

Differences in Motivations of Online Gamers ความแตกต่างของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มต่าง ๆ

Poramat Sangseesod^{1*} and Saengduean Yotanyamaneewong¹

ปรมัตต์ แสงสีสด^{1*} และ แสงเดือน ยอดอัญมณีวงศ์¹

¹ Faculty of Humanities, Chiang Mai University

¹ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

*Corresponding Author, E-mail: poramat.san@gmail.com

Article Info

- Received: March 28, 2024
- Revised: July 1, 2024
- Accepted: July 1, 2024
- Available online: December 28, 2024

Abstract

This research aims to study gaming motivations of gamers and to compare the gaming motivations among regular gamers, at-risk gamers, and addicted gamers within the Thai online gaming community, aged between 18 and 60 years. The sample consisted of 313 individuals, selected through convenience sampling. The research instruments included the Trojan player typology questionnaire and game addiction screening test. Personal data were analyzed using descriptive statistics, and differences between groups were analyzed by Kruskal-Wallis test. The results indicated that the motivations related to story-driven were high for both regular gamers and addicted gamers ($\bar{X} = 3.84$, Ss.D. = .892 and $\bar{X} = 3.71$, S.D. = .795, respectively). The risk gamers exhibited the highest level of motivation related to achievement ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .753). Overall, the study found that competitive motivation significantly differed among the various levels of gaming addiction at .05 significance level. Additionally, there was a significant difference in challenge motivation between regular gamers and addicted gamers at the .05 significance level, while no significant differences were found between other groups.

Keywords: Game Addiction, Motivation, Online Gamers

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงงูใจในการเล่นเกอของผู้เล่นเกอ และเพื่อเปรียบเทียบแรงงูใจในการเล่นเกอระหว่างผู้เล่นเกอกลุ่มปกติ กลุ่มเสียงและกลุ่มติดเกอ ในกลุ่มผู้เล่นเกอออนไลน์ชาวไทย อายุระหว่าง 18 ถึง 60 ปี โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 313 คน ที่คัดเลือกโดยใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถามแรงงูใจในการเล่นเกอ และแบบทดสอบการติดเกอ วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยสถิติครัสคาลและวอลลิส ผลการวิจัยพบว่า แรงงูใจของผู้เล่นเกอออนไลน์กลุ่มปกติและกลุ่มติดเกอ มีแรงงูใจจากเนื้อเรื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .892 และ $\bar{X} = 3.71$, S.D. = .795 ตามลำดับ) แรงงูใจของผู้เล่นเกอออนไลน์กลุ่มเสียง มีแรงงูใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .753) โดยผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า ผู้เล่นเกอออนไลน์ที่มีระดับการติดเกอกลุ่มต่าง ๆ ต่างกัน แรงงูใจจากความท้าทายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05 และเป็นความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้เล่นเกอปกติกับกลุ่มติดเกออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .05 และไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอื่น

คำสำคัญ: การติดเกอ, ผู้เล่นเกอออนไลน์, แรงงูใจ

บทนำ

ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา วิดีโอเกมกลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากความเฟื่องฟูของอุตสาหกรรม การผลิต การเข้าถึงเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เสถียร และรวดเร็ว ผู้เล่นเลือกเล่นเกมเพื่อความบันเทิง เพื่อผ่อนคลายจากความเครียดระหว่างวัน และเป็นกิจกรรมช่วงเวลาว่าง (Quwaider, Alabed, & Duwairi, 2019; Charoenwanit & Sumneangsator, 2014) รวมถึงการต่อยอดจากการเล่นธรรมดาเป็น การแข่งขันชิงชัยอย่างจริงจังระหว่างผู้เล่น เสมือนการแข่งขันกีฬา การพัฒนาคุณภาพการนำเสนอ ระบบกราฟฟิก ระบบการเล่นที่เข้าใจง่ายและเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น บางเกมมีเนื้อเรื่องเข้มข้นไม่ต่างจากภาพยนตร์ ทำให้วิดีโอ เกมขยับขึ้นมาเทียบเคียงกับสื่อบันเทิงประเภทอื่น การเล่นเกมในประเทศไทย สหพันธ์ระบุว่าร้อยละ 65 ของประชาชนชาวอเมริกันวัยผู้ใหญ่เล่นเกมเป็นงานอดิเรก อายุเฉลี่ยที่เล่นคือ 33 ปี โดยเฉลี่ยเล่นเกม 4.8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ส่วนช่วงอายุที่เล่นเกมมากที่สุดคือ ช่วงอายุระหว่าง 18 ถึง 34 ปี (Gough, 2020; Entertainment Software Association, 2019) สำหรับสถิติการเล่นเกมในประเทศไทยเติบโตอย่างแพร่หลาย จำนวนผู้เล่นจากทุกเครื่องเล่นใน ปีพ.ศ. 2563 มีจำนวนประมาณ 27.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 41 ของ ประชากรไทย (จากประชากร 69.3 ล้านคน)

จากปรากฏการณ์การเล่นเกมในประเทศไทยเติบโตจากกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ และความแพร่หลาย ได้มีการอนุมัติ ให้จัดตั้งสมาคมอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย (Thailand E-Sports Federation: TESF) ในปี พ.ศ. 2556 เพื่อ สนับสนุน พัฒนา ดำเนินการ ตลอดจนติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตทั้งในและ นอกประเทศไทย ส่งผลต่อมุมมองเกี่ยวกับเกมได้รับความนิยมน่าเชื่อถือมากขึ้น (Thailand E-Sports Federation, 2021) อย่างไรก็ตามการเล่นเกมก็อาจมีโทษมากกว่าประโยชน์หากเล่นเป็นเวลานานเกินความเหมาะสม หรือ แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมขณะเล่นหรือหลังจากเล่น การไม่สามารถหยุดเล่นได้อย่างใจคิดถือเป็นสัญญาณ การสูญเสียความสามารถในการควบคุมตนเอง (Petry, Rehbein, Ko, & O'Brien, 2015) จนทำให้ส่งผลเสียต่อ การใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ด้านสุขภาพ ด้านสัมพันธภาพกับคนใกล้ชิด ด้านการเรียนและอาชีพ (Apisitwasana, 2015; Kiatrungrit, 2020; Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamklang, & Pattana-amorn, 2014)

ปัจจุบันมีผู้ศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมนับเป็นจำนวนมาก บุคคลแรกที่เริ่มศึกษาคือ Bartle (1996) ซึ่งได้ พัฒนาระบบจัดจำแนก (Taxonomy) เพื่อแบ่งแยกแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เล่นเลือกเล่นเกม โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท บนพื้นฐานของสองแง่มุม กระทั่ง Yee (2006) ได้ดัดแปลงโมเดลดั้งเดิม เป็นครั้งแรกที่เก็บข้อมูลขนาดใหญ่ และ จากการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้จัดจำแนกแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้นใหม่ และเพิ่มองค์ประกอบรองรับแรงจูงใจ หลัก หลังจากนั้นมีการศึกษาใกล้เคียงกัน แต่มุ่งศึกษาในด้านความแตกต่างของประเภทเกม (Lee, Lee, & Choi, 2012) กับวัตถุประสงค์ (Hainey, Connolly, Stansfield, & Boyle, 2011; Kahn, Shen, Lu, Ratan, Coary, Hou, ... & Williams, 2015;) รวบรวมข้อมูลข้างต้นเป็นแบบทดสอบแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้น เพื่อลดข้อจำกัด ด้านข้อแตกต่างของเกม และข้อจำกัดด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม รวม 15 ข้อคำถาม ครอบคลุมแรงจูงใจ 6 ประเภท ได้แก่ ผู้เล่นเพื่อสังคม (Socializers) ผู้สำรวจทุกซอกทุกมุม (Completionists) ผู้เล่นที่รักความท้าทาย (Competitors) ผู้หลบเลี่ยง (Escapists) ผู้ติดตามเนื้อเรื่องเกม (Story-driven) และผู้ต้องการพัฒนาตนเอง (Smarty-pants)

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา พบงานวิจัยที่ศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้นที่แบ่งตามระดับ ความรุนแรงของปัญหาการติดเกมของผู้เล่นเกมชาวไทยยังไม่แพร่หลายนัก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยคาดหวังว่าข้อมูลที่ได้นี้จะช่วยให้ทราบถึงประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจผู้ที่ติดเกม และอาจนำไปใช้เป็นข้อมูล พื้นฐานในการวางแผนช่วยเหลือบุคคลดังกล่าวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเล่นของผู้เล่นเกมที่จำแนกตามกลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยงและกลุ่มติดเกม
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเล่นระหว่างผู้เล่นเกมกลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยงและกลุ่มติดเกม

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกม

ผู้ศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมมีจำนวนมาก Bartle (1996) ได้พัฒนาระบบจัดจำแนก เพื่อแบ่งแยกแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เล่นเลือกเล่นเกมบนพื้นฐานของสองแง่มุม หรือมุมมองที่ตรงข้ามกัน ได้แก่ การกระทำ (Action) กับ ปฏิกริยา (Reaction) เป้าหมายของโลก (World-oriented) กับเป้าหมายของผู้เล่น (Player-oriented) จำแนกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ผู้แสวงหาความสำเร็จ (Achiever) หมายถึง ผู้ที่ถูกจูงใจโดยเป้าหมายภายในเกม 2) นักสำรวจ (Explorer) หมายถึง ผู้ที่ถูกจูงใจโดยการค้นหาข้อมูลในโลกแห่งเกม 3) ผู้เล่นเพื่อสังคม (Socializer) หมายถึง ผู้ที่ถูกจูงใจโดยการทำงานร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่น และ 4) นักฆ่า (Killer) หมายถึง ผู้ที่ถูกจูงใจโดยความพึงพอใจกับการมีอำนาจเหนือกว่าผู้เล่นอื่นในโลกเสมือน

Sherry, Lucas, Greenberg, and Lachlan (2006) ศึกษาแรงจูงใจเช่นเดียวกับ Bartle (1996) แตกต่างโดยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) และระบุว่าพบขอบเขตหลัก 6 ประเภท คือ ความตื่นเต้น (Arousal) ความท้าทาย (Challenge) การแข่งขัน (Competition) ความบันเทิง (Diversion) จินตนาการ (Fantasy) ปฏิสัมพันธ์กับสังคม (Social interaction)

โมเดลของ Bartle (1996) ได้รับการปรับปรุง และกลายเป็นที่แพร่หลาย คือ Yee (2006) ผู้จัดการสำรวจขนาดใหญ่ครั้งแรกเพื่อระบุความแตกต่างของแรงจูงใจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ประมาณสามหมื่นคน โดยเปิดเผยว่า ครอบคลุมแรงจูงใจ 3 ประเภท ดังนี้ 1) ความสำเร็จ (Achievement) หมายถึง ความต้องการทรงพลัง และควบคุมสิ่งแวดล้อมในโลกเสมือนจริง 2) สังคม (Social) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่นหรือสังคม และ 3) ความหมกมุ่น (Immersion) หมายถึง ผู้เล่นมีความสุขกับการเป็นที่รู้จัก หรือมีตัวตนในโลกเสมือนของเกม

Kahn, Shen, Lu, Ratan, Coary, Hou, ... & Williams (2015) ตั้งข้อสังเกตว่า การศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ มักมุ่งศึกษาเฉพาะแรงจูงใจในการเล่นเกมประเภทใดประเภทหนึ่ง ข้อจำกัดด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม เป็นต้น พัฒนาแบบสอบถามแรงจูงใจที่ใช้ได้กับเกมหลากหลายประเภท โดยปรับแบบทดสอบสอดคล้องกับบริบทความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยจำแนกผู้เล่นเกมตามแรงจูงใจเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. ผู้เล่นเพื่อสังคม หมายถึง ผู้เล่นเกมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพ ซึ่งไม่จำกัดเพียงสัมพันธ์กับคนรู้จักในชีวิตจริงเท่านั้น ผู้เล่นเพื่อสังคมมักร่วมมือกับสังคมภายในเกมทั้งที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน มุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างผู้เล่น

2. ผู้สำรวจทุกซอกทุกมุม หมายถึง ผู้เล่นที่ประสงค์สำรวจทุกองค์ประกอบของเกม ซึ่งผู้สำรวจทุกซอกทุกมุมคาดหวังจะทำทุกสิ่งทุกอย่างที่เกมอนุญาตให้ทำได้ อาทิ ทดลองตัวละครทุกตัว ทดลองโหมดการเล่นทุกประเภท เสาะหาความลับที่แอบซ่อนตามส่วนต่าง ๆ เป็นต้น หรือริเริ่มวิธีการเล่นแปลกใหม่ที่เกมไม่ได้แนะนำ แต่สามารถทำได้ตามกลไกวิดีโอเกมรองรับ อาทิ การใช้ทางลัดนอกเส้นทางที่กำหนด การจบเกมโดยไม่ต้องต่อสู้สักครั้งเดียว การจบเกมด้วย

3. ผู้เล่นที่รักความท้าทาย หมายถึง ผู้เล่นที่ประสงค์ชัยชนะ และพฤติกรรมที่ส่งผลให้เกิดชัยชนะภายในเกม ผู้เล่นมักมองตนเองว่าเป็นพวกต้องการแข่งขัน และเชื่อมั่นตนเองในทักษะการต่อสู้ของตนเอง รวมถึงคาดหวังความรู้สึกเหนือชั้นกว่าผู้อื่น ผู้เล่นที่รักความท้าทายมักให้ความสำคัญต่อสถิติระหว่างหรือหลังจบเกม เนื่องจากเป็นเครื่องแสดงความเก่งกาจในการเล่นเกมนั้น ๆ ยิ่งสถิติดังกล่าวแสดงบนหน้าประวัติการเล่น ผู้เล่นยิ่งเพิ่มความจริงจังระหว่างเล่น

4. ผู้หลบเลี่ยง หมายถึง ผู้เล่นที่ใช้เกมเป็นแหล่งพักพิงจากโลกภายนอก กล่าวคือชีวิตประจำวันของผู้เล่นซึ่งมักเกิดขึ้นหลังเห็นเหนื่อยจากการทำงาน สถานการณ์รบกวนจิตใจ หรือสถานการณ์กดดันอันนำไปสู่ความเครียดบ่อยครั้งที่ผู้หลบเลี่ยงเลือกเล่นในส่วนที่ขาดในโลกความเป็นจริง อาทิ อำนาจในการควบคุมสถานการณ์วุ่นวาย ยึดติดจินตนาการพลังวิเศษของตัวละคร เป็นต้น ผู้หลบเลี่ยงมักใช้เกมสำหรับจัดการสภาวะทางจิต

5. ผู้ติดตามเนื้อเรื่องเกม หมายถึง ผู้เล่นที่เล่นเกมเพราะหลงใหลเนื้อเรื่องโลกของเกม อาทิ ปุ่มหลังของตัวละครหลัก เรื่องราวการสร้างโลก (World Building) ตำนาน (Lore) ความลับ เป็นต้น ผู้ติดตามเนื้อเรื่องเกมบ่อยครั้งค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวเกมเพิ่มเติมจากแหล่งอื่นนอกเหนือวิดีโอเกมนำเสนอ

6. ผู้ต้องการพัฒนาตนเอง (Smarty-pants) หมายถึง ผู้เล่นที่ประสงค์พัฒนาสมอง และเสริมสร้างสติปัญญา โดยใช้เกมเป็นสื่อหลัก เนื่องจากวิดีโอเกมหลายประเภทต้องใช้การวางแผน ปฏิกริยาว่องไว การทำความเข้าใจสถานการณ์ และแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ผู้เล่นจำเป็นต้องปรับตัวตามสถานการณ์

ผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มต่าง ๆ

1. กลุ่มติดเกม หมายถึง ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่เกิดปัญหาในชีวิตประจำวันอันเกิดจากการเล่นเกมระยะเวลานาน ซึ่งส่งผลกับสุขภาพกายและจิต และความสัมพันธ์ (Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamkliang, & Pattana-amorn, 2014) มักแสดงอาการ 9 อาการ ดังนี้ 1) หงุดหงิดกับเกม 2) เมื่อไม่ได้เล่นเกม ทำให้เกิดสภาวะถอนตัว 3) เล่นเกมเป็นเวลานานและเพิ่มเวลาเล่นมากขึ้น 4) ล้มเหลวในการพยายามควบคุมการเล่นด้วยตนเอง 5) หดความสนใจงานอดิเรกประจำหรือกิจกรรมเพื่อความบันเทิงอื่น 6) การเล่นเกมมากเกินไปจนเหมาะสม 7) หลอกลวงสมาชิกในครอบครัว นักบำบัด หรือบุคคลอื่น เกี่ยวกับเวลาการเล่นเกม 8) ใช้เกมดิจิทัลเพื่อหลีกเลี่ยงหรือบรรเทาอารมณ์เชิงลบ และ 9) สูญเสียสัมพันธภาพ การงาน หรือการศึกษาอันเนื่องจากการเล่นเกม (American Psychiatric Association, 2013).

หากผู้เล่นมีอาการมากกว่า 5 ข้อขึ้นไป ภายในระยะเวลา 1 ปี จะมีแนวโน้มสู่การติดเกม หรือนำไปสู่การลดทอนความสามารถและขีดจำกัดส่วนบุคคลซึ่งจำเป็นต้องได้รับการบำบัดโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

2. กลุ่มเสี่ยง หมายถึง ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่แสดงอาการของการติดเกมในชีวิตประจำวันไม่ถึง 5 อาการ หรือแสดงอาการที่ไม่ได้ส่งผลกระทบรุนแรงต่อการใช้ชีวิต และแสดงอาการในระยะเวลาสั้น กลุ่มเสี่ยงมีระยะเวลาการเล่นใกล้เคียงกับกลุ่มติดเกม แต่สามารถดำเนินชีวิตประจำวัน การศึกษา หรือหน้าที่การงานครบสมบูรณ์ ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาวะทางจิต สุขภาพทางกาย (Wittek, Finserås, Pallesen, Mentzoni, Hanss, Griffiths, & Molde, 2016)

3. กลุ่มปกติ หมายถึง ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่ไม่มีปัญหาในชีวิตประจำวันอันเนื่องจากการเล่นเกม ใช้เวลาในการเล่นแต่ละครั้งเหมาะสมกับเวลาที่ผู้เล่นกำหนด สามารถหยุดเล่นได้ตามที่กำหนด หรือเล่นเกมเป็นครั้งคราว

ความแตกต่างของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์

กลุ่มติดเกมมีแรงจูงใจในการเล่นแตกต่างกับกลุ่มเสี่ยงและกลุ่มปกติ ค่อนข้างหลากหลายเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้เล่นอื่น Wan and Chiou (2007) ให้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มติดเกมกับกลุ่มไม่ติดเกมว่า กลุ่มติดเกมไม่ได้เล่นเกมเพื่อตอบสนองความพึงพอใจส่วนตัว แต่หากห่างเหินการเล่นเกมนจะส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจตรงกันข้ามกับกลุ่มไม่ติดเกมอื่น มักไม่เกิดความหงุดหงิด กลุ่มติดเกมมักมีแรงจูงใจจากภายในมากกว่าแรงจูงใจภายนอก อาทิ ความสงสัยใคร่รู้ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม อิสระเสรี ความสามารถที่เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มติดเกมมีแนวโน้มหลบเลี่ยงปัญหาในชีวิตประจำวัน คล้ายทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจของมาสโลว์ (Samangkul, Wiboonsawat, Buroksikon, Teeranate, Chaowasin, Channuan, 2009) ในส่วนความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Safety Needs) โดยหลีกเลี่ยงสภาวะทางจิตที่กำลังคุกคามผู้เล่น และมีแรงจูงใจในการสำเร็จเสร็จสิ้นในการเล่น (Zhong & Yao, 2013)

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีแนวคิดของ Maslow (1958) เกี่ยวกับระดับขั้นความต้องการของมนุษย์ กล่าวถึงแรงจูงใจของมนุษย์พัฒนาตามขั้นลำดับ ซึ่งต้องได้รับการตอบสนองขั้นก่อนหน้าเพื่อขึ้นระดับสูงกว่า แบ่งเป็น 5 ขั้น ได้แก่ ความต้องการทางสรีรวิทยา (Physiological Needs) ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความรักและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Love and Belonging Needs) ความต้องการเกียรติยศและศักดิ์ศรี (The Esteem Needs) และแรงจูงใจที่พัฒนาตนเองสู่ระดับสูง ซึ่งแบ่งย่อยเป็นการพัฒนาการตามศักยภาพของตน (Self-actualization) ความต้องการมีความรู้ เข้าใจสิ่งใหม่ (Cognitive Needs) และความต้องการด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Needs) ซึ่ง Kahn, Shen, Lu, Ratan, Coary, Hou, ... & Williams (2015) นำมาศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมน 6 ประเภท ในส่วนของการติดเกม Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamkhang, and Pattana-amorn (2014) จำแนกผู้เล่นออกเป็น 3 กลุ่ม แบ่งตามการติดเกม ได้แก่ กลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยงและกลุ่มติดเกม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกม และเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเล่นเกมนระหว่างผู้เล่นที่จำแนกตามกลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยง และกลุ่มติดเกม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย ใช้ฐานข้อมูลของเว็บไซต์ของผู้สนใจในเกมออนไลน์ จำนวน 2 กลุ่มใหญ่ในประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มที่ 1 Garena Thailand Official Facebook เป็นเพจเฟซบุ๊กทางการที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเกม มีผู้กดติดตาม 1,524,640 คน และ กลุ่มที่ 2 Online Station เป็นเพจเกี่ยวกับเว็บไซต์เกมอันดับหนึ่งของประเทศไทย มีผู้กดติดตาม 945,093 คน รวมมีประชากรในการวิจัยครั้งนี้ 2,469,733 คน (ข้อมูลสำรวจวันที่ 25 สิงหาคม 2565) เหตุผลที่เลือก 2 เพจดังกล่าว เนื่องจากความหลากหลายของผู้เล่นเกม และความหลากหลายของประเภทเกมที่ถูกหยิบยกเป็นหัวข้อสนทนา

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยคำนวณจากโปรแกรม G*Power โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ค่าอำนาจการทำนาย .95 และกำหนดค่าขนาดอิทธิพล .25 (Medium Size) กำหนดสถิติใช้ทดสอบคือ ANOVA: Fixed effects, omnibus, one-way คำนวณแล้วได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 252 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยป้องกันอัตราการตอบกลับต่ำ จึงได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 300 คน (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009) และใช้การสุ่มเลือกตัวอย่างตามความสะดวก โดยมีเกณฑ์การคัดเข้า คือ ผู้เข้าร่วมที่คัดเข้าการวิจัยเป็นผู้ที่อายุระหว่าง 18 ถึง 60 ปี และเป็นผู้ที่กดติดตามเพจ Garena Thailand Official Facebook และ/หรือ Online Station

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว ในการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้เล่นเป็นแบบเลือกตอบ 3 หัวข้อ จำนวนรวม 10 ข้อคำถาม ประกอบด้วย 1) เพศ 2) ช่วงอายุของผู้เข้าร่วมกรอกข้อมูลวิจัย และ 3) ช่วงจำนวนการเล่นเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

2. แบบสอบถามแรงจูงใจในการเล่นเกมนของ Kahn, Shen, Lu, Ratan, Coary, Hou, ... & Williams (2015) จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือกตอบ ลักษณะแบบสอบถามให้คะแนนแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert scale) มีค่าความเที่ยงตรง CFI เท่ากับ .93 ทั้งหมด 15 ข้อคำถาม ประกอบด้วยแรงจูงใจ 6 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 แรงจูงใจด้านสังคม หมายถึง ผู้เล่นมีแรงจูงใจในการเล่นเกมนเพื่อสร้าง และรักษาสัมพันธ์ภายในสังคม ประเภทที่ 2 แรงจูงใจด้านการเสริมสร้างสมรรถนะ หมายถึง ผู้เล่นมีแรงจูงใจที่ต้องการสำรวจทุกองค์ประกอบของเกมน ซึ่งผู้สำรวจทุกขอกทุกมุมคาดหวังว่าจะพยายามทุกสิ่งทุกอย่างเท่าที่เป็นไปได้ ประเภทที่ 3 แรงจูงใจจากความท้าทาย หมายถึง ผู้เล่น

เกมมีแรงจูงใจที่ประสงค์ชัยชนะ และพฤติกรรมที่ส่งผลให้เกิดชัยชนะภายในเกม ผู้เล่นที่จำแนกตนเองอยู่ในแรงจูงใจประเภทนี้ มักจะมองตนเองว่าเป็นพวกต้องการแข่งขัน และเชื่อมั่นตนเองในทักษะการต่อสู้ของตนเอง รวมถึงคาดหวังความรู้สึกเหนือชั้นกว่าผู้อื่น ประเภทที่ 4 แรงจูงใจเพื่อหลบหนี หมายถึง ผู้เล่นเกมมีแรงจูงใจที่ใช้เกมเพื่อหลบหนีจากชีวิตประจำวัน ซึ่งมักเกิดขึ้นหลังเหนื่อยล้าจากการทำงาน สถานการณ์ที่น่ารำคาญจิตใจ หรือสถานการณ์กดดัน ประเภทที่ 5 แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม หมายถึง ผู้เล่นเกมมีแรงจูงใจที่เล่นเกมเพราะหลงใหลในเนื้อเรื่องโลกของเกม ประกอบด้วย เรื่องราวของตัวละครหลัก นิทาน ตำนาน เบื้องลึกเบื้องหลัง (Backstory) รวมถึงการหาอ่านหนังสือ นิยายสารเล้าเรื่องราวเกี่ยวกับเกม และประเภทที่ 6 แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง หมายถึง ผู้เล่นเกมมีแรงจูงใจที่ประสงค์พัฒนาสมอง และเสริมสร้างสติปัญญาโดยใช้เกมเป็นสื่อหลัก

3. แบบทดสอบการติดเกมของ Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamkhang, and Pattana-amorn (2014) แบบสอบถามความคิดเห็นจำนวน 1 ฉบับ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือกตอบ ลักษณะแบบสอบถามให้คะแนนแบบประมาณค่า 4 ระดับ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท มีค่าวัดอัลฟาครอนบาชเท่ากับ .92 ทั้งหมด 16 ข้อคำถาม ประกอบด้วย 3 ประเด็น ประเด็นที่ 1 การหมกมุ่นกับเกม (Preoccupation with Game) ประเด็นที่ 2 การสูญเสียความสามารถในการควบคุมการเล่นเกม (Loss of Control) และประเด็นที่ 3 การสูญเสียหน้าที่ความรับผิดชอบ (Function Impairment)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเขียนเรื่องหนังสือขออนุเคราะห์จากเพจ Online Station และ Garena Thailand Official Facebook ซึ่งเป็นพื้นที่เก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการเกี่ยวกับการขออนุญาตเก็บข้อมูลสมาชิกที่กวดติดตามทั้ง 2 เพจ

2. ผู้วิจัยกระจายแบบสอบถามตามทั้งสองเพจดังกล่าว โดยนำแบบสอบถามที่ได้ทำการแจกแบบสอบถามความคิดเห็นรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านทางกูเกิลฟอร์ม (Google Form) ได้รับการตอบกลับทั้งหมด 371 ฉบับ

3. นำข้อมูลที่เก็บเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบความถูกต้อง คัดแยกข้อมูลที่ไม่เหมาะสม เช่น ตอบแบบทิ้งตั้ง ไม่เข้าข่ายเกณฑ์คัดเข้า เป็นต้น นำข้อมูลสมบูรณ์ที่คัดแยกความถูกต้องจำนวน 313 ฉบับมาจัดหมวดหมู่ตามแบบทดสอบการติดเกมของ Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamkhang, and Pattana-amorn (2014) โดยแบ่งทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยง และกลุ่มติดเกม

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแรงจูงใจในการเล่นเกมน มาจัดหาแรงจูงใจของแต่ละข้อมูลจากนั้นจัดหมวดหมู่ทั้ง 6 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านการเสริมสร้างสมรรถนะ แรงจูงใจจากความท้าทาย แรงจูงใจเพื่อหลบหนี แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม และแรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง

5. นำข้อมูลจากหมวดหมู่ของแบบทดสอบการติดเกมของ Pornnoppado, Sornpaisarn, Kamkhang, and Pattana-amorn (2014) กับแบบสอบถามแรงจูงใจในการเล่นเกมน จากนั้นใช้ Kruskal-Wallis (Non-parametric one-way ANOVA) แล้วสรุปการศึกษาความแตกต่างของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มต่าง ๆ

ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลคือ ช่วงเดือน กันยายนถึงตุลาคม พ.ศ.2565

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตโดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รหัสโครงการวิจัย CMUREC 2565/104 โดยข้อมูลที่ทำการบันทึกและวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยต้องใช้รหัสในการเข้าถึงระบบภายในเครื่องคอมพิวเตอร์เท่านั้น โดยผู้วิจัยเป็นผู้กำหนดรหัสผ่าน และเป็นผู้เดียวที่ทราบ อย่างไรก็ตามมีเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว โดยใช้เพื่อศึกษาและตรวจสอบความถูกต้องที่เกี่ยวกับโครงการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ในการนำเสนอ

ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลภาพรวมและนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น อีกทั้งข้อมูลทั้งหมดจะถูกทำลายภายใน 6 เดือน ภายหลังจากงานวิจัยได้รับการเผยแพร่

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ Kruskal-Wallis (Non-Parametric One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้สถิติ Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง เนื่องจากประชากรมีการแจกแจงไม่ปกติ และมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งใช้สถิตินี้ในส่วนของตัวแปรอิสระ คือ การติดเกม (Game Addiction) ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านการเสริมสร้างสมรรถนะ แรงจูงใจจากความท้าทาย แรงจูงใจเพื่อหลบหนี แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม และแรงจูงใจเพื่อพัฒนาตนเอง

ผลการวิจัย

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนตัว

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	253	80.80
หญิง	60	19.20
อายุ		
18 – 24 ปี	128	40.90
25 – 34 ปี	139	44.40
35 – 44 ปี	43	13.70
45 – 60 ปี	3	1.00
จำนวนการเล่นเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ชั่วโมงต่อสัปดาห์)		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	15	4.80
ระหว่าง 1 – 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	60	19.20
ระหว่าง 6 – 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	67	21.40
มากกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	171	54.60

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 80.80 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่างอายุ 25 ถึง 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.40 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนการเล่นเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คือมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 54.60

ตาราง 2 การจำแนกกลุ่มการติดเกม

ระดับการติดเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มปกติ	210	67.10
กลุ่มเสี่ยง	73	23.30
กลุ่มติดเกม	30	9.60

จากตาราง 2 พบว่า ผู้เล่นเกมที่อยู่ในกลุ่มปกติมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.10 รองลงมา คือ กลุ่มเสี่ยงคิดเป็นร้อยละ 23.30 และกลุ่มติดเกมคิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ

ตาราง 3 คะแนนแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มการตีเกม

แรงจูงใจ	กลุ่มปกติ		กลุ่มเสี่ยง		กลุ่มติดเกม		รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
แรงจูงใจด้านสังคม	2.93	.922	3.18	.777	3.11	.863	3.01	.889
แรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์	3.67	.767	3.82	.753	3.70	.872	3.71	.775
แรงจูงใจจากความท้าทาย	3.08	.883	3.32	.854	3.54	.750	3.18	.876
แรงจูงใจเพื่อหลบหนี	3.35	.895	3.51	.889	3.56	1.02	3.41	.907
แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม	3.84	.892	3.78	.754	3.71	.795	3.81	.851
แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง	3.46	.840	3.41	.787	3.38	.727	3.44	.816

จากตาราง 3 พบว่าในภาพรวม ผู้เล่นเกมออนไลน์มีแรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = .851) มากกว่าผู้เล่นที่มีแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .775) แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = .816) แรงจูงใจเพื่อหลบหนี ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = .907) แรงจูงใจจากความท้าทาย ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .876) และแรงจูงใจด้านสังคม ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = .889) ตามลำดับ เมื่อแยกตามกลุ่มการตีเกม กลุ่มปกติมีคะแนนแรงจูงใจมากที่สุด คือแรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .892) รองลงมาคือแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .767) ตามลำดับ กลุ่มเสี่ยงมีคะแนนแรงจูงใจมากที่สุด คือแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .753) รองลงมาคือแรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .754) และกลุ่มติดเกมมีคะแนนแรงจูงใจมากที่สุด คือแรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .795) และรองลงมาคือแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .872) ตามลำดับ

ตาราง 4 ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามระดับการตีเกม

แรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	ผลทดสอบ
แรงจูงใจด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	3.783	2	1.891	2.412	.091	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	243.071	310	.784			
	รวม	246.853	312				
แรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์	ระหว่างกลุ่ม	1.255	2	.627	1.044	.353	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	186.200	310	.601			
	รวม	187.455	312				
แรงจูงใจจากความท้าทาย	ระหว่างกลุ่ม	7.321	2	3.660	4.889	.008*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	232.113	310	.749			
	รวม	239.434	312				

ตาราง 4 (ต่อ)

แรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	ผลทดสอบ
แรงจูงใจเพื่อหลบหนี	ระหว่างกลุ่ม	2.047	2	1.024	1.245	.289	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	254.959	310	.822			
	รวม	257.006	312				
แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม	ระหว่างกลุ่ม	.512	2	.256	.351	.704	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	225.741	310	.728			
	รวม	226.252	312				
แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	.277	2	.138	.207	.813	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	207.495	310	.669			
	รวม	207.772	312				

* หมายถึง p-value <.05

จากตาราง 4 พบว่า ผู้เล่นเกมที่มีระดับการติดเกมมีแรงจูงใจจากความท้าทายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ($F=4.889$, Sig.= .008) ส่วนแรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ แรงจูงใจเพื่อหลบหนี แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม และแรงจูงใจจากการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน

ตาราง 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มต่าง ๆ จำแนกตามระดับการติดเกมรายคู่

แรงจูงใจ	ระดับความติดเกม	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มปกติ	กลุ่มเสี่ยง	กลุ่มติดเกม
แรงจูงใจด้านสังคม	กลุ่มปกติ	8.80	-	2.631	0.980
	กลุ่มเสี่ยง	9.56	-	-	-0.864
	กลุ่มติดเกม	9.33	-	-	-
แรงจูงใจด้านเสร็จสิ้นสมบูรณ์	กลุ่มปกติ	11.0	-	1.700	0.618
	กลุ่มเสี่ยง	11.5	-	-	0.636
	กลุ่มติดเกม	11.1	-	-	-
แรงจูงใจจากความท้าทาย	กลุ่มปกติ	9.27	-	2.64	3.64*
	กลุ่มเสี่ยง	9.99	-	-	1.90
	กลุ่มติดเกม	10.6	-	-	-

ตาราง 5 (ต่อ)

แรงจูงใจ	ระดับความตึงเครียด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มปกติ	กลุ่มเสี่ยง	กลุ่มติดเกม
แรงจูงใจเพื่อหลบหนี	กลุ่มปกติ	6.72	-	1.913	1.733
	กลุ่มเสี่ยง	7.03	-	-	0.589
	กลุ่มติดเกม	7.13	-	-	-
แรงจูงใจจากเนื้อเรื่อง	กลุ่มปกติ	7.68	-	-1.141	-1.280
	กลุ่มเสี่ยง	7.56	-	-	-0.550
	กลุ่มติดเกม	7.43	-	-	-
แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง	กลุ่มปกติ	6.93	-	-0.930	-1.149
	กลุ่มเสี่ยง	6.82	-	-	-0.454
	กลุ่มติดเกม	6.77	-	-	-

* หมายถึง p-value <.05

จากตาราง 5 พบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มปกติมีแรงจูงใจจากความท้าทายแตกต่างกับกลุ่มติดเกมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนแรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านการเสริมสร้างสมรรถนะ แรงจูงใจเพื่อหลบหนี แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม และแรงจูงใจจากการพัฒนาตนเองไม่พบความแตกต่างระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยง และกลุ่มติดเกม

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ความแตกต่างของแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มต่าง ๆ ผู้วิจัยอภิปรายผลตามแรงจูงใจในการเล่นเกมนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายแรงจูงใจในแต่ละกลุ่ม จากวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเล่นเกมนของผู้เล่นเกมที่แบ่งตามระดับความรุนแรงของปัญหาการติดเกม แรงจูงใจในภาพรวมของผู้เล่นเกมปกติ และกลุ่มติดเกม แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกมอยู่ในระดับมาก อาจอธิบายได้ว่า ผู้เล่นกลุ่มปกติและกลุ่มติดเกมมีแนวโน้มชอบเป็นส่วนหนึ่งกับเกมและชอบเนื้อเรื่องภายในเกม แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องสร้างความพึงพอใจและความหมกมุ่น ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของการติดเกม สอดคล้องกับการศึกษาของ Bormann and Greitemeyer (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่องภายในเกม (In-game Storytelling) กล่าวว่า นอกจากความพึงพอใจและบริบทของเนื้อหาเกม องค์ประกอบจำพวกการเล่าเรื่องกับชื่อตัวละครยังส่งอิทธิพลกับผู้เล่น อันส่งเสริมการเชื่อมโยงกับประสบการณ์ส่วนตัว สร้างอารมณ์ร่วมต่อผู้เล่นเกม เกิดความเห็นอกเห็นใจอารมณ์ของตัวละครสมมติ โดยเฉพาะอาการบาดเจ็บและชัยชนะของตัวละคร ส่งผลให้ผู้เล่นประสพคฤติติตามเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบเกม เช่นเดียวกับผลสืบเนื่องจากการกระทำของตัวละคร ซึ่งบางครั้งนำมาเปรียบเทียบกับตนเอง ผู้เล่นมักรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง (Martins, Zagalo, & Oliveira, 2023)

สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Bandura, 1969) ด้านการเรียนรู้โดยการสังเกตพฤติกรรมผู้อื่น (Vicarious Learning) เป็นแรงจูงใจทางอ้อมที่ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้เล่น โดยมีสื่อวิดีโอเกมเป็นตัวกระตุ้นหลัก ส่งผลให้ผู้เล่นเพิ่มระยะเวลาเล่น เพื่อติดตามเรื่องราวของตัวละครตั้งแต่ต้นจนจบบริบูรณ์

ผู้เล่นเกมกลุ่มเสี่ยงมีแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด อาจอธิบายได้ว่า ผู้เล่นเกมกลุ่มเสี่ยงมีแนวโน้มชอบเรียนรู้ทุกองค์ประกอบของเกม ชอบเสาะหาการทำงานของเกมและเสาะหาการทำงานของ เกม สอดคล้องกับการศึกษาของ Cruz, Hanus, and Fox (2017) ที่ศึกษาการให้เหรียญตราความสำเร็จ (Badge) กับผู้เล่นที่ทำภารกิจเสร็จสิ้นตามเงื่อนไขเฉพาะเจาะจง ให้เหตุผลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ระบบ มอบเหรียญตราทำให้ผู้เล่นเห็นความก้าวหน้าในการเล่น เป็นเหตุผลสำหรับเล่นเกมเดิมซ้ำ หรือลองรูปแบบ การเล่นที่แตกต่างจากครั้งที่ผ่านมา แม้บ่อยครั้งผู้เล่นไม่ได้ต้องการความบันเทิงจากการเล่น แต่เล่นเพื่อทำภารกิจ ที่เกมกำหนดเสร็จสิ้นทั้งหมด เข้าข่ายล้มเหลวในการพยายามควบคุมการเล่นของตนเองของ DSM-5 กล่าว คือ ผู้เล่นเพิ่มเวลาเล่น เพื่อเก็บรวบรวมเหรียญตราความสำเร็จ แม้เกมออนไลน์ไม่ได้ตอบสนองความต้องการด้าน ความพึงพอใจ หรือความบันเทิง

การศึกษาพบการให้เหรียญตราลำบากกับการได้รับรางวัลหากภารกิจยากหรือใช้เวลาสำเร็จนาน ผู้เล่นมักรู้สึก หมดพลังและท้อแท้ ทงกลับกันหากผู้เล่นไม่สามารถเก็บเหรียญตราได้ครบ ผู้เล่นบางคนพบอาการเกรี้ยวกราด และรู้สึกคับข้องใจ Slattery, Romkey, and Yakovenko (2023) กล่าวว่า หากผู้เล่นไม่สามารถตอบสนอง การเสร็จสิ้นสมบูรณ์ (ได้รับไอเทมที่ต้องการ สะสมถ้วยรางวัล บรรลุผลสำเร็จที่เกมกำหนด ฯลฯ) ผู้เล่นจะ ประสบภาวะทางจิต อาทิ ภาวะผิตหวัง เป็นต้น ผู้เล่นที่มีแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์มักมองเหรียญตรา และเครื่องหมายแสดงความสำเร็จหรือไอเทม เป็นหน้าต่างทางสังคมของตนเองบนสังคมโลกออนไลน์ ผู้เล่น ถูกสังคมแวดล้อมกดดัน หรือความปรารถนาโดยตรงของผู้เล่น ที่ประสงค์มีตัวตนบนโลกออนไลน์ที่คนอื่นแสดง เครื่องแต่งกาย เหรียญตราที่โดดเด่นกว่าตนเอง (Cruz, Hanus, & Fox, 2017)

สอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow (1958) ลำดับขั้นความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม จากแรงกดดันของสังคมรอบข้างอันส่งผลต่อผู้เล่น รวมถึงระบบแสดงเหรียญตราของผู้เล่นอื่น โดยการแสวงหา สิ่งที่สังคมรอบข้างแสดงออกเพื่อไม่ให้รู้สึกแปลกแยกจากกลุ่ม

2. อธิบายความแตกต่างของแรงจูงใจในแต่ละกลุ่ม ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่ระดับการติดเกมกลุ่มต่าง ๆ มี แรงจูงใจจากความท้าทายแตกต่างกับแรงจูงใจอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัย แรงจูงใจ ในการเล่นเกมของผู้เล่นเกมที่แบ่งตามระดับความรุนแรงของปัญหาการติดเกมมีความแตกต่างกัน ขณะที่แรงจูงใจ อื่นไม่มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจอธิบายได้ว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์มีแนวโน้มให้ ความสำคัญกับชัยชนะ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักในการเล่น เล่นเกมเพื่อชัยชนะ และการเป็นคนที่ยรวดเร็วและ มีทักษะมากที่สุดในเกมเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับแรงจูงใจจากความท้าทายมีแนวโน้มแปลกแยกและอาจส่งผลต่อ ระดับการเสพติดเกมต่างจากแรงจูงใจอื่น ตามนิยามแรงจูงใจจากความท้าทายของ Kahn, Shen, Lu, Ratan, Coary, Hou, ... & Williams (2015) คือ ผู้เล่นที่ประสงค์ชัยชนะและพฤติกรรมที่ส่งผลให้เกิดชัยชนะ มักจะมอง ตนเองว่าเป็นพวกต้องการแข่งขัน เชื่อมั่นตนเองในทักษะการเล่น เกม สอดคล้องกับแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ของผู้เล่น (Wan & Chiou, 2007)

การวิจัยล่าสุดของ Yang, Wang, Cook, and Fuller (2023) ที่ศึกษาการเล่นเกมที่ระหว่างการแพร่ระบาดของ ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระหว่างผู้เล่นเกมแข่งขันกับผู้เล่นเชิงสนทนา พบว่า ผู้เล่นเกมแข่งขัน ใช้เวลาในการเล่นและการรับชมการเล่นของผู้อื่นเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพ การเล่นของตนเอง การฝึกฝนทักษะการเล่นที่มีความท้าทายมาก บ่อยครั้งส่งผลให้ติดพัน ขยายการเล่นเป็น หลายชั่วโมง และต่อเนื่องหลายวัน สอดคล้องกับอาการของการติดเกมตามนิยามของ American Psychiatric Association (2013) กล่าวคือ คล้ายคลึงกับโรคทางจิตเวชที่เกิดจากการใช้สารเสพติดและการติดการพนัน

Kshetri (2009) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของการเล่นเกมด้วยความท้าทายเริ่มจากประเทศเกาหลีใต้ โดยสถานี โทรทัศน์ถ่ายทอดการแข่งขันเกมระดับมืออาชีพ จากนั้นเผยแพร่มาบริเวณเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อุปนิสัย การเล่นเกมของผู้เล่นเกมเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการบรรยายได้สูงขึ้น จำนวนชั่วโมงการเล่นปรับตัวเพิ่มตาม

ส่งผลให้ความต้องการความท้าทาย และการแข่งขันอีสปอร์ต ปรับตัวสูงยิ่งกว่าเดิม (Anh, 2021) นอกจากนี้ Kuss and Griffiths (2012) ได้ศึกษาการเสพติดเกม พบว่า ชุมชนผู้เล่นเกมภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มักเล่นเพื่อความท้าทาย ซึ่งผู้เล่นเหล่านั้นมักให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น โดยภาพลักษณ์บนสังคมออนไลน์ให้คุณค่าตามระดับความสามารถของผู้เล่น กล่าวคือ หากผู้เล่นมีความสามารถเหนือกว่าผู้อื่น หรือได้รับจัดอันดับในตำแหน่งต้นของประเทศและนานาชาติ ผู้เล่นผู้มีความสามารถมักได้รับการยกย่องมากกว่าผู้เล่นทั่วไป

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

แรงจูงใจของผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มปกติ และกลุ่มติดเกม มีแรงจูงใจจากเนื้อเรื่องอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ตามลำดับ ขณะที่แรงจูงใจของผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มเสี่ยง มีแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับรองลงมาคือ แรงจูงใจจากเนื้อเรื่องของเกม ตามลำดับ และผลการดำเนินการวิจัยในภาพรวมของแต่ละแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้น 6 ด้าน ผลการศึกษาบ่งชี้แรงจูงใจจากความท้าทายเท่านั้นที่พบความแตกต่างจากแรงจูงใจอื่น และพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้เล่นเกมปกติกับกลุ่มติดเกมเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากข้อมูลของการศึกษา สำหรับผู้ให้คำปรึกษาทางจิตวิทยา และนักบำบัดทางจิตวิทยาในการวางแผน เพื่อช่วยเหลือผู้รับการปรึกษาทางจิตวิทยาที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง ที่พบว่า มีแรงจูงใจด้านการเสร็จสิ้นสมบูรณ์มาก และกลุ่มติดเกมที่มีแรงจูงใจด้านเนื้อเรื่องของเกม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความรุนแรงของพฤติกรรมไม่พึงประสงค์และแก้ปัญหาการติดเกม

2. ข้อจำกัดด้านแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้น การศึกษานี้ไม่ได้ครอบคลุมแรงจูงใจทั้งหมดของผู้เล่นเกมออนไลน์ ผู้ที่ประสงค์นำการศึกษานี้ใช้ในการวิจัยครั้งหน้า ควรศึกษาแรงจูงใจอื่นนอกเหนือแรงจูงใจทั้งหมดที่กล่าวมา เพื่อความหลากหลายและครอบคลุมแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้น อันจะนำไปสู่พฤติกรรมติดเกม

3. ข้อจำกัดด้านจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อย ส่งผลให้อัตราการติดเกมต่ำ (ร้อยละ 9.6) อาจส่งผลต่อความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ รวมถึงประชากรแจกแจงไม่ปกติ และความแปรปรวนไม่เท่ากัน อีกทั้งเก็บข้อมูลจากกลุ่มปิดส่งผลให้อัตราการตอบกลับต่ำ คำแนะนำสำหรับประยุตงานวิจัยนี้ คือ ควรเพิ่มเติมกลุ่มประชากร

4. การเลือกตัวอย่างตามความสะดวกอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้อัตราส่วนความแปรปรวนไม่เท่ากัน หรืออัตราการติดเกมต่ำ ควรเปลี่ยนเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) เพื่อความแม่นยำในการแปลผลการวิจัย

References

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders : DSM-5. 5th ed.* Washington, D.C.: American Psychiatric Association.
- Anh, P. Q. (2021). Shifting the focus to East and Southeast Asia: A critical review of regional game research. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 14(2), 173-196. <https://doi.org/10.1007/s40647-021-00317-7>
- Apsitwasana, N. (2015). *Development of Self-Regulation on Gaming Addiction by a Participatory Learning School and Family-based Intervention Program among Grade 4-5 Students in Bangkok Thailand.* (Doctoral dissertation, Chulalongkorn University).

- Bandura, A. (1969). Social-learning theory of identificatory processes. *Handbook of socialization theory and research*, 213, 262.
- Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. *Journal of MUD research*, 1(1), 19.
- Bormann, D., & Greitemeyer, T. (2015). Immersed in virtual worlds and minds: effects of in-game storytelling on immersion, need satisfaction, and affective theory of mind. *Social Psychological and Personality Science*, 6(6), 646-652. <https://doi.org/10.1177/194855061557817>
- Charoenwanit, S., & Sumneangsator, T. (2014). Predictors of game addiction in children and adolescents. *Thammasat Review*, 17(1), 150-166.
- Cruz, C., Hanus, M. D., & Fox, J. (2017). The need to achieve: Players' perceptions and uses of extrinsic meta-game reward systems for video game consoles. *Computers in Human Behavior*, 71, 516-524. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.017>
- Entertainment Software Association. (2019). *2019 essential facts about the computer and video game industry*. Retrieved February 15, 2021, from <https://www.theesa.com/esa-research/2019-essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry/>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1 : Tests for correlation and regression analyses. *Behaviour Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Gough, C. (2020). *Age breakdown of video game players in the United State in 2020*. Statista. Retrieved August 28, 2020, from <https://www.statista.com/statistics/189582/age-of-us-video-game-players-since-2010/>
- Hainey, T., Connolly, T., Stansfield, M., & Boyle, E. (2011). The differences in motivations of online game players and offline game players: A combined analysis of three studies at higher education level. *Computers & Education*, 57(4), 2197-2211. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.06.001>
- Kahn, A. S., Shen, C., Lu, L., Ratan, R. A., Coary, S., Hou, J., ... & Williams, D. (2015). The trojan player typology: A cross-genre, cross-cultural, behaviorally validated scale of video game play motivations. *Computers in Human Behavior*, 49, 354-361. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.018>
- Kiatrungrit, K. (2020). "Game addiction" threats endangering Thai children (Part 1). *Thairath Online*. Retrieved August 28, 2020, from <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1368725>
- Kshetri, N. (2009). The evolution of the Chinese online gaming industry. *Journal of Technology Management in China*, 4(2), 158-179. <https://doi.org/10.1108/17468770910965019>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, 278-296. <https://doi.org/10.1007/s11469-011-9318-5>
- Lee, J., Lee, M., & Choi, I. H. (2012). Social network games uncovered: Motivations and their attitudinal and behavioral outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(12), 643-648. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0093>

- Martins, D., Zagalo, N., & Oliveira, A. P. (2023). Motivation and flow experience as crucial factors in the completion of narrative games. *Digital Games Research Association*. Seville, Spain.
- Maslow, A. H. (1958). A dynamic theory of human motivation. In C. L. Stacey & M. DeMartino (Eds.), *Understanding human motivation* (pp. 26–47). Howard Allen Publishers. <https://doi.org/10.1037/11305-004>
- Petry, N. M., Rehbein, F., Ko, C. H., & O'Brien, C. P. (2015). Internet gaming disorder in the DSM-5. *Current Psychiatry Reports*, 17(9), 72. <https://doi.org/10.1007/s11920-015-0610-0>
- Pornnoppado, C., Sornpaisarn, B., Kamkliang, K., & Pattana-amorn, S. (2014). Developing game addiction screening test. *The Journal of the Psychiatric Association of Thailand*, 59(1), 3-14.
- Quwaider, M., Alabed, A., & Duwairi, R. (2019). The impact of video games on the players behaviors: A survey. *Procedia Computer Science*, 151, 575-582. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.04.077>
- Samangkul, S., Wiboonsawat, P., Buroksikon, D., Teeranate, N., Chaowasin, S., & Channuan, N. (2009). *General psychology*. Handbook Project, Chiang Mai University. Research Promotion and Handbook Division, Office of Educational Services, Chiang Mai University. Department of Psychology, Faculty of Humanities, Chiang Mai University. (8th ed.).
- Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., & Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*, 24(1), 213-224.
- Slattery, J., Romkey, I., & Yakovenko, I. (2023). Impulsivity and video game-related motives as predictors of video game loot box use. *Canadian Journal of Addiction*, 14(3), 43–51. <https://doi.org/10.1097/CXA.0000000000000183>
- Thailand E-Sports Federation (TESF). (2021). *Main website*. Retrieved February 11, 2021, from <https://tesf.or.th/about/>
- Wan, C. S., & Chiou, W. B. (2007). The motivations of adolescents who are addicted to online games: a cognitive perspective. *Adolescence*, 42(165), 179–197.
- Wittek, C. T., Finserås, T. R., Pallesen, S., Mentzoni, R. A., Hanss, D., Griffiths, M. D., & Molde, H. (2016). Prevalence and predictors of video game addiction: A study based on a national representative sample of gamers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14, 672-686. <https://doi.org/10.1007/s11469-015-9592-8>
- Yang, J., Wang, R., Cook, A., & Fuller, R. (2023). Gaming during the COVID-19 pandemic: Examining its effect on loneliness & motivation, playing and gratification differences between competitive and recreational gamers. *Telematics and Informatics Reports*, 11, 100093. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100093>
- Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>
- Zhong, Z. J., & Yao, M. Z. (2013). Gaming motivations, avatar-self identification and symptoms of online game addiction. *Asian Journal of Communication*, 23(5), 555-573. <https://doi.org/10.1080/01292986.2012.748814>

