังมีผลทำให้พบว่าผู้เล่นยังมีความจำเป็นที่ต้องการใช้ประกอบการเลือกเกมอีกหลาย อย่างเช่นเรื่องการใช้ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเล่น เกม สถานที่ที่คิดว่าเหมาะสมในการเล่น เกม และ ผู้เล่นเกมยังมีความต้องการในการเลือกผู้ร่วมเล่นเกมอีกด้วย

2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ในธุรกิจเกมออนไลน์นั้น พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะทำ ให้ ธุรกิจประสบความสำเร็จ นักการตลาดจึงต้องสามารถที่จะวิเคราะห์พฤติกรรมเหล่านี้ให้ได้ ซึ่งมี นักวิชาการหลายๆ ท่าน ได้กล่าวถึงวิธีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, หน้า 232) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการบริโภคของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ ความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การบริโภค การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำ ให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อหา คำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 29) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็น การศึกษาว่ากลุ่มผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไรในการดำเนินชีวิต รวมถึงการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า และบริการอย่างไร ซึ่งหลักการที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ หลัก 6Ws 1H ที่ต้องพิจารณาหลักต่าง ๆ เกี่ยวกับการตลาดเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7Os

ชูชัย สมितिไกร (2553, หน้า 33) กล่าวว่า กระบวนการวิจัยผู้บริโภค ในขั้นตอนที่ 1 การที่ผู้วิจัยระบุและกำหนดขอบเขตของปัญหาหรือประเด็นที่ต้องการศึกษาและกำหนดวัตถุประสงค์ ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยทั่วไปแล้ว ปัญหาของการวิจัยอาจมีที่มาได้หลายทาง เช่น อาจเป็นปัญหาที่ องค์การธุรกิจกำลังประสบอยู่ในปัจจุบันและต้องการหาคำตอบ เป็นต้น การระบุและกำหนดปัญหา ของการวิจัยอาจทำได้ง่ายขึ้นโดยใช้หลัก 6Ws 1H

จากวรรณกรรมข้างต้นสรุปได้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค นั้น เป็นการค้นหาหรือ วิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการเล่นของเด็กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ สังเคราะห์แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจากนักวิชาการทั้ง 3 ท่าน โดยที่ทั้ง 3 ท่านเห็น ตรงกันว่า ในการที่จะวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจะต้องใช้คำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรม ผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย

2.5.1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบ ถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามประเภทของเกมที่เล่น ของผู้เล่น เกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึง วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามที่ถามถึงวัตถุประสงค์ในการ เล่นเกมของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying decision?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามที่ถามว่าใครมีอิทธิพลต่อเล่นเกมของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่วงเวลาในการเล่น (Occasions) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามที่ถามช่วงเวลาในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน ของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือสถานที่เล่นเกม (Outlets) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามที่ถามถึงสถานที่ที่เล่นเกมของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5.7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) คำถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นคำถามที่ถามถึงความถี่ในการเล่นของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการเล่นเกม คือ ความต้องการและพฤติกรรมการเล่น การบริโภค การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาตลาดเกมออนไลน์และพัฒนาวงการเกมให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการเล่นเกม ช่วงเวลาในการเล่น ระยะเวลาในการเล่น ประเภทเกมที่เล่น จะช่วยให้ทายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการอย่างไร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นายกฤตชัย แซ่อึ้ง และคณะ (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาภาคปกติมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาทั้ง 6 คณะ จำนวน 450 ชุด ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์เฉลี่ย 2 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเล่นเกมออนไลน์ประมาณวันละ 2 – 3 ชั่วโมง และเล่นในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. มากที่สุด และมี

พฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์ส่วนใหญ่ออนไลน์ต่อเนื่อง มาก่อนหน้านี้ประมาณ 1 – 2 ปีส่วนใหญ่จะเล่นเกมออนไลน์ที่บ้าน/หอพัก เนื่องจากไม่เสียค่าใช้จ่าย มักจะเล่นเกมออนไลน์กับเพื่อนเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียด และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาพบว่า ผลกระทบที่เกิดกับนักศึกษาส่วนใหญ่คือด้านสุขภาพร่างกาย รองลงมาคือผลกระทบด้านการเงิน ด้านการศึกษาและสติปัญญา ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และด้านอารมณ์ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ประกอบด้วย 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ และปัจจัยด้านอารมณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับปานกลาง

จิตติ ศรีสินธรา (2560) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของเกมออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เล่นเกมออนไลน์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อสำรวจคุณลักษณะของเกมออนไลน์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกมออนไลน์ของผู้บริโภค และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้บริโภค รูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) ได้จำนวนผู้เล่นเกมออนไลน์ทั้งหมด 589 คน ผลการวิจัยพบว่าในด้านการประชากรศาสตร์ ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 72 ในด้านอายุค่อนข้างกระจายตัว โดยมีช่วงอายุ 16-20 ปี มากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 25 และเป็นนักเรียนนักศึกษาถึงร้อยละ 71 ในด้านคุณลักษณะเกมออนไลน์ผู้เล่นเกมออนไลน์ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ เกมที่ไม่มีโปรแกรมโกง การเล่นเกม เนื่องจากกระแสของประเภทเกมที่เล่นในปัจจุบันนั้นเป็นรูปแบบเกมที่เน้นการแข่งขันค่อนข้างสูง การโกงจึงเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ในการเล่นภายในสังคมของคนเล่นเกมนั้น ตามด้วยเป็นเกมที่มีเนื้อเรื่องหรือเนื้อหาของเกมมีความน่าสนใจ และด้านเป็นเกมที่เปิดให้ผู้เล่นปรับแต่งตัวละครของผู้เล่นได้อย่างอิสระเป็นลำดับสุดท้าย ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้แก่ เพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การเล่นเกมนอนไลน์เป็นอันดับแรกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารการเคลื่อนไหวของเกมที่เล่นอยู่ในปัจจุบัน และเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเกมออนไลน์ที่ออกมาใหม่เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไปกับเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน จำนวนร้อยละ 65 และเน้นเล่นเกมออนไลน์ที่บ้านเป็นหลักถึงร้อยละ 93 ด้านประเภทเกมที่เล่นยังคงเป็นไปตามกระแสของทิศทางโลกในปัจจุบัน ได้แก่ MOBA Action RPG

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (อภิรักษ์ จันตะนี, 2550, หน้า 82) ใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

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

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z แทน ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ซึ่งเป็นระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95 % หรือผิดพลาด 5 %)

e แทน สัดส่วนในการคลาดเคลื่อน (0.05) ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025} \end{aligned}$$

$$= \frac{0.96}{0.0025}$$

$$= 384$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างจากการคำนวณได้เท่ากับ 384 คน

เพื่อ่ายในการเก็บข้อมูล จึงทำการเก็บเพิ่ม จำนวน 16 คน รวมเป็น 400 คน

3.1.3. การสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน กำหนดเป็นผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและเอกสารวิชาการอื่น ๆ เพื่อที่จะนำมากำหนดตัวแปรในการศึกษาวิจัยแล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 คำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยทั้ง 5 คำถาม เป็นลักษณะคำถามแบบ Check List

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คำถาม ได้แก่ 1. ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ 2. เล่นเกมกับใคร 3. ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ 4. ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ 5. สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ 6. ทำไม่ถึงเล่นเกม 7. ประเภทของเกมนออนไลน์

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

3.3.1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.2. กำหนดกรอบแนวคิดและขอบเขตของการวิจัยจากการประมวลความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.3.3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง

3.3.4. เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนที่เล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

3.3.5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุง เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอความเห็นชอบ แล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถาม ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.2. ได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

3.4.4. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ได้ครบตามจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้จากการตอบของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อได้ครบทั้งหมดนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้จากการแจกแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการสรุป ดังต่อไปนี้

3.5.1. วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้วิธีหาค่าจำนวน และค่าร้อยละ

3.5.2. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีหาค่าจำนวน และค่าร้อยละ

3.5.3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธี ไคสแควร์ χ^2

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบสรุปผลประกอบตาราง แบ่งออกเป็น ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยหาค่าจำนวน และร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 : ค่าจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
เพศ		
ชาย	351	87.75
หญิง	49	12.25
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	174	43.50
21-30 ปี	169	42.25
31-40 ปี	44	11.00
41-50 ปี	13	3.25
อายุ 51 ขึ้นไป	0	0.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้เล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	33	8.25
มัธยมศึกษา/ปวช.	66	16.50
อนุปริญญา/ปวส.	209	52.25
ปริญญาตรี	82	20.50
สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.50
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	7.25
พนักงานบริษัทเอกชน	85	21.25
กิจการส่วนตัว	58	14.50
ลูกจ้าง/รับจ้าง	83	20.75
นักเรียน/นักศึกษา	145	36.25
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5,000-10,000 บาท	151	37.75
10,001-20,000 บาท	138	34.50
20,001-30,000 บาท	66	16.50
30,001-40,000 บาท	41	10.25
มากกว่า 40,000 บาท	4	1.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.75 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 การศึกษาของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อยู่ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 เป็นนักเรียนและนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยหาค่าจำนวน และร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์		
ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	42	10.50
1-2 ชั่วโมง	120	30.00
2-3 ชั่วโมง	132	33.00
4-5 ชั่วโมง	23	5.75
มากกว่า 5 ชั่วโมง	83	20.75

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
เล่นเกมกับใคร		
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	35	8.75
ครอบครัว	10	2.50
แฟน	15	3.75
คนในร้านเกม	101	25.25
เพื่อนในออนไลน์	180	45.00
เล่นคนเดียว	59	14.75
ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์		
ช่วงเช้า	2	0.50
ช่วงเที่ยง	15	3.75
ช่วงเย็น	114	28.50
ช่วงค่ำ	155	38.75
ทั้งวัน	114	28.50
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อเดือน		
มากกว่า 5,000 บาท	345	86.25
3,000-5,000 บาท	55	13.75
1,000-3,000 บาท	0	0
100-1,000 บาท	0	0
น้อยกว่า 100 บาท	0	0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
สถานที่ในการเล่นเกมที่เล่นเป็นประจำ		
ที่บ้านตัวเอง	61	15.25
ที่ห้องเช่า/หอพัก	50	12.50
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	227	56.75
ในสถานศึกษา	57	14.25
อื่นๆ	5	1.25
ทำไมถึงเล่นเกม		
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	85	21.25
เล่นเพื่อทำเป็นอาชีพ	5	1.25
เล่นตามกระแส	170	42.50
ไม่มีอะไรทำ	140	35.00
ประเภทของเกมออนไลน์		
เป็น E-sport	327	81.75
ไม่เป็น E-sport	73	18.25
คนที่เล่นเกมออนไลน์ E-sport เกม E-sport ที่คุณเล่นเป็นประจำทีมหรือ ประเภทเดียว		
ประเภททีม	247	61.75
ประเภทเดี่ยว	80	20.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
เกมที่เล่นเป็นประจำ		
FIFA Online 4	23	5.75
TEKKEN 7	15	3.75
Street Fighter V	10	2.50
KurtzPel	13	3.25
RoV : Arena of Valor	122	30.50
PUBG	23	5.75
Dota2	27	6.75
Freefire	23	5.75
Over Watch	21	5.25
LOL	47	11.75
มีความสนใจที่จะเข้าร่วมการแข่งขัน E-sport หรือไม่		
สนใจ	199	49.75
ไม่สนใจ	125	31.25
เป็นนักกีฬา E-sport หรือไม่		
ได้เป็น	5	1.25
ไม่ได้เป็น	319	79.75

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็น		
นักกีฬา E-sport		
5,000-10,000 บาท	0	0
10,001-20,000 บาท	0	0
20,001-30,000 บาท	0	0
30,001-40,000 บาท	2	0.50
มากกว่า 40,000 บาท	3	0.75
คนที่เล่นเกมออนไลน์ที่ไม่ใช่		
E-sport		
เกมที่เล่นเป็นประจำ		
Genshin Impact	13	3.25
Ragnarok	26	6.50
Cookie run	24	6.00
The Sims	3	0.75
Cities: Skylines	4	1.00
KurtzPel	3	0.75
เกมไม่เป็น E-sport มีความสนุก		
อย่างไร		
มีความเป็นส่วนตัว	9	2.25
ภาพสวย	13	3.25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ค่าจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมใน
เขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	400	100.0
เกมไม่เป็น E-sport มีความสนุก อย่างไร		
มีรายละเอียดเยอะ	20	5.00
มีความหลากหลาย	31	7.75

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมใน
เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์
2-3 ชั่วโมงต่อหนึ่งวัน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และส่วนใหญ่มักจะไปเล่นเกมกับเพื่อน
ในออนไลน์ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 โดยจะเล่นเกมในช่วงเวลาค่ำ จำนวน 155 คน
คิดเป็นร้อยละ 38.75 และส่วนมากจะไปเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ
56.75 และมีค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท จำนวน 345 คน คิดเป็น
ร้อยละ 86.25 และส่วนมากจะไปเล่นเกมตามกระแส จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50
ประเภทของเกมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเกม E-sport จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 โดยส่วน
ใหญ่เล่นเกม ประเภททีม จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเกมที่เล่นเป็นประจำ คือ เกม
RoV : Arena of Valor จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และคนที่เล่นเกมออนไลน์ E-sport
ส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะเข้าร่วมการแข่งขัน E-sport จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 ส่วน
ใหญ่ไม่ได้เป็นนักกีฬา E-sport จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 และมีนักกีฬา E-sport แค่ 5
คน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท และสำหรับคนที่เล่นเกมออนไลน์ที่ไม่ใช่ E-sport
ส่วนใหญ่จะเล่นเกม Ragnarok จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และเล่นเพราะตัวเกมมีความ
หลากหลายไม่จำเจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 3 -7 เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล
และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้การ
ทดสอบไคสแควร์(Chi Square Test) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่หรือในรูปของสัดส่วน
ตัวอย่างเช่น การศึกษาเจตคติความคิดเห็น ความสนใจ หรือการยอมรับ เป็นต้น ซึ่ง ไม่สามารถ
วัดค่าออกมาเป็นตัวเลขที่แน่นอน แต่สามารถจำแนกออกเป้นหมวดหมู่ได้ โดยเฉพาะการใช้วิเคราะห์

ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า การทดสอบไคสแควร์มีการจำแนกเป็น 3 ลักษณะ คือ การทดสอบความกลมกลืน (The goodness of fit test) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Test of Association) และการทดสอบความเป็นเอกภาพ (Test of Homogeneity) ผู้วิจัยได้เลือกใช้การทดสอบไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการทดสอบความเป็นอิสระ (Test of Independence) เป็นการทดสอบไคสแควร์เพื่อศึกษาว่า ตัวแปรต่างๆ สัมพันธ์กันหรือไม่ การทดสอบสมมติฐานว่าตัวแปรแต่ละคู่จะมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อให้สามารถหาค่าที่คาดหวังได้ โดยกำหนดสมมติฐานปนกลางว่าจะไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง หรืออีกลักษณะหนึ่ง ก็คือตัวแปรทั้งสองมีอิสระต่อกัน

ผลงานวิจัยจะได้ค่านัยสำคัญทางสถิติเป็น “p-value” คือ ผลของการทดสอบสมมติฐานมีโอกาสเกิดขึ้นได้โดยบังเอิญอยู่เท่าไร (วัดเป็น %) ซึ่งในทางสถิติความบังเอิญนั้นควรจะน้อยกว่า 0.05 (5%) หรือเรียกว่า “มีนัยสำคัญทางสถิติ” (Statistical Significant)

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่าP 0.05 กับการเล่นเกมกับใคร

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่าP 0.05 กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์) และสถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่าP 0.05 กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์), เล่นเกมกับใคร , ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ , สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ, ทำไม่ถึงเล่นเกม และประเภทของเกมออนไลน์

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่าP 0.05 กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์), เล่นเกมกับใคร, ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ , สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ, ทำไม่ถึงเล่นเกม และประเภทของเกมออนไลน์

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกม มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่าP 0.05 กับช่วงเวลาในการเล่น และสถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ สปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์สปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

สปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)								
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	34	8.50	8	2.00	42	10.50	5.443	.245
1-2 ชั่วโมง	106	26.50	14	3.50	120	30.00		
2-3 ชั่วโมง	114	28.50	18	4.50	132	33.00		
4-5 ชั่วโมง	23	5.75	0	0	23	5.75		
มากกว่า 5 ชั่วโมง	74	18.50	9	2.25	83	20.75		
เล่นเกมกับใคร								
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	34	8.5	1	0.25	35	8.75	17.229	.004
ครอบครัว	10	2.5	0	0	10	2.5		
แฟน	14	3.5	1	0.25	15	3.75		
คนในร้านเกม	90	22.5	11	2.75	101	25.25		
เพื่อนในออนไลน์	160	40.0	20	5.0	180	45.0		
เล่นคนเดียว	43	10.75	16	4.0	59	14.75		
ช่วงเวลาในการเล่นเกมนอนไลน์								
ช่วงเช้า	2	0.5	0	0	2	0.5	2.211	.697
ช่วงเที่ยง	13	3.25	2	.5	15	3.75		
ช่วงเย็น	104	26.0	10	2.5	114	28.5		
ช่วงค่ำ	133	33.25	22	5.5	155	38.75		
ทั้งวัน	99	24.75	15	3.75	114	28.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อเดือน								
มากกว่า5,000บาท								
3,000-5,000บาท								
1,000-3,000บาท								
100-1,000บาท	50	12.5	5	1.25	55	13.75	.592	.442
น้อยกว่า100บาท	301	75.25	44	11	345	86.25		
สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ								
ที่บ้านตัวเอง	48	12.0	13	3.25	61	15.25	7.010	.135
ที่ห้องเช่า/หอพัก	44	11.0	6	1.5	50	12.5		
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	206	51.5	21	5.25	227	56.75		
ในสถานศึกษา	49	12.25	8	2.0	57	14.25		
อื่นๆ	4	1.0	1	0.25	5	1.25		
ทำไมถึงเล่นเกม								
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	76	19.0	9	2.25	85	21.25	1.493	.684
เล่นเพื่อเป็นอาชีพ	5	1.25	0	0	5	1.25		
เล่นตามกระแส	150	37.5	20	5.0	170	42.5		
ไม่มีอะไรทำ	120	30.0	20	5.0	140	35.0		
ประเภทของเกมออนไลน์								
เป็น E-sport	285	71.25	42	10.5	327	81.75	.588	.443
ไม่เป็น E-sport	66	16.5	7	1.75	73	18.25		

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่า P 0.05 กับการเล่นเกมกับใคร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพื่อนออนไลน์ เพศชาย จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ เพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 รวม 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ตารางที่ 4.4 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		อายุ 51 ขึ้นไป		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)														
น้อยกว่า1ชั่วโมง	15	3.75	20	5.0	6	1.5	1	0.25			42	10.5	25.273	.014
1-2 ชั่วโมง	61	15.25	38	9.5	12	3.0	9	2.25			120	30.0		
2-3 ชั่วโมง	63	15.75	56	14.0	11	2.75	2	.5			132	33.0		
4-5 ชั่วโมง	8	2.0	10	2.5	5	1.25	0	0			23	5.75		
มากกว่า 5 ชั่วโมง	27	6.75	45	11.25	10	2.5	1	0.25			83	20.75		
เล่นเกมกับใคร														
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	14	3.5	14	3.5	4	1.0	3	0.75			35	8.75	13.880	.535
ครอบครัว	3	0.75	6	1.5	1	0.25	0	0			10	2.5		
แฟน	7	1.75	7	1.75	1	0.25	0	0			15	3.75		
คนในร้านเกม	45	11.25	48	12.0	7	1.75	1	0.25			101	25.25		
เพื่อนในออนไลน์	81	20.25	66	16.5	25	6.25	8	2.0			180	45.0		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		อายุ 51 ขึ้นไป		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เล่นเกมกับใคร														
เล่นคนเดียว	24	6.0	28	7.0	6	1.5	1	0.25			59	14.75		
ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์														
ช่วงเช้า	0	0	2	.5	0	0	0	0			2	.5	19.741	.072
ช่วงเที่ยง	7	1.75	6	1.5	2	0.5	0	0			15	3.75		
ช่วงเย็น	59	14.75	34	8.5	17	4.25	4	1			114	28.5		
ช่วงค่ำ	56	14.0	81	20.25	15	3.75	3	0.75			155	38.75		
ทั้งวัน	52	13.0	46	11.5	10	2.5	6	1.5			114	28.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		อายุ 51 ขึ้นไป		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อเดือน														
มากกว่า5,000บาท														
3,000-5,000บาท														
1,000-3,000บาท														
100-1,000บาท	22	5.5	24	6.0	7	1.75	2	.5			55	13.75	.411	.938
น้อยกว่า100บาท	152	38.0	145	26.25	37	9.25	11	2.75			345	86.25		
สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ														
ที่บ้านตัวเอง	38	9.5	18	4.5	5	1.25	0	0			61	15.25	144.295	.000
ห้องเช่า/หอพัก	43	10.75	4	1.0	2	.5	1	.3			50	12.5		
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	90	22.5	108	27.0	25	6.25	4	1.0			227	56.75		
ในสถานศึกษา	3	0.75	39	9.75	10	2.5	5	1.25			57	14.25		
อื่นๆ	0	0	0	0	2	.5	3	0.75			5	1.25		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		อายุ 51 ขึ้นไป		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทำไม่ถึงเล่นเกม														
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	39	9.75	29	7.25	12	3.0	5	1.25			85	21.25	8.931	.444
เล่นเพื่อเป็นอาชีพ	3	0.75	1	0.25	1	0.25	0	0			5	1.25		
เล่นตามกระแส	74	18.5	73	18.25	20	5.0	3	0.75			170	42.5		
ไม่มีอะไรทำ	58	14.5	66	16.5	11	2.75	5	1.25			140	35.0		
ประเภทของเกมออนไลน์														
เป็น E-Sport	145	36.25	135	33.75	34	8.5	13	3.25			327	81.75	4.181	.243
ไม่เป็น E-Sport	29	7.25	34	8.5	10	2.5	0	0			73	18.25		

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่า P 0.05 กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่น เกมออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์) ส่วนใหญ่เล่นวันละ 2-3 ชั่วโมง ผู้เล่นเกมมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และสถานที่ในการเล่น เกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ ส่วนใหญ่ผู้เล่นที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.5 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ประถมศึกษา		มัธยม/ปวช.		ปวส./อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)														
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2	0.5	2	.5	31	7.75	7	1.75	0	0	42	10.5	137.700	.000
1-2 ชั่วโมง	24	6.0	25	6.25	24	6.0	43	10.75	4	1.0	120	30.0		
2-3 ชั่วโมง	1	0.25	19	4.75	108	27.0	0	0	4	1.0	132	33.0		
4-5 ชั่วโมง	2	.5	3	0.75	9	2.25	9	2.25	0	0	23	5.75		
มากกว่า 5 ชั่วโมง	4	1.0	17	4.25	37	9.25	23	5.75	2	0.5	83	20.75		
เล่นกับใคร														
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	2	0.5	4	1.0	21	5.25	7	1.75	1	0.25	35	8.75	100.023	.000
ครอบครัว	0	0	1	0.25	9	2.25	0	0	0	0	10	2.5		
แฟน	0	0	3	0.75	12	3	0	0	0	0	15	3.75		
คนในร้านเกม	7	1.75	14	3.5	71	17.75	6	1.5	3	0.75	101	25.25		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต
กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ประถมศึกษา		มัธยม/ปวช.		ปวส./อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เล่นกับใคร														
เพื่อนในออนไลน์	23	5.75	37	9.25	51	12.75	66	16.5	3	0.75	180	45.0		
เล่นคนเดียว	1	0.25	7	1.75	45	11.25	3	0.75	3	0.75	59	14.75		
ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์														
ช่วงเช้า	0	0	0	0	2	0.5	0	0	0	0	2	0.5	64.162	.000
ช่วงเที่ยง	2	0.5	1	0.25	10	2.5	2	0.5	0	0	15	3.75		
ช่วงเย็น	13	3.25	22	5.5	55	13.75	19	4.75	5	1.25	114	28.5		
ช่วงค่ำ	10	2.5	19	4.75	106	26.5	15	3.75	5	1.25	155	38.75		
ทั้งวัน	8	2.0	24	6.0	36	9.0	46	11.5	0	0	114	28.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ประถมศึกษา		มัธยม/ปวช.		ปวส./อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อเดือน														
มากกว่า5,000บาท														
3,000-5,000บาท														
1,000-3,000บาท														
100-1,000บาท	7	1.75	8	2.0	29	7.25	10	2.5	1	0.25	55	13.75	1.986	.738
น้อยกว่า100บาท	26	6.5	58	14.5	180	45.0	72	18.0	9	2.25	345	86.25		
สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ														
ที่บ้านตัวเอง	23	5.75	8	2.0	27	6.75	2	.5	1	0.25	61	15.25	816.912	.000
ที่ห้องเช่า/หอพัก	0	0	50	12.5	0	0	0	0	0	0	50	12.5		
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	10	2.5	8	2.0	182	45.5	23	5.75	4	1.0	227	56.75		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ประถมศึกษา			มัธยม/ปวช.		ปวส./อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ในสถานศึกษา	0	0		0	0	0	0	57	14.25	0	0	57	14.25		
อื่นๆ	0	0		0	0	0	0	0	0	5	1.25	5	1.25		
ทำไม่ถึงเล่นเกม															
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	13	3.25		15	3.75	29	7.25	26	6.5	2	.5	85	21.25	52.181	.000
เล่นเพื่อเป็นอาชีพ	0	0		0	0	3	0.75	2	.5	0	0	5	1.25		
เล่นตามกระแส	7	1.75		28	7.0	118	29.5	13	3.25	4	1.0	170	42.5		
ไม่มีอะไรทำ	13	3.25		23	5.75	59	14.75	41	10.25	4	1.0	140	35.0		
ประเภทของเกมออนไลน์															
เป็น E-sport	32	8.0		56	14.0	150	37.5	79	19.75	10	2.5	327	81.75	33.434	.000
ไม่เป็น E-sport	1	0.25		10	2.5	59	14.75	3	0.75	0	0	73	18.25		

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่า ค่า $P > 0.05$ กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์) ส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8, เล่นเกมกับใคร ส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา เล่นกับคนในร้านเกม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8, ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ ส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา เล่นในเวลาช่วงค่ำ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5, สถานที่ในการเล่นเกมออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ ส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมระดับสูงกว่าปริญญาตรี เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8, ทำไม่ถึงเล่นเกม ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเล่นเกมตามกระแส จำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.5 และประเภทของเกมออนไลน์ ส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมมีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี เล่นเกมออนไลน์ จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8

ตารางที่ 4.6 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		กิจการส่วนตัว		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)														
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2	0.5	15	3.75	5	1.25	6	1.5	14	3.5	42	10.5	107.178	.000
1-2 ชั่วโมง	10	2.5	21	5.25	29	7.25	1	0.25	59	14.75	120	30		
2-3 ชั่วโมง	10	2.5	27	6.75	0	0	58	14.5	37	9.25	132	33		
4-5 ชั่วโมง	3	0.75	5	1.25	6	1.5	3	0.75	0	0	23	5.75		
มากกว่า 5 ชั่วโมง	4	1.0	17	4.25	18	4.5	15	3.75	29	7.25	83	20.75		
เล่นกับใคร														
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	2	0.5	12	3.0	6	1.5	3	0.75	12	3.0	35	8.75	121.020	.000
ครอบครัว	2	0.5	4	1.0	0	0	1	0.25	3	0.75	10	2.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		กิจการส่วนตัว		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เล่นกับใคร														
แฟน	2	0.5	4	1.0	0	0	1	3	3	0.75	15	3.75		
คนในร้านเกม	9	2.25	20	5.0	4	1.0	36	9.0	32	8.0	101	25.25		
เพื่อนในออนไลน์	11	2.75	36	9.0	45	11.25	6	1.5	82	20.5	180	45.0		
เล่นคนเดียว	5	1.25	11	2.8	3	0.75	27	6.75	13	3.25	59	14.75		
ช่วงเวลาในการเล่น														
ช่วงเช้า	0	0	1	0.25	0	0	0	0	1	0.25	1	0.5	54.670	000
ช่วงเที่ยง	2	0.5	3	0.75	2	0.5	1	0.25	7	1.75	15	3.75		
ช่วงเย็น	8	2.0	21	5.25	12	3.0	27	6.75	46	11.5	114	28.5		
ช่วงค่ำ	15	3.75	35	8.75	11	2.75	48	12.0	46	11.5	155	38.75		
ทั้งวัน	4	1.0	25	6.25	33	8.25	7	1.75	45	11.25	114	28.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		กิจการส่วนตัว		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อเดือน														
มากกว่า5,000บาท														
3,000-5,000บาท														
1,000-3,000บาท														
100-1,000บาท	4	1.0	11	2.75	8	2.0	10	2.5	22	5.5	55	13.75	.497	.974
น้อยกว่า100บาท	25	6.25	74	18.5	50	12.5	73	18.25	123	30.75	345	86.25		
สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ														
ที่บ้านตัวเอง	5	1.25	9	2.25	5	1.25	10	2.5	32	8.0	61	15.25	119.222	.000
ที่ห้องเช่า/หอพัก	0	0	2	0.5	6	1.5	11	2.75	31	7.75	50	12.5		
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	16	4.0	53	13.25	20	5.0	60	15.0	78	19.5	227	56.75		
ในสถานศึกษา	6	1.5	21	5.25	26	6.5	0	0	4	1.0	57	14.25		
อื่นๆ	2	0.5	0	0	1	0.25	2	0.5	0	0	5	1.25		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		กิจการส่วนตัว		ลูกจ้าง/รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทำไมถึงเล่นเกม														
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	8	2.0	23	5.75	17	4.25	6	1.5	31	7.75	85	21.25	37.029	.000
เล่นเพื่อเป็นอาชีพ	0	0	0	0	2	0.5	1	0.25	2	0.5	5	1.25		
เล่นตามกระแส	13	3.3	31	7.75	16	4.0	56	14.0	54	13.5	170	42.5		
ไม่มีอะไรทำ	8	2.0	31	7.75	23	5.75	20	5.0	58	14.5	140	35		
ประเภทของเกมออนไลน์														
เป็น E-Sport	26	6.5	71	17.75	56	14.0	50	12.5	124	31	327	81.75	37.029	.000
ไม่เป็น E-Sport	3	0.75	14	3.5	2	0.5	33	8.25	21	5.25	73	18.25		

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่าค่า P 0.05 กับระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์) ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 เล่นวันละ 1-2

ชั่วโมง, เล่นเกมกับใคร ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เล่นกับเพื่อนในออนไลน์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5, ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เล่นในเวลาช่วงค่ำ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0, สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5, ทำไมถึงเล่นเกม ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เล่นเพราะไม่มีอะไรทำ จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 14.5 และประเภทของเกมนออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 เกมที่เล่นเป็นเกมนออนไลน์

ตารางที่ 4.7 : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	5,000-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)														
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	13	3.25	17	4.25	7	1.75	5	1.25	0	0	42	10.5	20.997	.179
1-2 ชั่วโมง	47	11.75	31	7.75	23	5.75	18	4.5	1	0.25	120	30		
2-3 ชั่วโมง	58	14.5	46	11.5	15	3.75	11	2.75	2	0.5	132	33		
4-5 ชั่วโมง	5	1.25	11	2.75	7	1.75	0	0	0	0	23	5.75		
มากกว่า 5 ชั่วโมง	28	7.0	33	8.25	14	3.5	7	1.75	1	0.25	83	20.75		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	5,000-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เล่นเกมกับใคร														
เพื่อนที่ไปด้วยกัน	11	2.75	15	3.75	4	1.0	4	1.0	1	0.25	35	8.75	11.979	.917
ครอบครัว	3	0.75	4	1.0	3	0.75	0	0	0	0	10	2.5		
แฟน	7	1.75	4	1.0	3	0.75	1	0.25	0	0	15	3.75		
คนในร้านเกม	39	9.75	40	10	14	3.5	8	2	0	0	101	25.25		
เพื่อนในออนไลน์	67	16.75	57	14.25	34	8.5	20	5	2	0.5	180	45		
เล่นคนเดียว	24	6.0	18	4.5	8	2.0	8	2	1	0.25	59	14.75		
ช่วงเวลาในการเล่น														
ช่วงเช้า	0	0	1	0.25	0	0	0	0	1	0.25	2	0.5	72.053	.000
ช่วงเที่ยง	6	1.5	7	1.75	2	0.5	0	0	0	0	15	3.75		
ช่วงเย็น	51	12.75	25	6.25	26	6.5	12	3.0	0	0	114	28.5		
ช่วงค่ำ	50	12.5	67	16.75	24	6.0	12	3.0	2	0.5	155	38.75		
ทั้งวัน	44	11	38	9.5	14	3.5	17	4.25	1	0.25	114	28.5		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	5,000-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อเดือน														
มากกว่า5,000บาท														
3,000-5,000บาท														
1,000-3,000บาท														
100-1,000บาท	20	5.0	21	5.25	11	2.75	3	0.75	0	0	55	13.75	2.825	.588
น้อยกว่า100บาท	131	32.75	117	29.25	55	13.75	38	9.5	4	1.0	345	86.25		
สถานที่ในการเล่นเกมนอนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ														
ที่บ้านตัวเอง	39	9.75	16	4.0	5	1.25	3	0.75	1	0.25	61	15.25	77.349	.000
ที่ห้องเช่า/หอพัก	33	8.25	10	2.5	4	1.0	3	0.75	0	0	50	12.5		
ที่ร้านอินเทอร์เน็ต	77	19.25	90	22.5	35	8.75	23	5.75	2	0.25	227	56.75		
ในสถานศึกษา	5	1.25	22	5.5	20	5.0	9	2.25	1	0.25	57	14.25		
อื่นๆ	0	0	0	0	2	0.5	3	0.75	0	0	5	1.25		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม	5,000-10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท		รวม		X2	P
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทำไม่ถึงเล่นเกม														
เล่นเพื่อผ่อนคลาย	29	7.25	34	8.5	15	3.75	6	1.5	1	0.25	85	21.25	7.647	.812
เล่นเพื่อเป็นอาชีพ	2	0.5	1	0.25	1	0.25	1	0.25	0	0	5	1.25		
เล่นตามกระแส	68	17	57	14.25	25	6.25	20	5.0	0	0	170	42.5		
ไม่มีอะไรทำ	52	13	46	11.5	25	6.25	14	3.5	3	0.75	140	35		
ประเภทของเกมออนไลน์														
เป็น E-sport	125	31.25	114	28.5	52	13	32	8.0	4	1.0	327	81.75	1.833	.766
ไม่เป็น E-sport	26	6.5	24	6.0	14	3.5	9	2.25	0	0	73	18.25		

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต มีนัยสำคัญน้อยกว่าค่า P 0.05 กับช่วงเวลาในการเล่น ส่วนใหญ่ผู้มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะเล่นเกมออนไลน์ในช่วงค่ำ จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.8 และสถานที่ในการเล่นเกมที่เล่นเป็นประจำ ผู้เล่นส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ต

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ทั้งหมด 400 ชุด พบว่า ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.75 และ 12.25 ตามลำดับ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.25 ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 52.25 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.25 รายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดร้อยละ 37.75 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขต

กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นออนไลน์ต่อหนึ่งวัน จะเล่นวันละ 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 33 และ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 30 เล่นกับเพื่อนออนไลน์ ร้อยละ 45 คนกับในร้านเกม ร้อยละ 25.25 ช่วงเวลาการเล่น ช่วงค่ำ ร้อยละ 38.75 ช่วงเย็น ร้อยละ 28.50 ทั้งวันร้อยละ 28.50 ค่าใช้จ่ายในการเล่นออนไลน์ มากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 86.25 เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 56.75 เล่นตามกระแส ร้อยละ 42.50 ไม่มีอะไรทำ ร้อยละ 35.00 เล่นเพื่อผ่อนคลาย ร้อยละ 21.25 ประเภทเกมออนไลน์ที่เป็นอีสปอร์ต ร้อยละ 81.75 ประเภทเกมออนไลน์ที่ไม่เป็นอีสปอร์ต ร้อยละ 18.25 เป็นประเภททีม ร้อยละ 61.75 ประเภทเดี่ยว ร้อยละ 20 เกมที่คนเล่นมากที่สุด คือเกมแนว Multiplayer Online Battle Arena(MOBA) เช่น RoV : Arena of Valor ร้อยละ 30.50 มีความสนใจเข้าร่วมการแข่งขัน E-sport ร้อยละ 49.75 เป็นนักกีฬา ร้อยละ 1.25 ไม่ได้เป็นนักกีฬา ร้อยละ 79.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นนักกีฬา E-sport มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 0.75

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้สรุปผลวิเคราะห์ การทดสอบไคสแควร์(Chi – square Test) โดยมีความแตกต่างและมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลสรุปของงานวิจัยนี้ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับ เล่นกับใคร อายุ มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาการเล่นเกมออนไลน์ สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาเล่นเกมออนไลน์, เล่นกับใคร, ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์, ประเภทของเกมนออนไลน์ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์, เล่นกับใคร, สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์, ทำไมถึงเล่นเกม, ประเภทของเกมนออนไลน์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์, สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์

การสรุปผล ไคสแควร์(Chi – square Test) จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์มากที่สุดคือ การศึกษา อาชีพ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจมาเสนอตั้งนี้ ในเรื่องของสถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านสถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ นั้นโดยส่วนมากจะเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันเรามีสมาร์ตโฟนแต่ผู้เล่นเกมออนไลน์ยังนิยมเข้าร้านอินเทอร์เน็ตอยู่

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจที่ต้องการนำเสนอเพื่อพิจารณาในรายละเอียด ว่าควรจะมีการศึกษาวิจัยเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความสนใจในกีฬาออนไลน์อีสปอร์ต ได้พบช่องทางที่จะเป็นนักกีฬาออนไลน์อีสปอร์ตให้มากยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากร้านอินเทอร์เน็ต และมหาวิทยาลัย

เกมที่เล่นบน PC กับ Mobile จัดเป็น personal game จัดหมวดหมู่ได้เหมือนกัน มีความเป็นส่วนตัวเหมือนกัน แต่ไม่จำกัดที่เล่น ดังนั้นคนที่เล่นเกมออนไลน์ ที่มาตอบคำถามคิดว่าเกม PC และ Mobile คือเกมประเภทเดียวกัน

คนสร้างเกมจะแยกเกมที่เขาสร้างเป็น platform เพื่อให้เล่นกับ PC หรือ Mobile หรือ Casual game แต่คนเล่นเกมจะเลือกเล่นตามที่ตนเองชอบ หรือตามถนัด ตามอุปกรณ์ที่ตนเองมี เช่น เกมเกนชินอิมแพ็ค GI เริ่มจาก Mobile , PC และทำเป็น Casual Game ภายหลัง

ในช่วงวิกฤตการณ์โรคโควิดระบาด พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและทั่วไปเปลี่ยนไป เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตถูกปิดและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีราคาสูงขึ้นมากทำให้คนเล่นเกมออนไลน์ไม่สามารถซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพื่ออัปเดตหรือซื้อ

คอมพิวเตอร์เป็นของตัวเองได้ดังนั้นคนเล่นเกมยังต้องอาศัยเล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตต่อไป เหตุการณ์นี้เหมือนวิกฤตการณ์ตอนเกมบนมือถือเข้ามาในประเทศไทยใหม่ๆที่ทำให้ลูกค้าร้าน อินเทอร์เน็ตลดน้อยลง แต่การเล่นเกมบนมือถือก็ไม่ดีเท่าเล่นบนคอมพิวเตอร์ ดังนั้นโอกาสที่ควร ส่งเสริมให้มากขึ้นเมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจในกีฬา ออนไลน์อีสปอร์ตได้พบช่องทางที่จะเป็นนักกีฬาออนไลน์อีสปอร์ตให้มากยิ่งขึ้นก็ยังคงเป็นช่องทาง ร้านอินเทอร์เน็ต และมหาวิทยาลัย



บรรณานุกรม

- กฤตณัย แซ่อึ้ง. (2559). *ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- จิตติ ศรีสินธรา. (2560). *คุณลักษณะของเกมออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เล่นเกมออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกิตติ์ อินทร์สวรรค์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ-นครราชสีมา.
- ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). *รายงานการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ครัวเรือน) ปี พ.ศ.2553*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. (13th ed.). NJ: Prentice Hall.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดพิจารณาข้อความในแต่ละข้อว่าท่านเห็นด้วยหรือยอมรับมาก-น้อยเพียงใด โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน เพื่อนำคำตอบของท่านไปเป็นข้อมูลในการจัดทำวิจัยต่อไป

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 21-30 ปี

3) 31-40 ปี

4) 41-50 ปี

5) อายุ 51 ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ประถมศึกษา

2) มัธยมศึกษา/ปวช.

3) อนุปริญญา/ปวส.

4) ปริญญาตรี

5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

2) พนักงานบริษัทเอกชน

3) กิจการส่วนตัว

4) ลูกจ้าง/รับจ้าง

5) นักเรียน/นักศึกษา

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) 5,000-10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
- 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
- 5) มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อีสปอร์ตของผู้เล่นเกมในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อหนึ่งวัน (คอมพิวเตอร์)

- 1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 2) 1-2 ชั่วโมง
- 3) 2-3 ชั่วโมง 4) 4-5 ชั่วโมง
- 5) มากกว่า 5 ชั่วโมง

2. เล่นเกมกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เพื่อนที่ไปด้วยกัน 2) ครอบครัว
- 3) แฟน 4) คนในร้านเกม
- 5) เพื่อนในออนไลน์ 6) เล่นคนเดียว

3. ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ช่วงเช้า 2) ช่วงเที่ยง
- 3) ช่วงเย็น 4) ช่วงค่ำ
- 5) ทั้งวัน

4. ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อเดือน (ค่าไฟฟ้า ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าชั่วโมง และการเติมเงินในเกมนออนไลน์)

- 1) มากกว่า 5,000 บาท 2) 3,000-5,000 บาท
- 3) 1,000-3,000 บาท 4) 100-1,000 บาท
- 5) น้อยกว่า 100 บาท

5. สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ที่เล่นเป็นประจำ

- 1) ที่บ้านตัวเอง 2) ที่ห้องเช่า/หอพัก
- 3) ที่ร้านอินเทอร์เน็ต 4) ในสถานศึกษา
- 5) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

6. ทำไมถึงเล่นเกม

- 1) เล่นเพื่อผ่อนคลาย 2) เล่นเพื่อทำเป็นอาชีพ
 3) เล่นตามกระแส 4) ไม่มีอะไรทำ

7. ประเภทของเกมออนไลน์

- 1) เป็น E-sport 2) ไม่เป็น E-sport

ถ้าตอบ เป็น E-sport กรุณาตอบคำถามข้อต่อไปนี

1.1. เกม E-sport ที่คุณเล่นเป็นประเภททีม หรือ ประเภทเดี่ยว

- 1) ประเภททีม
 2) ประเภทเดี่ยว

โปรดระบุชื่อเกมที่เล่นเป็นประจำ

- 1) FIFA Online 4
 2) TEKKEN 7
 3) Street Fighter V
 4) KurtzPel
 5) RoV : Arena of Valor
 6) PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS : PUBG
 7) Dota2
 8) Freefire
 9) Over Watch
 10) LOL League of Legends
 11) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

1.2. คุณมีความสนใจที่จะเข้าร่วมการแข่งขัน E-sport หรือไม่

- 1) สนใจ 2) ไม่สนใจ

1.3 คุณได้เป็นนักกีฬา E-sport หรือไม่

- 1) ได้เป็น 2) ไม่ได้เป็น

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นนักกีฬา E-sport เท่าไหร่ (ถ้าไม่ได้เป็นนักกีฬาไม่ต้องตอบ)

- 1) 5,000-10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
- 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
- 5) มากกว่า 40,000 บาท

ถ้าตอบ ไม่เป็นนักกีฬา E-sport กรุณาตอบคำถามข้อต่อไปนี

1.1. เกมที่คุณเล่นเป็นประจำ

- 1) Genshin Impact
- 2) Ragnarok
- 3) Cookie run
- 4) The Sims
- 5) Cities: Skylines
- 6) KurtzPel
- 7) อื่นๆ

1.2. เกมไม่เป็น E-sport มีความสนุกอย่างไร

- 1) มีความเป็นส่วนตัว
- 2) ภาพสวย
- 3) ตัวเกมมีรายละเอียดเยอะ
- 4) มีความหลากหลาย ไม่จำเจ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านในการตอบแบบสอบถาม ณ โอกาสนี้

ประวัติผู้วิจัย**ชื่อ-นามสกุล**

ศักดิ์พัทธ์ รัตน์สุรีย์

อีเมล

sakdipat.rata@bumail.net

ประวัติการศึกษาปี พ.ศ. 2557 ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต
(เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ