

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนาร์คออนไลน์
(Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

Factors Influencing Loyalty of Ragnarok Online Gamers in Thailand



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนาร์วอออนไลน์ (Ragnarok Online)
ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

Factors Influencing Loyalty of Ragnarok Online Gamers in Thailand



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2566

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online)
 ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

ผู้วิจัย สุกัญญา ทองน้อม



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.นิตนา ฐานิธรนกร

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

สุกัญญา ทองนิ่ม. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กันยายน 2566, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกม
ออนไลน์ในประเทศไทย (72 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.นิตนา ฐานิธรนกร

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมนารอออนไลน์ และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยที่เล่นเกมแรกนารอออนไลน์เป็นประจำ จำนวน 310 ตัวอย่าง และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบสมมติฐานซึ่งผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ประสิทธิภาพในตัวเกม ($\text{Sig.} = 0.041$) และความพึงพอใจ ($\text{Sig.} = 0.000$) โดยประสิทธิภาพในตัวเกม ($\beta = 0.125$) มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจ ($\beta = 0.452$) ในขณะที่ประสบการณ์การเล่นเกมนารอออนไลน์ ($\text{Sig.} = 0.103$) แรงจูงใจ ($\text{Sig.} = 0.090$) และอารมณ์และสังคมในเกม ($\text{Sig.} = 0.354$) ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

คำสำคัญ: เกมออนไลน์, ความภักดี, แรงจูงใจ, สังคมและอารมณ์, ความพึงพอใจ, เกมแรกนารอ
ออนไลน์

Thongnim, S. Master of Business Administration, September 2023, Graduate School, Bangkok University.

Factors Influencing Loyalty of Ragnarok Online Gamers in Thailand (72 pp.)

Advisor: Nittana Tarnittanakorn, Ph.D.

ABSTRACT

The study was aimed primarily to identify motivation, game-play experience, socioemotional, performance in games, and attractiveness influencing loyalty of Ragnarok online gamers in Thailand. Close-ended questionnaires verified the reliability and content validity for data collection. The samples consisted of 310 online gamers in Thailand who played Ragnarok regularly. Inferential statistics used in the hypothesis testing was multiple regression analysis. The results showed that factors influencing loyalty of Ragnarok online gamers in Thailand with statistical significance level of .05 were the in-game performance (Sig. = 0.041) and attractiveness (Sig. = 0.000). Additionally, in-game performance ($\beta = 0.125$) had the greatest influence on the loyalty of Ragnarok online gamers in Thailand followed by attractiveness ($\beta = 0.452$). However, game-play experience (Sig. = 0.103), motivation (Sig. = 0.090) and Socioemotional (Sig. = 0.354) did not have the influence on loyalty of Ragnarok online gamers in Thailand.

Keywords: Online Game, Loyalty, Motivation, Socioemotional, Attractiveness, Ragnarok Online Game

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย สามารถดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงครบถ้วน สมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.นิธนา ฐานิธนกร อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์นี้ รวมถึงให้การตรวจทานและชี้แนะแนวทางการแก้ไขงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับการให้ คำปรึกษาและการสนับสนุนในทุกมิติตลอดการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการ ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาตรวจหาความถูกต้องและ สมบูรณ์ของ เครื่องมือวิจัยเพื่อให้ผลการค้นคว้าอิสระมีคุณภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ที่ได้อบรม สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัย ตลอดมา และขอขอบพระคุณสมาชิกในความรักและความห่วงใยในครอบครัว รวมถึงเพื่อนทุกท่านที่ ได้ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจจนทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

THE CREATIVE UNIVERSITY

สุกัญญา ทองนิ่ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 สมมติฐานการวิจัย	22
2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	25
3.2 ประชากรและตัวอย่าง	25
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	29
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	31
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	39
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการวิจัย	46
5.2 การอภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย	49
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้เขียน	72

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: เกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟนในรูปแบบ MMORPG ที่เป็นที่นิยม	3
ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)	29
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 310)	31
ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์	34
ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยประสบการณ์ในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Game-play Experience) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์	35
ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยอารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์	36
ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์	37
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความดึงดูดใจ (Attractiveness) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์	38
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดี (Loyalty) ในการเล่นเกมแรกนารอออนไลน์	39
ตารางที่ 4.8: การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยพหุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	41
ตารางที่ 4.9: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	45

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: เกมแรกนารอคออนไลน์	20
ภาพที่ 2.2: เนื้อเรื่องของเกม แรกนารอคออนไลน์	21
ภาพที่ 2.3: มอนสเตอร์ในเกม แรกนารอคออนไลน์	22
ภาพที่ 2.4: กรอบแนวความคิดงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	23
ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	44

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวัน รวมทั้งเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษา ตลอดจนเป็นช่องทางของกิจกรรมเพื่อความบันเทิงรูปแบบใหม่ของคนในยุคปัจจุบัน เมื่อเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนา ทำให้เกิดการผนวกเกมเข้าไปกับเทคโนโลยีดังกล่าวจนเข้าสู่ยุค “เกมออนไลน์ (Online Game)” เกมออนไลน์ในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากการเล่นเกมสามารถสร้างการเข้าสังคมได้และทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานที่จะได้มีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นคนเดียว อีกทั้งเกมออนไลน์หลายเกมมีกราฟิกหรือรูปภาพที่สวยงามมาก จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ดึงดูดให้คนหันมาสนใจเกมออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้การเล่นเกมออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจนก่อให้เกิดเป็นกลุ่มชุมชนออนไลน์ขึ้น ภายในเกมผู้เล่นสามารถปกปิดตัวตนที่แท้จริง และสร้างตัวตนใหม่ภายใต้นามแฝง อีกทั้งบุคลิกภาพของตัวละครผู้เล่นสามารถกำหนดขึ้นมาใหม่ได้ ส่งผลให้ตลาดเกมออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยปัจจุบันมูลค่าตลาดเกมมีมูลค่าถึงหมื่นกว่าล้านบาทต่อปี และยังมีศักยภาพเติบโตได้อีกมากตามจำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ณัฐสรณ์ ตรังคราร, 2564)

นอกจากนี้ เกมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันในยุคสมัยนี้มากขึ้น เพราะเกมออนไลน์สามารถให้ความบันเทิงความเพลิดเพลินและความสนุกสนาน ผีกความคิด ทักษะการเรียนรู้ และยังได้สังคมใหม่ ๆ เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์นั้น ผู้เล่นสามารถเล่นเกมร่วมกันกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้โดยเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต และสามารถเล่นเกมออนไลน์ผ่านเครื่องเล่นพื้นฐาน (Console) เกมคอมพิวเตอร์ (PC Games) หรือเกมเครื่องพกพา (Handheld) ซึ่งเกมออนไลน์หลัก ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้เล่นเกม (ธนพัทธ์ เอเมะบุตร, 2557) ได้แก่

1) MMO (Massively Multiplayer Online) คือ เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นเข้ามาเล่นพร้อมกันจำนวนมาก ๆ ในเซิร์ฟเวอร์ (Server) กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (ธนพัทธ์ เอเมะบุตร, 2557)

2) MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) คือ เกมที่มีการเล่นตามบทบาทและมีการเก็บค่าประสบการณ์การต่อสู้ รวมถึงมีเนื้อเรื่องความเป็นมาและฉากที่สวยงาม ผู้เล่นจะสร้างตัวละครขึ้นมาในการสวมบทบาท ผจญภัยตามเนื้อเรื่องที่เกมวางระบบเอาไว้ โดยเล่นตามกติกาผ่านการป้อนคำสั่ง และเลือกเงื่อนไขที่เกมกำหนดมา จุดเด่นของเกมประเภทนี้อยู่ที่ผู้เล่น

สามารถพัฒนาระดับของตัวละครจากการเก็บสะสมคะแนนมาเพิ่มระดับความสามารถให้ตัวละครได้ (นฤมล ปิ่นโต, 2565)

3) MMORTS (Massively Multiplayer Online Real-Time Strategy) คือ เกมวางแผนแบบตามเวลาจริง ผู้เล่นจะเข้ามาภายในเกมในเวลาเดียวกัน โดยเกมประเภทนี้มักจะนิยมเล่นแบบกลุ่มมีการวางแผน เพื่อเข้าไปรบกับฝ่ายตรงข้าม (จิรพงศ์ สอนเจริญ, 2561)

4) MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) คือ เกมแนวใหม่ที่แยกออกมาจาก RTS เป็นเกมที่แบ่งกัน 2 ฝ่าย มีผู้เล่นในทีม 5 คน ซึ่งตัวละครจะอยู่บนแผนที่เดียวกัน เพื่อที่จะทำลายป้อมปราการของฝ่ายตรงข้ามเพื่อรับชัยชนะ (ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ, 2561)

5) MMOFPS (Massively Multiplayer Online First-Person Shooter) คือ เกมประเภทหนึ่งที่เน้นการโจมตีคู่ต่อสู้ฝ่ายตรงข้าม ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นผู้ยิงที่เคลื่อนที่ได้อย่างอิสระ ผู้เล่นจำเป็นต้องมีทักษะการเล็งเป้าหมายที่แม่นยำ ผ่านมุมมองกล้องแทนสายตาของผู้เล่นให้เกิดความสมจริงในการเล่น (นฤมล ปิ่นโต, 2565)

6) Causal เป็นเกมประเภทเล่นจบเป็นเกม ๆ สั้น ๆ ไม่ยาก ส่วนใหญ่จะใช้ระบบลobbี (Lobby) เพื่อให้ผู้เล่นสร้างห้องหรือหาห้องเล่นกับผู้เล่นคนอื่น ๆ เช่น เกมการ์ด เกมเดิน เกมฟุตบอล เป็นต้น (ธนพัทธ์ เอมะบุตร, 2557)

ซึ่งเกมแรกรอออนไลน์ (Ragnarok Online) เป็นเกมที่จัดอยู่ในประเภท MMORPG ที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเกมแรกรอออนไลน์เป็นเกมที่สร้างความทรงจำและให้ความสุขในวัยเด็กหรือวัยรุ่นของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการเล่นเกมมาอย่างยาวนานและมีการอัปเดตข้อมูลใหม่อยู่ตลอด จึงทำให้เกมมีความทันสมัยมากขึ้น เช่น มีระบบการเก็บระดับ (Level) ค่าสถิติที่เปลี่ยนไปเป็นเกม que ผู้เล่นจะได้เรียนรู้ถึงเนื้อเรื่องภายในเกม โดยจะมีเรื่องราวที่น่าสนใจให้ผู้เล่นเข้าไปมีส่วนร่วมกับการเหตุการณ์ต่าง ๆ และบรรยากาศภายในเกมมากยิ่งขึ้น (Beartai, 2563) ทำให้ผู้เล่นจำนวนมากมีความต้องการให้เกมสามารถเล่นบนสมาร์ตโฟน (Smartphone) และอยู่ในรูปแบบออนไลน์ จึงทำให้เกมบนสมาร์ตโฟนมีการพัฒนาออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบรับกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น (วชิระ ตรีเมธิกุล, 2559) ประกอบกับเกมบนสมาร์ตโฟนเป็นเกมที่ผู้เล่นสามารถเล่นผ่านสมาร์ตโฟนและพกพาออกนอกพื้นที่ได้ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารได้รวมถึงผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้ทุกที่ โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นมีจำนวนน้อย และในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในตลาดของผู้เล่นเกมทำให้ผู้เล่นสามารถเลือกได้ว่าต้องการจะเล่นคนเดียวหรือเล่นเป็นทีม (กฤษฎา พลายพงษา และนิตนา ฐานิตธนกร, 2564) ซึ่งแตกต่างจากเกมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในการเล่นที่ไม่สามารถพกพาออกนอกพื้นที่ได้แต่สามารถเล่นได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยผู้เล่นสามารถเล่นเกมที่มีคุณภาพสูงได้รวมถึงผู้เล่นจะได้รับประสบการณ์ของเกมที่มีประสิทธิภาพและมีอุปกรณ์ในการเล่นมากขึ้น

(Silva, Nascimento & Chaimowicz, 2017) โดยตัวอย่างเกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟนในรูปแบบ MMORPG ที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้เล่นเกมออนไลน์ มีรายละเอียดตามตารางที่ 1.1 ดังนี้

ตารางที่ 1.1: เกมออนไลน์บนสมาร์ทโฟนในรูปแบบ MMORPG ที่เป็นที่นิยม

เกม MMORPG	รายละเอียด	ที่มา
Ragnarok X: Next Generation 	- เป็นเกมที่ได้รับลิขสิทธิ์แฟรนไชส์จากแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) มาโดยตรง โดยนำระบบการเล่นต่าง ๆ ที่ใช้เล่นแรกนารอคออนไลน์มาสร้างและพัฒนาใหม่ให้มีความทันสมัย โดยคงรูปแบบรายละเอียดเดิม - เกมยังคงรูปแบบการเล่นคงเดิม ผู้เล่นจะได้สร้างตัวละครและเลือกอาชีพที่ชอบ - ผู้เล่นสามารถพูดคุยสื่อสารกับผู้เล่นอื่น ๆ ได้ ทั้งในรูปแบบของตัวหนังสือ และเสียง	“Ragnarok X: Next Generation” (2564)
Black Desert Mobile 	- เป็นเกมแบบแผนที่เปิด (Open World) ที่สมมติขึ้นมาดัดแปลงมาจากเกมในคอมพิวเตอร์ ให้อิสระกับผู้เล่นสูง และมีเนื้อหาที่หลากหลาย - ผลิตโดยค่าย Pearl Abyss ที่นำเอาเกม Black Desert มาปรับลดรายละเอียดของเกมลงมาให้เล่นในสมาร์ทโฟน โดยลดทอนความละเอียดของเกมลง เพิ่มความคล่องตัวในการเล่นเกมบนสมาร์ทโฟน และเข้าถึงง่ายในการทำภารกิจในเกม	Metalbridges (2562)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): เกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟนในรูปแบบ MMORPG ที่เป็นที่นิยม

เกม MMORPG	รายละเอียด	ที่มา
V4 	- เป็นเกมแนว Action MMORPG แบบแผนที่เปิด (Open World) เน้นการเก็บค่าประสบการณ์ ทำภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อฝึกฝนพัฒนาตัวละคร - มีจุดเด่นอยู่ที่ระบบสงครามข้ามเซิร์ฟเวอร์ที่ผู้เล่นจากทั่วโลกสามารถข้ามเซิร์ฟเวอร์มาพบกันผ่านระบบ Interserver เพื่อทดสอบฝีมือของผู้เล่น - ตัวเกมพัฒนาด้วย Unreal Engine 4 ทำให้ได้ภาพที่สวยงามคมชัด ทั้งบนจอสมาร์ตโฟนและคอมพิวเตอร์ ซึ่งทั้งสองแพลตฟอร์ม ผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้ด้วยไอทีเดียวกันได้	Thisisgame thailand (2563)
Lineage 2 Revolution 	- ผลิตโดยค่าย Netmarble - เป็นเกมบนสมาร์ตโฟนที่ถูกพัฒนาต่อยอดมาจาก Lineage II ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ที่มีชื่อเสียงบนระบบคอมพิวเตอร์ ค่าย NCSoft - ตัวเกมยังคงรูปแบบการเป็น MMORPG แบบโลกเสมือนจริงใช้ระบบภาพที่มีคุณภาพสูงอย่าง Unreal Engine 4 ทำให้ได้ภาพสวยงาม	Ringrangrun (2560)
Toram Online 	- ผลิตโดยบริษัท Asobimo Inc. - เป็นเกมการผจญภัยแบบแผนที่เปิด (Open World) 3D MMORPG ที่ประกอบไปด้วยรูปแบบเดียวกับเกมออนไลน์ - มีการผสมตัวละคร สร้างอุปกรณ์ และอาวุธแบบไม่จำกัด ผู้เล่นสามารถเพิ่มค่าประสบการณ์ของตัวละครได้ตามต้องการ	Thisisgame thailand (2558)

จากตารางที่ 1.1 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เกม MMORPG ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะเน้นที่ภาพที่มีความสวยงาม เป็นเกมที่ถูกพัฒนามาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และเป็นเกมที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ในอดีต โดยนำมาต่อยอดพัฒนาใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน จากผลการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลร่วมกับสมาคมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย (DCAT) สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชัน (Animation) และคอมพิวเตอร์กราฟิกไทย (TACGA) สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย (TGA) สมาคมธุรกิจบางกอกเอซีเอ็มซิกกราฟ (Bangkok ACM SIGGRAPH) และบริษัท แอปไวส์ คอนซัลติ้ง จำกัด ในปี 2020 พบว่า อุตสาหกรรมเกมมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ปี 2018 มีการเติบโตที่ 13.78% ปี 2019 ขยายตัวอีก 15.96% และปี 2020 ขยายตัวอีก 34.89% โดยมูลค่าในปี 2020 อยู่ที่ 34,316 ล้านบาท โดยที่อุปกรณ์ในการเล่นเกมที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่ คือ สมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ หรือเกมคอนโซล (Console Game) โดยเกมบนสมาร์ทโฟนมีส่วนแบ่งสูงสุดที่ 21,014 ล้านบาท (แบ่งเป็นแอนดรอยด์ 11,077 ล้านบาท และ iOS 9,937 ล้านบาท) ตามมาด้วยเกมคอมพิวเตอร์ 8,231 ล้านบาท และเกมคอนโซล 4,785 ล้านบาท จึงทำให้ตลาดของเกมออนไลน์ได้รับความนิยม และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ผู้ผลิตเกมออนไลน์ควรทำการศึกษาพัฒนาระบบและรูปแบบของเกม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคต่อไป (Mrs.OK, 2564)

ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกมนั้น ความภักดี (Loyalty) ของผู้เล่นเกมออนไลน์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ เนื่องด้วยการเล่นเกมออนไลน์นั้นอาจเกิดจากความชอบส่วนบุคคล การที่ต้องการเล่นเกมใหม่ที่มีการนำเข้ามาหรือเป็นการเล่นเพื่อต้องการแข่งขันในรายการต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้เล่นที่มาเป็นกลุ่มหรือเป็นทีมและมีการเล่นพร้อมกับเพื่อนในรูปแบบการเริ่มเล่นไปพร้อม ๆ กัน เพื่อเก็บประสบการณ์ในรูปแบบการเล่นในมุมมองและสถานการณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งความภักดีของผู้เล่นเกมออนไลน์จะช่วยรักษาผู้เล่นให้ยังคงอยู่ในระยะยาวได้เป็นอย่างดี (กุลจิรา ฤกษ์ศิริรัตน์ และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2561) ส่งผลให้เกมแรกนารอคออนไลน์ยังคงได้รับความนิยมและสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมเกม ทำให้ทีมผู้พัฒนาเกมแรกนารอคออนไลน์ยังคงต้องมีการพัฒนาเกมต่อไปอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เกมแรกนารอคออนไลน์มีการพัฒนารูปแบบของเกมให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เล่น ทั้งนี้ การพัฒนาเกิดขึ้นมาจากแรงจูงใจในการเล่นของผู้เล่น (Motivation) ซึ่งจะมีพฤติกรรมความชื่นชอบในเกมที่มีความดึงดูดใจ ทำให้เกิดความเพลิดเพลินจนเล่นเกินกว่าเวลาที่ตั้งใจจะเล่นไว้ ผู้เล่นมีความรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมจริง ๆ จึงเลือกที่จะเล่นเกมเพื่อความผ่อนคลายความเครียดจากงานในแต่ละวัน หรือเพื่อเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ในการครอบครองไอเทม (Item) ที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี และมีแรงจูงใจที่จะสะสมทรัพยากร สิ่งของ หรือเงินในเกม เพื่อดำเนินการเล่นในด้านต่อไป จึงส่งผลให้เกิด

ความภาคภูมิใจในการเล่น (Wang, Abdelhamid & Sanders, 2021) โดยการศึกษาของกุลจิรา ฤกษ์ศิริรัตน์ และบุหงา ชัยสุวรรณ (2561) พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมตัวละครในเกม อาโอวี การมีจิตใจเป็นเจ้าของต่อตัวละครในเกมอาโอวี การยอมรับตัวตนของทีมในเกมอาโอวีและ แรงจูงใจในการเล่นเกมอาโอวีมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจเล็กน้อยในเกมนิกส์ในเกมอาโอวี รวมทั้ง ประสบการณ์การเล่น (Game-play Experience) ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ประเภทหนึ่ง จากการแสดงความเป็นตัวเองในพื้นที่ของเกม รู้สึกเหมือนมีตัวตนจริง ๆ อยู่ในเกมเมื่อ เล่นเกมไประยะเวลาหนึ่ง รวมถึงสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของผู้ต่อสู้ในเกมได้จาก ประสบการณ์ในการเล่นเกมน้อย ๆ และในขณะที่เล่นเกม ผู้เล่นสามารถใช้ทักษะในการโต้ตอบได้อย่าง รวดเร็ว (Oswald, Prorock & Murphy, 2014) ทำให้ผู้เล่นเกิดความภาคภูมิใจจากประสบการณ์เชิงบวก และรู้สึกคุ้มค่าในการเล่นเกมแรกนารอออนไลน์ (Arbeau, Thorpe, Stinson, Budlong & Wolff, 2020)

นอกจากนี้ การที่ผู้เล่นเกมมีอารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) จะเป็นการสร้าง สังคมของตนเองในเกมให้ได้มีการพบปะผู้คนใหม่และมีส่วนร่วมไปกับเพื่อนใหม่ ๆ ผู้เล่นรู้สึกสนุกกับการ ทำความรู้จัก การให้ความช่วยเหลือ การพูดคุยผ่านแชท และมีความสุข รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการ เล่นเกมเป็นทีมที่เป็นมิตรและเป็นกันเองในเกมแรกนารอออนไลน์ (Zhang & Kaufman, 2017) อีกทั้ง ประสิทธิภาพในเกม (Performance in Games) เป็นสิ่งที่ผู้เล่นคาดหวังจะได้รับการตอบสนองของ เกมที่เล่น โดยประสิทธิภาพจะแสดงถึงความสามารถในการผลิตและความคุ้มค่าของการลงทุนในเกม โดยประสิทธิภาพในตัวเกมจะวัดจากการเคลื่อนไหวของตัวละครบนหน้าจอ ความราบรื่นเป็น ธรรมชาติ และสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนไหวไปในเกมไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกัน อย่างราบรื่น (Bonny, Castaneda & Swanson, 2016) โดยการศึกษาของ Rahill & Sebrechts (2021) ระบุว่า การสร้างและออกแบบรูปร่างอวตาร รวมถึงรูปลักษณ์ภายนอกของอวตารมีผลกระทบ ต่อความคล้ายคลึงกันของผู้เล่น อีกทั้งยังมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับอวตารและ ประสิทธิภาพในการเล่น รวมถึงการสร้างความดึงดูดใจ (Attractiveness) เกิดจากการแสดงผล ของเกมออนไลน์ผ่านทางสายตา ผู้เล่นสามารถแยกแยะความละเอียดของภาพที่มีความโดดเด่น ความละเอียดของภาพที่โดดเด่น มีความสวยงาม มีภาพที่ดึงดูดใจ และสร้างแรงดึงดูดใจ ทำให้ผู้เล่น จดจ่ออยู่แต่กับเนื้อหาของเกม มีความรู้สึกเพลิดเพลินไปกับเกม และใช้ความอดทนในการวางแผน ซึ่งสามารถท้าทายความสามารถของผู้เล่นในการพยายามเอาชนะต่าง ๆ ของเกม (Martins, Gonçalves, Branco, Barbosa, Melo & Bessa, 2017) ช่วยให้ผู้เล่นเกิดความภาคภูมิใจและความ ประทับใจจากการเล่นเกม ที่ตรงกับความต้องการของผู้เล่น และตอบสนองผู้เล่น ทำให้ผู้เล่นเกิดความ ภาคภูมิใจที่จะกลับไปเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นความตั้งใจในการทำภารกิจในเกมอย่างสุด ความสามารถ หรือตั้งใจเล่นเกมที่มาจากการพัฒนาใหม่ ๆ ต่อไปในอนาคต (Balakrishnan &

Griffiths, 2018) ในขณะการศึกษาของ Liao, Cheng, Shiau & Teng (2021) ระบุว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีส่วนร่วมในการทำงานในทีมกึ่งหนึ่งจะกระตุ้นให้ผู้เล่นเกมออนไลน์มีความตั้งใจทำภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ และมีความตั้งใจที่จะเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ต่อไป

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย โดยศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมน อารมณ์และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความดึงดูดใจของเกมส่งผลต่อความภักดีของผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกมแรกนารอคออนไลน์ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และผู้พัฒนาเกมที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่ประกอบการธุรกิจพัฒนาเกม ค่าขายในเกมสามารถนำงานวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาระบบของเกมให้ตอบสนองความต้องการของผู้เล่นได้โดยตรงจุด และนำไปประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมน อารมณ์และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความดึงดูดใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้นักธุรกิจหรือผู้ที่มีความสนใจในตลาดเกมออนไลน์ทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมน อารมณ์และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความดึงดูดใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้เล่นเกมสามารถนำผลวิจัยไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในเกมออนไลน์

1.3.2 ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปพัฒนาเกมและวางแผนธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเกมออนไลน์ หรือผู้ที่มีความสนใจในตลาดของเกมแรกนารอคออนไลน์ หรือเกมออนไลน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้ที่สนใจในเกมแรกนารอคออนไลน์หรือเกมออนไลน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประกอบเป็นแนวทางการวิจัย

1.3.4 ผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แรงจูงใจ (Motivation)

แรงจูงใจ หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงผลักดัน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันพอที่จะสามารถจูงใจให้บุคคลนั้นเกิดพฤติกรรมเพื่อสร้างการตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป ซึ่งในความต้องการบางประเภทเป็นความต้องการทางด้านชีววิทยาเกิดขึ้นยาก บางอย่างเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา เกิดขึ้นจากความต้องการการยอมรับจากสังคมหรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความต้องการส่วนใหญ่อาจจะมีไม่มากพอจนเกิดความตึงเครียด (ธีรพล กิตติไพโรจน์เจริญ, 2558) นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึงสภาวะทางร่างกายและจิตใจนั้นถูกกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมใด ๆ เพื่อที่จะบรรลุถึงเป้าหมายของความต้องการได้ โดยที่แรงจูงใจนี้ไม่สามารถที่จะมองเห็นได้โดยตรง แต่สามารถเห็นได้จากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมา (สุทธิพงศ์ วุฒิพราหมณ์, 2557)

Hussain & Griffiths (2009) อธิบายว่า ชนิดของเกมที่จะจูงใจในการเล่นนั้นจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเล่นที่มีความถี่มากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทเกมที่จะจูงใจผู้เล่นได้ 7 ประเภท ได้แก่ 1) เกมที่แปลกใหม่ (Novelty) 2) เกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (Social and Discovery-Oriented) 3) เกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง (Aggressive, Anti - Social, Non-Curious) 4) เกมที่มีการแข่งขันภายในสังคมสูง (Highly Social and Competitive) 5) เกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของผู้เล่นได้ (Social) 6) เกมที่เน้นความสนุกสนาน (Low Intensity Enjoyment) และ 7) เกมที่มีระดับชนชั้นทางสังคม (Social Classes) ซึ่งพฤติกรรมความชื่นชอบในเกมแต่ละประเภทรุนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเพศและอายุ ซึ่งเมื่อผู้เล่นเลือกเล่นเกมที่มีความน่าจูงใจและดึงดูดผู้เล่นได้มาก จะก่อให้เกิดพฤติกรรมติดเกม นอกจากนี้ Blythe (2008) ยังกล่าวไว้อีกว่า แรงจูงใจมีด้วยกันหลายประเภทสามารถเกิดขึ้นได้จากสัญญาณภายในของมนุษย์ ซึ่งเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบ จนนำไปสู่แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางความคิด และทำให้มนุษย์เกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในที่สุด ทั้งนี้ แรงจูงใจอาจจะเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ได้แก่ 1) ความต้องการทางกายภาพ 2) ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง 3) ความต้องการทางสังคม

4) ความต้องการยกย่อง และ 5) ความต้องการไปสู่ความสมบูรณ์แห่งชีวิต ซึ่งลำดับความต้องการจะตั้งอยู่บนพื้นฐานความต้องการ 4 ประการ คือ มนุษย์มีความต้องการที่คล้ายคลึงกัน เกิดมาจากการต้องการทางด้านร่างกาย และการมีความสัมพันธ์ในสังคม ความต้องการบางประเภทเป็นพื้นฐาน หรือมีความจำเป็นมากกว่าความต้องการบางประเภท ความต้องการพื้นฐานจะต้องได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่งก่อน ความต้องการในระดับอื่น ๆ จึงจะถูกกระตุ้น และเมื่อได้รับความต้องการพื้นฐานจนเป็นที่พอใจแล้ว จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น (Maslow, 1970)

จากการศึกษาของ Hussain & Griffiths (2009) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดเกมว่า เป็นพฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ และเพิ่มปัญหาส่วนบุคคลรวมถึงสังคมรอบข้าง โดยส่วนใหญ่ มักสูญเสียการควบคุม หรืออาจจะแสดงออกด้วยอารมณ์หงุดหงิด อารมณ์โมโหได้ง่าย เช่น ผู้เล่นจะรู้สึกหงุดหงิด มีอารมณ์เมื่อไม่ได้เล่นเกม หรือผู้เล่นเคยมีการทะเลาะเบาะแว้งกับบุคคลรอบข้าง เพราะอาจจะถูกรบกวนในระหว่างการเล่นเกม โดยสาเหตุหลักที่ทำให้รู้ว่า บุคคลนั้นเกิดอาการติดเกม คือ บุคคลนั้นใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ไปกับการเล่นเกมมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ รองลงมา คือ เล่นเกมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วทำให้เกิดความเพลิดเพลินจนเล่นเกินกว่าเวลาที่ตั้งใจจะเล่นไว้ เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วทำให้เกิดความรู้สึกดี จึงได้เพิ่มระยะเวลาในการเล่นมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการเล่นแต่ละครั้งผู้เล่นเคยคิดไว้ว่า จะตั้งใจเล่นเกมนั้นทั้งวัน เมื่อได้เริ่มเล่นเกมแล้วไม่สามารถที่จะหยุดเล่นได้ ผู้เล่นยอมที่จะอดนอนเพื่อที่จะได้เล่นเกม อยู่ในโลกของเกมจนลืมการใช้ชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้เล่นเลือกที่จะเล่นเกมจนยอมทิ้งกิจกรรมที่สำคัญของตนเองและไม่สามารถที่จะลดระยะเวลาในการเล่นได้แม้จะมีเหตุผลอื่น ๆ เข้ามา ในบางครั้งผู้เล่นไม่สามารถที่จะเลิกเล่นเกมได้ในทันที หรือในบางกรณีผู้ที่เล่นเกมเป็นประจำเมื่อไม่ได้เล่นเกมในวันนั้นจะมีความรู้สึกแสบ และพยายามที่จะกลับไปเล่นเกมให้ผ่านด่านที่เล่นค้างไว้ ซึ่งนำมาสู่การโกหกกับผู้อื่นเรื่องระยะเวลาในการเล่นเกมนำให้เกิดสาเหตุในการทะเลาะตามมาได้ และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเล่นเกมนของ Nick (2006) ที่พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้เล่นเกมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งออก เป็นด้าน 3 ด้าน คือ 1) ด้านความสำเร็จ (Achievement) ประกอบด้วยความก้าวหน้า (Advancement) กลศาสตร์ (Mechanics) และการแข่งขัน (Competition) 2) ด้านสังคม (Social) ประกอบด้วย การรวมกลุ่ม (Socializing) ความสัมพันธ์ (Relationship) และการทำงานเป็นทีม (Teamwork) และ 3) ด้านการหมกมุ่น (Immersion) ประกอบด้วยการค้นหา (Discovery) เล่นตามบทบาท (Role-Playing) ปรับแต่งตัวละคร (Customization) และหนีจากความเป็นจริง (Escapism) และยังสอดคล้องกับงานของธวัชวันต์ แสงวิรุณ (2560) ที่พบว่า แรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก มีความสัมพันธ์ต่อการเล่นเกม ซึ่งส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมจะเข้ามาในเกมเพราะความสนุกสนาน ต้องการหาเพื่อนเพิ่ม เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน

ในการศึกษาครั้งนี้ แรงจูงใจ ยังหมายรวมถึง แรงจูงใจในการเล่นเกมนารอออนไลน์เพื่อผ่อนคลายจากงานในแต่ละวัน เพื่อสะสมทรัพยากร สิ่งของ หรือเงินในเกม เพื่อเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละคร รวมถึงการได้รับหรือครอบครองไอเทม (Item) หายากที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี (Wang, et al., 2021) นอกจากนี้ แรงจูงใจนำไปสู่การเล่นเกมนารอออนไลน์อีกประการ คือ การทำให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมจริง ๆ (Chen & Hsu, 2020) และการเล่นเกมนารอออนไลน์ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและตื่นเต้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ (Adam, Eoin & Mark, 2021)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Ghazali, Mutum & Woon (2019) ได้สำรวจพฤติกรรมผู้เล่นและแรงจูงใจในการเล่น Pokémon GO ต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยกำหนดความตั้งใจเล่นอย่างต่อเนื่องของผู้เล่นในการเล่น Pokémon GO และทำการซื้อในแอปพลิเคชัน (In-app Purchase) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 362 ชุด ในการเก็บข้อมูลจากผู้เล่น Pokémon GO ในมาเลเซีย ผลการศึกษา พบว่า ความเพลิดเพลิน ความเสถียรของเครือข่าย การมีส่วนร่วมของชุมชน และความจำเป็นในการรวบรวมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเล่นอย่างต่อเนื่องของผู้เล่น นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang, et al. (2021) ที่ได้ทำการสำรวจผลกระทบทางด้านจิตวิทยา แรงจูงใจในการเล่นเกมนารอออนไลน์ และการควบคุมหลัก/รองต่อการเสพติดเกมออนไลน์ พบว่า แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จและการหลบหนีจากโลกความเป็นจริงมีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาที่มีต่อสภาพแวดล้อมการเล่นเกมนารอออนไลน์ นอกจากนี้ นักเรียนในระดับประถมศึกษาที่มีแนวโน้มที่จะติดเกมออนไลน์มากกว่านักเรียนในระดับอื่น ๆ การควบคุมการเสพติดเกมออนไลน์ สามารถดำเนินการได้โดยบุคคลในครอบครัว ชุมชน และมหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้นักเรียนหรือนักศึกษาทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การแข่งขันกีฬา และเกมคอมพิวเตอร์แบบออฟไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อหลีกเลี่ยงการติดเกม สุดท้ายพ่อแม่ ครู และนายจ้างควรให้ความสนใจกับนักเรียนในระดับประถมศึกษาเพื่อเลี่ยงการเสพติดเกมออนไลน์ อีกทั้ง ผลการศึกษาของอมรรัตน์ ยืนสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2564) พบว่า แรงจูงใจด้านความเพลิดเพลิน อิทธิพลทางสังคม และการรับรู้ความสนุกสนาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอเทมในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร รวมถึงผลการวิจัยของอัจฉวิณ เปรมอ่อน และนิตนา ฐานิตธนกร (2563) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการใช้เวลามากขึ้นในการรับชมด้านความเพลิดเพลิน การหลีกเลี่ยง และปัจจัยผลลัพธ์ในการใช้เวลามากขึ้นในการรับชมส่งผลต่อความตั้งใจในการรับชมวิดีโอออนไลน์ผ่านการสตรีมมิ่งของ Netflix อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร

2.1.2 ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience)

Oswald, et al. (2014) อธิบายว่า ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience)

เกิดจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมประเภทหนึ่ง โดยรูปแบบของเกมมีความเรียบง่ายและซับซ้อนแตกต่างกันไปตามบริบทของท้องถิ่น เกมแต่ละประเภทจะประกอบด้วยกลุ่มคนมาน้อยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเงื่อนไข โอกาส ช่วงเวลา สถานการณ์ และเทคโนโลยีที่ไม่เหมือนกัน โดยประสบการณ์การเล่นเกมนั้นที่ดีที่สุด แบ่งออกเป็น 6 หมวดหมู่ทั่วไป ได้แก่ 1) การตอบสนองทางอารมณ์ (Emotional Responses) 2) การเล่นเกม (Game Play) 3) สังคม (Social) 4) ผลลัพธ์ของ

การเล่นเกม (Outcomes of Game Play) 5) เป้าหมาย (Goals) และ 6) คุณสมบัตส่วนบุคคล (Personal Qualities) ซึ่งสอดคล้องกับ Grimshaw, Lindley & Nacke (2008) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวัดประสบการณ์การเล่นเกมนของผู้เล่น พบว่า ประสบการณ์ของผู้เล่นเกมนั้นมีหลากหลาย ซึ่งประกอบ ด้วย ความลื่นไหล การดื่มด่ำ ความเบื่อ ความตื่นเต้น ความท้าทาย และความสนุกสนาน อีกทั้งคุณสมบัตที่อำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเกมผู้เล่นตามที่ Giorgi (2009) พบว่า รางวัลทางสังคมจะช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ การเติบโต และเอกลักษณ์ รวมถึงการลดความตึงเครียด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การเล่นเกมนออนไลน์เป็นการสร้างประสบการณ์เชิงบวก ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเกม นอกจากนี้ Arbeau, et al. (2020) ได้เสนอว่า ในขณะที่เกมมีตัวเลือกมากขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเชิงบวกความกังวลเกี่ยวกับผลเสียของวิดีโอเกมออนไลน์อาจถูกลดทอนลง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประสบการณ์การเล่นเกมน ยังหมายรวมถึง ผู้เล่นเกมใช้เวลาในการเล่นเกมนหรือจำนวนครั้งในการเล่นเกมนที่มีอย่างยาวนาน ความลื่นไหล ความตื่นเต้น ความท้าทาย และความสนุกสนานของผู้เล่นที่ได้จากการเล่นเกมน โดยที่ผู้เล่นได้แสดงความเป็นตัวตนของตนเองเข้าไปในเกมเมื่อเล่นไประยะหนึ่ง ทำให้ผู้เล่นสามารถคาดการณ์การเคลื่อนไหวของเกมนและพัฒนาทักษะในการเล่นของตนเองจากประสบการณ์ที่เข้าไปเล่นเกมบ่อยครั้ง (Oswald, et al., 2014)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Arbeau, et al. (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความหมายของประสบการณ์การเป็นผู้เล่นวิดีโอเกมออนไลน์ วิดีโอเกมออนไลน์มีคุณสมบัตหลากหลายที่อำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้เล่นเกมน เพื่อศึกษาความหมายของประสบการณ์การเล่นเกมนออนไลน์ และความหมายส่วนบุคคลที่ผู้เล่นเกมน พบว่า ความหมายของประสบการณ์การเล่นเกมนออนไลน์ คือ สามารถทำให้ผู้เล่นเกมนมีประสบการณ์เชิงบวกและรู้สึกคุ้มค่าอย่างท่วมท้น ทั้งนี้ เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่นในเกม หากเกมมีตัวเลือกมากขึ้นเรื่อย ๆ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเชิงบวกและผลเสียของวิดีโอเกมออนไลน์อาจลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bawa, Watson & Watson (2018) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง เกม คือ แรงจูงใจ: ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นจำนวนมากแบบเล่นตามบทบาท (MMOG) ในระดับอุดมศึกษา เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักเรียนระดับอุดมศึกษา ในหลักสูตรภาษาอังกฤษและธุรกิจที่ใช้รูปแบบวิธีแบบ MMOG จำนวน 95 คน พบว่า นักเรียนระดับอุดมศึกษา มีการยอมรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกม เช่น ข้อมูลในเว็บไซต์เกม วิกีเกม และบทช่วยสอนของ YouTube โดยที่ไม่จำเป็นจะต้องมีประสบการณ์จากการเล่นเกมมาก่อน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางกระบวนทัศน์รูปแบบวิธีแบบ MMOG มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลักสูตรการเรียนการสอนได้ เนื่องจากครูและนักออกแบบการสอนพบว่า การนำรูปแบบวิธีแบบ MMOG มาใช้ในห้องเรียนมีความง่ายต่อการสอนมากยิ่งขึ้น และงานวิจัยของ Cai & Du (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง จากเกมแบบดั้งเดิมไปจนถึงเกมบนมือถือ พฤติกรรมการ

สลับของผู้เล่นวิดีโอเกม พบว่า การรับรู้ถึงความแพงของเกมแบบดั้งเดิม การรับรู้ความยืดหยุ่นของการเล่นเกมบนมือถือ ค่าใช้จ่ายในการรับรู้ผลประโยชน์ที่สูญเสียไป รับรู้ประสิทธิภาพการเล่นเกมแบบดั้งเดิม ประสบการณ์การเล่นเกมแบบดั้งเดิมที่ผ่านมา ประสบการณ์การเล่นเกมบนมือถือในอดีต และการเป็นเจ้าของคอนโซลไฮบริด มีผลกระทบอย่างมากต่อความตั้งใจในการเปลี่ยนจากเกมแบบดั้งเดิมไปเป็นเกมบนมือถือ

สรุปได้ว่า ประสบการณ์ในการเล่นเกมนั้นอาจเกิดขึ้นได้หลากหลายอาจได้รับประสบการณ์ที่สนุกสนาน ประสบการณ์ที่น่าประทับใจ หรือบางคนอาจไม่ประทับใจ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละคนที่ได้จากการเล่นเกม

2.1.3 อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional)

อารมณ์และสังคมในเกม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งเร้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความรู้สึก หรือความคิดที่อยู่ในใจหรือแสดงออกมา เช่น อารมณ์เสีย หงุดหงิดง่าย โดยที่เอาตัวของผู้เล่นเข้าไปอยู่กับสังคมในเกม ให้มีความรู้สึกสนุกไปกับเกม รวมถึงสามารถพูดคุยกับบุคคลด้วย (Gong, Zhang, Cheung, Chen & Lee, 2019) นอกจากนี้ อารมณ์และสังคมในเกม จากงานวิจัยของ Zhang & Kaufman (2017) ได้ทำการศึกษา เกมที่เล่นตามบทบาทออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (MMORPG) และความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคมและอารมณ์ พบว่า ความผูกพันทางสังคมและอารมณ์ของผู้สูงอายุสัมพันธ์กับคุณภาพของการเล่นเกม (ชุมชนของกลุ่มผู้เล่น) และมีความเพลิดเพลินในความสัมพันธ์ สุขภาวะทางสังคมและอารมณ์ไม่เกี่ยวข้องกับปริมาณการเล่นเกม ความเข้มข้นของการโต้ตอบระดับเครือข่าย และแรงจูงใจทางสังคมสำหรับการเล่นเกม สวมบทบาท นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังระบุด้วยว่า ผู้สูงอายุจำนวนมากพัฒนาความสัมพันธ์ออนไลน์ที่มีความหมายกับเพื่อนที่เล่นเกม แต่คงเป็นเรื่องยากที่จะรวมเพื่อนออนไลน์เหล่านี้เข้ากับชีวิต “จริง” อีกทั้ง Pearce & Aguilar (2007) สังเกตเห็นว่า เหตุผลหนึ่งที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการเกิดของเกมโดยเฉพาะในเวลาที่กำหนด คือ ให้ผู้เล่นมีโอกาสที่จะลองวิธีใหม่ในการมีส่วนร่วมทางสังคม ผู้เข้าร่วมในงานวิจัยนี้ ใช้วิดีโอเกมเพื่อค้นหาหัวข้อใหม่ ตัวละครหรือประสบการณ์ เพื่อลองทักษะและพฤติกรรมใหม่ เพื่อพบปะผู้คนใหม่และมีส่วนร่วมกับเพื่อนที่มีตัวตนในหลาย ๆ ทาง และเป็นทางเลือกเพื่อการเข้าถึงวิธีการในการรับมือมากขึ้น ผู้เข้าร่วมตั้งใจเน้นให้ชัดเจนว่า ต้องการสนทนากับคนอื่น และใช้เวลาอยู่กับเกมจนกว่าจะบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ สังคมในเกมนั้นจะทำการติดต่อสื่อสารกันผ่านทางเสียงหรือข้อความกับเพื่อนและผู้เล่นคนอื่น ๆ ที่อยู่ในเกม ความสัมพันธ์ในเกมนี้ช่วยให้ผู้เล่นรู้สึกว่ามีเพียงแต่ตัวละครในเกมเป็นผู้เล่น แต่ผู้เล่นได้ลงไปเล่นเกมนั้นจริงเป็นกระตุ้นให้พวกเขาเล่นต่อไป (Kaye, et al., 2017)

ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนทางสังคมที่ระบุว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถูกกำหนดผ่านการพึ่งพา ระหว่างบุคคลซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของกันและกัน (Van Lange & Balliet, 2015) ในการเล่นเกมออนไลน์นั้นต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยมักจะมี อิทธิพลต่อความรู้สึกของกันและกัน เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาหรือสถานการณ์ที่ต้องช่วยกันแก้ไข และมีการออกนอกเส้นทางในเกมหากจำเป็นเวลาเล่นเกมออนไลน์ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Liao, et al., 2021) จึงเกิดเป็นสังคมในเกมขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ อารมณ์และสังคมในเกม ยังหมายรวมถึง ผู้ที่เล่นเกมมีอารมณ์ร่วมไปกับ เกมที่เล่น ผู้เล่นเกมมีการสร้างสังคมในเกมของตัวเอง อารมณ์และสังคมในเกมมีผลต่อของการเล่นเกม ผู้เล่นเกมสามารถพบปะผู้คนใหม่ และมีส่วนร่วมไปกับเพื่อนใหม่ ๆ โดยผู้เล่นจะมีความรู้สึกสนุกที่ได้เล่นเกม ได้รู้จักผู้เล่นคนอื่น ๆ มีความรู้สึกดีในการให้ความช่วยเหลือเพื่อนในเกม รวมถึงสนุกไปกับการพูดคุยผ่านแชทมีความสุขที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในเกม และได้รับมิตรภาพที่ดีจากสังคมในเกม (Zhang & Kaufman, 2017)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Gong, et al. (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สำนวนบทบาท ของความต้องการเล่นเกมกลุ่มออนไลน์ในการเสพติดเกมโซเชียลของผู้เล่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บทบาทของความต้องการเล่นเกมกลุ่มผู้เล่นออนไลน์ในการเสพติดเกม ทศนคติ การรับรู้ถึงความ เพลิตเพลิน บรรทัดฐานของกลุ่ม อัตลักษณ์ทางสังคมส่งผลต่อความปรารถนาในการเล่น เกมออนไลน์แบบกลุ่มด้วยการทำแบบสำรวจออนไลน์ตามยาว แสดงให้เห็นว่าทศนคติ ความเพลิตเพลิน ที่คาดหวัง บรรทัดฐานของกลุ่ม และอัตลักษณ์ทางสังคมนั้นมีส่วนช่วยในการพัฒนาความปรารถนา สำหรับการเล่นเกมออนไลน์แบบกลุ่ม ความปรารถนาดังกล่าวเอื้ออำนวยต่อการขาดนิสัยและการ ควบคุมตนเอง ซึ่งในทางกลับกัน ส่งเสริมการเสพติดเกมโซเชียลออนไลน์ การศึกษานี้มีส่วนสนับสนุน วรรณกรรมโดยสร้างทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายความต้องการเล่นเกมออนไลน์แบบกลุ่มเกี่ยวกับการเสพติด เกมบนโซเชียลออนไลน์ และโดยนำเสนอความหมายสำหรับการจัดการเกมที่ทำให้เสพติด และมี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และสังคมในเกมของ Dahabiyeh, Najjar & Agrawal (2020) ได้ ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของระดับความเสี่ยงต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยี: กรณีของออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทางด้านจิตใจและร่างกาย เช่น ระดับความเครียดสูง และพฤติกรรมต่อต้านสังคม โดยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 597 คน พบว่า บรรทัดฐานส่วนตัว ความอยากรู้อยากเห็น และความสนุกสนานมีผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจ ในการเล่นเกมออนไลน์ และยังพบว่า ความขี้เล่นกลายเป็นปัจจัยเดียวที่ได้รับผลกระทบจากระดับ ความเสี่ยงทางด้านจิตใจและร่างกาย นอกจากนี้ งานวิจัยของอมรรรัตน์ ยืนสุข และนิธนา ฐานิตรนกร (2564) พบว่า แรงจูงใจด้านความเพลิตเพลิน อิทธิพลทางสังคม และการรับรู้ความสนุกสนาน เป็น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอเทมในการเล่นเกมจากภายในแอปพลิเคชันของเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า อารมณ์และสังคมในเกม เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นเกม เนื่องด้วยตัวเกมในปัจจุบันนั้นเน้นให้ผู้เข้าไปมีส่วนร่วมในเกมให้มากที่สุดเป็นการจำลองสถานการณ์ที่เสมือนจริงลงไปทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าได้ลงไปเล่นเกมนั้นจริงๆ และในเกมยังสามารถติดต่อกับผู้เล่นคนอื่น ๆ ในเกมได้ทำให้เกิดสังคมในเกมและการซื้อขายในเกมขึ้น

2.1.4 ประสิทธิภาพในเกม (Performance in Games)

Bonny, et al. (2016) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกม (Performance in Different Games) หมายถึง การประเมินหรือการตรวจสอบความเชื่อมโยงระหว่างความชำนาญในการเล่นเกมนั้น และทักษะการรับรู้ โดยวัดจากการทำงานของพื้นที่และระยะยาว (ตำแหน่ง) ความจำพื้นฐาน การประมวลผลทางความคิด และประสบการณ์การเล่นเกมนั้น ซึ่งความน่าเชื่อถือที่เทียบได้กับงานของหน่วยความจำทำงานและผลลัพธ์ ซึ่งพบว่า ประสิทธิภาพในแต่ละเกม มีความสัมพันธ์ที่สำคัญกันระหว่างประสบการณ์การเล่นเกมนั้น และเวลาตอบสนองในงานหน่วยความจำตำแหน่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมที่ความแตกต่างของแต่ละคน มีความเกี่ยวข้องกับความเร็วในการเรียกข้อมูลพื้นที่ประสบการณ์จากความทรงจำระยะยาว อีกทั้ง Hoebeke, Deprez & Raeymaeckers (2011) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกม เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของตัวเกมอื่นที่จะกำหนดวิธีการที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งต้องมีการพิจารณาเรื่องสำคัญต่าง ๆ คือ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแต่ละเรื่องราวของเกม การกำหนดทรัพยากรที่จำเป็นจะต้องใช้เพื่อให้การสื่อสารที่ดำเนินการไปนั้นสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้และการพิจารณาถึงผลของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของตัวเกม ต่อมา Nunes, Gonçalves, Coutinho, Nakamura & Travassos (2021) มีการกำหนดวัตถุประสงค์แต่ละตัวเกม โดยการพิจารณาจากจุดประสงค์หรือต้นเหตุความต้องการ พบว่า สิ่งที่ตัวเกมและผู้เล่นต้องการจากเกม คือ รูปแบบการตอบสนองที่มีความมั่นคง หรือความเสถียรระหว่างการเล่นที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ Ye, Wang & Zhao (2021) ยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกม คือ พิจารณารูปแบบที่ใช้ในการสื่อสารรวมถึงการตอบสนองของตัวเกม รวมถึงปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนที่นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐาน เช่น ปัจจัยเรื่องเงิน ปัจจัยด้านความพร้อมของแต่ละตัวเกม รวมถึงข้อจำกัดเรื่องเวลาในการทำให้เสร็จตามวัตถุประสงค์หรือวัตถุประสงค์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกม

ในการศึกษาครั้งนี้ ประสิทธิภาพในตัวเกม ยังหมายรวมถึงเกมที่ประสิทธิภาพมีผลมาจากการที่ผู้เล่นให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในการเล่นเวลาที่ตอบสนองในเกม ความเร็วในการเรียกข้อมูล และรูปแบบในการสื่อสารที่ตอบสนองของเกมให้มีความเป็นธรรมชาติ (Bonny, et al., 2016)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Rahill & Sebrechts (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของความคล้ายคลึงกันของผู้เล่นและการสร้างผู้เล่นในอวตารต่อประสิทธิภาพการเล่นเกม การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่ความคล้ายคลึงกันของอวตารกับผู้ใช้แต่ละรายผ่านการปรับแต่ง และใครเป็นผู้ออกแบบ มีส่วนทำให้เกิดการแสดงตนและประสิทธิภาพในการเล่น เกม พบว่า การออกแบบแหล่งที่มาของการก่อสร้าง และรูปลักษณะภายนอกมีผลกระทบต่อความคล้ายคลึงกันของผู้เล่น มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับอวตาร และการสร้างผู้เล่นในอวตารมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับอวตารและประสิทธิภาพในการเล่น เกม รวมถึงมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในเกมของกฤษฎา พลายนงษา และนิธนา ฐานิธรนกร (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเล่นเกมเป็นนิจ การรับรู้คุณค่า ความยุติธรรมของราคาและความเสี่ยง การพึ่งพาอาศัยกัน และความคาดหวังในประสิทธิภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ของผู้เล่นเกมผ่านสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ของผู้เล่นเกมผ่านสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ การรับรู้ความเสี่ยง การเล่นเกมเป็นนิจ และการรับรู้คุณค่า และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในตัวเกมของ Silva, et al. (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การปรับความยากแบบไดนามิกในเกม MOBA เพื่อนำเสนอกลไกการปรับความยากแบบไดนามิกสำหรับเกม MOBA แนวคิดหลัก คือ การสร้างคู่ต่อสู้ที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ซึ่งปรับให้เข้ากับประสิทธิภาพของผู้เล่นแบบไดนามิก การทดลองเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า การปรับความยากแบบไดนามิกในเกม MOBA ระบบสามารถปรับเปลี่ยนแบบไดนามิกให้เข้ากับทักษะของคู่ต่อสู้ได้ อีกทั้ง การทดลองเชิงคุณภาพกับผู้ใช้แสดงให้เห็นว่าความเชี่ยวชาญของผู้เล่นมีอิทธิพลมากขึ้นในการรับรู้ระดับความยากและการปรับตัวแบบไดนามิกในเกม MOBA

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในตัวเกม เป็นสิ่งที่ผู้พัฒนาและออกแบบเกมให้เหมาะสมกับผู้เข้าเล่นเกม เพราะผู้เข้าเล่นเกมจะต้องทำการทดลองในการเล่น เกม และพิจารณาถึงประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมก่อนทุกครั้งที่จะเล่น หากเกมไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้เข้าเล่นเกมไม่ทำการเล่นเกมต่อไป

2.1.5 ความดึงดูดใจ (Attractiveness)

Martins, et al. (2017) ได้กล่าวว่า ความดึงดูดใจ เกิดจากการแสดงผลของเกมออนไลน์ผ่านทางสายตา ผู้เล่นเกมสามารถแยกแยะความละเอียดของภาพที่มีความโดดเด่น ซึ่งเป็นจุดที่ผู้เล่นสามารถรับรู้ถึงความสวยงาม ความรู้สึกตื่นเต้น และรายละเอียดประกอบเรื่องราวในเกมที่แตกต่างกันไป คำสั่ง ขนาดที่ปรับระดับได้ เป็นต้น โดยปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยี HDR (High Dynamic Range)

ที่มีขนาดใหญ่จะเป็นช่วงที่ภาพของเกมออนไลน์น่าดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจากภาพอื่น ๆ ส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ จะขึ้นอยู่กับการเล่นผ่านหน้าจอแสดงผลแบบพาโนรามา (Panoramic Displays) ที่คมชัดมากที่สุด เพื่อตอบสนองความสมจริงจากการประมวลผล ความดึงดูดใจ เป็นรูปแบบการแสดงผลเกมออนไลน์ ควรมีความสวยงาม มีภาพน่าดึงดูดใจ และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เล่น ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่ไม่ใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา เหมือนการเล่นเกมออนไลน์สายตาของผู้เล่นก็จะจดจ่ออยู่แต่กับเนื้อหาที่เป็นของเกมออนไลน์นั้น ๆ ดังนั้น ความดึงดูด/น่าสนใจอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เกมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Decock & Van Looy (2011) ที่พบว่า ผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปีและ 18 ปีขึ้นไป คิดว่า การเตือนเกี่ยวกับเนื้อหา เช่น รูปภาพข้อความและเสียงส่งผลให้เกมมีความน่าสนใจมากขึ้น และไม่ทำให้ลดความตั้งใจซื้อลงได้

นอกจากนี้ องค์กรรัฐ ร่วมพรภาณู (2559) กล่าวว่า การดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายใหม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกม Dota2 หรือ League of Legends อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Cota, Ishitani & Vieira (2015) ที่กล่าวว่า ตัวเกมสามารถดึงดูดความสนใจและมีความเข้มข้นในการเล่นสำหรับผู้เล่น มีความสุขและความบันเทิงในการที่ได้ทำกิจกรรมนั้น และเกมมีความท้าทายค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละภารกิจ และความน่าสนใจ ประกอบด้วยเนื้อหาของเกม กราฟิกของเกม และการทำการตลาดของไอเทมในเกมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ การจัดการแข่งขันเกมออนไลน์ที่มีการมอบส่วนลดการซื้อไอเทมในการแข่งขัน เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจในการเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง (วรลชญาณ์ สิงห์ทองวรรณ, 2562) รวมถึงงานวิจัยของ Lehdonvirta (2009) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ความสวยงามหรือคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบในเกม เช่น ฉากในเกม หรือภาพเคลื่อนไหว (Animation) ป้ายแสดงสินค้า ชื่อไอเทม ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้เล่นเกิดความสนใจ/ดึงดูดใจในการเล่นเกมนั้น ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ ความดึงดูดใจ ยังหมายรวมถึง การแสดงผลของเกมออนไลน์ผ่านทางสายตามีความละเอียดของภาพ สีที่โดดเด่น มีความสวยงาม มีภาพที่ดึงดูดใจ และสร้างแรงดึงดูดใจทำให้ผู้เล่นจดจ่ออยู่แต่กับเนื้อหาของเกม ให้มีความรู้สึกเพลิดเพลินไปกับเกม ใช้ความอดทนในการวางแผนอย่างใช้ความอดทน รวมถึงสามารถท้าทายความสามารถของผู้เล่นที่เกิดจากอุปสรรคของเกม (Martins, et al., 2017)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Annika, Elisa & Matthias (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความปรารถนาทางความคิดส่งเสริมต่อการตัดสินใจในเกม ซึ่งบทบาทระหว่างการกระตุ้นการเล่นและการตัดสินใจในชีวิตประจำวันของผู้เล่นเกมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยทำการศึกษา 18 สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้เล่นเกม ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่ขัดแย้งกัน เช่น การงาน/การศึกษา และการพบเพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก ในบทบาทการใกล้ชิด การคิดแบบมีความปรารถนาที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเล่น การวางแผนล่วงหน้าในการเล่น และการ

สื่อสารเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการกระตุ้นครั้งแรกกับการตัดสินใจเล่นเกม การใกล้เคียงเน้นถึงกฎเกณฑ์แบบปรารณาการคิดและบทบาททางความคิดที่ส่งเสริมการตัดสินใจในเกมหลังจากได้รับประสบการณ์ครั้งแรก พบว่า ความปรารณาทางความคิดส่งเสริมการตัดสินใจในเกมมีบทบาทสำคัญกับแนวโน้มการเล่นเกมที่ช่วยดึงดูดใจให้เล่นเกม รวมถึงมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความดึงดูดใจของ Adam, Ramsbottom, Constantin, Milliet & Campbell (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่องนอกเหนือจากเกมแอคชั่น: ความแตกต่างในการเล่น เกม ความชอบ และความสามารถระหว่างประเภทเกม พบว่า ผู้เล่นเกมโมบา (MOBA: Multiplayer Online Battle Arena) และวิดีโอเกมยิงมุมมองบุคคลที่หนึ่ง (FPS: First Person Shooter) มีความชอบที่คล้ายกันสำหรับเกมที่มีการแข่งขันสูง และดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องการการดำเนินการที่รวดเร็วและแม่นยำ ในขณะที่เกมแนววางแผนการรบ (RTS: Real Time Strategy) นั้นต้องการใช้กลยุทธ์มากกว่า การตั้งค่าและการรับรู้ถึงความสำคัญด้านยุทธวิธีของเกม FPS และ MOBA พบว่า ความแตกต่างในการเล่น เกม ความชอบและความสามารถระหว่างประเภทเกมไม่สำคัญ ซึ่งขัดแย้งกับความโดดเด่นในปัจจุบันของผู้เล่นเกมอีสปอร์ต แสดงให้เห็นว่าการปฏิบัติต่อเกม RTS ในปัจจุบันเกมอีสปอร์ตในฐานะวิดีโอเกมแอคชั่นอาจมีข้อบกพร่องและไม่ควรจัดกลุ่มกับเกม MOBA/FPS ผู้พัฒนาเกมควรที่จะพัฒนาสิ่งที่ดึงดูดใจ เพื่อช่วยให้เกมเป็นที่สนใจมากขึ้น ซึ่งเกมอีสปอร์ตเป็นการแข่งขันกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Sports โดยมีการตั้งกฎ กติกาขึ้นมาให้เป็นระบบสากล ใครที่เข้าแข่งขันจะต้องปฏิบัติตามกฎดังกล่าวเหมือนกีฬาทั่ว ๆ ไป สามารถเข้าแข่งขันได้ทั้งประเภททีมและประเภทบุคคล ซึ่งประเภทของเกมที่ใช้แข่งขันก็มีหลากหลาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ มือสมัครเล่น, กึ่งอาชีพ และแบบมืออาชีพ โดยในการแข่งขันแต่ละทัวร์นาเมนต์จะมีเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะพร้อมถ่ายทอดสดผ่านโลกออนไลน์ไปยังผู้ที่สนใจรับชมทั่วโลกอีกด้วย (Adam, et al., 2021)

สรุปได้ว่า ความดึงดูดใจ สามารถรับรู้ได้จากความสวยงาม ความรู้สึกตื่นเต้น และจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของเกมทำให้เกมสามารถดึงดูดให้มีผู้เข้าไปเล่นเกมมากขึ้น เนื่องด้วยเนื้อหาของเกม กราฟิกของเกม และการทำการตลาดที่ผู้ผลิตเกมคิดค้นขึ้นจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดได้

2.1.6 ความภักดี (Loyalty)

Balakrishnan & Griffiths (2018) กล่าวว่า ความภักดี (Loyalty) คือ ทศนคติในเชิงบวกต่อแบรนด์ ซึ่งอาจเกิดได้จากหลายปัจจัย เช่น ความประทับใจในอดีต การประทับใจจากการใช้บริการ หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในระยะยาว เกิดการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตจากหลาย ๆ ปัจจัย ได้แก่ ค่านิยม ประสบการณ์ของผู้เล่นไลฟ์สไตล์ ความปลอดภัย การรับรู้ความเสี่ยงข้อมูล และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การอำนวยความสะดวกให้กับผู้เล่น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ความภักดีต่อเกมออนไลน์ เกิดจากการมีส่วนร่วมที่ผู้ให้บริการเกมจะต้องเอื้ออำนวย และตอบสนองความต้องการของผู้เล่นมากที่สุด รวมถึงจำเป็นจะต้อง

คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย นอกจากนี้ ชาคร จันทน์โชติวงศ์ (2560) ได้กล่าวว่า ความรักดีต่อเกมออนไลน์ เป็นความรู้สึกที่ดีของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองที่บรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการหรือคาดหวัง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Abanazir (2019) กล่าวว่า ความรักดีต่อเกมออนไลน์ คือ ความรู้สึกด้านบวกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการตามที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งพบว่า ผู้เล่นเกมอีสปอร์ต (E-Sport) เกิดความรู้สึกด้านบวกในการแข่งขัน อันเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการที่ได้ตามความคาดหวัง เช่น ความสนุกระหว่างการแข่งขัน มีผลต่อความรักดีในการเล่นเกมนออนไลน์

ในการศึกษาครั้งนี้ ความรักดี ยังหมายรวมถึง ทักษะคติในเชิงบวกที่ผู้เล่นเกมมีต่อตัวเกม เกิดความประทับใจที่ได้รับจากเกม จากการใช้บริการ และคุณสมบัติของเกม ซึ่งเป็นความรู้สึกด้านบวกที่ตรงกับความต้องการและตอบสนองผู้เล่น ทำให้ผู้เล่นเกิดความรักดีที่จะกลับไปเล่นเกมนั้นต่อ จนเกิดเป็นความตั้งใจในการทำภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ หรือตั้งใจเล่นเกมที่มาจากการพัฒนาใหม่ ๆ ต่อไปในอนาคต (Balakrishnan & Griffiths, 2018)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Liao, et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความเอาใจใส่ของผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีต่อการมีส่วนร่วมและความรักดีในการทำงานของทีม พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีส่วนร่วมและความรักดีในการทำงานของทีมครั้งหนึ่งมีการตัดสินใจของผู้เล่นเกมให้ทำหน้าที่ป้องกัน ในขณะที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีส่วนร่วมและความรักดีในการทำงานของทีมอีกครั้งหนึ่ง มีการกระตุ้นให้ผู้เล่นเกมออนไลน์มีส่วนร่วมในหน้าที่การรุก และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรักดีของ Woods (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเล่นเกมของผู้หญิง จากการศึกษา พบว่า โอกาสและเส้นทางที่ภูมิทัศน์ดิจิทัลของสตรีนิยมที่สามารถขยายไปสู่ขอบเขตของเกมออนไลน์ได้ มีทิศทาง 4 ประการ ได้แก่ พื้นที่ที่ส่งผลกระทบด้านสุนทรียะของความเสมือนจริง รูปแบบการเล่น ความสัมพันธ์ผ่านร่างอวตารในเกม และจุดประสงค์ในการเล่นเพื่อสร้างความผ่อนคลายในเวลาพักผ่อน ดังนั้น ผู้พัฒนาเกมควรพัฒนาเกมให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้หญิงจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้หญิงการความรักดี และกลับไปเล่นเกมอีกซ้ำ ๆ

สรุปได้ว่า ความรักดี เป็นความรู้สึกด้านบวกที่ผู้เล่นมีให้ต่อเกม ด้วยต่อของรูปแบบเกมที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้เล่น และตอบสนองผู้เล่นอย่างมากที่สุดทำให้ผู้เล่นเกิดความรักดีที่จะกลับไปเล่นเกมนั้นต่อได้

2.1.7 ข้อมูลเกี่ยวกับเกมออนไลน์ (แรกนารอคออนไลน์)

สุริยะ สุฉฉายา และประภัทร ลีลาประเสริฐวงศ์ (2559) ได้จัดทำหนังสือชื่อ เปิดตำนาน Ragnarok ได้กล่าวถึง ต้นกำเนิดของเกมออนไลน์ (แรกนารอคออนไลน์) ไว้ว่า Ragnarok (ชื่อต้นฉบับภาษาเกาหลีว่า 라 그나 로 크) เริ่มต้นมาจากการดัดแปลง (หรือที่เรียกว่า “มันฮวา” ตามภาษาเกาหลี) สัญชาติเกาหลีที่ถูกเขียนขึ้นมาโดย Lee Myung-jin โดยมีสำนักพิมพ์ Daiwon C.I. ใน

เกาหลีใต้เป็นผู้จัดพิมพ์จัดจำหน่าย ผลงานดังกล่าวได้ถูกตีพิมพ์ขึ้นครั้งแรกและวางจำหน่ายในปี 1995 จากนั้น Lee Myung-jin ได้หันมาออกแบบและสร้างเกมแรagnarokออนไลน์อย่างเต็มตัว

ภาพที่ 2.1: เกมแรagnarokออนไลน์



ที่มา: Beartai. (2563). ทำความรู้จักกับ Ragnarok Online ใน “ปัจจุบัน” ก่อนเตรียมตัวลุยกันอีกครั้ง. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/article/game-article/438476>.

เนื้อเรื่องของแรagnarokในฉบับมังงะหรือมันฮวานี้ เป็นเรื่องราวของนักรบหนุ่มชื่อ Chaos ซึ่งเป็นผู้ที่ลืมนเรื่องราวในอดีตของตนเอง เขาได้อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน Fayon (Payon ในเกมนั่นเอง) ที่เป็นที่พักของกุ่มนักรบทั้งหลายมาแต่ช้านาน โดยมี Iris Irene เพื่อนสมัยเด็กของเขาพำนักอาศัยอยู่ด้วยกัน โดย Iris ได้เป็นผู้นำคนใหม่ของทางหมู่บ้าน ในขณะที่อีกด้านหนึ่งได้มีจอมเวทย์ชื่อ Fenis Fenrir ได้ออกเดินทางเพื่อตามหาร่างที่จุติลงมาของเทพ Baldr ผู้ที่ผู้คนมีความเชื่อว่า จะมีส่วนช้กนำไปสู่เหตุการณ์แรagnarok สงครามครั้งสุดท้ายของบรรดาทวยเทพและสรรพชีวิต ผู้เล่นสามารถดำเนินการเล่นเกมไปตามตัวละครที่ผู้เล่นได้เลือกตั้งแต่ตอนต้นของเกม เพื่อทำภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ ผ่านเรื่องราวของการต่อสู้และการผจญภัยตามเนื้อเรื่องของเกม (Beartai, 2563)

ภาพที่ 2.2: เนื้อเรื่องของเกมแรกนารอคออนไลน์



ที่มา: Beartai. (2563). ทำความรู้จักกับ Ragnarok Online ใน “ปัจจุบัน” ก่อนเตรียมตัวลุยกันอีกครั้ง. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/article/game-article/438476>.

“แรกนารอคออนไลน์” (라그나로크 온라인) หรือ RO เป็นเกมแนว MMORPG จากประเทศเกาหลีใต้ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาโดยบริษัท Gravity โดยนำรูปแบบของโลกทัศน์ เรื่องราว และเค้าโครงมาจากการ์ตูนมังงะ (มันฮวา) ที่ได้รับความนิยมอย่าง “Ragnarok” ของ Lee Myung-jin นักเขียนชาวเกาหลีใต้ โดยตัวละครจะกล่าวถึง มหาสงครามสโตร์พแลนตาซี ซึ่งถูกตีพิมพ์ออกมาทั้งหมด 10 เล่ม ทั้งนี้ทางนักเขียนได้วางเนื้อเรื่องไว้ทั้งหมด 40 เล่ม แต่เนื่องด้วยความโด่งดังของการ์ตูนทำให้เข้าตาทางผู้บริหารของ Gravity จึงดึงตัวอาจารย์ Lee Myung-jin และ Raganrok มาทำเป็นเกมออนไลน์ โดยใช้การออกแบบที่เวอร์ชันดั้งเดิมตามหนังสือ เกมแรกนารอคออนไลน์ ได้ถูกสร้างให้ให้อยู่ในรูปแบบ MMORPG เป็นเกมที่ผู้เล่นสามารถสะสมประสบการณ์ในการเล่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในตัวละครที่เลือกได้ เกมแรกนารอคออนไลน์ได้ถูกสร้างขึ้นในปี 2002 ด้วยการออกแบบให้มีความน่ารักสดใส และทันสมัย ส่งผลให้เกมเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว (Sanook.com, 2562)

ภาพที่ 2.3: มอนสเตอร์ในเกมแรกนารอคออนไลน์



ที่มา: Beartai. (2563). *ทำความเข้าใจกับ Ragnarok Online ใน “ปัจจุบัน” ก่อนเตรียมตัวลุยกันอีกครั้ง*. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/article/game-article/438476>.

ในช่วงแรกของการเปิดให้บริการเกมเป็นแบบเล่นฟรี ไม่มีเสียค่าใช้จ่ายก่อนจะมีการปรับเปลี่ยนมาใช้รูปแบบการเก็บค่าบริการแบบซื้อเวลาในการเข้าเล่น และในภายหลังได้มีการเพิ่มระบบขายของในเกม ต่อมาได้มีการแบ่งเซิร์ฟเวอร์ (Server) แยกจากกันไปอย่างชัดเจนระหว่างเซิร์ฟเวอร์ที่ยังคงมีการเก็บค่าบริการในการเข้าเล่น หากแต่ยังคงการเล่นและสมดุลเหมือนเกมแรกนารอคออนไลน์ที่เคยเป็นมาในครั้งอดีต พร้อมสิทธิพิเศษเป็นการเฉพาะอื่น ๆ ที่มีมาให้เฉพาะในเซิร์ฟเวอร์เท่านั้น นอกเหนือจากนั้นจะกลายเป็นแบบอิสระ (Free Life) สามารถเข้าเล่นเกมได้ทันทีโดยไม่มีเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น หากแต่ต้องพบกับความเปลี่ยนแปลงและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ทำให้การเล่นเป็นไปอย่างยากลำบาก และไม่สะดวกสบายเท่าแบบดั้งเดิม จึงต้องอาศัยหาไอเทมเสริมเพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกให้สามารถเล่นเกมได้อย่างราบรื่นยิ่งขึ้น ซึ่งนั่นก็เป็นรูปแบบการทำตลาดสร้างรายได้จากการขายของในเกมแรกนารอคออนไลน์ (Sanook.com, 2562)

2.2 สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

2.2.1 แรงจูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

2.2.2 ประสบการณ์การเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

2.2.3 อารมณ์และสังคมในเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

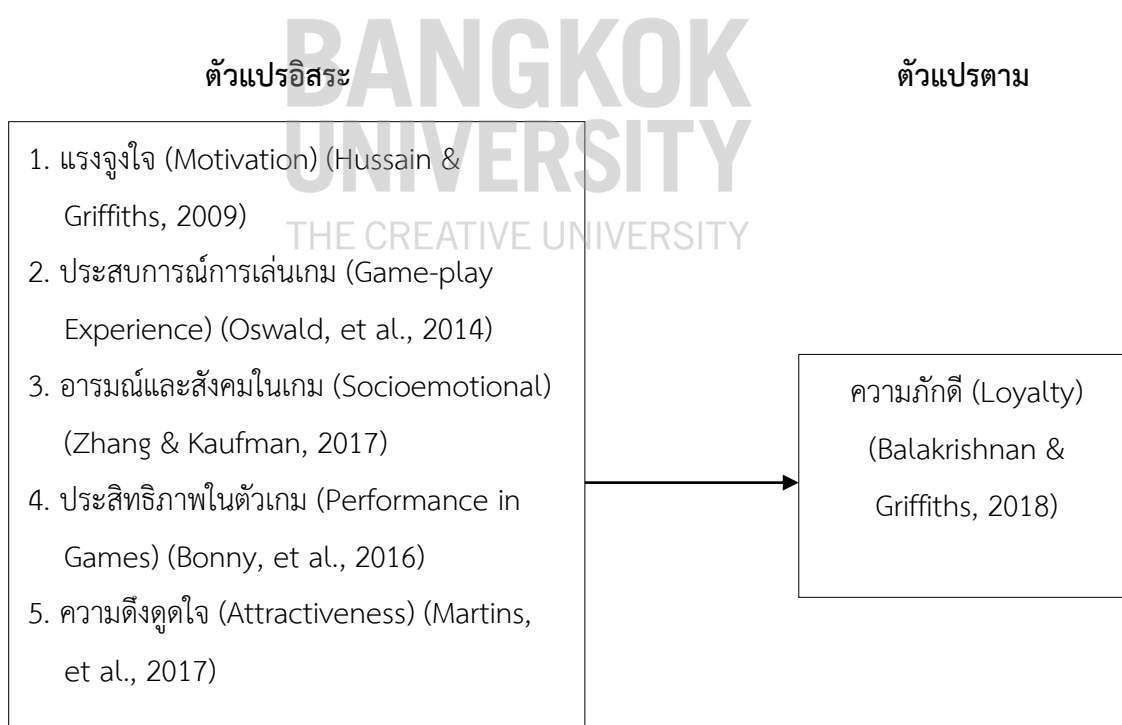
2.2.4 ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

2.2.5 ความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4: กรอบแนวความคิดงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย



กรอบแนวคิดในการทำวิจัยในข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation) จากแนวคิดของ Hussain & Griffiths (2009) ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) ภายใต้แนวคิดของ Oswald, et al. (2014) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ภายใต้แนวคิดของ Zhang & Kaufman (2017) ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกม (Performance in Games) ภายใต้แนวคิดของ Bonny, et al. (2016) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) ภายใต้แนวคิดของ Martins, et al. (2017) โดยมีตัวแปรตามคือ ความภักดี (Loyalty) ภายใต้แนวคิดของ Balakrishnan & Griffiths (2018)



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการสำรวจ (Exploratory Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

3.1.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความภักดี (Loyalty)

3.1.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์การเล่นเกมน (Game-play Experience) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) และความดึงดูดใจ (Attractiveness)

3.2 ประชากรและตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยที่เล่นเกมแรนาร์อออนไลน์ (Ragnarok Online) เป็นประจำ

3.2.2 ขนาดตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับทางกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด และคำนวณหาค่าของ Partial R^2 เพื่อนำไปประมาณค่าของขนาดตัวอย่าง โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) ผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากนักวิจัยเป็นจำนวนมากสำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างให้ ถูกต้องและทันสมัย (Howell, 2010 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) จากการประมาณค่าตัวอย่างโดย มีค่า Partial R^2 เท่ากับ 0.04347225 ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0454480 ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.10 จำนวนตัวแปรทำนาย เท่ากับ 5 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.90 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 309 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพิ่มเติมรวมทั้งสิ้น จำนวน 310 ตัวอย่าง

3.2.3 การสุ่มตัวอย่าง

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้ที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) เป็นประจำ รวมถึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีการจัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) (ดังแสดงในภาคผนวก ข) ส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านแอปพลิเคชันดิสคอร์ด (Discord) ของกลุ่มผู้เล่นในเซิร์ฟเวอร์ไอริส ได้แก่ กิลด์แล้วจะทำไม่ กิลด์หน้าหมี กิลด์นาไก่ และกิลด์นอร์ทสตาร์ โดยมีคำถามที่ใช้ในการคัดกรองตัวอย่าง (Screening Question) ก่อนเข้าสู่เนื้อหาของคำถามของการวิจัยว่า “ปัจจุบัน ท่านเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) เป็นประจำ ใช่หรือไม่” หากตอบว่า “ใช่” ผู้ตอบแบบสอบถามจึงจะสามารถดำเนินการกรอกข้อมูลตอบแบบสอบถามต่อไปจนเสร็จสิ้น

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ได้มีการตรวจสอบเนื้อหาของคำถามที่อยู่ในแบบสอบถาม และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อพิจารณาว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจต่อคำถามในแบบสอบถามตรงกันและมีเนื้อหาครอบคลุมที่จะใช้สอบถาม ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมในเรื่องดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการร่างแบบสอบถาม โดยเริ่มจากการทบทวนจุดประสงค์ของการศึกษา เพื่อพิจารณาว่า ตัวแปรที่จะต้องนำมาร่างแบบสอบถามมีเรื่องใดบ้าง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) และตัวแปรตาม คือ ความภักดี (Loyalty) หลังจากนั้น จึงนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพิจารณา เพื่อสร้างเนื้อหาของคำถามในแบบสอบถามตามหลักวิชาการ

3.3.2 องค์ประกอบของแบบสอบถาม

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structure-undisguised Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล และได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

3.3.2.1 เป็นคำถามในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ช่วงเวลาที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) และเหตุผลหลักที่เลือกเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal) ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกคำตอบที่ตรงกับตนเองมากที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

3.3.2.2 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) มีตัวเลือกที่แบ่งเป็นระดับและได้ให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง ค่าที่น้อยที่สุด และระดับ 5 คือ ค่าที่มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 23 ข้อ

3.3.2.3 เป็นคำถามในส่วนของความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค มีตัวเลือกที่แบ่งเป็นระดับ และได้ให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง ค่าที่น้อยที่สุด และระดับ 5 คือ ค่าที่มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ

3.3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

3.3.3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะค้นคว้า ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ และมีการซื้อขายสินค้าในเกมออนไลน์ ได้แก่

นายจรัสศักดิ์ แซ่โจ้ว	ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน Ragnarok Thailand Championship 2021 ซีซั่น 2 รอบ 16 ทีม และรอบ 8 ทีม
นายวรารุณ ศรีตากุล	พ่อค้า รับซื้อ-ขายไอเทมในเกม ทั้งไอเทมทั่วไปและไอเทมหายากจากเซิร์ฟไอริส เจ้าของ Facebook ชื่อวรารุณ ศรีตากุล
นายธนกร ทรงไตร	สตรีมเมอร์ (Streamer) เพจ BeyondQ และเป็นผู้เข้าร่วมการแข่งขัน Ragnarok Thailand Championship 2021 ซีซั่น 2 รอบ 16 ทีม และรอบ 8 ทีม

3.3.3.2 วิธีการและขั้นตอนการประเมิน การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ผู้วิจัยได้กระทำโดยการนำนิยามเชิงปฏิบัติการและข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านพิจารณาความสอดคล้องระหว่างคำถามและจุดประสงค์ของการวิจัย และกรอกผลการพิจารณา ซึ่งดัชนีที่ใช้แสดงค่าความ

สอดคล้อง เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคะแนน 3 ระดับ คือ

ให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ทั้งนี้ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

สูตรในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากผลการประเมินข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 26 ข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่าของดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ของ 26 ข้อ คำถามแต่ละข้อมี ค่าระหว่าง 0.5 – 1.00 คะแนน และมีค่าคะแนนโดยรวมเท่ากับ 1.00 ซึ่งมีมากกว่า 0.5 ซึ่งแสดงว่า คำถามเหล่านี้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรกำหนดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (กฤษฎา พลายพงษา และนิตนา ฐานิตธนกร, 2564) สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยได้

3.3.4 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลอง เพื่อให้มั่นใจว่า คำถามที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกันและ วัดในสิ่งเดียวกัน อีกทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงตรงทางสถิติ วิธีการทดสอบ (Pilot Test) กระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) จำนวน 50 ตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สถิติ และพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของ คำถามในแต่ละด้าน และก่อนที่จะนำข้อมูลที่เก็บจากตัวอย่างในภาคสนามจำนวน 310 ตัวอย่าง ไปวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยมีผลการ วิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค			
	ข้อ	กลุ่มทดลอง (n = 50)	ข้อ	กลุ่มตัวอย่าง (n = 310)
1. แรงจูงใจ (Motivation)	6	0.906	6	0.872
2. ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience)	5	0.822	5	0.852
3. อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional)	5	0.846	5	0.872
4. ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games)	3	0.791	3	0.872
5. ความดึงดูดใจ (Attractiveness)	4	0.916	4	0.791
6. ความภักดี (Loyalty)	3	0.867	3	0.808

เกณฑ์การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) มีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ผลจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในตารางที่ 3.1 พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง (Pilot Test) จำนวน 50 ตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในแต่ละด้านเท่ากับ 0.791 - 0.916 และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 310 ตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้านเท่ากับ 0.791 - 0.872 โดยซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเกณฑ์ (Nunnally, 1978)

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่เลือกมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ซึ่งได้นำไปใช้เพื่ออธิบายลักษณะของเนื้อหาที่หาได้ที่ปรากฏในแบบสอบถาม ซึ่งค่าสถิติเชิงพรรณนาที่นำมาใช้จะเหมาะสมกับลักษณะและมาตรวัดของข้อมูลในแต่ละส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลในส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ช่วงเวลาที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) และเหตุผลหลักที่เลือกเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal

Scale) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal Scales) วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ได้แก่ แรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์การเล่นเกมน (Game-play Experience) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 ข้อมูลในส่วนของความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval) วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เนื่องจากการค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์การเล่นเกมน (Game-play Experience) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) กับตัวแปรตาม คือ ความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนาย โดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_kx_k$$

เมื่อ	$\hat{Y}$	คือ	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม
	b_0	คือ	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
	$b_1, \dots, b_k$	คือ	น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	$X_0, \dots, X_k$	คือ	คะแนนตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ k
	k	คือ	จำนวนตัวแปรอิสระ

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบทุกข้ออย่างสมบูรณ์ จำนวน 310 ชุด ซึ่งคิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรแต่ละด้าน มีค่าเท่ากับ 0.791-0.872 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไป สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ช่วงเวลาในการเล่นเกมนารอออนไลน์ และเหตุผลหลักที่ทำให้เลือกเล่นเกมแรนาร์อออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางและคำอธิบายดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 310)

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	239	77.1
	หญิง	71	22.9
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	39	12.6
	21 – 30 ปี	116	37.4
	31 – 40 ปี	115	37.1
	41 – 50 ปี	40	12.9
	51 – 60 ปี ขึ้นไป	0	0.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 310)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	14.2
	ปริญญาตรี	257	82.9
	สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.9
รายได้เฉลี่ย	ต่ำกว่า 15,001 บาท	53	17.1
	15,001 – 30,000 บาท	207	66.7
	30,001– 45,000 บาท	38	12.3
	45,001 – 60,000 บาท	4	1.3
	60,001 บาท ขึ้นไป	8	2.6
อาชีพ	นักศึกษา	35	11.3
	พนักงานบริษัทเอกชน	166	53.5
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	19.4
	ธุรกิจส่วนตัว	35	11.3
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	14	4.5
	อื่น ๆ โปรดระบุ.....	0	0.0
ช่วงเวลาในการเล่นเกมนะรอกออนไลน์	12.01 – 15.00 น.	17	5.5
	15.01 – 18.00 น.	36	11.6
	18.01 – 21.00 น.	108	34.8
	21.01 – 00.00 น.	149	48.1
เหตุผลที่ทำให้เลือกเล่นเกมแรกนารอกออนไลน์	ความผ่อนคลาย	78	25.2
	ความชอบส่วนบุคคล	28	9.1
	เกมมีความน่าดึงดูดใจ	33	10.6
	สังคมในเกม	72	23.2
	หารายได้เสริม	99	31.9

จากตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 310 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 77.1 และเป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมา อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา ต่ำกว่า 15,001 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และ 30,001- 45,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเป็นนักศึกษาและประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

จำแนกตามช่วงเวลาในการเล่นเกมนารอออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เล่นเกมในช่วงเวลา 21.01 – 00.00 น. จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมา เวลา 18.01 – 21.00 น.จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และเวลา 15.01 – 18.00 น. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้เลือกเล่นเกมแรกรนารอออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ทำให้เลือกเล่นเกมแรกรนารอออนไลน์เพื่อหารายได้เสริม จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาเพื่อความผ่อนคลาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และเพื่อสังคมในเกม จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์การเล่นเกมน (Game-play Experience) อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางและคำอธิบายดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีผลอยู่ในระดับน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีผลอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีผลอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีผลอยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์

แรงจูงใจ (Motivation)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมนารอออนไลน์จริง ๆ	4.12	0.819	มาก
2. ท่านมักจะเล่นเกมแรคนารอออนไลน์ เพื่อผ่อนคลายจากงานในแต่ละวัน	4.40	0.781	มากที่สุด
3. การเล่นเกมแรคนารอออนไลน์ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและตื่นเต้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับท่าน	4.27	0.832	มากที่สุด
4. ท่านให้ความสำคัญกับการเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละครในเกมของท่านอย่างรวดเร็ว	4.31	0.729	มากที่สุด
5. ท่านให้ความสำคัญกับการได้รับหรือครอบครองไอเทม (Item) หายากที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี	4.31	0.725	มากที่สุด
6. การสะสมทรัพยากร สิ่งของ หรือเงินในเกมแรคนารอออนไลน์เป็นแรงจูงใจสำหรับท่าน	4.33	0.738	มากที่สุด
รวม	4.29	0.770	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด 5 ข้อ และมีความคิดเห็นระดับมาก 1 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านมักจะเล่นเกมแรคนารอออนไลน์ เพื่อผ่อนคลายจากงานในแต่ละวัน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.781) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ การสะสมทรัพยากร สิ่งของ หรือเงินในเกมแรคนารอออนไลน์เป็นแรงจูงใจสำหรับท่าน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.738) และท่านให้ความสำคัญกับการเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละครในเกมของท่านอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.31$,

S.D. = 0.729) และให้ความสำคัญกับการได้รับหรือครอบครองไอเทม (Item) หายากที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.725) การเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและตื่นเต้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับท่าน ($\bar{X}$ = 4.27, S.D. = 0.832) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมแรกนารอคออนไลน์จริง ๆ ($\bar{X}$ = 4.12, S.D. = 0.819)

ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์

ประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
7. ท่านได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองในพื้นที่ของเกมแรกนารอคออนไลน์	4.31	0.707	มากที่สุด
8. ท่านรู้สึกเหมือนมีตัวตนจริง ๆ อยู่ในเกมแรกนารอคออนไลน์เมื่อเล่นไปในช่วงเวลาหนึ่ง	4.11	0.826	มาก
9. ท่านรับรู้ถึงการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ว่าจะต้องใช้ระยะเวลาอยู่ในเกมเป็นจำนวนมาก	4.32	0.708	มากที่สุด
10. ท่านสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้ในเกมแรกนารอคออนไลน์ได้จากประสบการณ์ในการเล่นเกมน้อย ๆ	4.34	0.710	มากที่สุด
11. ในขณะที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ท่านสามารถใช้ทักษะในการโต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว	4.35	0.645	มากที่สุด
รวม	4.29	0.719	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด 4 ข้อ และมีความคิดเห็นระดับมาก 1 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ในขณะที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ท่านสามารถใช้ทักษะในการโต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.645) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ ท่านสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้ในเกมแรกนารอคออนไลน์ได้จากประสบการณ์ในการเล่นเกมน้อย ๆ ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.710) และท่านรับรู้ถึงการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ว่า

จะต้องใช้ระยะเวลาอยู่ในเกมเป็นจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.708) ท่านได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองในพื้นที่ของเกมแรกนารอคออนไลน์ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.707) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกเหมือนมีตัวตนจริง ๆ อยู่ในเกมแรกนารอคออนไลน์เมื่อเล่นไปในระยะเวลาหนึ่ง ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.826)

ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยอารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
12. ท่านสนุกกับการรู้จักผู้เล่นคนอื่น ๆ ในเกมแรกนารอคออนไลน์	4.33	0.669	มากที่สุด
13. ท่านรู้สึกดีกับการช่วยเหลือผู้เล่นคนอื่นในเกม	4.37	0.697	มากที่สุด
14. ท่านสนุกกับการพูดคุยผ่านแชทกับผู้เล่นคนอื่นในเกมแรกนารอคออนไลน์	4.35	0.715	มากที่สุด
15. ท่านมีความสุขกับการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกมเป็นทีมที่เป็นมิตรและเป็นกันเองในเกมแรกนารอคออนไลน์	4.36	0.723	มากที่สุด
16. ท่านรู้สึกมีความสุขในการพูดคุยเกี่ยวกับเกมแรกนารอคออนไลน์กับผู้เล่นคนอื่น	4.29	0.647	มากที่สุด
รวม	4.34	0.690	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านรู้สึกดีกับการช่วยเหลือผู้เล่นคนอื่นในเกม ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.697) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ ท่านมีความสุขกับการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกมเป็นทีม ที่เป็นมิตรและเป็นกันเองในเกมแรกนารอคออนไลน์ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.723) และท่านสนุกกับการพูดคุยผ่านแชทกับผู้เล่นคนอื่นในเกมแรกนารอคออนไลน์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.715) ท่านสนุกกับการรู้จักผู้เล่นคนอื่น ๆ ในเกมแรกนารอคออนไลน์ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.669) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกมีความสุขในการพูดคุยเกี่ยวกับเกมแรกนารอคออนไลน์กับผู้เล่นคนอื่น ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.647)

ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแร็กนารอคออนไลน์

ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
17. ท่านคิดว่าเกมแร็กนารอคออนไลน์เป็นเกมที่มีประสิทธิภาพ	4.20	0.859	มาก
18. การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกมแร็กนารอคออนไลน์บนหน้าจอของท่านมีความราบรื่นเป็นธรรมชาติ	4.19	0.788	มาก
19. ท่านสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนที่ในเกมแร็กนารอคออนไลน์ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันอย่างราบรื่น	4.30	0.827	มากที่สุด
รวม	4.23	0.825	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด 1 ข้อ และมีความคิดเห็นระดับมาก 2 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนที่ในเกมแร็กนารอคออนไลน์ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันอย่างราบรื่น ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.827) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ ท่านคิดว่าเกมแร็กนารอคออนไลน์เป็นเกมที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.859) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกมแร็กนารอคออนไลน์บนหน้าจอของท่านมีความราบรื่นเป็นธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.788) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความดึงดูดใจ (Attractiveness) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์

ความดึงดูดใจ (Attractiveness)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
20. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเล่นเกมแรนารอออนไลน์จนลืมเวลา	4.25	0.777	มากที่สุด
21. ท่านสนุกกับการเล่นเกมแรนารอออนไลน์ที่ต้องใช้ความอดทนและการวางแผนระยะยาว	4.35	0.673	มากที่สุด
22. ท่านคิดว่าจุดที่น่าสนใจที่สุดของการเล่นเกมแรนารอออนไลน์ คือ การได้แข่งขันกับผู้เล่นอื่น (Guild War)	4.41	0.846	มากที่สุด
23. ท่านชื่นชอบในการเล่นเกมนเป็นทีม เพื่อจะเอาชนะความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมนารอออนไลน์	4.45	0.703	มากที่สุด
รวม	4.37	0.750	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความดึงดูดใจ (Attractiveness) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านชื่นชอบในการเล่นเกมนเป็นทีม เพื่อจะเอาชนะความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมนารอออนไลน์ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.703) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ ท่านคิดว่าจุดที่น่าสนใจที่สุดของการเล่นเกมแรนารอออนไลน์ คือ การได้แข่งขันกับผู้เล่นอื่น (Guild War) ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.846) และท่านสนุกกับการเล่นเกมแรนารอออนไลน์ที่ต้องใช้ความอดทนและการวางแผนระยะยาว ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.673) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเล่นเกมแรนารอออนไลน์จนลืมเวลา ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.777)

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดี (Loyalty) ในการเล่นเกม แรagnarokออนไลน์

ความภักดี (Loyalty)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
24. ในการเล่นเกมแรagnarokออนไลน์แต่ละครั้ง ท่านได้ตั้งใจ ทำภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ	4.38	0.661	มากที่สุด
25. ท่านตั้งใจจะเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ต่อไปแม้จะมีเกม ใหม่ ๆ เข้ามาก็ตาม	4.50	0.745	มากที่สุด
26. ท่านยังคงเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ต่อไปในอนาคต	4.61	0.720	มากที่สุด
รวม	4.50	0.709	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดี (Loyalty) ในการเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ (Ragnarok Online) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านยังคงเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ต่อไปในอนาคต ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.720) รองลงมาเรียงตามลำดับ คือ ท่านตั้งใจจะเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ต่อไปแม้จะมีเกมใหม่ ๆ เข้ามาก็ตาม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.745) และเห็นด้วยในระดับสุดท้าย คือ ในการเล่นเกมแรagnarokออนไลน์แต่ละครั้ง ท่านได้ตั้งใจทำภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.661) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่น เกม อารมณ์และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรagnarokออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยมีผลการวิเคราะห์และมีความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
R ²	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
S.E.	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
b	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูป คะแนนดิบ

β	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
Tolerance	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
VIF	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ตารางที่ 4.8: การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยพหุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

ปัจจัย	ความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์								
	$\bar{X}$	S.D.	b	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-	-	1.730	0.305	-	5.675	0.000	-	-
แรงจูงใจ	4.290	0.602	0.196	0.115	0.131	1.703	0.090	0.270	3.709
ประสบการณ์การเล่นเกมน	4.286	0.572	0.211	0.129	0.133	1.637	0.103	0.239	4.185
อารมณ์และสังคมในเกม	4.334	0.566	-0.092	0.100	-0.058	-0.929	0.354	0.409	2.443
ประสิทธิภาพในตัวเกม	4.231	0.736	0.153	0.075	0.125	2.052	0.041*	0.430	2.328
ความดึงดูดใจ	4.365	0.590	0.692	0.100	0.452	6.919	0.000*	0.372	2.690

$R^2 = 0.518$, $F = 65.385$, $*p < 0.05$

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด ความดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.365) รองลงมา คือ อารมณ์และสังคมในเกม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.334) แรงจูงใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.290) ประสบการณ์การเล่นเกมน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.286) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ประสิทธิภาพในตัวเกม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.231) ส่วนผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ประสิทธิภาพในตัวเกม (Sig. = 0.041) และความดึงดูดใจ (Sig. = 0.000) โดยประสิทธิภาพในตัวเกม (β = 0.125) มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมา คือ ความดึงดูดใจ (β = 0.452) ในขณะที่ประสบการณ์การเล่นเกมน (Sig. = 0.103) แรงจูงใจ (Sig. = 0.090) และอารมณ์และสังคมในเกม (Sig. = 0.354) ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด $R^2 = 0.518$ แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมน อารมณ์และสังคมในเกม ความดึงดูดใจ และประสิทธิภาพในตัวเกม สามารถพยากรณ์ความภักดีในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 51.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 48.2 เป็นผลสืบเนื่องจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษา

จากการตรวจสอบ Multicollinearity ซึ่งการเกิดปัญหา Multicollinearity จะทำให้สัมประสิทธิ์ความถดถอยเปลี่ยนไป เมื่อมีตัวแปรอิสระในสมการเพิ่มขึ้น และทำให้สัมประสิทธิ์ความถดถอยมีเครื่องหมายตรงกันข้ามกับที่ควรจะเป็น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ดังนั้น ก่อนนำตัวแปรอิสระใด ๆ เข้าสู่สมการถดถอยควรพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระก่อนว่าแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยใช้วิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 วิธี ได้แก่

1) การตรวจสอบค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

2) การตรวจสอบค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

Tolerance ของ $X_i = 1 - R_i^2$

VIF ของ $X_i = 1/\text{Tolerance}$

หรือ $X_i = 1/(1 - R_i^2)$

ค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่า Tolerance เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระ มีค่าเท่ากับ 0.265 – 0.466 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ > 0.10 (วรณัฏฐ์ หิรัญญากร, 2546) แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF)

ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 2.328 – 4.185 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013)

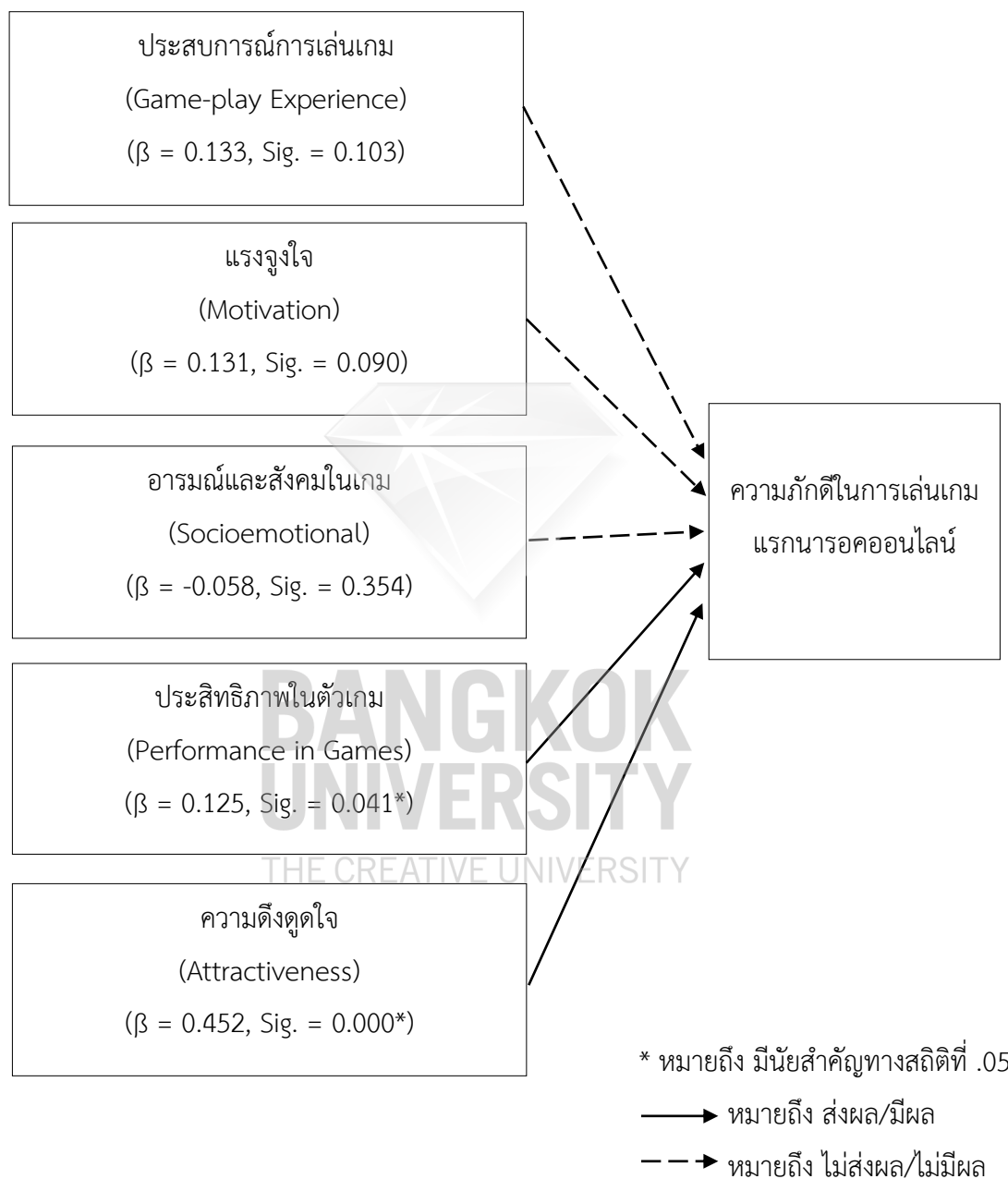
จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (Independent) 5 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจ (X_1) ประสบการณ์การเล่นเกม (X_2) อารมณ์และสังคมในเกม (X_3) ประสิทธิภาพในตัวเกม (X_4) และความดึงดูดใจ (X_5) ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Y) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทำนายความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.730 + 0.153 (X_4) + 0.692 (X_5)$$

จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว จะเห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ (b) ของประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games) ซึ่งสามารถวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีผลการสรุปสามารถสรุปดังภาพที่ 4.1

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า แรงจูงใจ ประสบการณ์การเล่นเกมนารอออนไลน์ อารมณ์และสังคมในเกม ประสิทธิภาพในตัวเกม และความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกม
แรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์การเล่นเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 อารมณ์และสังคมในเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่น เกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยที่เล่นเกม แรกนารอคออนไลน์เป็นประจำ ตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 310 ตัวอย่าง ขั้นตอนการวิเคราะห์ ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Statistics Version 28.0.1.0 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่น เกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย มีรายละเอียดสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 310 คน พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อ เดือน 15,001 - 30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการเล่น เกมแรกนารอคออนไลน์อยู่ในช่วงเวลา 21.01 – 00.00 น. โดยเหตุผลหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเล่นเกม แรกนารอคออนไลน์ คือ การหารายได้เสริมจากงานประจำที่ทำอยู่

5.1.2 ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี (Loyalty) ในการ เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ความดึงดูดใจ (Attractiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional) แรงจูงใจ (Motivation) กับประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) และประสบการณ์การเล่นเกม (Game-play Experience) ตามลำดับ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่น เกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ประสิทธิภาพในตัวเกม (Sig. = 0.041) และความดึงดูดใจ (Sig. = 0.000) โดยประสิทธิภาพใน ตัวเกม ($\beta = 0.125$) มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่น เกมแรกนารอคออนไลน์ของกลุ่มผู้เล่นเกม ออนไลน์ในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ความดึงดูดใจ ($\beta = 0.452$) ในขณะที่ประสบการณ์

การเล่นเกม (Sig. = 0.103) แรงจูงใจ (Sig. = 0.090) และอารมณ์และสังคมในเกม (Sig. = 0.354) ไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย

5.2 การอภิปรายผล

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการวิเคราะห์หามาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการเล่นเกมนามีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า แรงจูงใจในการเล่นเกมนามีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากในการเล่นเกมนารอออนไลน์ ซึ่งเป็นเกมที่มีการเล่นตามบทบาท และมีการเก็บค่าประสบการณ์การต่อสู้ ซึ่งอาจจะทำให้ผู้เล่นเกมเกิดความรู้สึกกดดันและมีความตึงเครียดที่เพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละครในเกมและต้องสะสมทรัพยากร สิ่งของหรือเงินในเกมเกมนารอออนไลน์ ในขณะที่การเล่นเกมนารอออนไลน์ประเภทอื่น ๆ อาจจะมีความเพลิดเพลิน สามารถช่วยให้ผู้เล่นได้ผ่อนคลายจากงานในแต่ละวันและมีความน่าสนใจมากกว่าการเล่นเกมนารอออนไลน์ จึงอาจจะมีส่วนทำให้แรงจูงใจในการเล่นเกมนามีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ขัดแย้งกับ Ghazali, et al. (2019) ที่พบว่า แรงจูงใจด้านความเพลิดเพลินมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเล่นอย่างต่อเนื่องของผู้เล่น นอกจากนี้ ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ Wang, et al. (2021) ที่พบว่า แรงจูงใจในการเล่นเกมนี้อาจบรรลุผลสำเร็จและการหลบหนีจากโลกความเป็นจริงมีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาที่มีต่อสภาพแวดล้อมการเล่นเกมนี้อย่างจริงจัง อีกทั้งยังขัดแย้งกับผลการศึกษาของอมรรัตน์ ยืนสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2564) ที่พบว่า แรงจูงใจด้านความเพลิดเพลินมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอเทมในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์การเล่นเกมนามีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ประสบการณ์การเล่นเกมนามีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากเกมนารอออนไลน์เป็นเกมที่สามารถเล่นได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งเป็นการเล่นเกมที่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนมีชีวิตจริง ๆ อยู่ในเกมหากเล่นไปในระยะเวลาหนึ่งผู้เล่นจะสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้ในเกมได้อย่างง่ายดาย เพราะเกมนารอออนไลน์เป็นเกมที่เล่นค่อนข้างง่าย ทำให้ผู้เล่นทุกคนสามารถทำความเข้าใจในกฎกติกาในการเล่นได้เป็นอย่างดี

จึงทำให้ประสบการณ์การเล่นเกมนั้นไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผลการศึกษาในครั้งนี้ขัดแย้งกับ Arbeau, et al. (2020) ที่พบว่า วิดีโอเกมออนไลน์มีคุณสมบัติหลากหลายที่อำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้เล่นเกม ทำให้ผู้เล่นมีตัวเลือกในการเล่นมากขึ้น เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ดังนั้น ประสบการณ์การเล่นเกมนั้นไม่มีอิทธิพลต่อความภักดี นอกจากนี้ ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ Bonny, et al. (2016) ที่พบว่า ประสิทธิภาพในแต่ละเกมมีความสัมพันธ์ที่สำคัญกันระหว่างประสบการณ์การเล่นเกมนั้น ๆ ซึ่งความต้องการของผู้เล่นเกมจากการประสิทธิภาพของเกม เกมที่มีประสิทธิภาพสูงจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้เล่นต้องการเข้าไปหาประสบการณ์ อีกทั้งยังขัดแย้งบางส่วนกับผลการศึกษาของ Cai & Du (2021) ที่พบว่า ประสบการณ์การเล่นเกมนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการเปลี่ยนจากเกมแบบดั้งเดิมไปเป็นเกมบนมือถือ

สมมติฐานที่ 3 อารมณ์และสังคมในเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า อารมณ์และสังคมในเกมไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการเล่นเกมบนารอออนไลน์จะไม่มีการพูดคุยผ่านแชทกับผู้เล่นคนอื่นในเกมบนารอออนไลน์ โดยผู้เล่นจะมุ่งความสนใจในตัวเกมมากกว่าการคุยกับผู้เล่นคนอื่น ผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยไม่มีความสุข หรือรู้สึกดีที่ได้พูดคุยเกี่ยวกับเกมกับผู้เล่นอื่น จึงทำให้อารมณ์และสังคมในเกมไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผลการศึกษาในครั้งนี้ขัดแย้งกับ Dahabiyeh, et al. (2020) ที่พบว่า อารมณ์และสังคมในเกมมีผลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยี ในกรณีของการเล่นเกมออนไลน์ และยังขัดแย้งกับงานวิจัยของอมรรัตน์ ยืนสุข และนิธนา ฐานิธรนกร (2564) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านอารมณ์และสังคมในเกมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอเทมในการเล่นเกมนารอออนไลน์จากภายในแอปพลิเคชันของเกมเนอเรนวายในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Gong, et al. (2019) ที่พบว่า อารมณ์และสังคมในเกมมีอิทธิพลต่อความต้องการเล่นเกมกลุ่มออนไลน์ในการเสพติดเกมโซเชียลของผู้เล่นเกม

สมมติฐานที่ 4 ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการเคลื่อนไหวของตัวละครภายในการเล่นเกมนารอออนไลน์มีความราบรื่น พลื่นไหว และเป็นธรรมชาติ รวมถึงสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนไหวในเกมบนารอออนไลน์ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันได้อย่างราบรื่น จึงทำให้ผู้เล่นเกิดความประทับใจในการเล่นและต้องการเล่นเกมบนารอออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผล

การศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องบางส่วนกับ Rahill & Sebrechts (2021) ที่พบว่า การออกแบบแหล่งที่มาของการก่อสร้าง และรูปลักษณะภายนอกมีผลกระทบต่อความคล้ายคลึงกันของผู้เล่นมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับอวาตาร์ และการสร้างผู้เล่นในอวาตาร์มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับอวาตาร์และประสิทธิภาพในการเล่น เกม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของ กฤษภา พลายพงษ์ และนิตนา ฐานิธรนกร (2564) ที่พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ของผู้เล่นเกมผ่านสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องบางส่วนกับผลการศึกษาของ Silva, et al. (2017) ที่พบว่า ประสิทธิภาพของผู้เล่นแบบไดนามิกมีอิทธิพลต่อการรับรู้ระดับความยากและการปรับตัวแบบไดนามิกในเกม MOBA และสอดคล้องบางส่วนกับผลการศึกษาของ Nunes, et al. (2021) ที่พบว่า รูปแบบการตอบสนองที่มีความมั่นคง หรือความเสถียรระหว่างการเล่นแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในแต่ละตัวเกมอย่างแท้จริง ทำให้ผู้เล่นมีความภาคภูมิใจที่จะเล่นเกมต่อไป

สมมติฐานที่ 5 ความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์จะมีการเล่นเกมเป็นทีม เพื่อเอาชนะคู่ต่อสู้และความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมนำไปสู่ความสนุกสนานและเพลิดเพลินกับการเล่นเกมจนลืมเวลา รวมถึงเป็นการฝึกการใช้ความอดทนและการวางแผนระยะยาว จึงเป็นจุดเด่นของเกมที่เป็นส่วนดึงดูดให้ผู้เล่นให้ความสนใจกับเกมแรกนารอคออนไลน์ จึงทำให้ความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับ Adam (2009) ที่พบว่า ความดึงดูดใจมีผลต่อความสนใจหรือดึงดูดใจในการเล่น เกม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของ Annika, et al. (2020) ที่พบว่า ความดึงดูดใจส่งผลต่อความคิดส่งเสริมการตัดสินใจในเกมมีบทบาทสำคัญกับแนวโน้มการเล่นเกมที่ช่วยดึงดูดใจให้เล่นเกม อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Liao, et al. (2021) ที่พบว่า แรงดึงดูดใจของผู้เล่นเกมมีผลต่อการมีส่วนร่วมและความภาคภูมิใจในการทำงานของทีม

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ในธุรกิจ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพในตัวเกมมีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ควรมุ่งเน้นการสร้าง

ประสิทธิภาพของสินค้าในเกมออนไลน์ โดยมุ่งเน้นที่ฟีเจอร์ที่ทำให้ผู้เล่นเกมสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนไหวในเกมแรกรอนออนไลน์ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันอย่างราบรื่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้เล่นเกมให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ควรเพิ่มไอเทมในการต่อสู้ อุปกรณ์เสริมในการต่อสู้ เป็นต้น โดยขั้นตอนในการซื้อไอเทมภายในเกมควรมีขั้นตอนในการซื้อสินค้าที่มีความรวดเร็ว สะดวก และง่ายต่อการใช้งาน ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงไอเทมในเกมได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์นำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาเกม และวางแผนธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่สนใจลงทุนในเกมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยความดึงดูดใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกรอนออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย รองลงมา ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ควรมุ่งพัฒนาเกมที่มีลักษณะการเล่นเป็นทีม เพื่อจะเอาชนะความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมนแรกรอนออนไลน์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รวมถึงควรมุ่งเน้นการสร้างแรงดึงดูดให้แก่ผู้เล่นเกมให้ผู้เล่นเกมรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และควรพัฒนาการได้แข่งขันกับผู้เล่นอื่น (Guild War) ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นจุดที่น่าสนใจที่สุดของการเล่นเกมแรกรอนออนไลน์ และทำให้ผู้เล่นรู้สึกจดจ่อและเพลิดเพลินกับเล่นเกมแรกรอนออนไลน์จนลืมเวลา รวมถึงผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดโดยมีการให้ส่วนลดสินค้าภายในเกม เช่น หมวก Rune Hairband และหมวก Rideword Hat เพื่อเป็นการกระตุ้นความรู้สึกและจูงใจผู้บริโภคให้ตระหนักถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ นอกจากนี้ ควรมีการให้ของแถมประเภทลิมิเต็ด (Limited) จากการซื้อไอเทมหลักแก่ผู้บริโภค เนื่องจากสามารถสร้างการรับรู้คุณค่าในเกมจนนำไปสู่ความภักดีในการเล่นเกมนในที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกรอนออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์และสามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกรอนออนไลน์ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาถึงกลุ่มประเภทของสินค้าในเกมที่ได้รับความนิยมในแง่ของการซื้อสกุลเงินในแรกรอนออนไลน์ (Ragnarok Online) เนื่องจากสินค้าในเกมบางประเภทต้องซื้อด้วยสกุลเงินภายในเกมเท่านั้น และสินค้าในเกมที่มีมูลค่าสูงมักมีการซื้อขายนอกเกมผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โลก

(Line) และอินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น เพื่อให้ได้สินค้าในเกมเพิ่มเติมที่เฉพาะเจาะจงและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกม

5.3.2.2 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรเป็นกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยที่เล่นเกมแรกรอคอนไลน์เป็นประจำ และเป็นเกมที่มีผู้เล่นให้ความสนใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ที่สนใจควรมีการศึกษาในเกมอื่น ๆ เช่น MMORPG, FPS, Battle Royale, Open World, Co Op ฯลฯ ซึ่งเป็นเกมที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่มีความสนใจมากที่สุด (Promotions, 2564) เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยต่อไป

5.3.2.3 ด้วยระยะเวลาในการศึกษาในครั้งนี้มีเวลาค่อนข้างจำกัด ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ที่สนใจหรือนักวิจัย ควรขยายขอบเขตการศึกษาโดยเปรียบเทียบความภักดีในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยกับผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้น จากกระแสของการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตที่เกิดจากความนิยมในการเล่นเกมนบนสมาร์ทโฟน ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเวียดนาม ประเทศฟิลิปปินส์ ฯลฯ (เกมส์-ทีนโซน, 2564) เพื่อทำให้ได้ผลประโยชน์ในการพัฒนาเกมออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศไทยและในระดับสากล

บรรณานุกรม

- กฤษฎา พลายพงษา และนิตนา ฐานิตธนกร. (2564). การเล่นเกมเป็นนิจ การรับรู้คุณค่า ความยุติธรรมของราคาและความเสี่ยง การพึ่งพาอาศัยกัน และความคาดหวังในประสิทธิภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ของผู้เล่นเกมผ่านสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติราชชมงคลสุรินทร์ ครั้งที่ 12*. สุรินทร์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลสุรินทร์ วิทยาเขตสุรินทร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กุลจิรา ฤกษ์ศิริรัตน์ และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลในการสร้างความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ต่อเกมอาโอวี. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิต้า, 4(2), 1-16.
- เกมส์-ทีนโซน. (2564). *E-Sport ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับโอกาสทางธุรกิจและสายอาชีพใหม่ ๆ*. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/news/120542/>.
- จิรพงศ์ สอนเจริญ. (2561). *เกมสตรีมเมอร์เพราะเกมเป็นมากกว่าเกม*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาคร จันทน์โชติวงศ์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับชมกีฬาอีสปอร์ต (E-Sport) ผ่านระบบออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณชล.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ. (2559). *อิทธิพลของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event marketing) ต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเกม Dota 2 และ League of Legends*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐสรณ์ ตรังคธาร. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเติมเงินในเกมออนไลน์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนวันต์ แสงวิรุณ. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อเกมออนไลน์บน Platform Steam ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิต้า, 3(1), 4363.
- ธีรพล กิตติไพโรจน์เจริญ. (2558). *การศึกษาปัจจัยเชิงบวกที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อเกมออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *สถิติชวนใช้*. กรุงเทพฯ: ไอคอนพริ้นติ้ง.

- นฤมล ปิ่นโต. (2565). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. *วารสารศาสตร์*, 1(1), 157-197.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปณพัชร กิตติชัยวัฒน์. (2561). *ประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ทักษะคิด และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค GROCERANTS จังหวัดกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา GOURMET MARKET*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิระ ตรีเมณีกุล. (2559). *การประเมินเกมโมบายประเภท MMORPG ในด้านยูสбилิตี ความสนุก และกราฟิกส์ของเกม*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- วรรณิ หิรัญญากร. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารกับสุขภาพองค์กร โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 12*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรลัญญา สิงห์ทองวรรณ. (2562). *การศึกษาความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเท็มในเกมออนไลน์ แบบเล่นตามบทบาท*. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 5(1), 20-30.
- ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ. (2561). *กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ที่ส่งผลต่อการเลือกเล่นกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Sport) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเกม ROV*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธิพงศ์ วุฒิพราหมณ์. (2557). *อิทธิพลของแรงจูงใจในการเล่นเกมส์ออนไลน์และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อการตัดสินใจเล่น เกมส์ผ่านทางไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุริยะ สุฉายา และประภัทร ลีลาประเสริฐวงศ์. (2559). *เปิดตำนานเร็กนาร์็อก*. ปทุมธานี: เอ็นโพร โปรพริน.
- อมรรัตน์ ยืนสุข และนิตนา ฐานิตชนกร. (2564). *แรงจูงใจด้านความเพลิดเพลิน อิทธิพลทางสังคม และการรับรู้ความสนุกสนาน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอเท็มในการเล่นจากภายในแอปพลิเคชันของเงินเนอเรนวายในกรุงเทพมหานคร*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 16*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อัจฉวิน เปรมอ่อน และนิตนา ฐานิตชนกร. (2563). *วิดีโอออนไลน์ผ่านการสตรีมมิ่ง (Video Streaming) ของ Netflix อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 15*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Abanazir, C. (2019). Institutionalization in e-sports. *Sport, Ethics and Philosophy*, 13(2), 117-131.

- Adam, J. T., Eoin, C., & Mark, J. C. (2021). Beyond action video games: Differences in gameplay and ability preferences among gaming genres. *Entertainment Computing*, 38(1), 1-8.
- Adam, J. T., Ramsbottom, N., Constantin, C., Milliet, A., & Campbell, M. J. (2021). The effect of expertise, training and neurostimulation on sensory-motor skill in esports. *Computers in Human Behavior*, 121(1), 1-13.
- Annika, B., Elisa, W., & Matthias, B. (2020). Desire thinking promotes decisions to game: The mediating role between gaming urges and everyday decision-making in recreational gamers. *Addictive Behaviors Reports*, 12(1), 1-9.
- Arbeau, K., Thorpe, C., Stinson, M., Budlong, B., & Wolff, J. (2020). The meaning of the experience of being an online video game player. *Computers in Human Behavior Reports*, 2(1), 1-6.
- Asobimo Lnc. (2558). *Toram Online ผจญภัยไปกับผองเพื่อนในโลกแฟนตาซี*. สืบค้นจาก thisisgamethailand.com/content/Toram-Online-ผจญภัยไปกับผองเพื่อนในโลกแฟนตาซี.html.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018). Loyalty towards online games, gaming addiction, and purchase intention towards online mobile in-game features. *Computers in Human Behavior*, 87(1), 238-246.
- Bawa, P., Watson, S. L., & Watson, W. (2018). Motivation is a game: Massively multiplayer online games as agents of motivation in higher education. *Computers & Education*, 123(1), 174-194.
- Beartai. (2563). *ทำความรู้จักกับ Ragnarok Online ใน "ปัจจุบัน" ก่อนเตรียมตัวลุยกันอีกครั้ง*. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/article/game-article/438476>.
- Blythe, J. (2008). *Consumer behavior*. London: Thomson Learning.
- Bonny, J. W., Castaneda, L. M., & Swanson, T. (2016). Using an international gaming tournament to study individual differences in MOBA expertise and cognitive skills. In *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1(1), 3473-3484.
- Cai, X., & Du, C. (2021). Thermal plasma treatment of medical waste. *Plasma Chemistry and Plasma Processing*, 41(1), 1-46.

- Chen, Y. L., & Hsu, C. C. (2020). Self-regulated mobile game-based English learning in a virtual reality environment. *Computers & Education*, 154(1), 1-15.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research: A review. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65(3), 145.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic Press.
- Cota, T. T., Ishitani, L., & Vieira, Jr, N. (2015). Mobile game design for the elderly: A study with focus on the motivation to play. *Computers in Human Behavior*, 51(1), 96-105.
- Dahabiyeh, L., Najjar, M. S., & Agrawal, D. (2020). The effect of risk levels on technology adoption decision: The case of online games. *Information Technology & People*, 1(10), 1011-1065.
- Decock, J., & Van Looy, J. (2011). Forbidden or Promising Fruit? An experimental study into the effects of warning labels on the purchase intention of digital gamers. In *DiGRA Conference*. Belgium: University of Ghent.
- Ghazali, E., Mutum, D. S., & Woon, M. Y. (2019). Exploring player behavior and motivations to continue playing Pokémon GO. *Information Technology & People*, 1(1), 1066-2243.
- Giorgi, A. (2009). *The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach*. United States: Duquesne University Press.
- Gong, X., Zhang, K. Z., Cheung, C. M., Chen, C., & Lee, M. K. (2019). Alone or together? Exploring the role of desire for online group gaming in players' social game addiction. *Information & Management*, 56(6), 103139.
- Grimshaw, M., Lindley, C. A., & Nacke, L. (2008). *Sound and immersion in the first-person shooter: mixed measurement of the player's sonic experience*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/301020284.pdf>.
- Hoebeke, T., Deprez, A., & Raeymaeckers, K. (2011). Heroes in the sports pages: The troubled road to victory for Belgian cyclist Tom Boonen. *Journalism Studies*, 12(5), 658-672.
- Howell, D. C. (2010). *Statistical methods for psychology* (7th ed.). Belmont: Wadsworth, Cengage Learning.

- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2009). The attitudes, feelings, and experiences of online gamers: A qualitative analysis. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 747-753.
- Kaye, P., Carrara, S., Deprez, P., Polkowski, M., Jenssen, C., & Gines, A., et al. (2017). Technical aspects of endoscopic ultrasound (EUS)-guided sampling in gastroenterology: European Society of Gastrointestinal Endoscopy (ESGE) Technical Guideline–March 2017. *Endoscopy*, 49(10), 989-1006.
- Keyser, A. D., Lemon, K. N., Keiningham, T., & Klaus, P. (2015). A framework for understanding and managing the customer experience. *Marketing Science Institute: Working Paper Series*, 85(1), 15-121.
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 97-113.
- Liao, X., Qian, S., Yuan, J., Wang, F., Liu, Y., & Zhang, Z. (2020). Community transmission of severe acute respiratory syndrome coronavirus 2, Shenzhen, China, 2020. *Emerging Infectious Diseases*, 26(6), 1320-1323.
- Liao, G. Y., Cheng, T. C. E., Shiau, W. L., & Teng, C. I. (2021). Impact of online gamers' conscientiousness on team function engagement and loyalty. *Decision Support Systems*, 142(1), 1-10.
- 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.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.
- Metalbridges. (2562). เกมมือถือมาแรง Black Desert Mobile. สืบค้นจาก <https://www.metalbridges.com/black-desert-mobile-ios-android/>.
- Mrs.OK. (2564). อุตสาหกรรมเกมไทย'63แตะ 3.4 หมื่นล้าน แต่เกมนี้เล่นไปแล้ว “ใคร” ชนะ? สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2021/11/digital-content-research-depa-2020/>.
- Nick, S. (2006). Ensemble pruning via semi-definite programming. *Journal of Machine Learning Research*, 7(7), 1315-1338.

- Nunes, N. A., Gonçalves, B., Coutinho, D., Nakamura, F. Y., & Travassos, B. (2021). How playing area dimension and number of players constrain football performance during unbalanced ball possession games. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 16(2), 334-343.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Oswald, C. A., Prorock, C., & Murphy, S. M. (2014). The perceived meaning of the video game experience: An exploratory study. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(2), 110-126.
- Pearce, L. A., & Aguilar, M. I. (2007). Meta-analysis: Antithrombotic therapy to prevent stroke in patients who have nonvalvular atrial fibrillation. *Annals of internal medicine*, 146(12), 857-867.
- Promotions. (2564). 5 เกมมือถือนำแนว MMORPG นำเล่น สนุก ภาพสวยขั้นเทพ. สืบค้นจาก <https://promotions.co.th>.
- Ragnarok X: Next Generation เปิดให้บริการเต็มรูปแบบแล้ววันนี้. (2564). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/game/detail/9640000059066>.
- Rahill, K. M., & Sebrechts, M. M. (2021). Effects of Avatar player-similarity and player-construction on gaming performance. *Computers in Human Behavior Reports*, 4(1), 1-11.
- Ringrangrung. (2560). เปิดตัวงาน “Lineage II Revolution” จากเกมดั่งบน PC สู่อการเริ่มต้นใหม่บนมือถือ. สืบค้นจาก <https://www.mxphone.com/010717-game-review-lineage-2-revolution/>.
- Sanook.com. (2562). รีวิว Ragnarok Tactics ความคลาสสิก ในรูปแบบการเล่นที่แปลกใหม่กว่าเดิม. สืบค้นจาก <https://www.sanook.com/game/1043305/>.
- Silva, M. P., Nascimento Silva, V., & Chaimowicz, L. (2017). Dynamic difficulty adjustment on MOBA games. *Entertainment Computing*, 18, 103-123.
- Thisisgamethailand. (2563). [รีวิว] V4 เกม MMORPG ฟอรัมยักษ์ที่รอให้คุณเข้ามาสัมผัส. สืบค้นจาก <https://www.thisisgamethailand.com/content/Nexon-V4-Review.html>.
- Van Lange, P. A., & Balliet, D. (2015). When does gossip promote generosity? Indirect reciprocity under the shadow of the future. *Social Psychological and Personality Science*, 6(8), 923-930.

- Wang, X., Abdelhamid, M., & Sanders, G. L. (2021). Exploring the effects of psychological ownership, gaming motivations, and primary/secondary control on online game addiction. *Decision Support Systems*, 144(1), 1-10.
- Woods, O. (2021). Clashing cyphers, contagious content: The digital geopolitics of grime. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 46(2), 464-477.
- Ye, L., Wang, R., & Zhao, J. (2021). Electron-ion collider in China. *Frontiers of Physics*, 16(6), 1-78.
- YuMi's. (2562). *ความเป็นมาของ Ragnarok Online ที่หลาย ๆ คนอาจยังไม่รู้*. สืบค้นจาก <https://www.sanook.com/game/1041209/>.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods*. Belmont: Wadsworth, Cengage learning.
- Zhang, F., & Kaufman, D. (2017). Massively multiplayer online role-playing games (MMORPGs) and socio-emotional wellbeing. *Computers in Human Behavior*, 73(1), 451-458.



ภาคผนวก

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถาม

**เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online)
ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมน ประสิทธิภาพในการเล่นเกมน อารมณ์และสังคมในเกมน ประสิทธิภาพในเกมน ความดึงดูดใจ และความภักดี ในการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา การค้นคว้าอิสระ(บธ. 715) ของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยวิชาการเท่านั้นทางผู้วิจัยใครขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตรงไปตรงมา เพื่อความสมบูรณ์ ของผลการวิจัย ซึ่งข้อมูลนี้ถือเป็นความลับจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลเป็นอันขาด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการกรอกแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้
นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คำถามคัดกรองคุณสมบัติ

1. ท่านรู้จักเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ใช่หรือไม่

☐ 1. ใช่

☐ 2. ไม่ใช่ (จบการตอบแบบสอบถาม)

2. ปัจจุบันท่านกำลังเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) อยู่ใช่หรือไม่

☐ 1. ใช่

☐ 2. ไม่ใช่ (จบการตอบแบบสอบถาม)

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลตามความเป็นจริงของท่าน (โปรดเลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 21 ปี

☐ 2. 21 - 30 ปี

☐ 3. 31 - 40 ปี

☐ 4. 41 - 50 ปี

☐ 5. 51 - 60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า 15,001 บาท

☐ 2. 15,001 - 30,000 บาท

☐ 3. 30,001 - 45,000 บาท

☐ 4. 45,001 - 60,000 บาท

☐ 5. 60,001 บาท ขึ้นไป

5. อาชีพ

☐ 1. นักศึกษา

☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน

☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านมักจะเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

☐ 1. 09.00 - 12.00

☐ 2. 12.01 - 15.00

☐ 3. 15.01 - 18.00

☐ 4. 18.01 - 21.00

☐ 5. 21.01 - 00.00

☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. เหตุผลหลักที่ทำให้ท่านเลือกเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ คือ ข้อใด

☐ 1. ความผ่อนคลาย

☐ 2. ความชอบส่วนบุคคล

☐ 3. เกมมีความน่าดึงดูดใจ

☐ 4. สังคมในเกม

☐ 5. หารายได้เสริม

☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนาร์อออนไลน์ (Ragnarok Online)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนาร์อออนไลน์ (Ragnarok Online)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อยที่สุด
แรงจูงใจ (Motivation)					
1. ท่านรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมนาร์อออนไลน์จริง ๆ	5	4	3	2	1
2. ท่านมักจะเล่นเกมแรนาร์อออนไลน์ เพื่อผ่อนคลายจากงานในแต่ละวัน	5	4	3	2	1
3. การเล่นเกมแรนาร์อออนไลน์ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและตื่นเต้น เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับท่าน	5	4	3	2	1
4. ท่านให้ความสำคัญกับการเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละครในเกมของท่านอย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
5. ท่านให้ความสำคัญกับการได้รับหรือครอบครองไอเทม (Item) หายากที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี	5	4	3	2	1
6. การสะสมทรัพยากร สิ่งของ หรือเงินในเกมแรนาร์อออนไลน์ เป็นแรงจูงใจสำหรับท่าน	5	4	3	2	1
ประสบการณ์การเล่นเกมนาร์อออนไลน์ (Game-play Experience)					
7. ท่านได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองในพื้นที่ของเกมนาร์อออนไลน์	5	4	3	2	1
8. ท่านรู้สึกเหมือนมีตัวตนจริง ๆ อยู่ในเกมนาร์อออนไลน์ เมื่อเล่นไปในระยะเวลาหนึ่ง	5	4	3	2	1
9. ท่านรับรู้ถึงการเล่นเกมแรนาร์อออนไลน์ว่า จะต้องใช้ระยะเวลาอยู่ในเกมเป็นจำนวนมาก	5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด		↔	เห็นด้วย น้อยที่สุด	
10. ท่านสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้ในเกม แรกนารอออนไลน์ได้จากประสบการณ์ในการเล่นเกมน้อย ๆ	5	4	3	2	1
11. ในขณะที่เล่นเกมแรกนารอออนไลน์ ท่านสามารถใช้ทักษะในการ โต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
อารมณ์และสังคมในเกม (Socioemotional)					
12. ท่านสนุกกับการรู้จักผู้เล่นคนอื่น ๆ ในเกมแรกนารอออนไลน์	5	4	3	2	1
13. ท่านรู้สึกดีกับการช่วยเหลือผู้เล่นคนอื่นในเกม	5	4	3	2	1
14. ท่านสนุกกับการพูดคุยผ่านแชทกับผู้เล่นคนอื่นในเกมแรกนารอ ออนไลน์	5	4	3	2	1
15. ท่านมีความสุขกับการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกมเป็นทีม ที่เป็น มิตรและเป็นกันเองในเกมแรกนารอออนไลน์	5	4	3	2	1
16. ท่านรู้สึกมีความสุขในการพูดคุยเกี่ยวกับเกมแรกนารอออนไลน์ กับผู้เล่นคนอื่น	5	4	3	2	1
ประสิทธิภาพในตัวเกม (Performance in Games)					
17. ท่านคิดว่า เกมแรกนารอออนไลน์เป็นเกมที่มีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
18. การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกมแรกนารอออนไลน์บนหน้าจอ ของท่านมีความราบรื่นเป็นธรรมชาติ	5	4	3	2	1
19. ท่านสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนที่ในเกมแรกนารอออนไลน์ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันอย่างราบรื่น	5	4	3	2	1
ความดึงดูดใจ (Attractiveness)					
20. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเล่นเกมแรกนารอออนไลน์จนลืมเวลา	5	4	3	2	1
21. ท่านสนุกกับการเล่นเกมแรกนารอออนไลน์ที่ต้องใช้ความอดทน และการวางแผนระยะยาว	5	4	3	2	1
22. ท่านคิดว่า จุดที่น่าสนใจที่สุดของการเล่นเกมแรกนารอออนไลน์ คือ การได้แข่งขันกับผู้เล่นอื่น (Guild War)	5	4	3	2	1
23. ท่านชื่นชอบในการเล่นเกมนเป็นทีม เพื่อจะเอาชนะความท้าทาย และอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมนารอออนไลน์	5	4	3	2	1

ตอนที่ 3 ความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่า ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอออนไลน์ (Ragnarok Online)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	↔	เห็นด้วย น้อยที่สุด		
ความภักดี (Loyalty)					
24. ในการเล่นเกมแรกนารอออนไลน์แต่ละครั้ง ท่านได้ตั้งใจทำ ภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ	5	4	3	2	1
25. ท่านตั้งใจจะเล่นเกมแรกนารอออนไลน์ต่อไปแม้จะมีเกมใหม่ ๆ เข้ามาก็ตาม	5	4	3	2	1
26. ท่านยังคงเล่นเกมแรกนารอออนไลน์ต่อไปในอนาคต	5	4	3	2	1

**** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ****

ภาคผนวก ข
ผู้ตรวจสอบแบบสอบถามงานวิจัย

วันที่ 28 มีนาคม 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย

เรียน คุณจิรศักดิ์ แซ่โจ้ว

ผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

ดิฉันนางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ทั้งนี้ ดิฉันได้สังเกตเห็นว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรงทางด้านการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ดังนั้น ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการพิจารณาเนื้อหาและความเหมาะสมของคำถามในแบบสอบถามงานวิจัยดังกล่าว หากท่านได้พิจารณาแบบสอบถามที่แนบมาเรียบร้อยแล้ว และเห็นว่า คำถามในแบบสอบถามมีความเหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดิฉันใคร่ขอความกรุณาให้ท่านลงนามรับรองการพิจารณาแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์พิจารณาแบบสอบถามและลงนามรับรองผลการพิจารณาแบบสอบถาม

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ 

(นางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม)

รับรองผลการพิจารณาแบบสอบถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิ 

(นายจิรศักดิ์ แซ่โจ้ว)

ผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

วันที่ 28 มีนาคม 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย

เรียน คุณวราวุฒิ ศรีตากุล

พ่อค้าและผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

ดิฉันนางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ทั้งนี้ ดิฉันได้เล็งเห็นว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรงทางด้านการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ดังนั้น ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการพิจารณาเนื้อหาและความเหมาะสมของคำถามในแบบสอบถามงานวิจัยดังกล่าว หากท่านได้พิจารณาแบบสอบถามที่แนบมาเรียบร้อยแล้ว และเห็นว่า คำถามในแบบสอบถามมีความเหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดิฉันใคร่ขอความกรุณาให้ท่านลงนามรับรองการพิจารณาแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์พิจารณาแบบสอบถามและลงนามรับรองผลการ
พิจารณาแบบสอบถาม

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ 

(นางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม)

รับรองผลการพิจารณาแบบสอบถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิ 

(นายวราวุฒิ ศรีตากุล)

พ่อค้าและผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

วันที่ 28 มีนาคม 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย

เรียน คุณชนกร ทรงไทร

สตรีมเมอร์และผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

ดิฉันนางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเล่นเกมนแรกนารอคออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ทั้งนี้ ดิฉันได้เล็งเห็นว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรงทางด้านการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ดังนั้น ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการพิจารณาเนื้อหาและความเหมาะสมของคำถามในแบบสอบถามงานวิจัยดังกล่าว หากท่านได้พิจารณาแบบสอบถามที่แนบมาเรียบร้อยแล้ว และเห็นว่า คำถามในแบบสอบถามมีความเหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดิฉันใคร่ขอความกรุณาให้ท่านลงนามรับรองการพิจารณาแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์พิจารณาแบบสอบถามและลงนามรับรองผลการ
พิจารณาแบบสอบถาม

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ

(นางสาวสุกัญญา ทองนิ่ม)

รับรองผลการพิจารณาแบบสอบถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิสนกร.....

(นายชนกร ทรงไทร)

สตรีมเมอร์และผู้เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์

ภาคผนวก ค
แหล่งที่มาของคำถามในการวิจัย

คำถามที่ใช้วิจัย	ที่มา
<u>แรงจูงใจ</u>	<u>Motivation</u>
1. ท่านรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเกมแรกนารอคออนไลน์จริง ๆ	1. I really get into the game.
2. ท่านมักจะเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์เพื่อผ่อนคลายจากงานในแต่ละวัน	2. I often play to relax from the day's work.
3. การเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและตื่นเต้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับท่าน	3. I enjoy gameplay which is fast paced and exciting.
4. ท่านให้ความสำคัญกับการเพิ่มระดับหรือความสามารถ (Level Up) ให้ตัวละครในเกมของท่านอย่างรวดเร็ว	4. It is important for me to level up my character as fast as possible.
5. ท่านให้ความสำคัญกับการได้รับหรือครอบครองไอเทม (Item) หายากที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่มี	5. It is important for me to acquire rare items that most players will never have.
<u>ประสบการณ์การเล่นเกม</u>	<u>Game-play Experience</u>
1. ท่านได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองในพื้นที่ของเกมแรกนารอคออนไลน์	1. I felt a sense of acting in the game space.
2. ท่านรู้สึกเหมือนมีตัวตนจริง ๆ อยู่ในเกมแรกนารอคออนไลน์ เมื่อเล่นไปในระยะเวลาหนึ่ง	2. I felt that I was in the presence of an on-screen person.
3. ท่านรับรู้ถึงการเล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ว่า จะต้องใช้ระยะเวลาอยู่ในเกมเป็นจำนวนมาก	3. Perceived time-consuming nature of traditional gaming.
4. ท่านสามารถเข้าใจและคาดการณ์การเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้ในเกมแรกนารอคออนไลน์ได้จากประสบการณ์ในการเล่นบ่อย ๆ	4. Ability to understand and predict an enemy or opponent's patterns of movement.
5. ในขณะที่เล่นเกมแรกนารอคออนไลน์ ท่านสามารถใช้ทักษะในการโต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว	5. While playing this game with my on-screen character, I felt I was able to respond quickly.

คำถามที่ใช้วิจัย	ที่มา
อารมณ์และสังคมในเกม 1. ท่านสนุกกับการรู้จักผู้เล่นคนอื่น ๆ ในเกม แร็กนารอคออนไลน์ 2. ท่านรู้สึกดีกับการช่วยเหลือผู้เล่นคนอื่นในเกม 3. ท่านสนุกกับการพูดคุยผ่านแชทกับผู้เล่นคนอื่นในเกม แร็กนารอคออนไลน์ 4. ท่านมีความสุขกับการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกมเป็นทีม ที่เป็นมิตรและเป็นกันเองในเกม แร็กนารอคออนไลน์ 5. ท่านรู้สึกมีความสุขในการพูดคุยเกี่ยวกับเกม แร็กนารอคออนไลน์กับผู้เล่นคนอื่น	Socioemotional 1. I enjoy getting to know other players. 2. I enjoy helping other players. 3. I enjoy chatting with other players. 4. I enjoy being part of a friendly, casual guild. 5. I often find myself having meaningful conversations with other players. Zhang & Kaufman (2017); Wang, et al. (2021)
ประสิทธิภาพในตัวเกม 1. ท่านคิดว่า เกม แร็กนารอคออนไลน์เป็นเกมที่มีประสิทธิภาพ 2. การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกม แร็กนารอคออนไลน์บนหน้าจอของท่านมีความราบรื่นเป็นธรรมชาติ 3. ท่านสามารถติดตามศัตรูหลายตัวที่เคลื่อนที่ในเกม แร็กนารอคออนไลน์ ไปพร้อม ๆ กันในเส้นทางที่แตกต่างกันอย่างราบรื่น	Performance in Games 1. Perceived high performance. 2. The movement between myself and my on-screen character was natural. 3. Ability to simultaneously track multiple objects moving along different paths smoothly. (Gameplay ability) Bonny, Castaneda & Swanson (2016); Rahill & Sebrechts (2021); Adam, et al. (2021)
ความดึงดูดใจ 1. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินกับเล่นเกม แร็กนารอคออนไลน์จนลืมเวลา 2. ท่านสนุกกับการเล่นเกม แร็กนารอคออนไลน์ ที่ต้องใช้ความอดทนและการวางแผนระยะยาว 3. ท่านคิดว่า จุดที่น่าสนใจที่สุดของการเล่นเกม แร็กนารอคออนไลน์ คือ การได้แข่งขันกับผู้เล่นอื่น (Guild War) 4. ท่านชื่นชอบในการเล่นเกมนเป็นทีม เพื่อจะเอาชนะความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ภายในการเล่นเกมน แร็กนารอคออนไลน์	Attractiveness 1. Did you play games to forget about time? 2. I enjoy gameplay which requires long-term planning and patience. 3. In my opinion the most compelling part of gaming is competition against other players. 4. I prefer playing games in which I am required to work as part of a team to overcome challenges and obstacles. Martins, Gonçalves, Branco, Barbosa, Melo & Bessa (2017); Wang, et al. (2021);

คำถามที่ใช้วิจัย	ที่มา
<u>ความภักดี</u>	<u>Loyalty</u>
1. ในการเล่นเกมแรกรนารอคอนไลน์แต่ละครั้ง ท่านได้ทำภารกิจในเกมอย่างสุดความสามารถ 2. ท่านตั้งใจจะเล่นเกมแรกรนารอคอนไลน์ ต่อไปแม้จะมีเกมใหม่ ๆ เข้ามาก็ตาม 3. ท่านยังคงเล่นเกมแรกรนารอคอนไลน์ต่อไป ในอนาคต	1. I carry out my obligations to the best of my ability. 2. I intend to continue playing this online game rather than discontinue its use. 3. If I could, I would like to discontinue playing this online game.

ที่มา:

- Toth, A. J., Ramsbottom, N., Constantin, C., Milliet, A., & Campbell, M. J. (2021). The effect of expertise, training and neurostimulation on sensory-motor skill in esports. *Computers in Human Behavior*, 121(1), 1-13.
- Bonny, J. W., Castaneda, L. M., & Swanson, T. (2016). Using an international gaming tournament to study individual differences in MOBA expertise and cognitive skills. In *Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems*, 1(1), 3473-3484.
- Chen, Y. L., & Hsu, C. C. (2020). Self-regulated mobile game-based English learning in a virtual reality environment. *Computers & Education*, 154(1), 1-15.
- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2009). The attitudes, feelings, and experiences of online gamers: A qualitative analysis. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 747-753.
- Liao, G. Y., Cheng, T. C. E., Shiau, W. L., & Teng, C. I. (2021). Impact of online gamers' conscientiousness on team function engagement and loyalty. *Decision Support Systems*, 142(1), 1-10.
- 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.

- Oswald, C. A., Prorock, C., & Murphy, S. M. (2014). The perceived meaning of the video game experience: An exploratory study. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(2), 110.
- Rahill, K. M., & Sebrechts, M. M. (2021). Effects of Avatar player-similarity and player-construction on gaming performance. *Computers in Human Behavior Reports*, 4(1), 1-11.
- Wang, X., Abdelhamid, M., & Sanders, G. L. (2021). Exploring the effects of psychological ownership, gaming motivations, and primary/secondary control on online game addiction. *Decision Support Systems*, 144(1), 1-10.
- Zhang, F., & Kaufman, D. (2017). Massively multiplayer online role-playing games (MMORPGs) and socio-emotional wellbeing. *Computers in Human Behavior*, 73(1), 451-458.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาว สุกัญญา ทองน่ม
อีเมล	sukunya.tnm@gmail.com
ประวัติการศึกษา	มัธยมศึกษา: โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยรังสิต ปริญญาตรี: สาขาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการ ท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต
ประวัติการทำงาน	บริษัท บางกอก แทรเวล คลับ จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2562: บริษัท บางกอกแอร์ทัวร์ (1988) จำกัด พ.ศ.2564: บริษัท ไทยทรานสมิชั่น อินดัสทรี จำกัด

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY