



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน



โดย
นายณัฐกิตต์ จังพานิช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

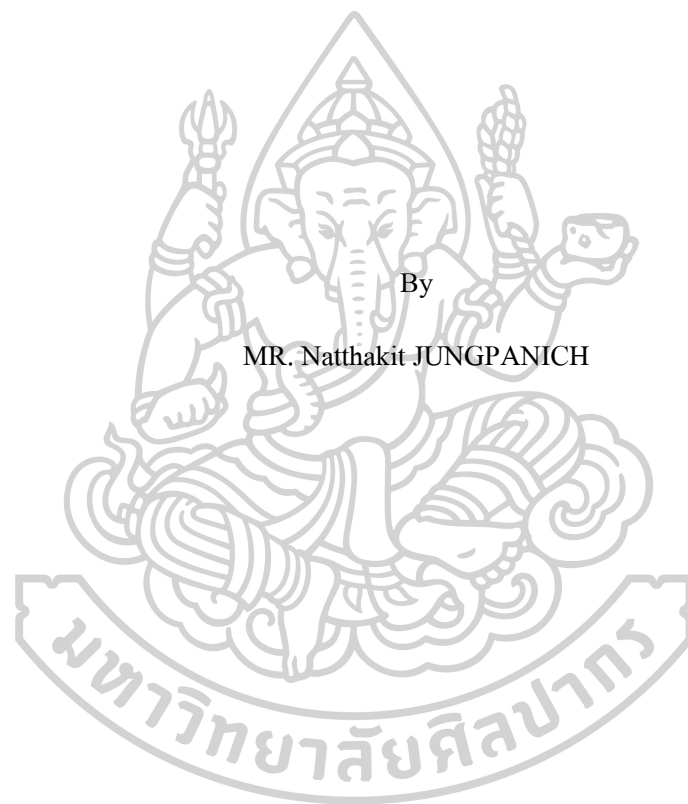
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงาน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO PLAY GACHA GAME OF
TEENAGE AND WORKING AGE



By

MR. Natthakit JUNGPANICH

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

60602317 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน, ความเพลิดเพลิน, เกมกาชา

นาย ณิชุกิตต์ จังพานิช: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงาน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน และการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน ที่มีต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยคือ ประชาชนในวัยรุ่นและวัยทำงาน อายุ 15- 60 ปี ที่เล่นหรือเคยเล่นเกมกาชามาก่อน จำนวน 400 ราย สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอ้างอิงด้วยการทดสอบที การทดสอบเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ความเพลิดเพลิน ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชา



60602317 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : Theory of planned behavior, Enjoyment, Gacha game

MR. NATTHAKIT JUNGPANICH : FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO
PLAY GACHA GAME OF TEENAGE AND WORKING AGE THESIS ADVISOR :
ASSOCIATE PROFESSOR PITAK SIRIWONG

This research aimed to study the difference of demographic characteristics such as gender, age, education, job, and Individual's monthly earning that affected the Intention to play gacha game of teenage and working age. Also, to study the influence of Attitude toward playing gacha game, subjective norm, perceived behavioral control and enjoyment on Intention to play gacha game of teenage and working age. The 400 samples of this research were teenage and working age of 15 – 60 years old who have played gacha game before, using convenience sampling technique with questionnaire as the research instrument. The data were analyzed with statistical tools to find frequency, percentage, mean, and standard deviation, along with reference statistic, such as t-test, F-test, and multiple regression analysis. Results showed that the difference of age, Education, Job, and Individual's monthly earning affected the Intention to play gacha game. Furthermore, enjoyment, attitude toward playing gacha game, and perceived behavioral control had an influence on intention to play gacha game.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ รวมไปถึงการตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ และกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ปริญญา หรุ่นโพธิ์ ประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ คณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำเพิ่มเติมในการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้ถูกต้อง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณพี่และเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 10 ที่ให้ความช่วยเหลือตลอดการศึกษาของข้าพเจ้า

สุดท้ายด้วยความงามความดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะบทเรียนที่มีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติพี่น้อง ที่คอยให้กำลังใจและส่งเสริมในทุก ๆ ด้านมาโดยตลอด จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี



ณัฐกิตต์ จังพานิช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มา และความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
3. สมมติฐานการวิจัย	3
4. ขอบเขตการวิจัย.....	4
5. กรอบแนวคิด	5
6. ประโยชน์ที่ได้รับ	6
7. นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
1. โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม (Freemium Business Model).....	7
2. เกมภาษา.....	12
3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior).....	16
4. ทักษะคดี	20
5. ความเพลิดเพลิน (Enjoyment)	23
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26

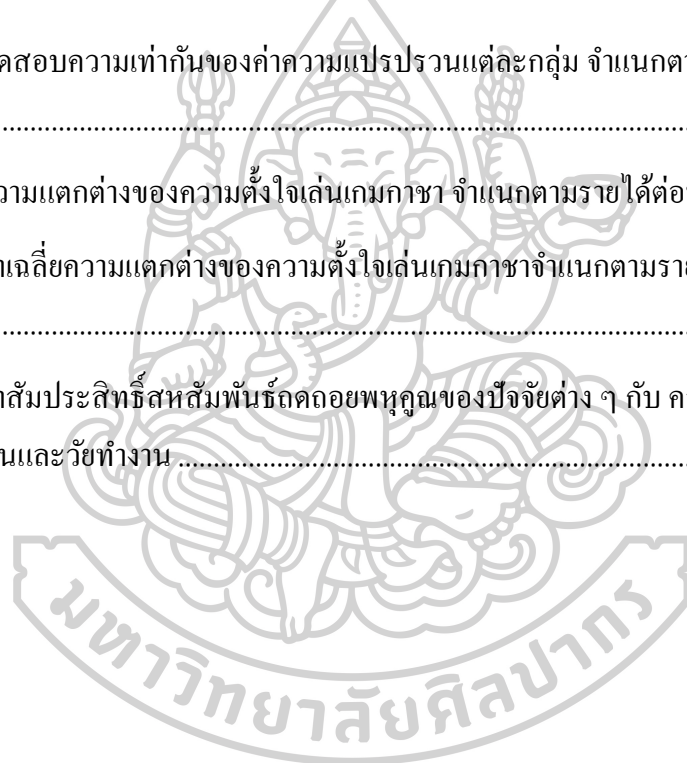
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
1. ระเบียบวิธีวิจัย	30
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3. ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	30
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	33
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
7. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	36
2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน.....	39
3. การวิเคราะห์ความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน.....	43
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	44
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	57
1. สรุปผลการวิจัย	57
2. อภิปรายผล.....	59
3. ข้อเสนอแนะ	61
รายการอ้างอิง	64
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	70
ภาคผนวก ข แบบสอบถามการวิจัย	72
ประวัติผู้เขียน	76

สารบัญตาราง

หน้า

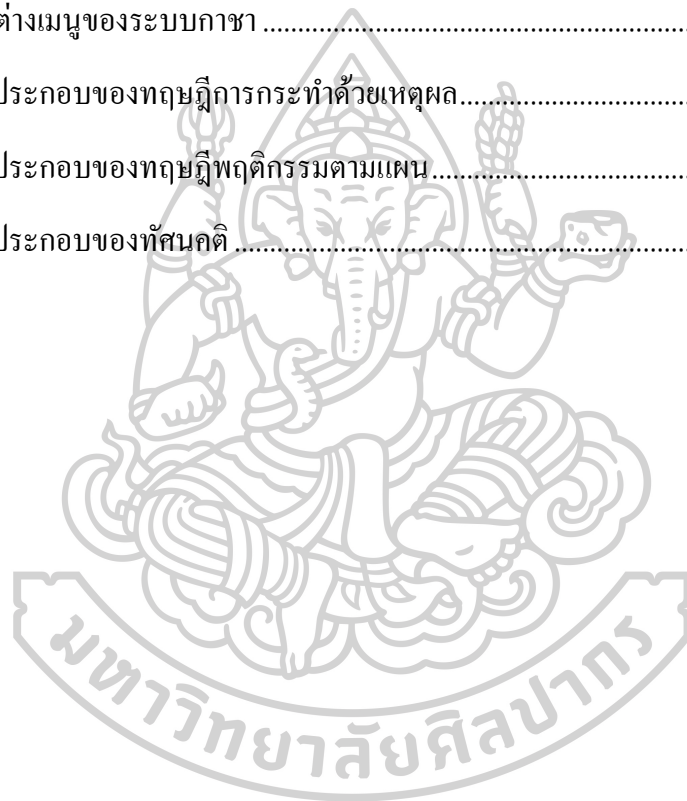
ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ	36
ตารางที่ 2 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ	37
ตารางที่ 3 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	37
ตารางที่ 4 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ	38
ตารางที่ 5 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน	38
ตารางที่ 6 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ (จัดกลุ่มใหม่).....	39
ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาโดยรวม	40
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา	40
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	41
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม.....	42
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเพิลิคเพลิน	43
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเล่นเกมกาชา	44
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 14 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 15 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชาจำแนกตามอายุ	47

ตารางที่ 17 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	48
ตารางที่ 18 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	48
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ...	49
ตารางที่ 20 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามอาชีพ	50
ตารางที่ 21 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษา จำแนกตามอาชีพ	50
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาจำแนกตามอาชีพ	51
ตารางที่ 23 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อ เดือน	52
ตารางที่ 24 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษา จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน	52
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาจำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน	53
ตารางที่ 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คอลลอยพหุคูณของปัจจัยต่าง ๆ กับ ความตั้งใจเล่นเกมภาษา (Y1) ของวัยรุ่นและวัยทำงาน	55



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	5
ภาพที่ 2 แผนภาพโมเดลธุรกิจแบบพรีเมียม	8
ภาพที่ 3 คุณลักษณะของระบบภาษา.....	13
ภาพที่ 4 หน้าต่างเมนูของระบบภาษา	14
ภาพที่ 5 องค์ประกอบของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล.....	17
ภาพที่ 6 องค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.....	19
ภาพที่ 7 องค์ประกอบของทัศนคติ	22



บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มา และความสำคัญของปัญหา

ตลาดเกมในปัจจุบันมีการเติบโตขึ้นมากขึ้นเรื่อย ๆ จากรายงานการตลาดเกมทั่วโลกของ Newzoo (2018) รายได้จากธุรกิจเกมในปี พ.ศ.2561 มีมูลค่าประมาณ 137.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมากกว่าปี พ.ศ.2560 ที่มีมูลค่าประมาณ 121.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าในอนาคตจะยังคงเติบโตต่อไป หนึ่งในประเด็นที่น่าสนใจคือสมาร์ตโฟนเริ่มมีบทบาทในธุรกิจเกมมากขึ้น ด้วยสัดส่วนของรายได้เป็นร้อยละ 41 จากเครื่องเล่นเกมทุกประเภท มากกว่าปี พ.ศ.2560 ที่มีสัดส่วนของรายได้ร้อยละ 36 และมีแนวโน้มสูงขึ้นอีกในปีถัดไป สาเหตุที่ทำให้เกมมือถือเริ่มเติบโตขึ้นนั้น เนื่องจากการเล่นเกมผ่านเครื่องสมาร์ตโฟนมีความสะดวก รวดเร็วเหมาะสำหรับการเล่นในเวลาว่างขณะอยู่ข้างนอกบ้านและภายในบ้าน นอกจากนี้เทคโนโลยีของสมาร์ตโฟนที่พัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยี 3G และ 4G ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา นำไปสู่โอกาสในการเล่นเกมที่ทุกเมื่อ (Wei & Lu, 2014:317)

เมื่อเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา รูปแบบของการพัฒนาและการทำธุรกิจเกี่ยวกับเกมก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน หนึ่งใน การเปลี่ยนแปลงนั้นคือการใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม (Freemium) ซึ่งแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ใช้แบบฟรี และกลุ่มผู้ใช้แบบพรีเมียม (Premium) ที่มีบริการดีกว่า (Holm & Günzel-Jensen, 2017:17) ปัจจุบันเกมที่พัฒนาหรือหันมาใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมมีจำนวนมากขึ้น ตัวอย่างเช่นลีกออฟเลเจนด์ (League of Legend) เกมสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถทำรายได้ประจำปีจากการขายไอเทมและตัวละครในเกมกว่าพันล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ.2557 (Chalk, 2014) ขณะที่ตลาดเกมมือถือก็มีเกมจำนวนมากที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม เช่นเกม Arena of Valor หรืออีกชื่อที่ให้บริการในประเทศไทยคือ Realm of Valor เกมฟรีเมียมที่ทำรายได้ในปี พ.ศ.2560 เป็นอันดับหนึ่งของรายได้เกมมือถือทั่วโลกด้วยจำนวนเงิน 1,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Cowley, 2018) และจากการเติบโตของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม ก็นำมาสู่การกำเนิดของเกมกาชาในภายหลัง

ภาษาเป็นคำที่ย่อมาจากคำว่าภาษาปอง (Gachapon) ซึ่งเป็นตู้หยอดเหรียญสุ่มของเล่นของประเทศญี่ปุ่น การนำรูปแบบการสุ่มมาใช้ในเกมทำให้รูปแบบการสร้างรายได้เปลี่ยนไป จากเดิมที่ผู้เล่นต้องจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อให้ได้สินค้าภายในเกมที่แน่นอน ในเกมที่ใช้ระบบภาษานั้น ผู้เล่นจะทำการสุ่มรางวัลที่ตนจะได้แทน (M. Koeder, Tanaka, & Sugai, 2017:3-4) เกมภาษาเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในประเทศญี่ปุ่น และยังส่งอิทธิพลไปถึงสหรัฐอเมริกาด้วยยุโรป ทำให้เกิดเกมที่ใช้ระบบภาษามากขึ้น โดยพบว่าในการจัดอันดับรายได้ของแอปพลิเคชันใน app store ของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2559 มีเกมที่ใช้ระบบภาษา อยู่ 58% ใน 100 อันดับแรก และ 37% ในกลุ่มอันดับที่เหลือ (Kanerva, 2016)

สำหรับอุตสาหกรรมเกมประเทศไทย ปัจจุบันมีการเติบโตเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ จากผลสำรวจในปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่าของอุตสาหกรรมเกมจำนวน 16,329 ล้านบาท (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2559) นอกจากนี้ประชาชนชาวไทยยังเริ่มพกพาโทรศัพท์มือถือถือมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2561 ประชาชนในประเทศไทยใช้งานโทรศัพท์มือถือจำนวน 56.7 ล้านคน ซึ่งกลุ่มคนส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 15-49 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจเกี่ยวกับเกม ผู้ให้บริการเกมหลายรายนำเกมมือถือมาเปิดให้บริการภายในประเทศไทย ซึ่งในจำนวนเหล่านั้นมีเกมภาษาด้วยเช่นกัน จากเหตุการณ์เหล่านี้จึงนำไปสู่คำถามที่ว่า ผู้พัฒนาและผู้ให้บริการจะสามารถผลักดันให้เกมภาษาเกิดความนิยมและประสบความสำเร็จในประเทศไทย เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นหรือประเทศอื่น ๆ ซึ่งมียอดผู้เล่นกับการสร้างรายได้ของเกมที่สูงขึ้นหรือไม่

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และแนวคิดของความเพิลิตเพิลิน เพื่อที่จะหาคำตอบว่าปัจจัยด้านใดที่ทำให้ผู้เล่นมีแนวโน้มในการเล่นเกมภาษามากขึ้น และผู้พัฒนาเกมกับผู้ให้บริการเกมควรจะให้ความสำคัญ นำไปสู่การพัฒนาหรือวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้เกมที่ต้องการเปิดให้บริการสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเพิ่มจำนวนไปพร้อมกับรักษารฐานลูกค้า และนำไปสู่การสร้างรายได้ในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

2.3 เพื่อศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

2.4 เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

2.5 เพื่อศึกษาความเพลิดเพลินที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

3.2 ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

3.3 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

3.4 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

3.5 ความเพลิดเพลิน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทักษะคติ ความเพลิดเพลิน โมเดลธุรกิจแบบพีริเมียม และรายละเอียดของเกมกาชา เพื่อนำมาใช้กำหนดเนื้อหา และขอบเขตของตัวแปรในงานวิจัย

4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนชาวไทยในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงาน คือบุคคลในช่วงอายุ 15 – 60 ปี ที่เล่นเกมกาชา หรือเคยมีประสบการณ์ในการเล่นเกมกาชามาก่อน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือประชาชนชาวไทยในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงาน คือบุคคลในช่วงอายุ 15 – 60 ปี ที่เล่นเกมกาชา หรือเคยมีประสบการณ์ในการเล่นเกมกาชามาก่อน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการหาขนาดของตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดประชากรของ Cochran (1977:75) ซึ่งได้จำนวนออกมาประมาณ 384 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้นาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

4.3.1 ตัวแปรอิสระ

4.3.1.1 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษาสูงสุด, อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

4.3.1.2 ทักษะคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา

4.3.1.3 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

4.3.1.4 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

4.3.1.5 ความเพลิดเพลิน

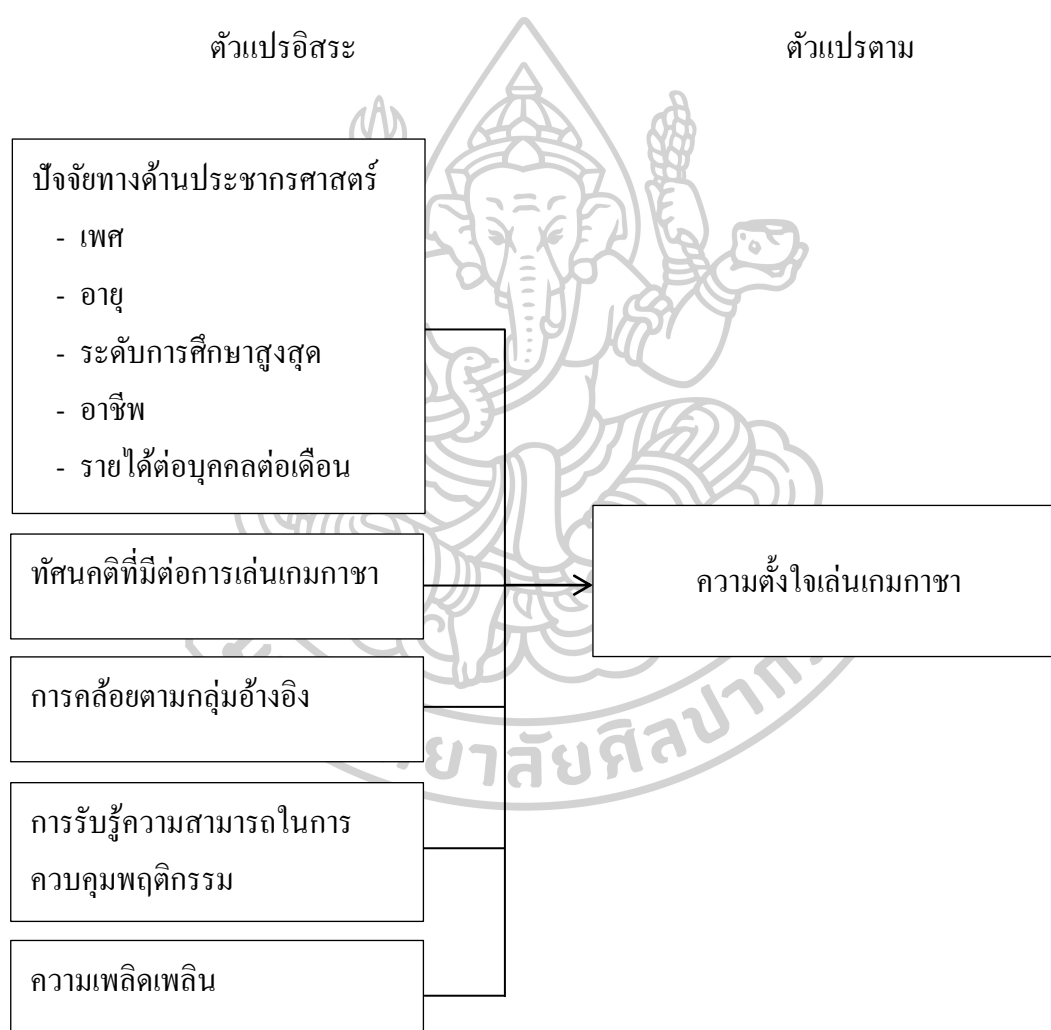
4.3.2 ตัวแปรตาม

4.3.2.1 ความตั้งใจเล่นเกมกาชา

4.4 ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่

ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 – 1 พฤษภาคม 2562 โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาใช้งานเป็นประจำ ได้แก่ เฟซบุ๊ก(facebook) พันทิป(pantip) และจีคอนฮับ(Gconhub)

5. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

6. ประโยชน์ที่ได้รับ

6.1 เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการทราบถึงกลุ่มเป้าหมายหลักที่ควรจะมุ่งเน้นเป็นพิเศษในการพัฒนาหรือเลือกเปิดให้บริการเกมกาชาในประเทศไทย เนื่องจากประชากรแต่ละกลุ่มอาจมีความสนใจหรือตั้งใจเล่นเกมกาชาที่ไม่เหมือนกัน

6.2 เพื่อปรับปรุง หรือส่งเสริมให้ประชาชน มีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นเกมกาชา เนื่องจากอาจยังมีบางคนที่มีทัศนคติเชิงลบต่อการเล่นเกม โดยเฉพาะเกมกาชาที่ใช้ระบบสุ่มรางวัล

6.3 ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดโดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเล่นเกมกาชาได้

6.4 ผู้พัฒนาสามารถออกแบบระบบการเล่นและการเข้าถึงเกมกาชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มฐานผู้ใช้งานให้มากขึ้นได้

6.5 ผู้พัฒนาสามารถออกแบบระบบการเล่นของเกมกาชา โดยมุ่งเน้นไปยังส่วนที่ทำให้ผู้เล่นเกิดความเพลิดเพลินได้อย่างสูงสุด เพื่อดึงดูดผู้เล่นใหม่ และรักษาผู้เล่นเก่าไปพร้อมกัน

7. นิยามศัพท์

เพื่อให้เข้าใจความหมายของคำเฉพาะภายในงานวิจัยนี้ จึงขอนิยามศัพท์ต่าง ๆ ได้แก่

7.1 ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา คือระดับความชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมใด ๆ

7.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง คือแรงกดดันจากสังคมที่สังเกตได้ ซึ่งนำไปสู่การกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมหนึ่ง

7.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือการรับรู้ความสะดวกหรือความยากง่ายในการก่อพฤติกรรมใด ๆ

7.4 ความเพลิดเพลิน คือความรู้สึกในทางบวก จากการบรรลุความต้องการภายในที่แท้จริงของบุคคลนั้น ซึ่งเกิดในขณะที่ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

7.5 ความตั้งใจเล่นเกมกาชา คือความตั้งใจก่อพฤติกรรมการเล่นเกมกาชาของบุคคล

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และสามารถสรุปหัวข้อของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

1. โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม
2. เกมภาษา
3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
4. ทักษะคิด
5. ความเพลิดเพลิน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม (Freemium Business Model)

1.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม

Osterwalder and Pigneur (2010:96) กล่าวว่า ฟรีเมียมเป็นบริการที่สามารถใช้งานได้ฟรี มีบริการพิเศษที่ต้องเสียเงิน โดยโมเดลธุรกิจนี้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการโดยไม่เสียเงิน และผู้ใช้งานส่วนน้อยซึ่งจ่ายเงินเพื่อรับบริการที่พิเศษกว่าเดิม

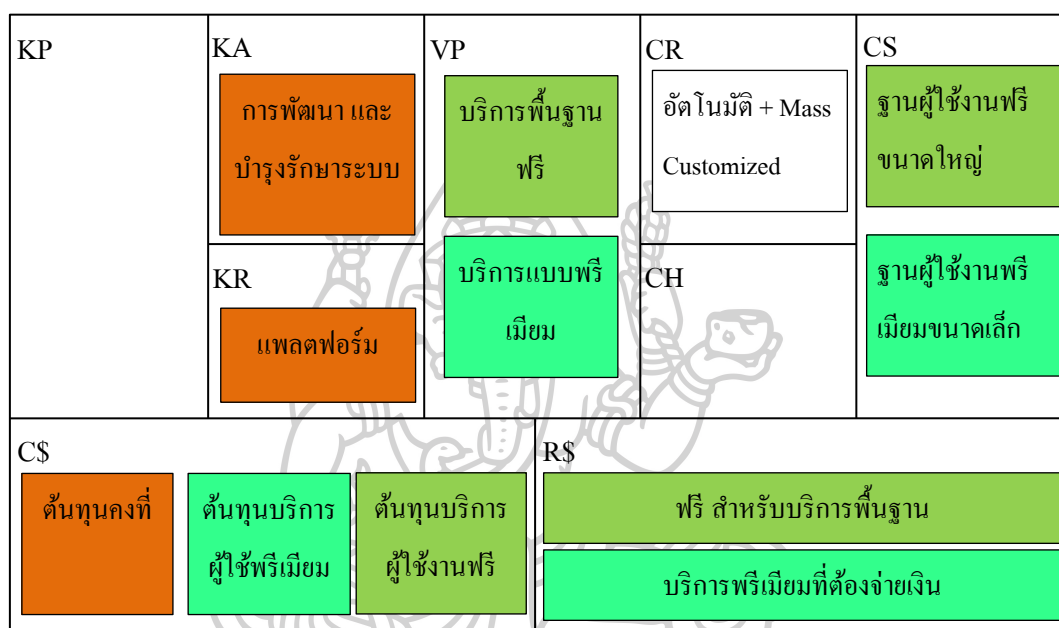
Rogers (2012:312) กล่าวว่า ฟรีเมียมคือโมเดลธุรกิจที่มอบการบริการให้ฟรี โดยมีจุดประสงค์เพื่อรับรายได้จากวิธีการอื่น ๆ ในภายภาคหน้า

Weinman (2012:330) กล่าวว่าฟรีเมียมคือโมเดลธุรกิจที่รายได้จากผู้ใช้งานจำนวนน้อยซึ่งจ่ายเงินใช้บริการระดับฟรีเมียม สามารถสนับสนุนให้แก่ผู้ให้บริการฟรีจำนวนมากได้

โดยสรุปแล้ว ความหมายของฟรีเมียมคือโมเดลธุรกิจที่ให้บริการขั้นพื้นฐานกับผู้ใช้งานฟรี โดยที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกจ่ายเงินเพื่อรับบริการในขั้นที่สูงกว่าเดิมได้

1.2 คุณลักษณะ และ โครงสร้างของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม

Osterwalder and Pigneur (2010:102-103) ได้เสนอแผนผังโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) ของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมออกมาดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แผนผังโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม

ที่มา : Osterwalder and Pigneur, 2010:102

De Crombrughe de Picquendaele (2016:10-15) ได้อธิบายถึงปัจจัยหลักของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม โดยแจกแจงตามหลักของแผนผังโมเดลธุรกิจได้ดังนี้

1.2.1 การแบ่งส่วนลูกค้า (Customer segment)

สำหรับโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมจะแบ่งส่วนลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ใช้งานฟรีซึ่งมีจำนวนมาก และกลุ่มผู้ใช้งานฟรีเมียมซึ่งมีจำนวนน้อย ปัจจัยที่สำคัญสำหรับฟรีเมียมคือการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ ด้วยจุดประสงค์ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง นำไปสู่การขยายฐานผู้ใช้งาน ยังมีจำนวนผู้ใช้บริการมากขึ้น ยิ่งส่งผลให้มีจำนวนผู้ที่หันมาสนใจใช้บริการฟรีเมียมเพิ่มมากขึ้น

1.2.2 ช่องทาง (Channels)

ยังมีช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์มาก ยิ่งส่งผลต่อการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้งานซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้โมเดลธุรกิจฟรีเมียมประสบความสำเร็จได้ สำหรับสินค้าดิจิทัลนั้นมีช่องทางจำหน่ายหรือให้บริการอยู่หลากหลายทาง เช่นเว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ

1.2.3 การเสนอคุณค่า (Value proposition)

สำหรับโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม มีการเสนอคุณค่าอยู่ 2 รูปแบบคือ แบบฟรี และแบบฟรีเมียม โดยตัวผลิตภัณฑ์จะมีฟังก์ชันพื้นฐานให้ใช้งานได้ฟรี ในขณะที่ฟังก์ชันเพิ่มเติมจะถูกขายในแบบฟรีเมียม ซึ่งส่วนของฟังก์ชันใช้งานฟรีมีไว้สำหรับเพิ่มฐานผู้ใช้งานจำนวนมากในเวลาอันสั้น ทำให้จำนวนผู้ที่จ่ายบริการแบบฟรีเมียมเพิ่มสูงขึ้นตาม

1.2.4 โครงสร้างของรายได้ (Revenue model)

สำหรับโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม มีผู้ใช้งานจำนวนหนึ่งจากผู้ทั้งหมดยินดีจ่ายเงินให้กับผลิตภัณฑ์ นำไปสู่ข้อสรุปว่ายังมีผู้ใช้งานมาก จำนวนผู้ใช้งานที่จ่ายเงินให้แก่ผลิตภัณฑ์ก็มีมากขึ้น และนำไปสู่การสร้างรายได้ของผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมยังสามารถสร้างรายได้จากการรับโฆษณาอีก Osterwalder and Pigneur (2010:103) อธิบายเพิ่มเติมว่า รายได้ของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยได้แก่ จำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด อัตราส่วนของผู้ใช้บริการฟรีเมียม ราคาของบริการ อัตราการเติบโตของผู้ใช้งาน (Growth Rate) และอัตราการเลิกใช้ของผู้ใช้งาน (Churn Rate)

1.2.5 โครงสร้างของต้นทุน (Cost structure)

จุดเด่นของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมในด้านโครงสร้างของต้นทุนคือ ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal cost) ที่ต่ำจนเข้าใกล้ศูนย์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สามารถทำซ้ำขึ้นใหม่ได้โดยไม่เสียต้นทุนเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามองค์กรยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการตลาด ค่าใช้จ่ายสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายสำหรับการเปิดระบบที่จำเป็นต่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์ Osterwalder and Pigneur (2010:103) อธิบายเพิ่มเติมว่า รายจ่ายของผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น ต้นทุนคงที่ และต้นทุนจากการบริการผู้ใช้งานทั้งสองประเภท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่ต่างกัน

1.2.6 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship)

โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมนั้นเน้นไปที่การสร้างชุมชนของผู้ใช้งาน เมื่อจำนวนผู้ใช้งานมากขึ้น จะส่งผลให้ชุมชนมีขนาดใหญ่ขึ้น และมีความสำคัญมากขึ้น นำไปสู่การบอกต่อให้แก่ผู้บริโภคคนอื่น นอกจากนี้เมื่อชุมชนของผู้ใช้งานมีขนาดใหญ่ขึ้น จะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพของผลกระทบเครือข่าย (Network Effect) ได้อีกเช่นกัน

Farrell and Klemperer (2007:2007) อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบเครือข่ายว่าเป็นผลประโยชน์ของผู้ใช้ เมื่อมีผู้ยอมรับหรือใช้งานในสิ่งเดียวกันมากขึ้น เช่นผู้พูดภาษาหนึ่งจะได้ประโยชน์ในการใช้ภาษานั้นเมื่อผู้อื่นหันมาพูดภาษาเดียวกัน นอกจากนี้ De Crombrugge de Picquendaele (2016:47) กล่าวว่าผลกระทบเครือข่ายจะมีประโยชน์ต่อการเติบโตของผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างชุมชนผู้ใช้งานที่ทำให้เกิดการบอกต่อ และชักจูงให้ผู้อื่นหันมาใช้งานตามได้

1.3 กลยุทธ์ของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมนั้น

Holm and Günzel-Jensen (2017:19-22) อธิบายว่า การจะทำให้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมนั้นประสบความสำเร็จ ควรประกอบไปด้วยกลยุทธ์ต่อไปนี้

1.3.1 รักษาระดับคุณค่าของบริการฟรีและฟรีเมียมนั้นให้สูง

องค์กรควรเพิ่มคุณค่าของบริการทั้งแบบฟรีและฟรีเมียมนั้นให้สูง ผ่านการพัฒนาและวิจัยอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความภักดีของลูกค้า การรักษาลูกค้า เพิ่มต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์อื่นของลูกค้า (Switching Cost)

1.3.2 รักษาสมดุลระหว่างบริการฟรีและฟรีเมียมนั้น

สมดุลระหว่างบริการทั้งสองแบบเป็นสิ่งสำคัญสำหรับฟรีเมียมนั้น หากให้คุณค่ากับบริการฟรีมากเกินไปจะส่งผลให้ผู้ใช้งานไม่เกิดความต้องการจ่ายเงินเพื่อซื้อบริการแบบฟรีเมียมนั้น

1.3.3 ดึงคุณค่าจากผู้ใช้งานฟรีให้มากที่สุด

ผู้ใช้งานฟรีมีประโยชน์ในการทดสอบบริการ ให้ความคิดเห็นตอบกลับในด้านฟังก์ชันการใช้งาน และยังส่งผลให้เกิดการบอกต่อแก่ผู้อื่นอีกเช่นกัน

1.3.4 เรียนรู้จากผู้ใช้งานและพฤติกรรมผู้บริโภค

ความเข้าใจต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ ด้วยการเสริมสร้างขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงการจัดการผู้ใช้งาน และข้อเสนอของบริการแบบฟรีเมียมให้ดีขึ้น

1.3.5 ควบคุมเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการกระจายผลิตภัณฑ์ ช่วยในการเจาะตลาดกลุ่มใหม่ และสร้างการรับรู้ ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อย

1.3.6 ลดต้นทุนการดูแลผู้ใช้งานฟรี

โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมควรให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนจากการบริการผู้ใช้งานฟรี ด้วยการใช่แพลตฟอร์มที่สามารถให้บริการได้อัตโนมัติ และปรับแต่งตามความต้องการของบุคคลจำนวนมากได้ นอกจากนี้องค์กรยังสามารถใช้ผู้ใช้งานฟรีเป็นเครื่องมือทางการตลาดด้วยการบอกต่อได้ ช่วยลดต้นทุนในด้านการตลาดลง

1.3.7 ครอบงำเข้าสู่สากลวิวัฒน์ (Internationalisation)

เนื่องจากปัจจัยสำคัญของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมคือการขยายฐานผู้ใช้งานองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการขยายไปสู่สากลหลังจากที่ดำเนินธุรกิจในตลาดท้องถิ่นแล้ว

1.3.8 เข้าถึงเทคโนโลยีรวมถึงผู้ใช้งานรายใหม่จากการควมรวมและซื้อกิจการ

องค์กรควรพิจารณาถึงการควมรวมหรือซื้อกิจการอื่นเพื่อเพิ่มเทคโนโลยีใหม่หรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้จะได้รับ และเสริมประสิทธิภาพของตนให้เหนือกว่าคู่แข่ง

1.4 ฟรีเมียม กับอุตสาหกรรมเกมในปัจจุบัน

ปัจจุบันมีหลายธุรกิจที่ให้ความสนใจกับโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม และนำมาใช้เป็นโมเดลธุรกิจของเกม Flunger, Mladenow, and Strauss (2017) ได้เรียกโมเดลธุรกิจนี้ว่าเล่นฟรี (Free-to-play) ซึ่งแตกย่อยออกมาจากโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม โดยผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้ฟรี แต่จะมีข้อจำกัดบางประการ เช่นจำนวนครั้งที่เล่นได้ในช่วงเวลาหนึ่ง หรืออาจให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้

เล่นที่จ่ายเงิน นอกจากนี้การเล่นฟรียังสามารถสร้างรายได้จากการขายสินค้าเสมือน (Virtual goods) คือไอเทมภายในเกมเพื่อสร้างความหลากหลาย ความสวยงาม และความสามารถแก่ผู้เล่น

อุตสาหกรรมเกมของโลกในปัจจุบัน ฟรีเมียมเริ่มมีบทบาทมากขึ้น และหลายองค์กรเริ่มหันมาพัฒนาเกมโดยใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม Brockmann, Stieglitz, and Cvetkovic (2015) กล่าวว่าแอปพลิเคชันที่ประสบความสำเร็จกว่า 300 รายการในแอปสโตร์ (App store) ส่วนใหญ่เป็นแอปพลิเคชันประเภทเกมและใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม Geekwire (2011) กล่าวว่าในปี พ.ศ. 2554 บริษัท Valve เปลี่ยนโมเดลธุรกิจของเกม Team Fortress 2 จากที่ต้องจ่ายเงินซื้อเกมให้เป็นแบบฟรีเมียม และทำให้ยอดผู้เล่นเพิ่มขึ้นจากเดิม 5 เท่า

สำหรับอุตสาหกรรมเกมของประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2558 พบว่ามีประชากรไทยจำนวน 17.2 ล้านคนที่เล่นเกม และในจำนวนนั้นมีผู้ใช้จ่ายเงินกับเกมร้อยละ 55 หรือ 9.5 ล้านคน ทำให้มีรายได้จากอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย 336 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเป็นอันดับที่ 23 ของโลก (Newzoo, 2015) นอกจากนี้ ในปีพ.ศ.2559 มีรายได้รวมในทุกด้านทั้งหมด 16,329 ล้านบาท นอกจากนี้รายได้ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่าย ผู้นำเข้า และตัวแทนจำหน่ายเกิดจากการซื้อภายในแอปพลิเคชัน (In-App Purchase) คิดเป็นร้อยละ 80 จากรายได้ 15,729 ล้านบาท ขณะที่อันดับรองลงมาคือรายได้จากการซื้อเกมแบบดาวน์โหลดบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 15 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2559)

การศึกษาแนวคิดของโมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงหลักการ และกลยุทธ์ของโมเดลธุรกิจฟรีเมียม ซึ่งเป็น โมเดลธุรกิจที่เกมกาชาจำนวนมากนิยมนำมาใช้ และทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์เกมกาชามากขึ้น

2. เกมกาชา

2.1 ความหมายของเกมกาชา

M. Koeder et al. (2017:3-5) อธิบายถึงความหมายของเกมกาชา ว่าเป็นแอปพลิเคชันเกมที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม โดยผสมผสานกับปัจจัยความไม่แน่นอนในการจ่ายเงินของผู้เล่น เช่นเดียวกับเกมฟรีเมียมประเภทอื่น ๆ ผู้เล่นสามารถเล่นเกมกาชาได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่าย

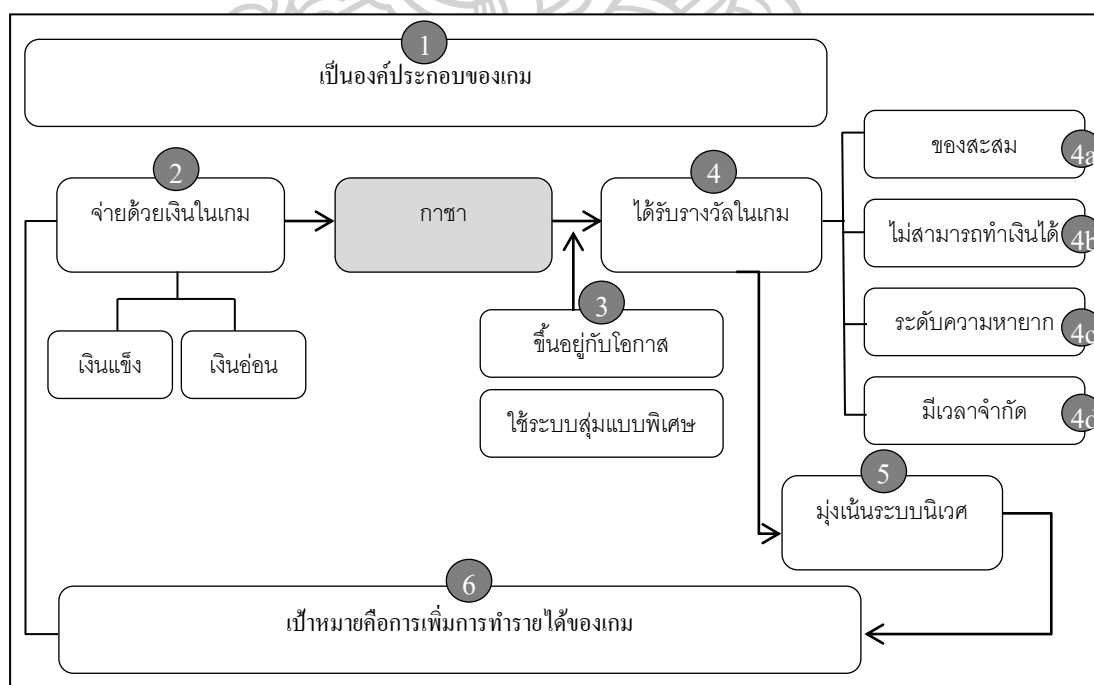
แต่สิ่งที่แตกต่างคือรางวัลตอบแทนของผู้เล่นที่ได้จากการเติมเงินในเกมภาษาจะเกิดจากการสุ่มไอเทมซึ่งมีมูลค่า และความหายากที่แตกต่างกัน ซึ่งเรียกการสุ่มนี้ว่าระบบภาษา

(Grishenko, 2017) อธิบายถึงความหมายของเกมภาษาเพิ่มเติมว่า คำว่าภาษาที่มีมาจากผู้หยอดเหรียญจากประเทศญี่ปุ่นคือภาษาปอง ซึ่งจะสุ่มของเล่นภายในตู้หยอดเหรียญให้แก่ผู้ซื้อ จากกลไกดังกล่าว องค์กรได้นำมาปรับใช้ในระบบของเกม ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากผู้เล่นหลายกลุ่ม ตั้งแต่ผู้เล่นที่ยอมจ่ายเงินจำนวนน้อยให้กับเกม จนถึงผู้เล่นที่ยอมจ่ายเงินจำนวนมากให้กับเกม

โดยสรุปแล้ว เกมภาษาคือเกมที่ใช้ระบบภาษาซึ่งเป็นระบบสุ่มไอเทมให้แก่ผู้เล่น โดยมีการแบ่งระดับความหายากของไอเทมไว้

2.2 องค์ประกอบของเกมภาษา

เกมภาษา มีรูปแบบการเล่นที่หลากหลายขึ้นอยู่กับลักษณะ และประเภทของเกมนั้น ๆ เช่น เกมสวมบทบาท เกมดนตรี เกมวางแผนกลยุทธ์ เป็นต้น แต่สิ่งที่สำคัญสำหรับทุกเกมคือระบบภาษา โดย M. Koeder et al. (2017:5) ได้แจกแจงองค์ประกอบของระบบภาษาตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 3 คุณลักษณะของระบบภาษา

ที่มา : M. Koeder, Tanaka and Sugai, 2017:5

2.2.1 ระบบภาษาเป็นเพียงแค่องค์ประกอบหนึ่งของเกมภาษาเท่านั้น โดยที่ตัวเกมนั้นยังมีระบบการเล่นอื่น ๆ เช่นเดียวกับเกมทั่วไป

2.2.2 จ่ายเงินเพื่อสุ่มด้วยระบบภาษา โดยใช้สกุลเงิน 2 รูปแบบคือ สกุลเงินอ่อนที่สามารถหาได้ง่ายภายในเกม กับ สกุลเงินแข็งที่สามารถหาได้ในเกมเช่นกัน แต่ในปริมาณที่น้อยกว่า และผู้เล่นสามารถจ่ายเงินจริงเพื่อเพิ่มจำนวนเงินชนิดนี้ได้

2.2.3 การสุ่มในระบบภาษา จะขึ้นอยู่กับ โอกาสและความน่าจะเป็น ซึ่งแต่ละเกมก็จะมีระบบการสุ่มที่แตกต่างกันออกไป

2.2.4 รางวัลที่ได้รับจากการสุ่ม คือรางวัลที่เป็นของตอบแทนเสมือนในเกม (Virtual Reward) ซึ่งเป็นของที่ผู้เล่นสามารถสะสมได้ มีระดับความหายากเท่ากับ ไอเทมบางอย่างที่มีให้สุ่มจะมีเวลาจำกัดก่อนจะถูกนำออกไปจากรายการ และผู้เล่นไม่สามารถนำไอเทมที่ได้ไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินจริง

2.2.5 มีคุณค่าเพียงแคภายในเกมนั้น ๆ และถือเป็นส่วนสำคัญของระบบนิเวศภายในเกม หรือก็คือการรักษาสมดุลของค่าเงินภายในเกม และการทำให้ผู้เล่นมีเป้าหมายในการเล่น

2.2.6 ระบบภาษาถูกใช้เพื่อเพิ่มการสร้างรายได้ให้กับผู้จัดจำหน่ายเกม



ภาพที่ 4 หน้าต่างเมนูของระบบภาษา

นอกจากนี้ Telfer (2018) ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบระบบภาษาให้มีประสิทธิภาพว่า จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยทั้ง 3 ประการ ได้แก่ ความลึก ความกว้าง และความปรารถนา

ความลึก (Depth) คือการทำให้ระบบภาษาอยู่ได้นานที่สุด เกิดการจากที่ผู้เล่นยังคงสุ่มรางวัลเพื่อลุ้นรับสิ่งที่ยังไม่มี จนกระทั่งหมดเหตุผลที่จะสุ่มรางวัลต่อ ความลึกของระบบภาษาจะส่งผลต่อการรักษาฐานลูกค้า และการสร้างรายได้จากเกม ความลึกสามารถเพิ่มได้จากวิธีการต่าง ๆ เช่นการเพิ่มรางวัลใหม่เข้าไปในระบบภาษา หรือการเพิ่มอรรถประโยชน์ให้แก่ไอเทมที่ถูกสุ่มขึ้นมาซ้ำ

ความกว้าง (Width) คือการทำให้ผู้เล่นเกิดความจำเป็นต้องมีตัวละครหรือไอเทมที่หลากหลาย เพื่อลดความรู้สึกที่ไม่ดีจากการสุ่มรางวัลแล้วไม่ได้สิ่งที่ผู้เล่นต้องการ โดยมีอยู่หลายวิธี เช่นการสร้างจุดเด่นกับจุดด้อยของตัวละครหรือไอเทมแต่ละชิ้นสำหรับเลือกใช้ในแต่สถานการณ์ หรือการพัฒนารูปแบบการเล่นใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่นปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การใช้ตัวละครหรือไอเทมให้แตกต่างไปจากเดิม

ความปรารถนา (Desire) คือการทำให้ผู้เล่นเกิดความจำเป็นหรือต้องการใช้ระบบภาษาเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในการเล่นเกมนั้น ซึ่งมีผลมาจากหลายปัจจัย เช่นสิ่งที่ได้จากการสุ่มด้วยระบบภาษาสามารถทำให้เขาบรรลุเป้าหมายหรือสำเร็จภารกิจในเกมได้ง่ายขึ้น หรือการมีระบบภายในเกมที่ลดหรือเพิ่มความจำเป็นในการใช้ระบบภาษา

2.3 อุตสาหกรรมของเกมภาษาในปัจจุบัน

ปัจจุบัน มีเกมภาษาเปิดบริการเป็นจำนวนมาก ทั้งจากผู้พัฒนากลุ่มใหม่ รวมไปถึงผู้พัฒนากลุ่มเดิมที่หันมาให้ความสนใจต่อเกมภาษา ตัวอย่างเช่นเกมไฟร์เอมเบลม ฮีโร่ส์ (Fire Emblem Heroes) เกมภาษาที่มีต้นกำเนิดจากซีรีส์เกม ไฟร์เอมเบลม สามารถทำรายได้เป็นจำนวน 295 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในระยะเวลา 1 ปีนับตั้งแต่วันเปิดให้บริการ สูงกว่าเกมซูเปอร์มาริโอรัน (Super Mario Run) ที่เป็นเกมประเภทจ่ายเงินครั้งเดียวเพื่อซื้อแอปพลิเคชัน ซึ่งทำรายได้ในปีแรกเป็นจำนวน 56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Nelson, 2018)

อย่างไรก็ตาม เกมภาษาก็ยังเป็นที่ถกเถียงถึงความเหมาะสมของการทำรายได้จากระบบภาษาซึ่งคล้ายคลึงกับการพนัน จากกรณีตัวอย่างของผู้เล่นรายหนึ่งซึ่งเติมเงินเข้าไปในเกม แกรนด์บลู

แฟนตาซี (Granblue Fantasy) เป็นจำนวน 6,065 เหรียญสหรัฐ เพื่อสู้มให้ตัวละครที่ปรากฏเฉพาะช่วงเวลาโปรโมชัน (Limited Character) ซึ่งเป็นที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสม ทำให้ทางผู้พัฒนาต้องปรับปรุงระบบการสู้มใหม่ ให้ผู้เล่นสามารถเลือกไอเทม หรือตัวละครใดก็ได้ หากทำการสู้มครบ 300 ครั้งภายในช่วงเวลาโปรโมชัน ซึ่งหากทำการเติมเงินเพื่อทำการสู้มให้ได้จำนวนดังกล่าว จะใช้เงิน 800 เหรียญสหรัฐโดยประมาณ (Humphries, 2016)

จากปัญหาที่เกิดขึ้นของเกมภาษา ทางรัฐบาลของหลายประเทศ ได้ออกกฎหมายเพื่อควบคุมไม่ให้เกิดความไม่โปร่งใส หรือการเอาเปรียบของผู้พัฒนา จากระบบการสู้ม ทางสมาคมผู้ให้บริการความบันเทิงคอมพิวเตอร์ของประเทศญี่ปุ่น (CESA) ได้ออกกฎระเบียบเกี่ยวกับเกมภาษา โดยเนื้อหาส่วนหนึ่งได้บังคับให้ทางผู้ให้บริการต้องแสดงโอกาสในการสู้มได้ไอเทมระดับต่าง ๆ รวมไปถึงการกำหนดขอบเขตของปริมาณเงินที่ต้องจ่าย จึงจะได้ไอเทมหายาก นอกจากนี้ประเทศอื่น ๆ ก็ได้ออกกฎระเบียบในทำนองเดียวกันขึ้นมาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้เล่นในประเทศของตน (M. J. Koeder & Tanaka, 2017:8-10)

การการศึกษาเรื่องของเกมภาษา ผู้วิจัยเข้าใจถึงรายละเอียดของเกมภาษา เพื่อทำความเข้าใจถึงคุณลักษณะ ข้อดี และข้อเสียของเกมภาษา โดยจะนำความรู้ที่ได้ไปใช้กำหนดข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

3.1 ความหมายของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

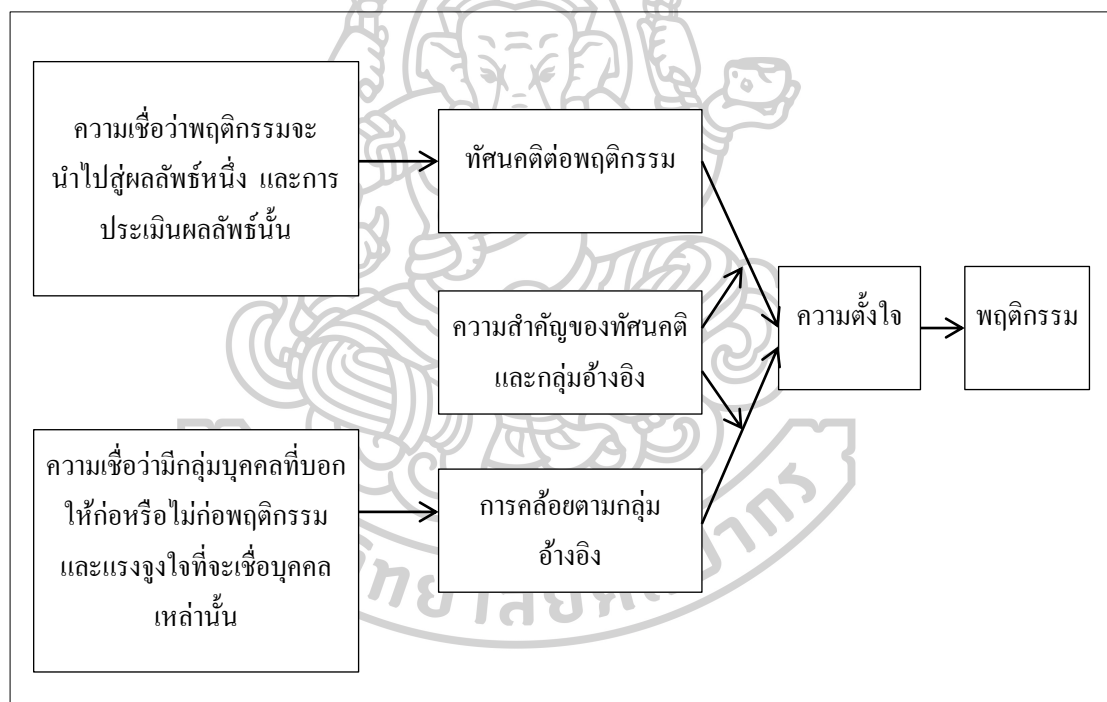
Ajzen (1991:181) ได้อธิบายถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนว่าเป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action) เพื่อแก้ไขข้อจำกัดจากการทำนายพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่สามารถควบคุมการก่อพฤติกรรมของตนได้อย่างสมบูรณ์

3.2 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

Ajzen and Fishbein (1980:5-9) อธิบายว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เกิดขึ้นจากการสันนิษฐานว่ามนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีเหตุผล และใช้ข้อมูลที่มีอยู่ได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งทำให้พวกเขา

คำนึงถึงผลกระทบจากการกระทำ นำไปสู่การตัดสินใจว่าจะลงมือกระทำอย่างไรอย่างหนึ่งหรือไม่ เป้าหมายของทฤษฎีนี้คือการทำนายและทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคล โดยมองจากความตั้งใจก่อนหรือไม่ก่อนพฤติกรรม ภายใต้การสันนิษฐานว่า บุคคลนั้นสามารถควบคุมการก่อนพฤติกรรม ได้ตามที่ตนต้องการ

จากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจก่อนพฤติกรรม เกิดขึ้นจาก ปัจจัยสองประการด้วยกัน ได้แก่ปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลเอง คือทัศนคติ และปัจจัยที่มาจากอิทธิพล ของสังคม คือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง นอกจากนี้ ทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของแต่ละ บุคคล อาจส่งผลต่อความตั้งใจได้ไม่เท่ากัน โดยมีผลมาจากความสำคัญของทัศนคติและกลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล



ภาพที่ 5 องค์ประกอบของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

ที่มา : Ajzen and Fishbein ,1980:8.

Wu and Liu (2007:129) กล่าวว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลเหมาะสมต่อการศึกษา พฤติกรรมของมนุษย์ในด้านเทคโนโลยีสื่อบันเทิงเช่นการเล่นเกมมากกว่าทฤษฎีการยอมรับ เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) เนื่องจากตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ของทฤษฎีดังกล่าวไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจก่อนพฤติกรรมการใช้สื่อบันเทิง

ในขณะที่ตัวแปรทัศนคติ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมการใช้สื่อบันเทิงมากกว่า

Ajzen (1991:181-183) อธิบายว่าทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล จะใช้ได้ในกรณีที่มีการกระทำต่าง ๆ อยู่ภายใต้การควบคุมของบุคคลโดยสมบูรณ์เท่านั้น คือผู้กระทำสามารถตัดสินใจลงมือทำหรือไม่ทำตามความต้องการ ในขณะที่พฤติกรรมบางอย่างจำเป็นต้องพึ่งพาปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ได้แก่ โอกาส และทรัพยากร (เงิน เวลา ความสามารถ หรือความร่วมมือ) ซึ่งเป็นตัวตัดสินใจความสามารถในการควบคุมการก่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น นำไปสู่ทฤษฎีใหม่คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

3.3 องค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

จากงานวิจัยของ Ajzen (1991:188-199) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมดังนี้

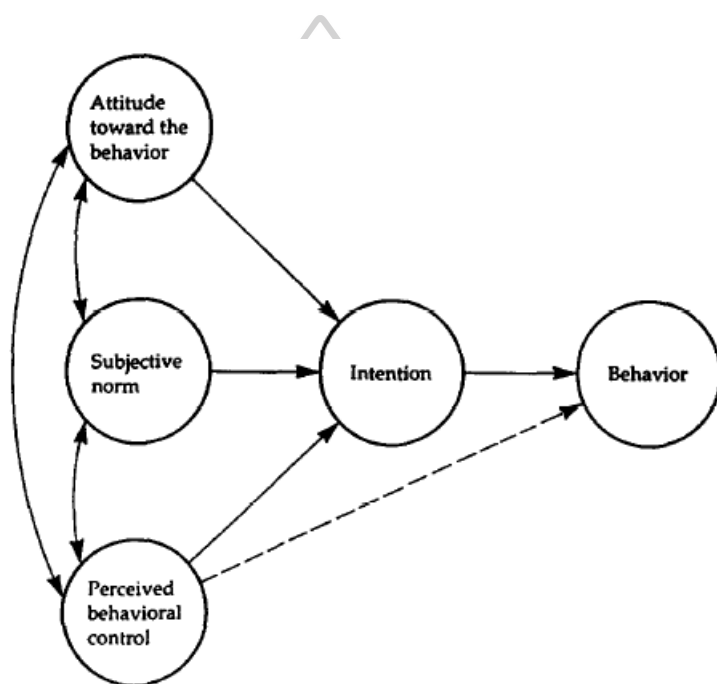
3.3.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) คือระดับความชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมใด ๆ มีแหล่งกำเนิดจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ความเชื่อทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) ว่าพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์หนึ่ง รวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สิ่งแลกเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่การก่อพฤติกรรม และอีกประการคือการประเมินผลลัพธ์จากพฤติกรรม (Outcome Evaluation) ว่าจะให้ผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาหรือไม่

3.3.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) คือแรงกดดันจากสังคมที่สังเกตได้ ซึ่งนำไปสู่การกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมต่าง ๆ มีแหล่งกำเนิดจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ความเชื่อทางบรรทัดฐาน (Normative Beliefs) คือความกังวลต่อกลุ่มอ้างอิงที่มีความสำคัญต่อตน เมื่อคนเหล่านั้นสนับสนุนหรือไม่สนับสนุนการก่อพฤติกรรมใด ๆ และอีกประการคือแรงจูงใจที่บุคคลนั้นจะปฏิบัติตาม (Motivation to comply)

3.3.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) คือการรับรู้ความสะดวกหรือความยากง่ายในการก่อพฤติกรรมใด ๆ มีแหล่งกำเนิดจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ความเชื่อด้านการควบคุม (Control beliefs) คือปัจจัยที่ส่งผลต่อความยากง่ายในการก่อพฤติกรรม ซึ่งอ้างอิงจากประสบการณ์ที่ผ่านมาทั้งทางตรงและทางอ้อมจากผู้อื่น อีก

ประการคืออิทธิพลที่ส่งผลต่อการควบคุมพฤติกรรม (Perceived power) ว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความยากง่ายในการก่อพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด

Fishbein and Ajzen (1975) อธิบายเพิ่มเติมถึงความตั้งใจก่อพฤติกรรมว่า เป็นความตั้งใจของบุคคลต่อการก่อพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งถูกใช้เป็นตัวชี้วัดความเป็นไปได้ที่บุคคลนั้นจะก่อพฤติกรรมหนึ่ง โดยความตั้งใจของแต่ละบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือความเชื่อในด้านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป



ภาพที่ 6 องค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
ที่มา : Ajzen ,1991:182.

3.4 การวัดค่าของตัวแปรในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Ajzen (2006) อธิบายว่า การวัดค่าทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจ ไม่สามารถทำได้จากการสังเกตโดยตรง จึงต้องสังเกตผ่านการตอบสนองของเป้าหมาย โดยทั่วไปจะวัดค่าเหล่านี้ด้วยมาตรวัดรูปแบบต่าง ๆ และใช้รูปแบบคำถามตามหลักของเป้าหมาย การกระทำ บริบท และเวลา (Target, Action, Context, and Time :TACT)

TACT คือการกำหนดพฤติกรรมที่ผู้วิจัยต้องการสังเกต โดยในหัวข้อดังกล่าวควรประกอบไปด้วย เป้าหมายที่ถูกกระทำ (Target) การกระทำของพฤติกรรม (Action) บริบทของพฤติกรรม (Context) และเวลาในการก่อพฤติกรรม (Time) เช่น “การเดินบนลู่วิ่งในร้านฟิตเนส เป็นระยะเวลา 30 นาทีต่อวันในเดือนถัดไป” จากตัวอย่างสามารถจำแนกพฤติกรรมออกได้ว่าการกระทำคือเดิน 30 นาทีต่อวัน เป้าหมายที่ถูกกระทำคือลู่วิ่ง บริบทคือภายในร้านฟิตเนส และเวลาคือเดือนถัดไป อย่างไรก็ตาม การออกแบบข้อคำถาม นอกจากการกำหนดหัวข้อของพฤติกรรมตามหลักของ TACT ผู้วิจัยควรคำนึงถึงตัวแปรที่ต้องการวัดค่าด้วยเช่นกัน

การวัดค่าของตัวแปรในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือวัดทัศนคติแบบต่าง ๆ เช่นการวัดทัศนคติของเทอร์สโตน (Thurstone scaling) การวัดทัศนคติของลิเกิร์ต (Likert scaling) หรือการวัดด้วยมาตรวัดความแตกต่างทางความหมาย (Semantic differential scale) โดยมีวิธีการวัดค่า 2 วิธี คือการวัดทางตรงซึ่งใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลตัวแปรโดยตรง และการวัดทางอ้อมซึ่งใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลความเชื่อในด้านต่าง ๆ ก่อนจะนำมาแปลผลเป็นตัวแปรที่ต้องการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงรายละเอียดของตัวแปร รวมไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิด และการกำหนดข้อคำถามของแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้

4. ทัศนคติ

4.1 ความหมายของทัศนคติ

จากคำอธิบายของนักวิชาการหลายท่าน สามารถอธิบายถึงทัศนคติได้ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2540:160) อธิบายถึงทัศนคติว่า เป็นลักษณะของแนวโน้มในตัวบุคคลที่จะชอบหรือเกลียดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือก็คือระบบประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งของแต่ละบุคคล ซึ่งจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านทางความนึกคิด และพฤติกรรม โดยอาศัยจากส่วนประกอบต่าง ๆ คือ บุคลิกลักษณะ ท่าทาง สิ่งจูงใจ และประสบการณ์ในอดีต

Hanna and Wozniak (2001:174-175) อธิบายถึงทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงที่ผู้คนมีให้ต่อสินค้า บริการ คน สถานที่ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ทัศนคติถือว่าเป็นสภาพจิตใจที่สามารถเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงได้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ หรือผ่านข้อมูลที่ได้รับมา และทัศนคติจะทำให้เราตอบสนองต่อสินค้า และบริการ ในรูปแบบของพฤติกรรมที่อาจเป็นการบริโภค หรือสนับสนุนให้เกิดการบริโภคได้

Schiffman and Wisenblit (2015:172) อธิบายถึงทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความประพุดติ ความชอบหรือเกลียดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า ตรายี่ห้อ ราคา หรือโฆษณา ซึ่งสามารถเกิดได้จากประสบการณ์โดยตรง คำพูด สื่อ หรือจากแหล่งข้อมูลอื่น

โดยสรุปแล้ว ทัศนคติคือ ความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะของความชอบหรือเกลียด โดยแสดงออกมาในรูปแบบของความคิด หรือพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ ซึ่งทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล หรือการเรียนรู้จากสิ่งต่าง ๆ

4.2 คุณลักษณะของทัศนคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2540:161-162) อธิบายว่าทัศนคติมีคุณลักษณะที่สามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1 ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน คือความนึกคิดของบุคคลแต่ละคน

4.2.2 ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ภายนอก และจะก่อตัวขึ้นหลังจากการได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกแล้ว

4.2.3 ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวร หลังจากที่เกิดทัศนคติแล้ว จะคงอยู่เป็นระยะเวลาอันยาวนาน และไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน เพราะการก่อตัวของทัศนคติจะต้องผ่านการวิเคราะห์ และประเมิน สรุปผล ซึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติใหม่ต้องใช้เวลาเช่นกัน

4.2.4 ทัศนคติจะมีความหมายถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ หรือก็คือทัศนคติจะต้องก่อตัว เรียนรู้ หรือมุ่งต่อถึงสิ่งที่ใช้อย่างอิง เช่นบุคคล สิ่งของ หรือเรื่องราวต่าง ๆ

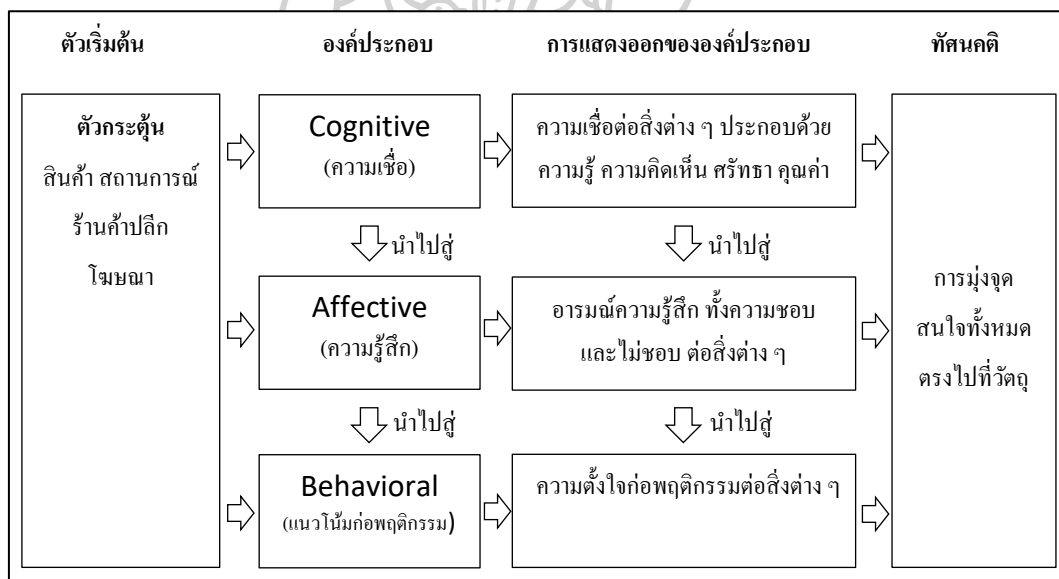
4.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2545:217-224) อธิบายว่าทัศนคติมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม ได้แก่

4.3.1 ความเชื่อ (Cognitive) ความเชื่อ หรือความเข้าใจ คือความรู้และการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่ได้จากการสัมผัสประสบการณ์โดยตรง หรือเกิดจากการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ในรูปของความเชื่อที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4.3.2 ความรู้สึก (Affective) ความรู้สึก คือการแสดงอารมณ์ หรือความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นการประเมินในลักษณะของความชอบ (Favorable) หรือไม่ชอบ (Unfavorable) ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปแบบของอารมณ์ เช่น ความสุข, ความโกรธ, หรือความอับอาย เป็นต้น

4.3.3 แนวโน้มการก่อพฤติกรรม (Behavioral) แนวโน้มการก่อพฤติกรรม คือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่บุคคลจะก่อปฏิบัติการหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอ้างอิงจากองค์ประกอบของความเชื่อ และความรู้สึกของบุคคลแต่ละคน



ภาพที่ 7 องค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล, 2545:218.

4.4 การก่อตัวของทัศนคติ

ภาวิณี กาญจนภา (2558:212-213) กล่าวถึงการก่อตัวของทัศนคติว่า เป็นการกำเนิดของทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งของผู้บริโภค โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

4.4.1 ประสบการณ์ของบุคคล ประสบการณ์คือปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติ เช่นการทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค เมื่อเกิดความรู้สึกชอบก็จะมีแนวโน้มในการก่อทัศนคติทางบวก ซึ่งทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์มีแนวโน้มที่จะคงอยู่มั่นคงและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

4.4.2 อิทธิพลจากครอบครัว และกลุ่มอ้างอิง เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการก่อตัวของทัศนคติ เพราะครอบครัวเป็นต้นกำเนิดของการปลูกฝังค่านิยม และความเชื่อของผู้บริโภค

4.4.3 การตลาดทางตรง กลยุทธ์ทางการตลาด ส่งผลต่อการก่อตัวของทัศนคติของผู้บริโภค เนื่องจากกลยุทธ์เหล่านั้นได้ถูกออกแบบมาเพื่อให้มีความเหมาะสมและตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลยุทธ์นั้น

4.4.4 สื่อมวลชน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งทำให้ได้รับข่าวสารและโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลต่อการก่อตัวของทัศนคติ โดยผู้บริโภคที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงต่อผลิตภัณฑ์ จะได้รับอิทธิพลจากข่าวสารที่ดึงดูดอารมณ์ได้มากกว่าผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ต่อผลิตภัณฑ์มาก่อน

4.4.5 บุคลิกภาพ ทัศนคติจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะเฉพาะตัวของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งมีอยู่ต่างกันไป เช่นผู้บริโภคที่ชอบการนึกคิด มีแนวโน้มที่จะก่อทัศนคติทางบวกต่อโฆษณาที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาทัศนคติ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความหมาย และองค์ประกอบของทัศนคติ รวมไปถึงปัจจัยที่นำไปสู่การก่อตัวของทัศนคติ ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้กำหนดตัวแปรอิสระของงานวิจัย และออกแบบข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

5. ความเพลิดเพลิน (Enjoyment)

5.1 ความหมายของความเพลิดเพลิน

Moon and Kim (2001:219-220) ได้นิยามถึงความหมายของความเพลิดเพลินว่า เป็นความสุขที่เกิดจากการกระทำในสิ่งที่บุคคลนั้นรู้สึกสนใจอย่างแท้จริง ซึ่งบุคคลจะมีความเพลิดเพลินได้ขณะที่อยู่ตกในสภาวะสนุกสนานจากการกระทำบางอย่าง

Lin, Gregor, and Ewing (2008:41-43) ได้นิยามถึงความหมายของความเพลิดเพลินว่าเป็นความรู้สึกในทางบวกที่สามารถเติมเต็มความปรารถนาของบุคคลนั้นได้ ในขณะที่กำลังจดจ่ออยู่กับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

Tamborini, Bowman, Eden, Grizzard, and Organ (2010) ได้นิยามถึงความหมายของความเพลิดเพลินว่าเป็นการทำให้ความต้องการต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ภายในตัวผู้คนสมปรารถนา ผ่านกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

โดยสรุปแล้ว ความเพลิดเพลินคือความรู้สึกในทางบวก จากการบรรลุความต้องการภายในที่แท้จริงของบุคคลนั้น ซึ่งเกิดในขณะที่ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

5.2 องค์ประกอบของความเพลิดเพลิน

Lin et al. (2008) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของความเพลิดเพลิน และสามารถจำแนกออกเป็น 3 องค์ประกอบดังนี้

การพัวพัน (Engagement) คือการจดจ่ออยู่กับการกระทำใด ๆ โดยยิ่งจดจ่อมากขึ้นเท่าไร ยิ่งส่งผลต่อความสนุกมากขึ้นเท่านั้น

ความรู้สึกดี (Positive affect) คือความสุข ความพอใจ หรือความรู้สึกที่ใกล้เคียงกัน

ความสมหวัง (Fulfillment) คือการเติมเต็มความต้องการ หรือความปรารถนา โดยที่บุคคลอาจยังไม่รู้มาก่อน

Sweetser and Wyeth (2005) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเพลิดเพลินจากการเล่นเกม และสามารถจำแนกปัจจัยออกตามทฤษฎี Gameflow ได้ดังนี้

การจดจ่อ (Concentration) คือการเพ่งสมาธิของผู้เล่นขณะเล่นเกม ยิ่งผู้เล่นจดจ่อต่อเกมมาก ยิ่งดึงดูดให้เกิดการเล่นได้นานขึ้น โดยสามารถทำให้ผู้เล่นจดจ่อต่อเกมได้จากการมอบสิ่งน่าสนใจ เช่น ฉากของเกม หรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ในระดับที่เหมาะสม

ความท้าทาย (Challenge) คือความท้าทายของเกมต่อผู้เล่น โดยทั่วไปเกมจะมอบความเพลิดเพลินให้แก่ผู้เล่นผ่านการท้าทายทางด้านความจำหรือประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ ในเวลาและระดับความยากที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เล่นได้ท้าทายและก้าวข้าม นำไปสู่ความพึงพอใจ และความต้องการเล่นเกมต่อไป

ความสามารถของผู้เล่น (Player Skills) คือระดับความสามารถของผู้เล่นต่อการเล่นเกมหนึ่ง ความเพลิดเพลินจากการเล่นเกมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อระบบเกมสามารถเกื้อหนุนผู้เล่นให้พัฒนาทักษะให้เพียงพอต่อความท้าทายต่าง ๆ ผ่านการสอนหรือการให้ข้อมูลภายในเกม รวมไปถึงการให้รางวัลตอบแทนแก่ผู้เล่นเมื่อพัฒนาทักษะถึงระดับหนึ่ง

การควบคุม (Control) คือการควบคุมการกระทำภายในเกมของผู้เล่น เพื่อให้ผู้เล่นเกิดความเพลิดเพลิน เกมควรมีระบบควบคุมที่ง่ายและมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เล่นสามารถโต้ตอบกับโลกภายในเกมได้ตามความต้องการ

เป้าหมายที่ชัดเจน (Clear Goals) คือการวางเป้าหมายที่ชัดเจนของเกม เกมทุกเกมต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางให้แก่ผู้เล่น ซึ่งระบบเกมสามารถอธิบายเป้าหมายเหล่านั้นได้ผ่านการเล่าเรื่องหรือการให้ข้อมูลเบื้องต้นในช่วงแรกของการเล่นเกม

การตอบกลับ (Feedback) คือการตอบกลับจากเกมสู่ผู้เล่น เกมจำเป็นต้องส่งข้อมูลตอบกลับให้แก่ผู้เล่นอย่างรวดเร็วและบ่อยครั้งเพื่อให้รับรู้ถึงความก้าวหน้าสู่เป้าหมาย โดยอาจส่งผ่านการแสดงคะแนน ค่าสถานะต่าง ๆ หรือเสียงภายในเกม

ความรู้สึกร่วมดื่ม (Immersion) คือความรู้สึกเกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างลึกซึ้ง นำไปสู่การสูญเสียการรับรู้ตนเอง สิ่งรอบข้าง และการรับรู้เวลาที่ต่างไปจากเดิม ความรู้สึกร่วมดื่มขณะเล่นเกม จะทำให้ผู้เล่นเกิดมุงความสนใจต่อเกมนั้น และเกิดการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์กับความคิดขณะเล่นเกม

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) คือการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมภายในเกม โดยทั่วไปการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจะขาดความรูสึกมีส่วนร่วมของผู้เล่น แต่ขณะเดียวกันก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลินจากการเล่นเกม เนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมภายในเกมทำให้เกิดการเชื่อมโยง การร่วมมือ หรือการแข่งขันระหว่างผู้เล่นด้วยกัน นำไปสู่ความเพลิดเพลิน

5.3 ความสำคัญของความเพลิดเพลินต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรม

ความเพลิดเพลินมีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมหลายประการ รวมถึงพฤติกรรมการเล่นเกมและการใช้จ่ายเงินกับเกม Hamari (2015:306) กล่าวว่าความเพลิดเพลินเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความตั้งใจเล่นเกมฟรีเมียมเพิ่มขึ้น ทว่ากลับทำให้ความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือน

ภายในเกมลดลง เนื่องจากความเพลิดเพลินอาจลดความจำเป็นในการซื้อไอเทมภายในเกมลง Wei and Lu (2014:323-325) กล่าวว่าความเพลิดเพลินและการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมสำหรับสมาร์ทโฟนเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้พัฒนาเกมควรใส่ใจต่อบัจจัยเหล่านี้ผ่านการออกแบบระบบที่สร้างสรรค์และสามารถมอบความเพลิดเพลินให้แก่ผู้เล่นได้ Nguyen (2015:55-56) กล่าวว่าสำหรับเกมที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม ผู้พัฒนาสามารถสร้างรายได้ก็ต่อเมื่อผู้เล่นจ่ายเงินในระหว่างการเล่นอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากความเพลิดเพลินมีอิทธิพลต่อการเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง ผู้พัฒนาควรนำเสนอระบบการเล่นที่ส่งผลต่อความเพลิดเพลินขณะเล่นเกม

จากการศึกษาความเพลิดเพลิน ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความหมาย และองค์ประกอบของความเพลิดเพลิน รวมไปถึงอิทธิพลของความเพลิดเพลินที่มีต่อความตั้งใจเล่นเกม ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้กำหนดตัวแปรอิสระของงานวิจัย และออกแบบข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภาพร ดอกไม้ สุชาดา กรเพชรปณี และสมสิทธิ์ จิตรสถาพร (2556) ได้ศึกษาเรื่องความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผลการศึกษาพบว่า ความรู้สึกสนุกสนานในการเล่นเกมนออนไลน์ เจตคติต่อเกมนออนไลน์ และการคล้อยตามกลุ่มเพื่อนที่เล่นเกมออนไลน์ ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ คือความเชื่อถือในเว็บไซต์เกมนออนไลน์ ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ คือปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ภกกร กลุ่มเพชรมงคอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่นเกมน และการแสวงหาสาระในการเล่นเกมน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

วิศรา สอนจิตร (2557) ได้ศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อทัศนคติในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ และเพื่อศึกษาทัศนคติกับบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ด้านความเสี่ยง การรับรู้ด้านความเพลิดเพลิน การรับรู้ด้านประโยชน์ และการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน มีผลกระทบต่อทัศนคติในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน นอกจากนี้ทัศนคติและบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงยังมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุดคือทัศนคติ

ธัญญา ศิริลาภพานิช (2558) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ความเพลิดเพลิน สิ่งเร้าทางสภาวะแวดล้อม และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ การให้บริการเฉพาะส่วนบุคคล ความสามารถในการเข้าถึง การรับรู้ความมีประโยชน์ และความเพลิดเพลิน ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความพึงพอใจ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ผ่านทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ ความสะดวกสบายในการใช้งาน และความบันเทิงในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในขณะที่การรับรู้ความง่ายของแอปพลิเคชัน ทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน และอิทธิพลทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์

สิริสุดา รอดทอง (2556) ได้ศึกษาความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้สมาร์ตโฟน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน และอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ การ

รับรู้ความง่าย และการรับรู้ความสะดวกในการพกพา ที่มีต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ความง่าย และด้านการรับรู้ความสะดวกในการพกพา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน

สิทธิชน โชติ ตรงดี (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานะทางสังคม ที่ส่งผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรในส่วนของ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟนที่แตกต่างกัน

De Souza and De Freitas (2017) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคของเกมอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่น และความตั้งใจซื้อเกมอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ความท้าทาย การเบี่ยงเบนความสนใจ ความสนุก จินตนาการ และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่น ขณะเดียวกันความตั้งใจเล่น มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อ โดยที่ความท้าทาย การเบี่ยงเบนความสนใจ ความสนุก จินตนาการ และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมก็มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อเช่นกัน

Hamari (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนภายในเกมที่ใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของทัศนคติกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม และอิทธิพลของความเพลิดเพลินที่มีต่อความตั้งใจเล่นเกมและความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติต่อการซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจเล่นเกมมีอิทธิพลทางบวกต่อการซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม ในขณะที่ความเพลิดเพลินมีอิทธิพลทางลบต่อการซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม แต่ความเพลิดเพลินมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเล่นเกม

Wei and Lu (2014) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจเล่นเกมโทรศัพท์มือถือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเล่นเกมบนโทรศัพท์มือถือผ่านทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratifications) และผลกระทบเครือข่าย ผลการศึกษา

พบว่า ผลกระทบเครือข่ายซึ่งประกอบไปด้วยการรับรู้ผู้ใช้งานกับการรับรู้ผู้ร่วมเครือข่าย ความพอใจส่วนบุคคลซึ่งประกอบไปด้วยความเพลิดเพลินและการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และความยืดหยุ่นด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมโทรศัพท์มือถือ ทว่าปัจจัยความยืดหยุ่นด้านเวลาไม่มีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น

Alzahrani, Mahmud, Ramayah, Alfarradj, and Alalwan (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในประเทศมาเลเซีย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนควบคุมคู่ไปกับตัวแปรอิสระความเพลิดเพลิน และประสบการณ์ลื่นไหล (Flow experience) ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความเพลิดเพลิน และประสบการณ์ลื่นไหลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเล่นเกมออนไลน์มากที่สุดคือความเพลิดเพลิน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ผ่านงานวิจัยทั้งจากในประเทศและนอกประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้นำความรู้เหล่านี้มาใช้ในการกำหนดสมมติฐาน พัฒนารอบแนวความคิดการวิจัย และการสร้างเครื่องมือการวิจัย คือแบบสอบถาม โดยมีตัวแปรอิสระคือทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน ส่วนตัวแปรตามคือความตั้งใจเล่นเกมกาชา

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงาน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 2.) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 3.) เพื่อศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 4.) เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 5.) เพื่อศึกษาความเพลิดเพลินที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้น เพื่อนำไปวิเคราะห์และแสดงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนชาวไทยในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงาน คือบุคคลในช่วงอายุ 15 – 60 ปี ที่เล่นหรือมีประสบการณ์เล่นเกมกาชามาก่อน ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3. ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนชาวไทยในช่วงวัยรุ่น และวัยทำงาน คือบุคคลในช่วงอายุ 15 – 60 ปีที่เล่นหรือมีประสบการณ์เล่นเกมกาชามาก่อน เนื่องจากไม่ทราบ

จำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการหาขนาดของตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดประชากรของ Cochran (1977:75)

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับของความเชื่อมั่น กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

P = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบสัดส่วนที่แน่นอน จึงกำหนดค่าที่ 0.5

e = ระดับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง กำหนดที่ 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณ จะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 384 คนขึ้นไป เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยเลือกแบบแผนการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาใช้งานเป็นประจำ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook) พันทิป (pantip) และ จีคอนฮับ (Gconhub) โดยที่ผู้ตอบต้องมีคุณสมบัติตรงกับประชากรของงานวิจัย คือผู้เล่นหรือมีประสบการณ์ในการเล่นเกมกาชามาก่อน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาและประยุกต์ใช้จากแบบสอบถามในบทความของ Ajzen (2006) และงานวิจัยของ Lin et al. (2008) ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบข้อคำถามเป็นปลายปิดโดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ คำถามประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา ทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะที่มีต่อการเล่นเกมภาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน โดยใช้รูปแบบมาตรประมาณค่าตามแนวทางของลิเกิร์ต (Likert scale) ซึ่งแบ่งระดับของความคิดเห็นดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยใช้รูปแบบมาตรประมาณค่าตามแนวทางของลิเกิร์ต ซึ่งแบ่งระดับของความคิดเห็นดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของค่าที่ได้จากการวัดตามแนวทางของลิเกิร์ต เพื่อหาค่าเฉลี่ยของค่าทั้งหมดที่วัดได้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยด้วยวิธีการ Arbitrary Weighting โดยยึดค่ากึ่งกลางเป็นหลัก (ประสพชัย พสุนนท์, 2555:214) ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

ระดับคะแนน	4.501-5.000	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับคะแนน	3.501-4.500	หมายถึง	มาก
ระดับคะแนน	2.501-3.500	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับคะแนน	1.501-2.500	หมายถึง	น้อย

ระดับคะแนน 1.000-1.500 หมายถึง น้อยที่สุด

5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

5.1 ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการกำหนดข้อคำถามในส่วนของ ทักษะคิดที่มีต่อการเล่นเกมภาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความเพลิดเพลิน และความตั้งใจเล่นเกมภาษา

5.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการประยุกต์ใช้ในงานวิจัยและทฤษฎีที่ศึกษาไปมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม รวมไปถึงการรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงแบบสอบถาม

5.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าที่ได้ไม่ควรน้อยกว่า 0.70 (ประสพชัย พสุนนท์, 2555:239-240) ซึ่งผลที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.911, 0.927, 0.915, 0.947, และ 0.882 ตามลำดับ

5.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลในแบบสอบถามซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 3 ส่วนด้วยกัน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล

6.2 ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำรา บทความ รายงานการวิจัย วารสารต่างๆ รวมไปถึงแหล่งข้อมูลในเว็บไซต์ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด และทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการวิจัย รวมไปถึงรายละเอียดของเกมภาษาซึ่งเป็นหัวข้อของการวิจัยในครั้งนี้

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มาวิเคราะห์ และประมวลผล โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติของการวิจัยครั้งนี้อยู่ที่ 0.05 โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้น จะนำผลการวิเคราะห์มานำเสนอในรูปแบบของข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบกับตารางอธิบายผลการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลดังนี้

7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติพรรณนา เพื่อหา ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาษาของประชาชน วัยรุ่นและวัยทำงาน ได้แก่ ทักษะคดีที่มีต่อการเล่นเกมกาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน โดยใช้สถิติพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลของความตั้งใจเล่นเกมกาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยใช้สถิติพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

7.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกม กาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบ t-test ด้วยวิธี Independent Sample t-test และการทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

7.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 - 5 ทักษะคดีที่มีต่อการเล่นเกมกาษา การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจเล่นเกมกาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงานในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งเนื้อหา ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดอักษรย่อ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติ t ที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน
F	แทน	ค่าสถิติ F ที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Mean Square)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับการทดสอบสมมติฐาน (Probability)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
Adjusted R^2	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่แก้แล้ว
SE_{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพหุนามในรูปคะแนนดิบ
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปรับมาตรฐาน
Y	แทน	คะแนนความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ได้จากสมการพหุนามในรูปคะแนนดิบ
Z	แทน	คะแนนความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ได้จากสมการพหุนามในรูปคะแนนมาตรฐาน
X_1	แทน	ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา
X_2	แทน	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
X_3	แทน	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
X_4	แทน	ความเพ็ดเพลิน
Y_1	แทน	ความตั้งใจเล่นเกมภาษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นและวัยทำงาน จำนวน 400 คน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 1 - 6

ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	276	69.00
หญิง	124	31.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 ขณะที่เพศหญิงมีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ตารางที่ 2 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 21 ปี	142	35.50
22 – 28 ปี	137	34.25
29 – 35 ปี	83	20.75
36 – 42 ปี	33	8.25
43 – 49 ปี	4	1.00
50 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 22 – 28 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 อายุระหว่าง 29 – 35 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 อายุระหว่าง 36-42 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 อายุระหว่าง 43 - 49 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	110	27.50
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	34	8.50
ปริญญาตรี	201	50.25
สูงกว่าปริญญาตรี	55	13.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 110

คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	184	46.00
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	9.25
พนักงานบริษัทเอกชน	96	24.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	83	20.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	124	31.00
5,001 – 15,000 บาท	99	24.75
15,001 – 25,000 บาท	74	18.50
25,001 – 35,000 บาท	42	10.50
สูงกว่า 35,000 บาท	61	15.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ

24.75 รายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 รายได้สูงกว่า 35,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ รายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

เนื่องจากมีอันตรายภาคชั้นของข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม มีความถี่น้อยกว่าเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงได้จัดกลุ่มใหม่สำหรับการทดสอบสมมติฐาน โดยแบ่งกลุ่มดังนี้

ตารางที่ 6 จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ (จัดกลุ่มใหม่)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 21 ปี	142	35.50
22 – 28 ปี	137	34.25
29 – 35 ปี	83	20.75
36 ปีขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ แบบจัดกลุ่มใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคืออายุ ระหว่าง 22 – 28 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 อายุระหว่าง 29 – 35 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และอายุ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน ประกอบด้วย ทักษะคิดที่มีต่อการเล่นเกมภาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 7 - 11

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาโดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาโดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา	3.352	0.850	ปานกลาง
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	2.380	1.071	น้อย
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	4.272	0.553	มาก
ความเพลิดเพลิน	3.599	0.897	มาก
รวม	3.401	0.582	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.401$) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.272$) มีความคิดเห็นอยู่ที่ระดับมาก รองลงมาคือ ความเพลิดเพลิน ($\bar{X} = 3.599$) อยู่ในระดับมาก ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา ($\bar{X} = 3.352$) อยู่ในระดับปานกลาง และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($\bar{X} = 2.380$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา

ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ดี	44 (11.00)	105 (26.25)	181 (45.25)	37 (9.25)	33 (8.25)	3.225	1.038	ปานกลาง
2.การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน	82 (20.50)	142 (35.50)	114 (28.50)	44 (11.00)	18 (4.50)	3.566	1.072	มาก
3.การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ	100 (25.00)	140 (35.00)	113 (28.25)	27 (6.75)	20 (5.00)	3.683	1.075	มาก
4.การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์	16 (4.00)	45 (11.25)	162 (40.50)	90 (22.50)	87 (21.75)	2.533	1.073	ปานกลาง
5.การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่น่าชื่นชอบ	121 (30.25)	138 (34.50)	89 (22.25)	25 (6.25)	27 (6.75)	3.753	1.151	มาก
รวม						3.352	0.850	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.352$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือการเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ท่านชื่นชอบ ($\bar{X} = 3.753$) มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาคือ การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.683$) มีความคิดเห็นในระดับมาก การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน ($\bar{X} = 3.566$) มีความคิดเห็นในระดับมาก การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ดี ($\bar{X} = 3.225$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง และการเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ ($\bar{X} = 2.533$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคิดว่าท่านควรเล่นเกมภาษา	17 (4.25)	55 (13.75)	118 (29.50)	80 (20.00)	130 (32.50)	2.373	1.191	น้อย
2.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคาดหวังให้ท่านเล่นเกมภาษา	17 (4.25)	31 (7.75)	109 (27.25)	82 (20.50)	161 (40.25)	2.153	1.161	น้อย
3.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อท่านเล่นเกมภาษา	24 (6.00)	40 (10.00)	130 (32.50)	74 (18.50)	132 (33.00)	2.375	1.207	น้อย
4.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเห็นด้วยต่อการเล่นเกมภาษาของท่าน	22 (5.50)	55 (13.75)	144 (36.00)	71 (17.75)	108 (27.00)	2.530	1.182	ปานกลาง
5.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเล่นเกมภาษา	34 (8.50)	61 (15.25)	107 (26.75)	54 (13.50)	144 (36.00)	2.468	1.337	น้อย
รวม						2.380	1.071	น้อย

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.380$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเห็นด้วยต่อการเล่นเกมภาษาของท่าน ($\bar{X} = 2.530$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง รองลงมาคือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเล่นเกมภาษา ($\bar{X} = 2.468$) มีความคิดเห็นในระดับน้อย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อท่านเล่นเกมภาษา ($\bar{X} = 2.375$) มีความคิดเห็นในระดับน้อย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคิดว่าท่านควรเล่นเกมภาษา ($\bar{X} = 2.373$) มี

ความคิดเห็นในระดับน้อย และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคาดหวังให้ท่านเล่นเกมกาชา ($\bar{X} = 2.153$) มีความคิดเห็นในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ท่านสามารถเล่นเกมกาชาได้ในทันทีที่ต้องการ	141 (35.25)	139 (34.75)	92 (23.00)	23 (5.75)	5 (1.25)	3.970	0.963	มาก
2.ท่านสามารถตัดสินใจได้เองว่าจะเล่นเกมกาชาหรือไม่	285 (71.25)	89 (22.25)	23 (5.75)	2 (0.50)	1 (0.25)	4.638	0.638	มากที่สุด
3.ท่านมั่นใจว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมกาชาได้	174 (43.50)	107 (26.75)	87 (21.75)	23 (5.75)	9 (2.25)	4.035	1.042	มาก
4.ท่านมีทักษะและความรู้เพียงพอในการเล่นเกมกาชา	182 (45.50)	141 (35.25)	71 (17.75)	3 (0.75)	3 (0.75)	4.240	0.821	มาก
5.ท่านสามารถเข้าถึงและเล่นเกมกาชาได้โดยง่าย	236 (59.00)	126 (31.50)	33 (8.25)	2 (0.50)	3 (0.75)	4.475	0.732	มาก
รวม						4.272	0.553	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.272$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือท่านสามารถตัดสินใจได้เองว่าจะเล่นเกมกาชาหรือไม่ ($\bar{X} = 4.638$) มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านสามารถเข้าถึงและเล่นเกมกาชาได้โดยง่าย ($\bar{X} = 4.475$) มีความคิดเห็นในระดับมาก ท่านมีทักษะและความรู้เพียงพอในการเล่นเกมกาชา ($\bar{X} = 4.240$) มีความคิดเห็นในระดับมาก ท่านมั่นใจว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมกาชาได้ ($\bar{X} = 4.035$) มีความคิดเห็นในระดับมาก และท่านสามารถเล่นเกมกาชาได้ในทันทีที่ต้องการ ($\bar{X} = 3.970$) มีความคิดเห็นในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่านรู้สึกจذจมีสมาธิกับการเล่นเกมกาษา	89 (22.25)	159 (39.75)	122 (30.50)	18 (4.50)	12 (3.00)	3.738	0.954	มาก
2. การเล่นเกมกาษาทำให้ท่านมีความสุข	88 (22.00)	148 (37.00)	117 (29.25)	22 (5.5)	25 (6.25)	3.630	1.078	มาก
3. การเล่นเกมกาษาทำให้ท่านผ่อนคลาย	57 (14.25)	117 (29.25)	147 (36.75)	43 (10.75)	36 (9.00)	3.290	1.118	ปานกลาง
4. การเล่นเกมกาษาช่วยเติมเต็มความต้องการของท่าน	86 (21.50)	118 (29.50)	131 (32.75)	37 (9.25)	28 (7.00)	3.493	1.135	ปานกลาง
5. ท่านรู้สึกสนุกกับการเล่นเกมกาษา	117 (29.25)	164 (41.00)	82 (20.50)	14 (3.50)	23 (5.75)	3.845	1.065	มาก
รวม						3.599	0.897	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.599$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ ท่านรู้สึกสนุกกับการเล่นเกมกาษา ($\bar{X} = 3.845$) มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาคือ ท่านรู้สึกจذจมีสมาธิกับการเล่นเกมกาษา ($\bar{X} = 3.738$) มีความคิดเห็นในระดับมาก การเล่นเกมกาษาทำให้ท่านมีความสุข ($\bar{X} = 3.630$) มีความคิดเห็นในระดับมาก การเล่นเกมกาษาช่วยเติมเต็มความต้องการของท่าน ($\bar{X} = 3.493$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง และการเล่นเกมกาษาทำให้ท่านผ่อนคลาย ($\bar{X} = 3.290$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ความตั้งใจเล่นเกมกาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

การวิเคราะห์ความตั้งใจเล่นเกมกาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเล่นเกมกาชา

ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่านมีความตั้งใจที่จะเล่นเกมกาชา	106 (26.50)	137 (34.25)	120 (30.00)	20 (5.00)	17 (4.25)	3.738	1.040	มาก
2. ท่านมีความสนใจจะเล่นเกมกาชาในอนาคต	114 (28.5)	117 (29.25)	119 (29.75)	27 (6.75)	23 (5.75)	3.680	1.127	มาก
3. ท่านตั้งใจจะเล่นเกมกาชาอย่างสม่ำเสมอ	88 (22.00)	110 (27.50)	122 (30.50)	48 (12.00)	32 (8.00)	3.435	1.187	ปานกลาง
รวม						3.618	0.993	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.618$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือท่านมีความตั้งใจที่จะเล่นเกมกาชา ($\bar{X} = 3.738$) มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาคือท่านมีความสนใจจะเล่นเกมกาชาในอนาคต ($\bar{X} = 3.680$) มีความคิดเห็นในระดับมาก และท่านตั้งใจจะเล่นเกมกาชาอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.435$) มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ทักษะที่มีต่อการเล่นเกมกาชา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพิลิตเพิลิน ส่วนตัวแปรตาม คือความตั้งใจเล่นเกมกาชา โดยมีสมมติฐานการวิจัย 5 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ด้วย Independent Sample t-test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยเริ่มจากตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มว่าเท่ากันหรือไม่ด้วยการทดสอบของ Levene กรณีที่ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยวิธี Least Significant Difference

(LSD) กรณีที่ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจะเปลี่ยนไปใช้การทดสอบสถิติของ Brown-Forsythe และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยวิธี Tamhane's T2 ระดับความเชื่อมั่นของการทดสอบคือ 95% และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 การทดสอบสมมติฐานสามารถแยกย่อยออกได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ด้วย Independent Sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	276	3.576	1.044	-1.337	0.182
หญิง	124	3.710	0.865		

จากตารางที่ 13 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.182 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : มีอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตรวจสอบการเท่ากันของค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การทดสอบของ Levene สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	7.153	3	396	.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 14 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน จึงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตารางที่ 15 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	F	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	10.361	3	132.753	.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 15 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือมีอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา เป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Tamhane's T2 ได้ผลการทดสอบดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาจำแนกตามอายุ

(n=400)

อายุ	\bar{X}	15 – 21 ปี (n=142)	22 – 28 ปี (n=137)	29 – 35 ปี (n=83)	36 ปี ขึ้นไป (n=38)
15 – 21 ปี	3.977	-	0.444** (0.000)	0.563** (0.000)	0.950** (0.001)
22 – 28 ปี	3.533		-	0.119 (0.944)	0.507 (0.210)
29 – 35 ปี	3.414			-	0.387 (0.552)
36 ปี ขึ้นไป	3.026				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 – 21 ปี มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22 – 28 ปี 29 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ 0.444 0.563 และ 0.950 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : มีระดับการศึกษาสูงสุดอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตรวจสอบการเท่ากันของค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การทดสอบของ Levene สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามระดับการศึกษา
สูงสุด

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	7.153	3	396	.007**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 17 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน จึงทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตารางที่ 18 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ตัวแปร	F	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	11.302	3	205.836	.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือมีระดับการศึกษาสูงสุดอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา เป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Tamhane's T2 ได้ผลการทดสอบดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

(n=400)

ระดับการศึกษาสูงสุด	\bar{X}	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (n=110)	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (n=34)	ปริญญาตรี (n=201)	สูงกว่าปริญญาตรี (n=55)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	3.985	-	0.034 (1.000)	0.572** (0.000)	0.560** (0.007)
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.951		-	0.538** (0.005)	0.527 (.0.056)
ปริญญาตรี	3.413			-	-0.011 (1.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.424				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ 0.572 และ 0.560 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ 0.538

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : มีอาชีพอย่างน้อย 2 กลุ่มที่ต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตรวจสอบการเท่ากันของค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การทดสอบของ Levene สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	5.221	3	396	0.002**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 20 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน จึงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตารางที่ 21 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	F	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	4.749	3	186.393	0.003**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 21 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือมีอาชีพอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา เป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Tamhane's T2 ได้ผลการทดสอบดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชาจำแนกตามอาชีพ

(n=400)

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา (n=184)	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=37)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n=96)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ (n=83)
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	3.828	-	0.531 (0.068)	0.383* (0.021)	0.334 (0.057)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.297	-	-	-0.147 (0.987)	-0.197 (0.943)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.444	-	-	-	-0.050 (1.000)
ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	3.494	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความตั้งใจเล่นเกมกาชาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยความตั้งใจเล่นเกมกาชาที่ 0.383

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตรวจสอบการเท่ากันของค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การทดสอบของ Levene สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่ม จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	4.270	4	395	0.002**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 23 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีค่าแตกต่างกัน จึงทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตารางที่ 24 ความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา จำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

ตัวแปร	F	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจเล่นเกมกาชา	6.570	4	246.305	0.000**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 24 เนื่องจาก ค่าความน่าจะเป็น มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือมีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชา เป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Tamhane's T2 ได้ผลการทดสอบดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมกาชาจำแนกตามรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

(n=400)

รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน	\bar{X}	ไม่เกิน 5,000 บาท (n=124)	5,001 – 15,000 บาท (n=99)	15,001 – 25,000 บาท (n=74)	25,001 – 35,000 บาท (n=42)	สูงกว่า 35,000 บาท (n=61)
ไม่เกิน 5,000 บาท	3.930	-	0.260 (0.321)	0.543** (0.001)	0.811** (0.001)	0.411 (0.058)
5,001 – 15,000 บาท	3.670		-	0.283 (0.526)	0.551 (0.113)	0.151 (0.990)
15,001 – 25,000 บาท	3.387			-	0.268 (0.919)	-0.132 (0.997)
25,001 – 35,000 บาท	3.119				-	-0.400 (0.572)
สูงกว่า 35,000 บาท	3.519					-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความตั้งใจเล่นเกมกาชาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยความตั้งใจเล่นเกมกาชาที่ 0.543 และ 0.811 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคดีที่มีต่อการเล่นเกมกาชา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทักษะคดีที่มีต่อการเล่นเกมกาชา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

H_1 : ทักษะคดีที่มีต่อการเล่นเกมกาชา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

สมมติฐานที่ 3 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

H_1 : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

H_1 : การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

สมมติฐานที่ 5 ความเพิดเพลิน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความเพิดเพลิน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

H_1 : ความเพิดเพลิน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 - 5 ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบเรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่นำเข้าสมการ (Stepwise) โดยตรวจสอบข้อกำหนดของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากนั้นจึงเริ่มการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยต่าง ๆ กับ ความตั้งใจเล่นเกมกาชา (Y_1) ของวัยรุ่นและวัยทำงาน

ปัจจัย	ความตั้งใจเล่นเกมกาชา					
	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-0.292		-1.254	0.211		
ความเพลิดเพลิน (X_4)	0.610	0.552	12.553	0.000**	0.423	2.365
ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา (X_1)	0.353	0.302	6.917	0.000**	0.428	2.335
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (X_3)	0.125	0.069	2.367	0.018*	0.951	1.052
R = 0.823, $SE_{est} = 0.567$, F = 276.336, Sig of F = 0.000**						
$R^2 = 0.677$, Adjusted $R^2 = 0.674$, Durbin-Watson = 1.845						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 26 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การทดสอบค่าความคลาดเคลื่อน ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.845 ซึ่งอยู่ในช่วงของค่าที่เหมาะสมคือ 1.50 – 2.50 หมายความว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน และตรงตามข้อตกลงของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่าตัวแปรอิสระความเพลิดเพลิน ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีค่า VIF เท่ากับ 2.365 , 2.335 และ 1.052 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 หมายความว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีสหสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) และตรงตามข้อตกลงของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้ F-test มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่าสมการที่สร้างขึ้นสามารถใช้ได้ และผลการทดสอบ t-test พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.01 และ 0.05 จำนวน

3 ปัจจัย คือ ความเพลิดเพลีน ทักษะคิดที่มีต่อการเล่นเกมกาชา และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ในระบบสมการนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีตัวแปรตามได้ร้อยละ 67.7 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.823 ค่ากำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.677 ค่ากำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่แก้แล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ 0.674 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.567 เนื่องจากค่าความน่าจะเป็นของค่าคงที่ คือ 0.211 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงหมายความว่า ค่าคงที่ของสมการการถดถอยเชิงพหุในรูปแบบคะแนนดิบ(a) มีค่าไม่แตกต่างจาก 0 ผลการวิเคราะห์ห้จากตารางที่ 26 สามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยเชิงพหุได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

สมการการถดถอยเชิงพหุคะแนนดิบ

$$Y = 0.610X_4^{**} + 0.353X_1^{**} + 0.125X_3^*$$

สมการการถดถอยเชิงพหุคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.552X_4^{**} + 0.302X_1^{**} + 0.069X_3^*$$



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงานครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ได้แก่ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 2.) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 3.) เพื่อศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 4.) เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน 5.) เพื่อศึกษาความเพิลิตเพิลินที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อออกเป็นดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีอายุระหว่าง 15-21 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

1.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีความคิดเห็นมากเป็นอันดับแรก คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม รองลงมาคือความเพิลิตเพิลิน ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

1.2.1 ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ คือ การเล่นเกมกาชาเป็น

กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบ การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ และการเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ การเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่ดี และการเล่นเกมภาษาเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ ตามลำดับ

1.2.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเห็นด้วยต่อการเล่นเกมภาษาของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 4 ข้อ คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเล่นเกมภาษา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อท่านเล่นเกมภาษา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคิดว่าท่านควรเล่นเกมภาษา และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคาดหวังให้ท่านเล่นเกมภาษา ตามลำดับ

1.2.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ ท่านสามารถตัดสินใจได้เองว่าจะเล่นเกมภาษาหรือไม่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ ท่านสามารถเข้าถึงและเล่นเกมภาษาได้โดยง่าย ท่านมีทักษะและความรู้เพียงพอในการเล่นเกมนภาษา ท่านมั่นใจว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมนภาษาได้ และท่านสามารถเล่นเกมภาษาได้ในทันทีที่ต้องการ ตามลำดับ

1.2.4 ความเพลิดเพลิน พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ คือ ท่านรู้สึกสนุกกับการเล่นเกมภาษา ท่านรู้สึกจดจ่อกับการเล่นเกมนภาษา และการเล่นเกมภาษาทำให้ท่านมีความสุข มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ การเล่นเกมภาษาช่วยเติมเต็มความต้องการของท่าน และการเล่นเกมภาษาทำให้ท่านผ่อนคลาย ตามลำดับ

1.3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาอยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ คือ ท่านมีความตั้งใจที่จะเล่นเกมภาษา และท่านมีความสนใจจะเล่นเกมภาษาในอนาคต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ท่านตั้งใจจะเล่นเกมภาษาอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

1.4 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบที (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า

1.4.1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน

1.4.2 มีอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 – 21 ปี มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22 – 28 ปี 29 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.4.3 มีระดับการศึกษาสูงสุดอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.4.4 มีอาชีพอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4.5 มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-5 ทดสอบหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน ต่อตัวแปรตามคือความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิค Stepwise ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเล่นเกมภาษา คือ ความเพลิดเพลิน (X_4) ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา (X_1) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (X_3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิทธิชน โชติ ตรงดี (2555) ที่อธิบายว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ทโฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ทำให้บุคคลเกิดการวิเคราะห์และรับสารที่มีความเป็นเฉพาะตัว ทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกัน ในขณะที่การเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยจำแนกตามเพศ พบว่าไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากแอปพลิเคชันเกมภาษาในปัจจุบัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลิริสุดา รอดทอง (2556) ที่อธิบายว่าปัจจุบันสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับทุกคน และทุกคนสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ง่าย อีกทั้งแอปพลิเคชันจำนวนมากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งเพศชายและหญิง จึงทำให้เพศไม่มีความแตกต่างในด้านการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน

2.2 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานในส่วนของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยทัศนคติที่ดีต่อการเล่นเกมภาษา จะทำให้ประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานมีแนวโน้มเล่นเกมภาษามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ที่อธิบายว่าทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมหนึ่ง จะส่งผลต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้น โดยเกิดได้จากความชอบต่อพฤติกรรม รวมไปถึงการประเมินคุณค่าของพฤติกรรม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาพร ดอกไม้ สุชาดา กรเพชรปานิ และสมสิทธิ์ จิตรสถาพร (2556) ที่อธิบายว่าหากทัศนคติเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสามารถกำหนดแนวทางหรือปฏิกิริยาตอบสนองได้ ดังนั้นยิ่งบุคคลมีทัศนคติในทางบวกต่อการเล่นเกมมากเท่าใด ก็จะเกิดความตั้งใจเล่นเกมมากขึ้น

2.3 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานในส่วนของกลไกตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา ซึ่งไม่สอดคล้องต่อทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ซึ่งอธิบายว่าแรงกดดันจากสังคมนรอบตัวบุคคล จะส่งผลต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วริศรา สอนจิตร (2557) และ Alzahrani et al. (2017) ทั้งนี้ เนื่องจากประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานในประเทศไทย อาจมองว่ากลุ่มอ้างอิงไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกมภาษาของตน เทียบเท่ากับปัจจัยอื่น ๆ หรือกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนและกดดันให้บุคคลเล่นเกมภาษาในประเทศ

ไทยมีจำนวนน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ที่อธิบายว่า อิทธิพลทางสังคมไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้ครอบครองผู้สูงอายุยังใช้แอปพลิเคชันไลน์จำนวนน้อย

2.4 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานในส่วนของ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยในปัจจุบันผู้เล่นสามารถเข้าถึงเกมภาษาได้ง่าย เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้โมเด็มธุรกิจแบบฟรีเมียมที่เข้าถึงได้ฟรี และดาวน์โหลดได้ง่ายผ่านทางมือถือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ซึ่งอธิบายว่า การรับรู้ความสะดวกหรือความยากง่ายในการก่อพฤติกรรมจะส่งผลต่อความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Alzahrani et al. (2017) ที่อธิบายว่าหากผู้เล่นรับรู้ว่าคุณสามารถเข้าถึงเกมออนไลน์ได้ง่าย ก็จะมีโอกาสเล่นเกมออนไลน์ได้มากขึ้น

2.5 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงานในส่วนของความเพลิดเพลิน พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา การเล่นเกมเป็นกิจกรรมสำหรับสร้างความเพลิดเพลินให้แก่ผู้เล่น ดังนั้นระดับของความเพลิดเพลินที่ผู้เล่นได้รับจากการเล่นเกมภาษา จะส่งผลต่อการความตั้งใจเล่นต่อไปในภายภาคหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัญญา ศิริลาภพานิช (2558) ที่อธิบายว่าเมื่อบุคคลได้รับความเพลิดเพลินจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภคกร ลุ่มเพชรมงค (2557) De Souza and De Freitas (2017) Wei and Lu (2014) ที่อธิบายว่าความเพลิดเพลินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป้าหมายของการเล่นเกมก็คือการรับความเพลิดเพลินขณะเล่นเกม

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

3.1.1 ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่ต่างกัน ดังนั้นผู้พัฒนาหรือผู้ให้บริการเกม ควรมุ่งเน้นทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความตั้งใจเล่นสูง เช่นกลุ่มอายุ 15 – 21 ปี หรือกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เพื่อให้เกิดการเล่นเกมภาษาอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นให้เกิดการเติมเงินในภายหลัง ขณะที่ความ

แตกต่างของเพศ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา องค์กรจึงควรพัฒนาหรือการให้บริการเกมภาษาโดยไม่ละเลยเพศใดเพศหนึ่ง เช่นการออกแบบระบบของเกมหรือตัวละครที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับทั้งผู้ชายและผู้หญิงได้พร้อมกัน

3.1.2 ทักษะที่มีต่อการเล่นเกมภาษา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา ดังนั้น ผู้ให้บริการเกมจึงควรส่งเสริมทัศนคติต่อการเล่นเกมภาษา ด้วยการให้ข้อมูลหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานมองเกมภาษาในทางที่ดีมากขึ้น และหลีกเลี่ยงการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดที่อาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของเกมภาษา โดยเฉพาะการจัดโปรโมชันที่ชักจูงให้ผู้เล่นเสียเงินมากเกินไปจนเกินควร ดังที่เคยเกิดขึ้นกับเกมภาษาในอดีตมาก่อน

3.1.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมภาษา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา ผู้พัฒนาและผู้ให้บริการเกมจึงควรสร้างช่องทางการเข้าถึงแอปพลิเคชันเกมภาษาที่ผู้เล่นสามารถเข้าถึงได้สะดวก ซึ่งปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายด้วยช่องทางการดาวน์โหลดเกมผ่านร้านค้าที่เข้าถึงได้จากสมาร์ตโฟน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมหลายพื้นที่ของประเทศไทย และการใช้โมเดลธุรกิจแบบฟรีเมียมที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเกมได้ฟรี

3.1.4 ความเพลิดเพลินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมภาษา โดยมีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อของและการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ผู้เล่นเกิดการเล่นเกมภาษาอย่างต่อเนื่อง ผู้พัฒนาจึงควรศึกษาและพัฒนากระบวนการของเกมภาษาที่สามารถสร้างความสนุกสนานและตื่นเต้นให้กับกลุ่มเป้าหมายของเกมได้เป็นสำคัญ โดยอาศัยหลักการของความเพลิดเพลินตามองค์ประกอบของทฤษฎี Gameflow ของ Sweetser and Wyeth (2005)

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

3.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความตั้งใจเล่นเกมภาษา โดยไม่มีการเจาะลึกถึงประเภท หรือผลิตภัณฑ์เกมใด ๆ โดยเฉพาะเจาะจง ซึ่งความแตกต่างของประเภทของเกมอาจส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาได้เช่นกัน เนื่องจากแต่ละประเภทของเกมมีวิธีการเล่น และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน จึงควรกำหนดประเภทของเกมภาษาที่จะศึกษาในครั้งถัดไปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงขึ้น และสามารถนำผลการทดลองไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการพัฒนาเกมหรือการให้บริการเกมที่มีประเภทของเกมใกล้เคียงกัน

3.2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาหาความแตกต่างของความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานแต่ละกลุ่ม และอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน ต่อตัวแปรตามความตั้งใจเล่นเกมกาชา ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมไปถึงความตั้งใจซื้อหรือการเติมเงินภายในเกมกาชา จึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมดังกล่าว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และสามารถนำผลการทดลองไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการพัฒนาเกมหรือการให้บริการเกมในด้านการสร้างรายได้จากเกมมากยิ่งขึ้น



รายการอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). ข้อมูลอุตสาหกรรมแอนิเมชัน เกม และคาแรคเตอร์ ปี 2559 และคาดการณ์ปี 2560-2561. Retrieved 28 สิงหาคม Retrieved from <http://www.depa.or.th/system/tdf/publication/files/DEPA%20Digital%20Content%202559.pdf?file=1&type=node&id=1937&force=0>
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (9th ed.). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธัญญา ศิริลาภพานิช. (2558). ความพึงพอใจ ความเพลิดเพลิน สิ่งเร้าทางสภาวะแวดล้อม และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประภาพร ดอกไม้ สุชาดา กรเพชรปानी และสมสิทธิ์ จิตรสถาพร. (2556). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 11(1), 79-88.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ภคกร กลุ่มเพชรมงคล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิณี กาญจนภา. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- วิศรดา สอนจิตร. (2557). ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 (ไตรมาส 1). Retrieved 1 พฤศจิกายน Retrieved from <http://www.nso.go.th/sites/2014>
- สิทธิชน โชติ ตรงดี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยี

สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สิริสุดา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมงคลชัยบุรี.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค (7th ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2006). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. Retrieved October 1 Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/0574/b20bd58130dd5a961f1a2db10fd1fcb9e95d.pdf>

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New jersey: Prentice Hall.

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

Brockmann, T., Stieglitz, S., & Cvetkovic, A. (2015). *Prevalent business models for the Apple App Store*. Paper presented at the Wirtschaftsinformatik proceedings 2015.

Chalk, A. (2014). League of Legends has made almost \$1 billion in microtransactions. Retrieved November 3 Retrieved from <https://www.pcgamer.com/league-of-legends-has-made-almost-1-billion-in-microtransactions/>

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Willey & Sons.

Cowley, R. (2018). Tencent's megahit mobile MOBA Honor of Kings generated \$1.9 billion in revenues in 2017. Retrieved November 19 Retrieved from <https://www.pocketgamer.biz/news/67432/tencents-megahit-mobile-moba-honor-of-kings-generated-19-billion-in-revenues-in-2017/>

De Crombrughe de Picquendaele, L. (2016). *Analysis of an innovative business model: the freemium and its applications*. (M.Sc. dissertation), Louvain School of Management, Université catholique de Louvain.

De Souza, L. L. F., & De Freitas, A. A. F. (2017). Consumer behavior of electronic games' players:

- A study on the intentions to play and to pay. *Revista de Administração*, 52(4), 419-430.
- Farrell, J., & Klemperer, P. (2007). Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects. In M. Armstrong & R. Porter (Eds.), *Handbook of industrial organization Volume 3* (pp. 1967-2072). Amsterdam: North-Holland.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flunger, R., Mladenow, A., & Strauss, C. (2017). *The Free-to-play business model*. Paper presented at the 19th International Conference on Information Integration and Web-based Applications & Services, Salzburg, Austria.
- Geekwire. (2011). How Valve experiments with the economics of video games. Retrieved December 12 Retrieved from <https://www.geekwire.com/2011/experiments-video-game-economics-valves-gabe-newell/>
- Grishenko, Y. (2017). Gacha for beginners. Retrieved September 3 Retrieved from https://www.gamasutra.com/blogs/YevgenGrishenko/20170309/292989/Gacha_for_Beginners.php
- Hamari, J. (2015). Why do people buy virtual goods? Attitude toward virtual good purchases versus game enjoyment. *International Journal of Information Management*, 35(3), 299-308.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Holm, A. B., & Günzel-Jensen, F. (2017). Succeeding with freemium: Strategies for implementation. *Journal of Business Strategy*, 38(2), 16-24.
- Humphries, M. (2016). Japanese gamer spends \$6,065 unlocking mobile RPG character. Retrieved July 20 Retrieved from <https://www.geek.com/games/japanese-gamer-spends-6065-unlocking-mobile-rpg-character-1649554/>
- Kanerva, T. (2016). Cultures combined: Japanese gachas are sweeping F2P mobile games in the west. Retrieved November 3 Retrieved from <http://www.gamerefinery.com/japanese-gachas-sweeping-f2p-games-west/>
- Koeder, M., Tanaka, E., & Sugai, P. (2017). *Mobile game price discrimination effect on users of freemium services- An initial outline of game of chance elements in Japanese F2P mobile games*. Paper presented at the Asia-Pacific Regional Conference: "Mapping ICT into

Transformation for the next information society”, Kyoto, Japan.

- Koeder, M. J., & Tanaka, E. (2017). *Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?* Paper presented at the European Regional Conference: "Competition and Regulation in the Information Age", Passau, Germany.
- Lin, A., Gregor, S., & Ewing, M. (2008). Developing a scale to measure the enjoyment of web experiences. *Journal of Interactive Marketing*, 22(4), 40-57.
- Moon, J.-W., & Kim, Y.-G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38(4), 217-230.
- Nelson, R. (2018). Fire Emblem Heroes made nearly \$300 million its first year, five times more than Super Mario Run. Retrieved November 4 Retrieved from <https://sensortower.com/blog/fire-emblem-heroes-first-year-revenue>
- Newzoo. (2015). Newzoo summer series #14: Thai games market. Retrieved December 9 Retrieved from <https://newzoo.com/insights/infographics/newzoo-summer-series-14-thai-games-market/>
- Newzoo. (2018). 2018 global games market report. Retrieved December 5 Retrieved from <https://newzoo.com>
- Nguyen, D. (2015). *Understanding perceived enjoyment and continuance intention in mobile games.* (M.Sc. Master's Thesis), Information Systems Science, Aalto University.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation : A handbook for visionaries, game changers, and challengers.* Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Rogers, S. (2012). *Swipe this! : The guide to great touchscreen game design.* Chichester, West Sussex: John Wiley.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Harlow, Essex: Pearson Education.
- Sweetser, P., & Wyeth, P. (2005). GameFlow: A model for evaluating player enjoyment in games. *ACM Computers in Entertainment*, 3(3), 1-24.
- Tamborini, R., Bowman, N. D., Eden, A., Grizzard, M., & Organ, A. (2010). Defining media enjoyment as the satisfaction of intrinsic needs. *Journal of Communication*, 60(4), 758-777.
- Telfer, A. (2018). How to design a Gacha system. Retrieved September 3 Retrieved from

<https://mobilefreetoplay.com/design-gacha-system/>

Wei, P.-S., & Lu, H.-P. (2014). Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications. *Internet Research*, 24(3), 313-331.

Weinman, J. (2012). *Clouconomics : The business value of cloud computing*. Hoboken, N.J.: John Wiley.

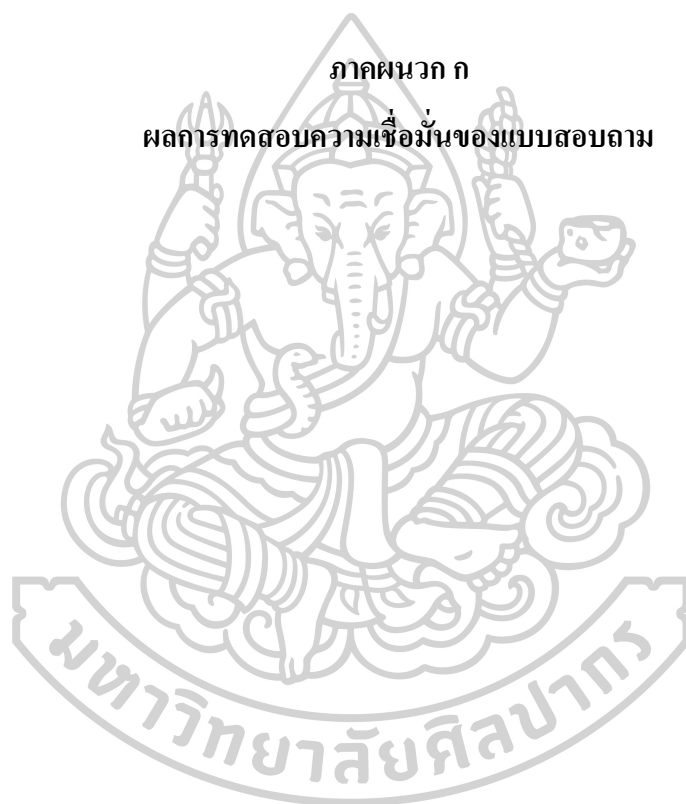
Wu, J., & Liu, D. (2007). The effect of trust and enjoyment on intention to play online games. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 128-140.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการ Cronbach's Alpha

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ด้านทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
0.911	0.911	5

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ด้านการปล่อยตามกลุ่มอ้างอิง

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
0.927	0.931	5

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
0.915	0.915	5

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ด้านความเพลิดเพลิน

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
0.947	0.948	5

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ด้านความตั้งใจเล่นเกมกาชา

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
0.882	0.885	3



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

“ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของวัยรุ่นและวัยทำงาน”

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับท่านมากที่สุด (เพียง 1 คำตอบ)

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15 - 21 ปี 2. 22 - 28 ปี
 3. 29 - 35 ปี 4. 36 - 42 ปี
 5. 43 - 49 ปี 6. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 5. ปริญญาตรี 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
 5. อื่นๆ โปรดระบุ _____

5. รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

1. ไม่เกิน 5,000 บาท 2. 5,001 – 15,000 บาท
 3. 15,001 – 25,000 บาท 4. 25,001 – 35,000 บาท
 5. สูงกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชา

คำชี้แจง ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ มีผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชาของท่านเท่าใด โปรดพิจารณา

ข้อความแต่ละข้อและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาชา	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมกาชา					
1. การเล่นเกมกาชาเป็นกิจกรรมที่ดี					
2. การเล่นเกมกาชาเป็นกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน					
3. การเล่นเกมกาชาเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ					
4. การเล่นเกมกาชาเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์					
5. การเล่นเกมกาชาเป็นกิจกรรมที่ท่านชื่นชอบ					
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง					
6. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคิดว่าท่านควรเล่นเกมกาชา					
7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านคาดหวังให้ท่านเล่นเกมกาชา					
8. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อท่านเล่นเกมกาชา					
9. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเห็นด้วยต่อการเล่นเกมกาชาของท่าน					
10. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านเล่นเกมกาชา					
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม					
11. ท่านสามารถเล่นเกมกาชาได้ในทันทีที่ต้องการ					
12. ท่านสามารถตัดสินใจได้เองว่าจะเล่นเกมกาชาหรือไม่					

13. ท่านมั่นใจว่าคนสามารถควบคุมพฤติกรรม การเล่นเกมกาษาได้					
14. ท่านมีทักษะและความรู้เพียงพอในการเล่น เกมกาษา					
15. ท่านสามารถเข้าถึงและเล่นเกมกาษาได้ โดยง่าย					
ความเพลิดเพลิน					
16. ท่านรู้สึกจดจ่อกับการเล่นเกมกาษา					
17. การเล่นเกมกาษาทำให้ท่านมีความสุข					
18. การเล่นเกมกาษาทำให้ท่านผ่อนคลาย					
19. การเล่นเกมกาษาช่วยเติมเต็มความต้องการ ของท่าน					
20. ท่านรู้สึกสนุกกับการเล่นเกมกาษา					

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเล่นเกมกาษา

คำชี้แจง ท่านมีความตั้งใจเล่นเกมกาษาของท่านมากเท่าใด โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อและ
ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความตั้งใจเล่นเกมกาษา	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ความตั้งใจเล่นเกมกาษา					
1. ท่านมีความตั้งใจที่จะเล่นเกมกาษา					
2. ท่านมีความสนใจจะเล่นเกมกาษาในอนาคต					
3. ท่านตั้งใจจะเล่นเกมกาษาอย่างสม่ำเสมอ					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายณัฐกิตต์ จังพานิช

วัน เดือน ปี เกิด

3 ตุลาคม 2536

ที่อยู่ปัจจุบัน

9/1 ถ.ประชาวาส ต.โพธาราม อ.โพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120

