



พฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี



โดย

นายกิตติชัย ตั้งไวบูลย์

นางสาวสุจิตรา คุ่มสมัย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 765 433 สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย  
โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี



โดย  
นายกิตติชัย ตั้งไวบูลย์  
นางสาวสุจิตรา คู่สมย์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 765 433 สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “การเล่นเกมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย  
โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี” เสนอโดย นายกิตติชัย ตั้งไวบูลย์ และ นางสาวสุจิตรา  
คุ้มสมัย มีคุณค่าเพียงพอ ที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ ตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ

.....  
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)  
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกต

คณะกรรมการสอบสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกต)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

...../...../.....

12500666, 12500761 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ : เกมออนไลน์/พฤติกรรม

กิตติชัย ตั้งไวบูลย์ และ สุจิตรา คุ่มสมัย : การเล่นเกมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม  
ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี  
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกตุ. 70 หน้า.

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ สาเหตุของ  
การติดเกมออนไลน์ และ ทักษะคติในการเล่นเกมนออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือใน  
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนมัธยมศึกษา  
ตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ มีจำนวน 318 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งเป็นชั้นด้วยการ  
ใช้สูตรของ Taro Yamane ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าสถิติร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
และ ค่าการแจกแจงความถี่ ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

- 1.เกมออนไลน์ที่นักเรียนเล่นมากที่สุดคือ Simulation ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่เรียน  
สายวิทย์-คณิตและเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
- 2.สาเหตุที่เด็กนักเรียนเลือกเล่นเกม เพราะมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อต้องการพักผ่อนคลาย  
เครียด โดยวัดได้จากจำนวนจากการตอบแบบสอบถามที่มีมากที่สุด
- 3.ทัศนคติของนักเรียนในการเล่นเกมนออนไลน์คือ ตัวเกมออนไลน์ มีประสิทธิภาพและ  
มีความรวดเร็วในการตอบสนอง ซึ่งส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า ด้านตัวเกมมีผลมากในการเลือกเล่นเกม  
ออนไลน์

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา 1..... 2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกตุ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ช่วยเหลือ และ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในด้านต่างๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ประพล เปรมทองสุข ที่กรุณาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ช่วยเหลือ และ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences (SPSS))

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจ แก้ไข และให้คำแนะนำ ในการจัดทำแบบสอบถาม รวมทั้งคณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่าน ที่มอบความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจ ส่งเสริม และสนับสนุนเอื้อเพื่อทุนทรัพย์ตลอดมา

ขอขอบพระคุณ พี่ ๆ และเพื่อน ๆ ทั้งในมหาวิทยาลัย และต่างมหาวิทยาลัย ที่ให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ และกำลังใจในการดำเนินงานวิจัย ในการทำวิจัยในครั้งนี้

คุณประโยชน์ใด ๆ ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้ทำวิจัยขอมอบให้กับ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้อบรม สั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดีและความอดทน ตลอดจนครู อาจารย์ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัย ตั้งแต่เด็กจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อ.....	ก
	กิตติกรรมประกาศ.....	ง
	สารบัญตาราง.....	ช
	สารบัญภาพ.....	ญ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	ขั้นตอนของการวิจัย.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
	สมมติฐานการวิจัย.....	4
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมออนไลน์.....	6
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต.....	6
	ความหมายของอินเทอร์เน็ต.....	6
	ความเป็นมาของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในโลก.....	6
	ความหมายของเกมออนไลน์.....	7
	ประเภทของเกมออนไลน์ในประเทศไทย.....	8

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
2(ต่อ)	พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์.....	9
	Maslow's hierarchy of needs กับการเข้าใจมนุษย์.....	9
	ลักษณะของผู้บริโภค.....	11
	ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
	พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ.....	12
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
	ผลสำรวจเอแบคโพลล์.....	15
	มาตรการในการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์.....	16
	ลักษณะของเด็กติดเกม.....	16
	มาตรการควบคุม.....	17
	ผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์.....	19
	ผลกระทบของเกมต่อเด็ก.....	19
	แนวโน้มของพฤติกรรมต่อการเล่นเกมออนไลน์.....	22
	ทฤษฎีการควบคุมเด็กติดเกม.....	23
	วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของเด็กในการเล่นเกมออนไลน์.....	26	
3	งานวิจัย ปี 2547.....	26
	ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี งานวิจัย ปี 2545.....	29
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	32
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
	ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34	

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
3(ต่อ)	การวิเคราะห์ข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	34
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	36
	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	50
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	53
	สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล.....	54
	ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	54
	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์.....	54
	การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์.....	56
	การทดสอบสมมติฐาน.....	57
	อภิปรายผล.....	58
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้.....	59
	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป.....	59
	บรรณานุกรม.....	61
	ภาคผนวก.....	63
	ประวัติผู้วิจัย.....	69

พลังนิเวศน์นักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	36
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	37
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา.....	37
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนการเรียน.....	38
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน.....	39
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีหรือไม่มี คอมพิวเตอร์.....	39
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเล่นหรือไม่เล่นเกม ออนไลน์.....	40
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของเกม que เล่นบ่อย ที่สุด.....	40
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเล่นเกมต่ออาทิตย์.....	41
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าเล่น เกมต่อ วัน.....	41
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเล่นเกมนแต่ละ ครั้ง.....	42
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเล่นเกมน ออนไลน์.....	42
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เล่นเกม ออนไลน์.....	43
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมน ออนไลน์ ต่อสัปดาห์.....	44
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่น เกมนออนไลน์.....	44

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์.....	45
17 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์.....	46
18 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม.....	47
19 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์.....	48
20 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์.....	49
21 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชั่นของตัวเกม.....	50
22 แสดงผลการวิเคราะห์เพศกับทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์.....	51
23 แสดงผลการวิเคราะห์การศึกษากับทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์.....	51
24 แสดงผลการวิเคราะห์รายรับเฉลี่ยกับทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์.....	52
25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 Maslow's hierarchy of needs กับ การเข้าใจมนุษย์.....	9
2 รูปแสดงจำนวนเกมออนไลน์ในประเทศไทย.....	23



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน “เทคโนโลยี” ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงาน หรือแม้แต่การให้ความบันเทิง “เกมออนไลน์” เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการหลายราย กระแส “เกมออนไลน์” ก็ยังเป็น “เพื่อนสนิท” ของเด็กไทยอย่างเหนียวแน่น เพราะโลกไซเบอร์เป็นโลกของความฝัน มีจินตนาการที่งดงาม และน่าสัมผัส อย่างไรก็ตาม ไม่มีสิ่งใดจะเป็นด้านบวกเพียงด้านเดียว เช่นเดียวกับ “เกมออนไลน์” ที่ผู้ประกอบการมองว่าเป็นตัวการที่ทำให้เด็กเสียการเรียน และขาดการเข้าสังคม

ทำไมเกมคอมพิวเตอร์จึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์มากนัก? เกมคอมพิวเตอร์เป็นคุณหรือเป็นโทษต่อเด็กกันแน่? เกมคอมพิวเตอร์นำไปสู่การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของเด็กและเยาวชน? หรือนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชนของเด็กและเยาวชน? (วารสารสิทธิมนุษยชน, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒, สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (เมษายน – มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๖, น. ๖๗-๘๑)

การนำเทคโนโลยีระดับสูงมาใช้ในการผลิตเกมออนไลน์ เพื่อให้เหมือนจริง มีผลให้เด็กติดเกมมากขึ้น เพราะเหมือนอยู่ในโลกจินตนาการ ที่สามารถกำหนดตัวการ์ตูนได้ในรูปแบบที่ต้องการและเด็กบางคนอาจต้องการหนีโลกความเป็นจริง โดยมีผลมาจากปัญหาครอบครัว การเรียน การคบเพื่อน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลเสียทำให้เด็กผลัดตนเองออกจากสังคมมากขึ้น และยังมีบริการสำหรับเด็กๆที่หนีโรงเรียน หรือหนีผู้ปกครองออกมาเล่นเกม สำหรับเด็กติดเกมระดับที่รุนแรงที่สุด คือ เด็กติดเกมจนไม่สามารถควบคุมตนเอง ห้ามใจไม่ให้เล่นเกมได้ รวมทั้งมีพฤติกรรมอื่นๆ ร่วมด้วย อาทิเช่น การขโมยเงิน โกหก วิธีการบำบัดต้องเข้าคลินิกบำบัด

ซึ่งอาจช่วยกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นได้ โดยการจัดกิจกรรม การเรียนการสอนที่เหมาะสม เพราะปกติแล้วเมื่อเด็กเข้าสู่วัยรุ่น สภาพจิตใจ และพฤติกรรมของเด็ก จะเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น มีอารมณ์หงุดหงิด ไม่ชอบอยู่บ้าน ต้องการความเป็นอิสระ ชอบทำ กิจกรรมต่างๆตามกลุ่มเพื่อน บางครั้งเป็นไปในทางสร้างสรรค์ บางครั้งก็เป็นภัยแก่สังคม บางครั้งก็ เป็นเรื่องเพื่อฝัน ไม่ค่อยยอมรับกับความเป็นจริง ประกอบกับร่างกายที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถทำสิ่งต่างๆได้มากขึ้น เริ่มสนใจเพื่อนต่างเพศ และสนใจตัวเองมากขึ้น จากการ เปลี่ยนแปลงดังกล่าว ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเรื่องอื่นๆตามมา ไม่ว่าจะเป็น พฤติกรรมก้าวร้าว รุนแรง ขาดความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว หากปล่อยให้เป็นเช่นนี้จะเกิดปัญหาสังคม โรงเรียน คือ สถานศึกษาที่เด็กวัยรุ่นได้ใช้เวลาในแต่ละวันมากที่สุด โรงเรียนควรมีการจัดแผนการสอน มี กิจกรรมเหมาะสมเข้าใจธรรมชาติของวัยรุ่น มุ่งเน้นให้เด็กเกิดความผ่อนคลายความเครียด ก็จะทำ ให้ลดปัญหาของวัยรุ่นลงได้

เกมออนไลน์จะมีทั้งโทษและประโยชน์ เกมมีประโยชน์ในการช่วยส่งเสริมจินตนาการ เพราะอย่างน้อยต้องมีพื้นฐานความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์ และ ฟิสิกส์ เพื่อใช้ในการคำนวณ ผู้ปกครองของเด็กที่ชอบเล่นเกมควรสร้างแรงจูงใจให้เด็ก โดยแนะนำว่า หากชอบเล่นเกม หรือ อยากรเป็นนักสร้างเกม ก็ควรตั้งใจศึกษาหาความรู้ก่อน โดยวิธีนี้จะช่วยดึงให้เด็กเห็นคุณค่าของ การศึกษามากขึ้น

ทำให้ได้ข้อสรุปว่า “เกมออนไลน์” ไม่ได้ทำให้เกิดโทษเพียงด้านเดียว แต่ยังมีส่วน ช่วยในการช่วยเสริมสร้างความคิดและจินตนาการให้กับเด็ก หากผู้ปกครองปิดกั้น ไม่ให้เด็กเล่น เกม ซึ่งก็อาจจะส่งผลเสียต่อเด็กมากกว่า เพราะจะทำให้เด็กไม่กล้าคิด กล้าฝัน กล้าทำ ในสิ่งที่ ถูกต้องอย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น ทางออกที่เหมาะสมจึงอยู่ที่ "ผู้ปกครอง" ที่ต้องเรียนรู้พฤติกรรม ของเด็ก เช่น การเข้าไปเล่นเกมร่วมกับเด็ก การเรียนรู้ว่า เด็กชอบเล่นเกมประเภทไหน และ อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้เด็กชอบ

การแก้ไขปัญหาเด็กติดเกมออนไลน์นั้น ทำแค่นี้ยังไม่พอ เพราะเป็นเรื่องสำคัญ เพราะ การที่เด็กติดเกมนั้นจะเป็นผลเสียอย่างมากกับตัวเด็ก ครอบครัว และประเทศชาติ หากเด็กไม่ สามารถ แยกแยะระหว่างโลกของเกมกับความเป็นจริงได้ความรุนแรงที่ได้รับมาจากการเล่นเกม

ที่รุนแรง จะเข้าไปสู่จิตใจสำนึกของเด็ก และจะทำให้กลายเป็นเด็กก้าวร้าว เช่น การเล่นเกมชกต่อย หรือยิงกัน เด็กบางคนอาจจะแยกไม่ออกและก่อความรุนแรงโดยไม่คิดว่าเป็นเรื่องผิดเป็นต้น หรือหากพลาดพลั้ง เด็กไปก่อเหตุที่ร้ายแรงต่อร่างกายผู้อื่น จะเกิดความสูญเสียหนัก มากยิ่งกว่านี้ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 21 มกราคม 2548)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี
2. หาสาเหตุของการติดเกมออนไลน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี
3. หาทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้จะทำการศึกษาการเล่นเกมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี โดยมีตัวแปรอิสระเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และ มีตัวแปรตามเป็น เกมออนไลน์

### ขั้นตอนของการวิจัย

- 1.เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- 2.เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม
- 3.การวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.การสรุปผลการศึกษา
- 5.การเสนอแนะ

## นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.เทคโนโลยี หมายถึง เกมออนไลน์
- 2.เด็กนักเรียน หมายถึง นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 1. ประโยชน์ทางวิชาการ

จากผลการศึกษา ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ของนักเรียน อันได้แก่

1.1 ทำให้ทราบถึงวิธีการแก้ไขของปัญหาเด็กติดเกมออนไลน์ รวมทั้งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง สำหรับผู้ที่ต้องการจะศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 สามารถนำงานวิจัยไปใช้เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในอนาคต

### 2. ประโยชน์ทางปฏิบัติ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางของประกอบการตัดสินใจของเด็กนักเรียนในการเล่นเกมนออนไลน์ และ ผู้ที่สนใจ สามารถติดตามความเคลื่อนไหวคาตการณ์ และเตรียมรับมือกับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆที่จะเกิดขึ้น

## สมมุติฐานการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน
2. ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน
3. รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเล่นเกมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย อันนำไปสู่การตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมออนไลน์
2. พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์
3. มาตรการการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์
4. ผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์
5. แนวโน้มของพฤติกรรมต่อการเล่นเกมออนไลน์
6. ทฤษฎีการควบคุมเด็กติดเกม
7. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของเด็กในการเล่นเกมนออนไลน์

ประเด็นข้างต้นเป็นประโยชน์ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์มากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องในเรื่องต่อไป



## ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมออนไลน์

### ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ถูกนำมาใช้งานแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับมากในภาคธุรกิจ และผู้บริโภคทั่วไปเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ของการทำธุรกิจ หรือบริการ และเข้าสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ และทำให้การทำธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มเดิมเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว (บุษบา มาลาศรี 2544 : 45) สื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันจึงเป็นสื่อที่มีศักยภาพ แตกต่างจากสื่อที่เคยมีมาเป็นอย่างมาก นับแต่การนำเสนอที่ไม่มีข้อจำกัด ระบบการสืบค้นข้อมูลและข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในรูปของภาษา ที่สามารถสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตให้เชื่อมโยงถึงกันได้ (โสภารรณ รัตนจิตรกร 2542 : 12)

### ความหมายของอินเทอร์เน็ต

เกรียงศักดิ์ นิเมตชัยกิจกุล (2543 : 17) อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก เกิดขึ้นจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เล็กๆ รวมกันเป็นระบบเครือข่ายใหญ่ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันทั่วโลก โดยมีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งสามารถรับส่งข้อมูลได้ทั้งภาพ ตัวอักษร และเสียง

### ความเป็นมาของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในโลก

ระบบอินเทอร์เน็ต เริ่มโดยกระทรวงกลาโหมของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้จัดตั้งกองทุน Advance Research Administration หรือ ARPA net ขึ้น เพื่อพัฒนาระบบการรับ-ส่งข้อมูลทางการทหาร จุดประสงค์ในการจัดตั้งกองทุนนี้ก็คือ ต้องการระบบ Computer Network ที่สามารถติดต่อกันได้ ภายใต้ภาวะสงคราม ข้อมูลจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยแยกเป็นหลายเส้นทาง และจะไปรวมกันเป็นชุดข้อมูลเดิมที่ปลายทาง หากมีเส้นทางใดถูกทำลาย ก็จะส่งไปในเส้นทางอื่นๆ ได้ ด้วยระบบนี้ หากฐานทัพทางทหารแห่งใดถูกทำลาย ก็จะไม่เป็นปัญหาในการสื่อสาร และการส่งข้อมูล เมื่อเครือข่ายนี้ขยายตัวขึ้น และองค์กรภายนอกก็ได้พัฒนาระบบเครือข่ายเช่นเดียวกัน จึงมีการเชื่อมต่อเครือข่ายเข้าด้วยกัน และได้ปรับปรุงมาตรฐาน เพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน จนใน ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกระจายอยู่ทั่วโลกนับสิบล้านคน (บริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น 2543)

**เกมออนไลน์ (online game)** หมายถึง วิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์ มีส่วนที่คล้ายคลึงกับเกมหลายผู้เล่น ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Multiplayer) เกมออนไลน์ส่วนมากจะเป็นเกมแบบ MMO (Massive Multiplayer Online) หรือก็คือเกมหลายผู้เล่นที่รับจำนวนผู้เล่นได้มหาศาลในพื้นที่ๆหนึ่ง (ตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป)

สำหรับในประเทศไทย ถ้าพูดถึงคำว่าเกมออนไลน์ จะหมายถึงเกมที่ต้องเล่นผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ซึ่งการที่เกมออนไลน์ ได้รับความนิยมมากเนื่องจาก

1. ผู้เล่นได้เข้าสังคมจึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นเกมคนเดียว
2. เกมออนไลน์หลายเกมที่มีกราฟิกที่สวยงามมาก จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนหันมาเล่นเกมออนไลน์
3. เกมออนไลน์มีกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งมีการเพิ่มแผนที่ในเกม อาวุธ ชุด มอนสเตอร์ใหม่ๆ และอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง

**ข้อแตกต่างระหว่างเกมออนไลน์กับเกมหลายผู้เล่น**

- เกมหลายผู้เล่นไม่เก็บค่าบริการ ในขณะที่ เกมออนไลน์มักมีการเก็บค่าบริการในการจำเป็นต้องซื้อไอเทมต่างๆ
- เกมหลายผู้เล่น สามารถเล่นได้ทันทีที่ซื้อเกมออนไลน์ บางเกมจำเป็นต้องซื้อ และจ่ายค่าบริการ
- เกมหลายผู้เล่นไม่ต้องการชื่อผู้ใช้ หรือรหัสผ่านสำหรับการเข้าเล่น ในขณะที่ เกมออนไลน์ต้องใช้เสมอๆ
- เกมหลายผู้เล่นสามารถเล่นผ่านระบบ LAN ได้ เกมออนไลน์เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
- เกมหลายผู้เล่นส่วนมากมีระบบเล่นคนเดียวอยู่ด้วย เกมออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่มีระบบเล่นคนเดียว
- เกมหลายผู้เล่นใช้ระบบล๊อบบี้ เกมออนไลน์ผู้เล่นจะมาพบเจอกันทันทีเลยส่วนใหญ่

- เกมหลายผู้เล่นรองรับจำนวนผู้เล่นในพื้นที่หนึ่งไม่เกิน 64 คน เกมออนไลน์สามารถรองรับมากกว่า 100 คน (แล้วแต่ว่าผู้ให้บริการเซิร์ฟเวอร์จะให้ผู้เล่นในเซิร์ฟเวอร์เกมเท่าไร)
- เกมหลายผู้เล่นไม่รองรับระบบติดต่อบนตัว เกมออนไลน์มีระบบติดต่อบนตัว
- สิ่งของเกมหลายผู้เล่น จะคงอยู่ในเกมเท่านั้น ไม่สามารถนำมาแลกเปลี่ยนกับผู้เล่นอื่นๆได้ ในขณะที่เกมออนไลน์ผู้เล่นสามารถเก็บหรือซื้อสิ่งของในเกม แล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับผู้เล่นอื่นๆได้

แต่ถึงกระนั้นก็มีหลายเกมที่ไม่ตรงตามคุณสมบัติเหล่านี้ เช่น เกมชุดสตาร์คราฟต์หรือไดอาโบล(ตอนนี้ทางบลีซซาร์ดออกมาบอกว่าตัวเกม สตาร์คราฟต์ 2 ไม่ให้ผ่าน Lan อีกต่อไปแต่ให้เล่นผ่าน Battle.net แทน)หรือ (ค้านเตอร์-สไตรก์ ของ 4TH Network ซึ่งเซิร์ฟเวอร์หลักของค้านเตอร์-สไตรก์ได้ปิดไปแล้ว แต่ 4TH ได้นำมาเปิดใหม่ ซึ่งต้องการชื่อผู้ใช้,รหัสผ่านและต้องดาวน์โหลดตัวเกมออนไลน์ของ 4TH Network ด้วย กิลด์วอร์หรืออสุราเกมออนไลน์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเกมออนไลน์ที่ต้องการชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านแต่ไม่ไม่เก็บค่าบริการ หรือบางเกมอนุญาตให้เล่นโดยไม่เก็บค่าบริการ แต่ผู้เล่นที่จ่ายค่าบริการจะได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้น (เช่น ไม่มีโฆษณาระหว่างเล่น, มีไอเท็มดีกว่าผู้เล่นอื่นๆ, สิทธิในการเข้าเล่นบางพื้นที่)หรือบางเกมอาจจำเป็นต้องเสียค่าบริการเพื่อซื้อสิ่งของต่างๆภายในเกมออนไลน์ เช่น สเปเชียลฟอสต์ หรือ พ้อยท์แบลจก์ หรือบางเกมที่มีตัวเกมหลักเป็นออฟไลน์ เช่น ค้านเตอร์-สไตรก์ หรือ ฮาร์ฟ-ไลฟ์หรือ แบทเทิลฟิลด์ เป็นต้น ซึ่งเกมเหล่านี้ผู้เล่นสามารถสร้างเซิร์ฟเวอร์ออนไลน์ได้

**ประเภทของเกมออนไลน์ในประเทศไทย** โดยบริษัทเอเชียซอฟท์ ได้เปิดให้บริการเกมออนไลน์ 2 กลุ่ม

#### **MMORPG (Massively multiplayer online role-playing game)**

คือเกม MMO แบบเกมเล่นตามบทละคร ที่ผู้เล่นต้องทำการต่อสู้กับสัตว์ประหลาด ชื่อขาย ของและรวบรวมข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เก็บค่าประสบการณ์และเลือกอาชีพ ลักษณะเด่น ของเกมประเภทนี้คือโลกที่กว้างใหญ่ให้ผู้เล่นสำรวจ

#### **Casual**

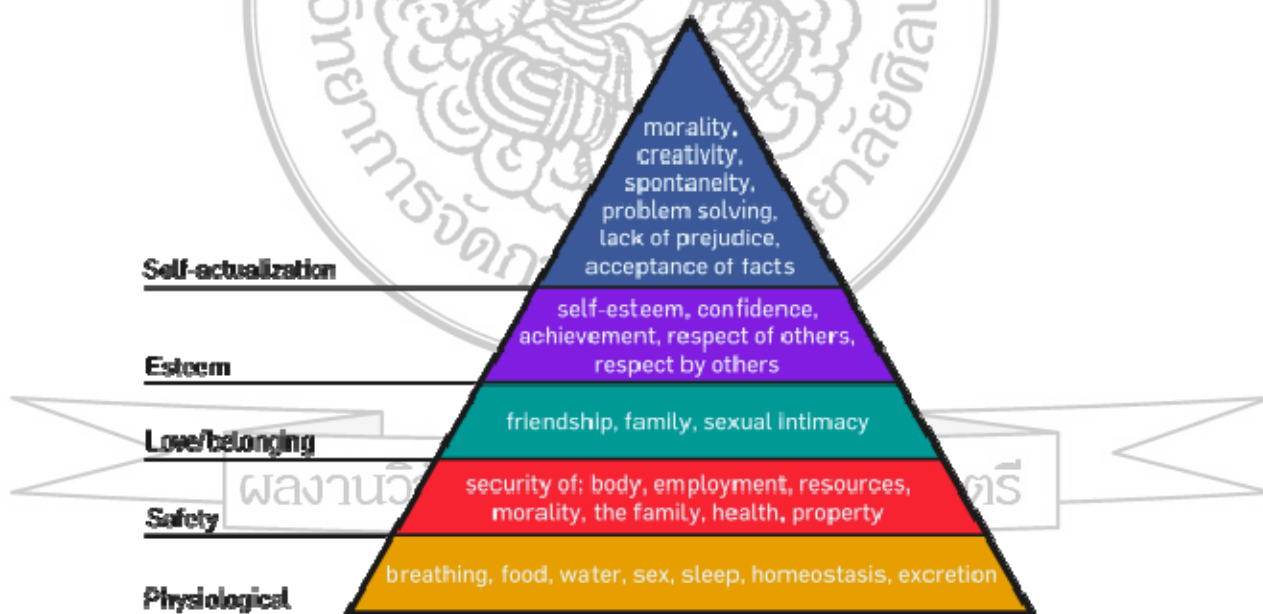
คือเกม MMO แบบเกมผ่อนคลาย เช่น เกมแข่งรถ, เกมการ์ด, รวมไปถึงเกมยิงมุมมองบุคคลที่หนึ่ง ส่วนมากมักจะใช้ระบบลือบบี้ (ผู้เล่นคนหนึ่งสร้างห้อง ผู้เล่นที่เหลือเข้าร่วมเล่น) บางเกมมีการเก็บเงินและค่าประสบการณ์ ทั้งนี้ทั้งนั้นรวมไปถึงเกมชุมชน (ไม่มีการต่อสู้ มีแต่การพูดคุย), เกมดนตรี, การ์ดเกม ที่มา : <http://www.asiasoft.co.th/ourproducts/index.html>

## พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

การใช้อินเทอร์เน็ตเล่นเกมในปัจจุบันนี้ มีการแพร่หลายอย่างรวดเร็วในหมู่เด็กและเยาวชน และได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ มีข่าวที่แสดงถึงผลกระทบที่เกิดจากการเล่นเกมของเยาวชนว่าจะทำให้เยาวชนเสียนาคต หรือเกิดผลเสียต่อตัวเด็ก คือ ปัญหาเด็กติดเกม

ปัญหาเด็กติดเกมนับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เด็กแสดงความก้าวร้าว หรือมีพฤติกรรมเลียนแบบโดยใช้ความรุนแรง เกมบางเกมที่ผู้ผลิตคิดและสร้างสรรค์มาอย่างดีมีเป้าหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้ เสริมสร้างพัฒนาการทั้งทางจิตใจและสังคม เป็นเกมสีขาวที่น่าส่งเสริมให้เด็กๆ เล่น แต่เกมไม่สร้างสรรค์กลับมีปริมาณมากกว่าเกมสีขาวหลายเท่าตัว เกมยังหาเล่นง่าย ราคาไม่แพง "เกมหลายประเภททำให้ผู้เล่นเหมือนโดนครอบงำ" (ดร. แคมป์เบลล์)

### Maslow's hierarchy of needs กับ การเข้าใจมนุษย์



ทฤษฎีความต้องการ 5 ชั้นของ อับบราฮัม มาสโลว์ ถูกตีพิมพ์ในปี 1943 ในหัวข้อทฤษฎีการจูงใจมนุษย์ "A Theory of Human Motivation" กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการ 5 ชั้น เมื่อความต้องการในแต่ละชั้นได้รับการตอบสนอง แล้วจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในลำดับต่อไป ความต้องการ 5 ชั้นประกอบด้วย

**1.Physiological** : เป็นความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย คือ ต้องการปัจจัย 4 ต้องการดำรงชีวิต อยู่ต้องการสิ่งของทรัพย์สินเงินทอง

**2.Safety**:ต้องการความปลอดภัยต่อร่างกายต่อทรัพย์สินที่ได้มาตามข้อ1

**3.Love/belonging**:มนุษย์อยู่โดยลำพังไม่ได้ จึงต้องการความรัก สังคม การพบปะพูดคุยกัน

**4.Esteem** : เมื่ออยู่ในสังคมยอมเกิดการแข่งขัน การชิงดีชิงเด่น มนุษย์ย่อมต้องการได้รับการยอมรับ จากผู้อื่นทั้งจากเพื่อนร่วมงานคนรักครอบครัว

**5.Self-Actualization** : การรู้จักตัวตนที่แท้จริงของตนเอง และ การยอมรับนับถือตนเอง

ถ้านำทั้ง 5 ข้อมาร้อยเรียงด้วยหลักและเหตุผล จะกล่าวได้ว่า เมื่อมนุษย์เกิดมา มีแต่ร่างกาย เช่นเดียวกับสัตว์อื่น ๆ ย่อมมีความต้องการเพียงแต่ทำอะไรให้ตัวเองอิ่ม และดำรงชีวิตอยู่ได้ (ข้อ1) นอกจากนี้ยังต้องการให้ตัวเองปลอดภัยจากภัยต่าง ๆ (ข้อ2) จึงพยายามสร้างให้ร่างกายปลอดภัย โดยการใส่เสื้อผ้า ใส่รองเท้า เมื่อตัวเองสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปลอดภัย ก็ต้องการสร้างความมั่นใจว่า สิ่งมีชีวิตแบบเดียวกับเรา จะไม่ทำร้ายเรา โดยการสร้างมิตร โดยการพูดคุย แลกเปลี่ยนกัน เกิดเป็นความต้องการทางสังคม (ข้อ3) เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันมากขึ้น เกิดการแย่งชิง เอาर्डเอาเปรียบ เกิดการแข่งขันทำให้เกิดความต้องการในการพัฒนาตนเองเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ (ข้อ 4) แต่เมื่อถึงจุด ๆ หนึ่งของชีวิต ทุกคนจะประจักษ์ถึงสังขารแห่งชีวิต นั่นคือ สังขาร(การปรุงแต่ง) นั้นไม่เที่ยง ก็เกิดความต้องการในการที่จะอยู่กับความชอบของแต่ละคน (ข้อ5) บางคนชอบกล้วยไม้ บางคนชอบความเงียบสงบ แต่จะให้ความสำคัญกับคนอื่นน้อยลง และเมื่อลองนำทฤษฎีของ Maslow มาใช้เปรียบเทียบกับความต้องการของเด็กที่ติดเกมออนไลน์จะได้เป็นหัวข้อต่างๆ

ดังนี้

### ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**ในข้อที่หนึ่ง** เบื้องต้นเด็กเพียงแต่ต้องการเล่นเกมเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานเท่านั้น

**ในข้อที่สอง** เมื่อเด็กได้เล่นเกมดังกล่าวแล้ว ก็อยากที่จะรักษาสถานะภาพของตัวเองที่เล่นเอาไว้มันเพราะหากมาเล่นอีก จะได้ไม่ต้องเริ่มเล่นใหม่ทั้งหมด ดังนั้นจึงมีการสมัคร ไอดีหรือเข้าเว็บไซต์ป้องกันการโดนแฮ็กไอดี(Id) หรือ ไอเทมItem)จากแฮ็กเกอร์ (Hacker)

**ในข้อสาม** เมื่อเด็กได้เล่นเกม และเกิดความเพลิดเพลินแล้วก็อยากที่จะแต่งเติมสีสันให้กับตัวละครกล่าวคืออยากที่จะสร้างสรรค์ตัวละครของตัวเองให้มีความสวยงาม หรือมี

ไอเทม(Item) ที่ดีขึ้นและต้องการปาร์ตี้(Party) หรือกิลด์(Guild) เพื่อหาเพื่อนหรือต้องการเล่น แบบเป็นหมู่คณะ

**ในข้อดี** เด็กต้องการการยอมรับจากสังคมในเกมหรือจากเพื่อน เนื่องจากการเล่นเกมและมี สังคม อยู่ในเกมนั้น เด็กก็ต้องการให้เป็น ที่ยอมรับจากสังคมในเกม ยกตัวอย่างเช่น หากเห็นว่าเพื่อนในเกมมีไอเทมที่ดีกว่า หรือแต่งตัวละครได้สวยกว่า ก็จะพยายามทำให้ตัวเอง มีไอเทมที่ดีกว่าเพื่อนให้ได้ เพื่อไม่ให้ด้อยหน้า และเพื่อให้บุคคลอื่นยอมรับ

**ในข้อห้า** เมื่อเด็กแต่งตัวละครจนถึงระยะหนึ่งก็จะค้นพบว่าการแต่งตัวละครให้สวยงามไปก็มีแต่จะสิ้นเปลืองไม่รู้จบ ในจุดนี้เองเด็กจะคิดได้ว่ามันเป็นเพียงแค่เกมเท่านั้นขอแค่ได้เล่นเกมเพื่อความเพลิดเพลินก็เพียงพอแล้ว

### ลักษณะของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 30) ได้อธิบายลักษณะของผู้บริโภคไว้ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีความต้องการ การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ การที่เราจะวัดว่าใครเป็นผู้บริโภคของเราหรือไม่ วัดที่ความต้องการ ซึ่งความต้องการนี้ไม่ใช่ความต้องการที่เป็นรูปธรรม แต่เป็นความต้องการในระดับที่เป็นนามธรรม เป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นที่ไม่ได้กล่าวถึงสินค้าแต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคล เช่น ต้องการอาหาร ต้องการน้ำเพราะกระหาย ต้องการพักผ่อน ต้องการที่อยู่อาศัย ต้องการความสะดวกสบาย เป็นต้น

2. ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้ แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อ ก็ยังไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้น

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการ และมีอำนาจซื้อแล้ว ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เช่น ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้อมากหรือซื้อน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร เช่น ดื่มน้ำที่ไหน ที่บ้านหรือที่ร้านอาหาร ดื่มน้ำกับใคร คนเดียวหรือกับเพื่อน ดื่มน้ำเมื่อใด ดื่มน้ำบ่อยแค่ไหน ดื่มน้ำอย่างไร สุราอย่างเดียวหรือผสมน้ำหรือผสมโซดาหรือผสมน้ำอัดลม ในการสระผมแต่ละครั้ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้แชมพูสระผมกี่ครั้ง ใช้ครีมนวดผมหรือไม่ การแต่งหน้าใช้รองพื้นหรือไม่ และใช้ครีมบำรุงผิวที่หือเดียวกันกับรองพื้นหรือไม่ เป็นต้น

## ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Shiffman and Kanuk (1994 : 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า เพื่อจัดตั้งกระดุนหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 31) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ลักษณะการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นผู้ซื้อ และใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการใช้ (using behavior) หมายถึง ลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค เช่น บริโภคที่ไหน บริโภคอย่างไร บริโภคกับใคร บริโภคในอัตราmann้อยเพียงใด เป็นต้น

## พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎีโมเดลของบุคคล (Model of man) หรือทัศนะ 4 ประการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Four views of consumer decision making) ว่าเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงทัศนะสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุ และวิธีการซึ่งบุคคลตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็น โมเดลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยโมเดลนี้ได้แบ่ง ลักษณะการตัดสินใจซื้อไว้ 4 โมเดล คือ

1. **บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (Economic Man)** เป็นทฤษฎีที่บอกว่า ผู้บริโภคคำนึงถึงทางเลือกผลิตภัณฑ์ สามารถที่จะจัดลำดับแต่ละทางเลือกในรูปของประโยชน์ (ข้อดี) และข้อเสีย เพื่อที่จะหาทางเลือกที่ดีที่สุด

2. **บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามบุคคลอื่น (Passive man)** หมายถึง ผู้บริโภคเป็นผู้ซื้อที่ขึ้นอยู่กับ การชักจูง การทำให้เกิดมโนภาพในใจ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือความพยายามของนักการตลาด โดยมองว่าการซื้อของผู้บริโภคเป็นไปเพราะมีการรับรู้จากสิ่งกระตุ้น สิ่งเร้า และไม่ได้ใช้เหตุผลในการซื้อ พร้อมทั้งจะยอมรับข้อเสนอต่างๆ การซื้อโดยไม่มีเหตุผลของผู้บริโภคลักษณะนี้สามารถทำได้โดย 1. *Attention* ทำให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจโดยเป็นการเรียกลูกค้าในอันดับแรก 2. *Interest* จากความตั้งใจนี้ต้องทำให้ลูกค้าสนใจในสินค้า หรือบริการที่จะติดตาม 3. *Desire* ต้องทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเกิดขึ้นว่าต้องการที่จะมีสินค้าชนิดนี้ เพราะจำเป็นอย่างมากลูกค้ามากเหลือเกิน 4. *Action* จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสามารถตอบปัญหาความต้องการ หรือสินค้าสามารถสนองตอบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้จนทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

3. **บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ (Cognitive man)** หมายถึง ผู้บริโภคที่มีการบริโภคสินค้าอย่างมีเหตุผล และมีความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคเองมากที่สุด โดยการแสวงหาข้อมูลต่างๆของตัวสินค้าจากหลายๆแห่ง และนำข้อมูลเหล่านั้นมา เกิดการเปรียบเทียบจนในที่สุดสามารถทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างเหมาะสม โดยเริ่มต้นผู้บริโภคจะทราบถึงปัญหาของตนเอง เกิดการค้นหาผลิตภัณฑ์ที่จะแก้ปัญหา ประเมินสิ่งต่างๆที่จะสามารถแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุด และคุ้มค่าเงินมากที่สุด ตลอดจนช่องทางการซื้อที่สะดวกที่สุด ถือได้ว่าเป็นระบบกระบวนการข้อมูลของผู้บริโภค โดยกระบวนการนี้อาจมีปัจจัยหลายๆอย่างเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อช่วยประกอบในการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นกลุ่มอ้างอิง ไม่ว่าจะ เป็น ครอบครัว เพื่อน ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้ จะทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคง่ายขึ้น และมีความพึงพอใจมากขึ้นด้วย

4. **บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (Emotional man)** หมายถึง ผู้บริโภคที่ทำการตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความรู้สึกของผู้บริโภคเองทั้งหมด โดยมีได้มีการ ค้นหา เปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าอย่างถี่ถ้วนถี่นัก อีกนัยหนึ่งคือใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่วุ่นวายเกิดได้จากหลายๆอย่างไม่ว่าจะเป็น ความรัก ความภาคภูมิใจ ความกลัว ความหวัง ความต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม การตัดสินใจซื้อแบบนี้เป็นหลักของทางด้านจิตวิทยาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นสินค้าที่วางจำหน่ายจะต้องสามารถที่จะกระตุ้นอารมณ์บางอย่างของผู้บริโภคได้ด้วย

อ้างอิงจาก : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 448-451)

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 32-46) ได้จำแนกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ออกเป็นปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล และปัจจัยภายนอกบุคคล โดยสรุปได้ดังนี้

#### 1. ปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล

1.1 **ความต้องการ (Needs)** หมายถึง สิ่งจำเป็นใดๆสำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ ในแง่ของความรู้สึกแล้ว ความต้องการคือ การขาดในบางสิ่งบางอย่าง ที่มีผลประโยชน์ที่จำเป็นต้องมีหรือมีปรารถนาที่อยากได้ ด้วยเหตุผลใดๆก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยได้ว่า ความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

1.2 **แรงจูงใจ (Motives)** หมายถึง สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้เรารู้ถึงความต้องการของเราเอง และเป็นการให้เหตุผล สำหรับการกระทำที่แสดงออก อันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น



**1.3 บุคลิกภาพ (Personality)** คือ ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่นๆ แรงจูงใจ เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขาต้องการ แต่บุคลิกภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

**1.4 การรู้ (Awareness)** การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่ง การรู้นั้น จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก การรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแยกย่อยเป็น 3 ประการ คือ การรับรู้ ทศนคติ และการเรียนรู้ ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 นี้ เป็นปัจจัยภายในของบุคคล ที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

**1.5 การรับรู้ (Perception)** การตีความหมายของบุคคล ที่มีต่อสิ่งของ หรือความคิด ที่สังเกตเห็นได้หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5

**1.6 การเรียนรู้ (Learning)** การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนอง หรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์ หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณหรืออีกนัยหนึ่ง ความรู้ที่ได้รับจากสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนนั่นเอง

**1.7 ทศนคติ (Attitudes)** กลุ่มกว้างๆของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์ หรือความเห็นที่เป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของบุคคล

## 2. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล

**2.1 อิทธิพลของครอบครัว (Family Influences)** เป็นอิทธิพล ที่เกิดขึ้นมาจากสมาชิกภายในครัวเรือน

**2.2 อิทธิพลของสังคม (Social Influences)** เป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจาก การติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับบุคคลอื่นๆ ที่นอกเหนือจาก ครอบครัว และธุรกิจ อิทธิพลของสังคมเกิดขึ้นได้ดังตัวอย่างเช่น จากสถานที่ทำงาน จากวัด จากโรงเรียนหรือ สถาบันการศึกษา เป็นต้น

**2.3 อิทธิพลของธุรกิจ (Business Influences)** การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ของร้านค้าโดยผ่านการขายของบุคคล และการโฆษณาก็ตาม

**2.4 อิทธิพลของวัฒนธรรม (Cultural Influences)** เป็นเรื่องราวของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของบุคคล และการลงโทษในสังคม ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นตลอดเวลา ด้วยระบบของสังคมนั้น

**2.5 อิทธิพลทางเศรษฐกิจ หรืออิทธิพลของรายได้ (Economic or Income Influences)** เป็นข้อจำกัด หรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงิน และปัจจัยอื่น ที่เกี่ยวข้องด้วยระบบเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับการกินคือผู้ดีเป็นอย่างมาก ถ้าบุคคลไม่มีงานทำไม่มีรายได้ ย่อมไม่สามารถหาปัจจัยมาตอบสนองความต้องการต่างๆ

จากเอแบคโพลล์ : ผลการสำรวจของเอแบคโพลล์พบว่า เกมยอดฮิตที่นิยมเล่นกันมากที่สุด ได้แก่ เกมต่อสู้ เช่น ยิงปืน ฟัน ตะต่อย (ร้อยละ 37.7) รองลงมาคือ เกมแข่งขันกีฬา เช่น ฟุตบอล เทนนิส (ร้อยละ 33.3) เกมเร็กนาร์็อก (ร้อยละ 22.7) เกมลับสมอง (ร้อยละ 21.5) เกมแฟนตาซี (ร้อยละ 14.1) ตามลำดับ ตัวอย่างร้อยละ 14.6 ระบุเล่นเกมออนไลน์ทุกวัน ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 6.3 ระบุเล่น 5 - 6 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.9 ระบุ 3 — 4 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 37.4 ระบุ 1 — 2 วัน / สัปดาห์ และร้อยละ 17.8 ระบุน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่ง คือร้อยละ 58.6 ระบุเล่นเกมแต่ละครั้งเฉลี่ยนาน 1 — 2 ชั่วโมง ร้อยละ 22.4 ระบุ 3 — 5 ชั่วโมง ร้อยละ 12.7 ระบุน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ในขณะที่ร้อยละ 6.3 ระบุมากกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไป สำหรับช่วงเวลาประจำที่ตัวอย่างส่วนใหญ่ ระบุนิยมเล่นเกมในวันธรรมดาคือช่วงเวลา 17.01 — 22.00 น. (ร้อยละ 30.1) ในขณะที่ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นั้นนิยมเล่นตั้งแต่ 09.00 น.เป็นต้นไป ผลการสำรวจค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อเดือนของการเล่นเกม พบว่าในแต่ละเดือนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นเกม โดยเฉลี่ยเดือนละ 759.74 บาทผลการสำรวจประสบการณ์ในการเล่นเกมนิวทอร์/เกมออนไลน์ แข่งขันกับคนอื่น พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 54.0 ระบุเคยเล่นแข่งกับคนอื่น ในขณะที่ร้อยละ 46.0 ระบุไม่เคยเล่นแข่งกับคนอื่น ประเด็นสำคัญที่ค้นพบ จากการผลสำรวจของเอแบคโพลล์ในครั้งนี้ คือความคิดเห็นของตัวอย่างต่อการเล่นเกม ทั้งเกมคอมพิวเตอร์และเกมออนไลน์ ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่กว่าสองในสาม ยอมรับว่าทั้งเกมคอมพิวเตอร์และเกมออนไลน์ทำให้คนเล่นติดคือเล่นอยากเล่นอีกบ่อยๆทั้งนี้ตัวอย่างร้อยละ 93.3 สามารถหาร้านในการเล่นเกมนิวทอร์ได้ง่าย ในขณะที่ร้อยละ 6.7 ระบุไม่

ง่าย

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ค้นพบจากการสำรวจในครั้งนี้ ได้แก่ ความเป็นไปได้ของพฤติกรรมกาติดเกมคอมพิวเตอร์ / เกมออนไลน์ ต่อการนำไปสู่การเล่นพนันแบบต่างๆ ซึ่งพบว่า

ตัวอย่างร้อยละ 56.9 ระบุเป็นไปไม่ได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.1 ระบุเป็นไปไม่ได้ และร้อยละ 32.0 ไม่ระบุความคิดเห็นผลการสำรวจความคิดเห็น ของตัวอย่าง ต่อผลกระทบต่อผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์/เกมออนไลน์นั้นพบว่า ตัวอย่างร้อยละ 78.3 ระบุการเล่นเกมนิวทอร์จะทำให้มีปัญหาทางด้านสุขภาพเนื่องจากจ้องคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน ร้อยละ 70.8 ระบุสิ้นเปลืองทั้งเงินและเวลา ร้อยละ 62.4 ระบุไม่มีเวลาทบทวนบทเรียน ทำให้ผลการเรียนลดลงร้อยละ 51.6 ระบุร่างกายไม่แข็งแรง

เพราะพักผ่อนไม่เพียงพอ/หรือไม่ได้ออกกำลังกาย และร้อยละ 37.5 ระบุมีพฤติกรรมและอารมณ์ที่ก้าวร้าว/รุนแรงขึ้น ตามลำดับ

ประเด็นสำคัญสุดท้ายคือ ความคิดเห็นของตัวอย่างต่อรัฐบาล ในการดำเนินการแก้ไขปัญหาเกมออนไลน์นมอมเมาเด็กและเยาวชน ซึ่งพบว่า ตัวอย่างร้อยละ 80.2 ระบุอยากให้รัฐบาลออกมาตรการควบคุมให้ร้านคอมพิวเตอร์เปิด-ปิดเป็นเวลา ร้อยละ 55.4 ระบุจัดระเบียบเกมออนไลน์/เว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม ร้อยละ 46.3 ระบุรณรงค์ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัว พ่อแม่/ผู้ปกครอง/บุตรหลานมีการทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น ร้อยละ 43.4 ระบุให้มีเจ้าหน้าที่รัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงและมีอำนาจสามารถจับกุมผู้ที่ทำให้ผิดระเบียบได้ และร้อยละ 41.7 ระบุเร่งดำเนินการมาตรการในการปราบปรามเกมออนไลน์ที่มีเนื้อหา ไม่เหมาะสม

อ้างอิงจาก เอแบคโพลล์ : พฤติกรรมการติดเกมออนไลน์ในกลุ่มเด็กและเยาวชนไทย

#### **มาตรการในการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์**

ในปัจจุบันเกมออนไลน์มีแพร่หลายมากขึ้น และได้รับความนิยมจากเยาวชนเป็นอย่างมาก ซึ่งมีเยาวชนบางส่วนเมื่อได้เล่นเกมออนไลน์เหล่านี้แล้วคิด ทำให้เกิดผลเสียต่างๆขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การโดดเรียนเนื่องมาจากการติดเกมออนไลน์ การขโมยเงินจากบิดามารดาเพื่อนำมาซื้อบัตรเติมเงินในการใช้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งปัญหาเหล่านี้เริ่มมีมากขึ้น ทำให้เกิดการเรียกร้องจากประชาชนให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหาดังกล่าว

#### **ลักษณะของเด็กติดเกม**

1. เด็กไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ ทำให้ใช้เวลา ในการเล่นนานติดต่อกันหลายๆ ชั่วโมง หรือเล่นนานขึ้นเรื่อยๆ
2. หากถูกบังคับให้เลิกหรือหยุดเล่นจะมีปฏิกิริยาต่อต้านหงุดหงิดไม่พอใจอย่างรุนแรง
3. การเล่นเกมของเด็กมีผลกระทบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบของเด็ก เช่น เด็กไม่สนใจการเรียน ไม่สนใจจะทำกรบ้าน หนีเรียนหรือแอบหนีออกจากบ้านเพื่อจะไปเล่นเกมการเรียนตกลงอย่างมาก ละเลยการเข้าสังคม หรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว
4. บางคนอาจมีปัญหาพฤติกรรมอื่นๆร่วมด้วย เช่น โกหก ลักขโมย (เพื่อนำเงินไปเล่นเกม) ต่อต้าน ฯลฯ เมื่อเกมคอมพิวเตอร์สร้างความบันเทิงให้แก่มนุษย์ได้ ดังนั้น มนุษย์ โดยเฉพาะเด็ก จึงมีพฤติกรรมเสพติดเกมจนไม่มีเวลาให้กับกิจกรรมอื่น ทำให้ผู้ที่เป็นโรคติดเกม

5. วัยที่เล่นเกมมากที่สุด และได้รับผลเสียทางสุขภาพจากการติดเกมมากที่สุด ก็คือ เด็ก วัยเยาว์มากและเด็กที่กำลังอยู่ในวัยเรียนหรือเด็กที่มีปัญหาในการควบคุมตนเอง เพราะเด็กเหล่านี้ มักจะขาดจิตสำนึกที่จะปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องต่อตนเองหรือผู้อื่น

โดยแท้จริงแล้ว ปัญหาอาจไม่ใช่แค่เพราะเด็ก แต่เป็นเพราะทั้งเด็กและผู้ใหญ่ขาด วิจารณญาณในการเลือกเล่นเกม และที่สำคัญผู้ผลิตขาดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมในการผลิตเกม ขึ้นมาให้เด็กเล่น โดยเฉพาะ บริษัทเอเซียซอฟท์ เป็นแหล่งผลิตเกมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และผลิตเกมออกมาให้มีความใหม่กว่าเดิม จนทำให้เด็กเกิดความสนใจที่จะเล่นเกมที่มีการ ออกแบบมาใหม่ เพื่อให้ทันโลกของการเล่นเกมออนไลน์ แล้วก็มีการแข่งขันกันในกลุ่มเพื่อนที่เล่น ด้วยกัน เมื่อมีการแข่งขันก็ต้องมีการเอาชนะกัน แล้วพอไม่ชนะก็เกิดการทะเลาะวิวาทกันจึงอาจมี ผลให้เด็กโมโหที่ไม่ชนะ พอเป็นเช่นนี้เด็กก็ยังเล่นจนกว่าจะชนะ เป็นผลให้เด็กมีความสนใจในเกม และติดเกมเป็นชีวิตจิตใจอย่างขาดไม่ได้ กระทั่งหนีออกจากบ้านเพื่อไปเล่นเกม เมื่อหนีออกไป นานๆ ก็เกิดความกลัว และไม่กล้ากลับบ้าน เนื่องจากกลัวถูกพ่อแม่ทำโทษ จนต้องกลายเป็นเด็ก เร่ร่อน หาเงิน เล่นเกมด้วยการขอร้อง รับจ้างทำงานเล็กๆ น้อยๆ และเริ่มคบเพื่อนที่โตกว่า หาก โชคร้ายก็อาจถูกชักชวนให้ดมกาว และติดยาเสพติดในที่สุด

**ฉะนั้นจึงควรมีการป้องกันและแก้ปัญหาการติดเกมโดยการ**

1. การสร้างสัมพันธภาพที่ดีภายในครอบครัว
2. ส่งเสริมศักยภาพ ด้านความรู้ดีที่มีคุณค่าในตัวเอง และ ตระหนักในความสามารถของตนเอง
3. พัฒนาสภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพแวดล้อมในโรงเรียนให้น่าอยู่ ปราศจากเกมและการพนัน
4. การรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ให้รู้ถึงโทษของการเล่นเกม รวมทั้งควบคุมเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่ เหมาะสมและไม่มัลติสิทธิ์

โดย : นางสาว สุภมาส มั่นอัน, วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2547

**มาตรการควบคุม** ธุรกิจเกมออนไลน์และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ 4 มาตรการล่าสุด ภายใต้อำนาจพระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวัสดุเทปโทรทัศน์ พ.ศ. 2530) ประกอบด้วย 1. การ จำกัดชั่วโมงการเล่น เกมออนไลน์ของเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี ให้เล่นไม่เกินวันละ 3 ชั่วโมง 2. ห้ามเล่นการพนัน ซิงโซค หรือซื้อขายอุปกรณ์ 3. ออกระเบียบเกี่ยวกับการจดทะเบียนร้าน อินเทอร์เน็ตเพื่อกำกับดูแลการให้บริการและ 4. รณรงค์ให้เยาวชนและผู้ปกครองทราบโทษของการ เล่นเกมออนไลน์ที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน มาตรการต่างๆ ที่ออกมา คงไม่สามารถแก้ปัญหาได้

100% เป็นเพียงการป้องกันปราบปรามเยาวชนที่เล่นเกมโดยไม่สนใจหน้าที่ของตนเองเท่านั้น ส่วนวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดคือ ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันโดยเฉพาะ ครอบครัวต้องให้ความอบอุ่น และดูแลเอาใจลูกของตนเองอย่างใกล้ชิด ผู้ให้บริการเกมต้องเข้ามาควบคุมการซื้อขาย และความรุนแรงจากเนื้อหาของเกม เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตต้องทำตามข้อบังคับต่างๆ อย่างเคร่งครัดและ ที่สำคัญที่สุดตัวเยาวชนเองต้องรู้จักแบ่งเวลาและรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองด้วย

นอกจากนี้ควรที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ เนื่องจากเป็นสังคมใหม่ของไทยและสังคมใหม่ของโลก เพราะเชื่อว่าส่งผลกระทบต่อมากขึ้นเรื่อยๆ และอาจรุนแรงขึ้นในอนาคต ปัญหาเรื่องเกมออนไลน์ จึงไม่ใช่เรื่องที่จะมองข้ามต่อไปได้อีกแล้ว แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มี การส่งเสริม ซึ่งการส่งเสริมตรงนี้คือการสนับสนุนให้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์ แอนิเมชัน หรือพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ๆ ในเชิงสร้างสรรค์ “เทคโนโลยีมีทั้งคุณ และโทษหากนำไปใช้ผิดทาง ก็ จะเกิดโทษ แต่ถ้านำไปใช้ให้เกิดทักษะ หรือทางที่เหมาะสม ก็จะเกิดประโยชน์” อีกทางหนึ่ง คือ สร้างสัมพันธภาพ ความเข้าใจในครอบครัวนับวันปัญหาเรื่องเด็กคิดเกมยิ่งทวีความรุนแรง และมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสภาพร้านเกมแทบไม่ต่างจากแหล่งมั่วสุม ซึ่ง จากคำบอกเล่าของวัยรุ่นที่คิดเกมงอมแงม หลายคน พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า ร้านเกมเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สอง หรือไม่ก็ยกให้เป็นออฟฟิศที่ต้องขยันเข้ามาทำงานทุกวัน ขณะที่ฝ่ายบ้านเมืองมีการปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย ออกมาควบคุมเข้มงวดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นข้อห้ามเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เข้าใช้บริการในช่วงเวลาก่อน 14.00 น. ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ยกเว้นวันหยุดราชการ, ห้ามให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ใช้บริการหลังเวลา 22.00 น.ของทุกวัน, ห้ามให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เล่นเกมคอมพิวเตอร์เกินกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน, ห้ามสูบบุหรี่ สารเสพติดทุกชนิด และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในสถานที่ให้บริการ, ห้ามให้เล่นการพนัน แต่ข้อห้ามต่างๆ เหล่านี้แทบไม่มีความหมาย เนื่องจากร้านเกมหลายร้านตั้งใจฝ่าฝืนข้อกฎหมาย ที่ถูกนำมาบังคับใช้

ผู้ที่ต้องการเปิดบริการร้านอินเทอร์เน็ต และเกมควรจัดร้านให้เปิดโล่ง หรือหากติดกระຈกให้ใช้กระຈกใส ให้ติดกล้องวงจรปิดกรณีมีพื้นที่ให้บริการมากกว่า 1 ชั้น เพื่อความปลอดภัยในร้าน รวมทั้งดูแลความเหมาะสมของแสงสว่างในร้าน เสียงรบกวน และควันต่างๆ พร้อมทั้งควรเปิดการบริการให้อยู่ภายใต้ข้อบังคับของมาตรการที่กำหนดไว้จาก [www.thairath.co.th](http://www.thairath.co.th)

## ผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์

ในปัจจุบันเกมออนไลน์พัฒนาก้าวไกลเกินกว่าความบันเทิงบนหน้าจคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เชื่อมโลกเข้าด้วยกันด้วยระบบออนไลน์ จากแต่เดิมสัมพันธ์ของมนุษย์ถูกจำกัดด้วย เวลาและสถานที่ พรหมแดนเหล่านี้ถูกลดความสำคัญลงด้วยคอมพิวเตอร์ออนไลน์ที่สามารถ เชื่อมโยงการสื่อสารทั่วโลก บนหน้าจคอมพิวเตอร์ตลอด 24 ชั่วโมงและสามารถนั่งเล่น คอมพิวเตอร์ออนไลน์ได้ทุกที่ หรือแม้แต่เล่นเกมได้โดยไม่ต้องเดินทางไปหาเพื่อร่วมเล่นเกมด้วย เพราะเกมออนไลน์ปัจจุบันนี้ผู้เล่นไม่ต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน แต่ก็แข่งขันได้พร้อมกันหากเล่นเกมติดต่อกันนาน 15 สัปดาห์ อาจทำให้ผู้เล่นคลุ้มคลั่งได้ นอกจากนี้ อาจส่งผลกระทบต่อผู้เล่น ประสาทไม่สามารถแยกแยะโลกความเป็นจริง กับโลกในเกมออกจากกันได้

### ตัวอย่างปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่

1. **ปัญหาอาชญากรรม** เช่น การลักขโมยเพื่อนำเงินไปเล่นเกม การบังคับขูดรีดเงินจาก คนที่อ่อนแอกว่าเพื่อนำเงินไปเล่นเกม
2. **ปัญหาการค้ำมนุษย์** คือ การที่เด็กต้องเข้าสู่การขายบริการทางเพศ หรือการขอราน เพื่อนำเงินมาเล่นเกม
3. **ปัญหาความรุนแรงในการแก้ไข้ปัญหา** เมื่อเด็กคิดเกมแล้ว ถ้าเด็กยังไม่มีวุฒิภาวะ พอที่จะแยกแยะเรื่องจริง และเกม อาจนำความรุนแรงจากเกมมาใช้แก้ไข้ปัญหาในชีวิตจริง
4. **โดนล้วงละเมิดทางเพศ** เพราะเด็กส่วนใหญ่จะออกไปเล่นนอกรบ้าน และ บางเกมยังมี การแชทได้ด้วยทำให้มีการนัดแนะและก่อให้เกิดการหลอกลวงไปล้วงละเมิดทางเพศ
5. **ปัญหาการติดสารเสพติดและยาเสพติด** เนื่องจากการคบเพื่อนที่หลากหลายมากขึ้น อาจเป็นทั้งผู้เสพ หรือค้ายาเพื่อนำเงินมาเล่นเกม

### ผลกระทบของเกมต่อเด็ก คือ

1. **ด้านสุขภาพร่างกาย** เด็กจะทรุดโทรม ซุปผอม ซึ่งเกิดจากอุปนิสัยการบริโภคอาหาร เปลี่ยนไป ชอบอดมื้อกินมื้อ ส่งผลให้เกิดการปวดท้อง ในบางรายจะเกิดโรคอ้วนเพราะไม่ได้ขยับ เขื่อนร่างกาย กินแต่ขนม ทำให้ได้รับพลังงานเกิน เพราะขาดการออกกำลังกาย จึงก่อให้เกิด ภาวะโภชนาการเกิน หรือโรคอ้วนได้ การเข้านอนและ การตื่นผิดปกติ มักจะปล่อยปละละเลยเรื่อง

อนามัยและการรักษาความสะอาด นอกจากนี้ก็อาจจะทำให้เด็กมีปัญหาด้านสายตา ลูกตาก็จะแห้ง และถ้าเพราะแสงจ้าจากที่ต้องจ้องจอคอมพิวเตอร์ มีอาการปวดหัว ปวดหลัง ปวดเมื่อยข้อมือ การรับรู้สึกที่มีมือถูกสะเทือน เพราะเส้นประสาทจากข้อมือไปยังมือถูกกดเป็นเวลานาน จากการนั่งเล่นเกมติดต่อกัน เป็นระยะเวลาเวลานาน การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ยังทำให้หัวใจเต้นเร็วขึ้น ความดันโลหิตสูงขึ้น การตอบสนองของหัวใจและหลอดเลือดต่อการเล่นเกม สามารถทำนายความดันโลหิตและการเป็นโรคความดันโลหิตสูงได้ ในร่างกายของเด็กติดเกมจะมีการกระตุ้นของสารโดปามีน ซึ่งออกฤทธิ์กระตุ้นระบบประสาทอีกต่อหนึ่ง ทำให้เด็กสนุกเกินความพอดี มีแรงมาก ทำให้เด็กเกิดอาการโหยหาการเล่นเกมนตลอดเวลา

**2.ภาวะพร่อง** ถ้าเด็กเล่นเกมจนอดหลับอดนอน นอนไม่พอ จะทำให้การหลั่งของ GH น้อย ส่งผลให้เด็กเจริญเติบโตไม่เต็มที่ เพราะ GH เป็นตัวเร่งการเจริญเติบโตด้านร่างกายของเด็ก

**3.ร่างกายอ่อนเพลีย** เนื่องจากขาดการพักผ่อนส่งผลให้สมองมีความเหนื่อยหาความสามารถในการเรียนรู้ลดลง เนื่องสมองอ่อนล้า อีกทั้งยังเสี่ยงต่อภาวะหัวใจวายเฉียบพลัน

**4.เสี่ยงต่อการติดโรคติดเชื้อ** เนื่องจากสถานที่เล่นเกมมีผู้ใช้บริการมากมาย หากทางร้านไม่มีมาตรการด้านการรักษาความสะอาดที่ดี จะกลายเป็นแหล่งเชื้อโรค อีกทั้งเด็กที่ติดเกมยังขาดการดูแลสุขภาพ และสุขอนามัยที่ดี ขาดการพักผ่อน ขาดสารอาหาร จึงง่ายต่อการติดโรคติดเชื้อได้

**5.เด็กจะมีสมาธิสั้น** เนื่องจากการเล่นเกมจะทำให้เด็กเป็นคนใจร้อน เพราะเด็กจะไม่ชอบเล่นเกมมีการดวเผลอหรือต้องรอเป็นระยะเวลาานๆ ซ้ำยังส่งผลให้ผลการเรียนตกต่ำอีกด้วย

**6.ปวดข้อมือ** เนื่องจากการเล่นเกมต้องใช้ข้อมือเป็นเวลานาน อาจเกิดการปวดเมื่อยและอาจเกิดการอักเสบได้

**7.มีอาการตาแห้ง** ถ้า จากแสงของจอคอมพิวเตอร์ เนื่องจากการเล่นเกมต้องมีการเพ่งและใช้สายตามาก อีกทั้งยังมีอาการปวดศีรษะ และปวดหลังด้วย อาการทางสายตาเหล่านี้เกิดจากการจ้องดูข้อมูลบนคอมพิวเตอร์ติดต่อกันเป็นเวลานานเกินไปเรียกอาการว่า “คอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรม” หรือ “โรคซีวีเอส” (Computer vision syndrome)

**ข้อแนะนำ:** การจ้องหรือเพ่งหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่ถูกต้อง จะสามารถลดปัญหาได้ วิธีการที่ควรนำไปปฏิบัติ เช่น ให้พักสายตาเป็นระยะๆ หลังจากทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปได้สัก 20-30 นาที ควรหยุดพักสายตาเป็นเวลา 2-4 นาที แล้วค่อยลืมตาขึ้นใหม่ หากสามารถปฏิบัติได้จนเป็นนิสัย ก็จะ

ป้องกันไม่ให้เกิดอาการคอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรมได้ นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงแสงสว่าง ทั้งแสงภายในห้องทำงาน และแสงสว่างจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยจัดแสงภายในห้องทำงานไม่ให้มีแสงสะท้อนมาที่จอคอมพิวเตอร์ และปรับแสงสว่างหน้าจอคอมพิวเตอร์ไม่ให้แสงจ้ามากเกินไป หลายคนทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยไม่เคยปรับแสงสว่าง รวมทั้งความเข้มของแสงเลยสักครั้งเดียว ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ควรนั่งห่างจากจอคอมพิวเตอร์ประมาณ 16-30 นิ้วจากดวงตา และควรให้จุดกึ่งกลาง ของหน้าจอคอมพิวเตอร์ อยู่ต่ำกว่าระดับสายตา ประมาณ 20 องศา จัดเป็นท่านั่งทำงานกับจอ คอมพิวเตอร์ที่ดีที่สุด และพึงระมัดระวังปัญหาปวดหลัง ปวดไหล่ ปวดคอ ที่มักเกิดขึ้นร่วมกันได้บ่อย ๆ

### ด้านสุขภาพจิต

1. ทำให้โอกาสที่จะสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นน้อยลง ไม่มีสังคมเพราะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเกม ทำให้เด็กอาจมีพฤติกรรมกลัวสังคมได้ ซึ่งจะมีการปิดตัวไม่สูงถึงกับใครเก็บตัวอยู่คนเดียว อาจทำให้เป็นเด็กมีปัญหาได้

2. การที่เด็กเล่นเกมที่รุนแรงมาก และใช้เวลาในการเล่นติดต่อกันต่อครั้งนานเกินไปทำให้เกิดผลเสียทางด้านอารมณ์ เด็กจะมีพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง ชอบเอาชนะ โมโหร้าย นอกจากนี้ยังจะทำให้เด็กมีพฤติกรรมคือ ต่อต้าน และหดหู่ ซึมเศร้าหากไม่ได้เล่นเกมหรือถูกบังคับไม่ให้เล่นเกม

3. เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ เนื่องจากเด็กในช่วงวัยรุ่น เป็นช่วงที่กำลังค้นหาตัวเอง และมักหาตัวแบบในการเล่นแบบในสิ่งที่ตนเองชอบ อาจแยกไม่ออกระหว่างโลกของความเป็นจริงกับเกม อาจนำวิธีที่ใช้ในเกมมาแก้ปัญหาของตนเองได้ มีการใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา

4. ภาวะความฉลาดทางอารมณ์ต่ำ การที่เด็กเรียนรู้อะไรนั้น จำเป็นต้องมีตัวช่วยในการส่งเสริม แต่ถ้าเด็กเล่นเกมมากก็จะขาดตัวช่วยในการส่งเสริม ทำให้เด็กเรียนรู้อะไรผิดๆ หรืออาจเดินผิดทางได้ ส่งผลให้เด็กขาดทักษะในการดำรงชีวิตต่อไปในอนาคต

### ด้านปฏิสัมพันธ์ และ สังคม

1. เด็กจะไม่ไปโรงเรียนหรือไปโรงเรียนสายเพราะเอาเวลาไปเล่นเกม ทำให้มีผลการเรียนตกต่ำ ไม่ยอมทำการบ้าน ขี้เกียจอ่านหนังสือ ไม่มีสมาธิหรือสมาธิสั้นในการเรียน สมองช้า สุดท้ายส่งผลให้เด็กเรียนไม่จบ



2.ด้านพฤติกรรม เกิดปัญหาเด็กโกหก ลักขโมย ทำร้ายร่างกายผู้อื่น เกิดปัญหาภายในครอบครัว เพราะเด็กจะติดเกมจนไม่เชื่อฟังผู้ปกครอง ก้าวร้าวหรือเด็กอาจขโมย หรือหลอกเอาเงินจากผู้ปกครองไปเล่นเกม ทำให้ขาดความสัมพันธ์ในครอบครัว ไม่มีเวลาให้กัน ขาดความเข้าใจ โกรธใส่กันทำให้เด็กมีปัญหาและอาจเสียคน

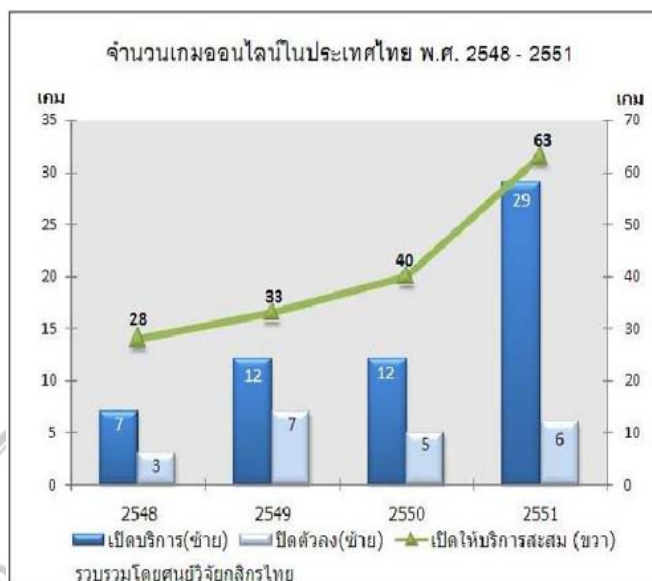
3.แต่ก็มีผลดี ทำให้เกิดการเรียนรู้ในการเข้าสังคม เพราะในเกมออนไลน์ จะมีการแชทพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างผู้เล่นด้วยกัน มีการให้ความช่วยเหลือกัน และมีการร่วมเล่นกันเป็นทีม มีความคิดสร้างสรรค์และกลวิธีแก้เกมที่รวดเร็ว แต่อย่างไรก็มีผลเสียมากกว่า

ที่มา : <http://gotoknow.org/blog/nicchaknowledge/304995>

### แนวโน้มของพฤติกรรมต่อการเล่นเกมออนไลน์

การเล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยพบว่า มีมากขึ้นเรื่อยๆและมีแนวโน้มที่มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นโดยกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์หลัก คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเด็กเหล่านี้ส่วนใหญ่ มักจะเล่นเกมออนไลน์ประเภทที่เล่นกับเครื่องพีซี ซึ่งมักจะไปเล่นที่ร้านเกม การเล่นเกมออนไลน์ในปริมาณที่พอเหมาะถือเป็นสิ่งที่ดี อาจจะช่วยเพิ่มทักษะ และผ่อนคลายความเครียด แต่ถ้าหากเล่นมากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษา และความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆในชีวิตจริง เพื่อให้เกมออนไลน์เป็นความบันเทิงที่มีประโยชน์ พัฒนาสมอง ผ่อนคลายความเครียด และเสริมสร้างจินตนาการ มากกว่าที่จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม การเล่นเกมกับคนที่เราไม่ได้รู้จักคุ้นเคยเป็นอย่างดี อาจจะทำให้เกิดอันตราย กับเราได้ เพราะในปัจจุบัน มีคนหลายกลุ่มที่เข้ามาหวังผลประโยชน์จากเพื่อนใหม่ผ่านทางโลกโซเชียล โดยอาจจะเข้ามาในรูปแบบของ การเล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน จุดนี้อาจจะทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ได้รับอันตรายได้ ดังนั้นเราจึงควรมีความระมัดระวังในการเล่นด้วยเช่นกัน

### รูปแสดงจำนวนเกมออนไลน์ในประเทศไทย



ที่มา: [http://game.sanook.com/gameupdate/snews\\_10100.php](http://game.sanook.com/gameupdate/snews_10100.php)

#### ทฤษฎีการควบคุมเด็กติดเกม

“หลักการและเหตุผล เกมคอมพิวเตอร์มีทั้งผลดีและผลเสียต่อเด็ก ขึ้นอยู่กับเกมและเวลาที่ใช้ในการเล่นผลเสียคือ จะมีผลกระทบต่อการศึกษาและสุขภาพเด็กจะทรุดโทรม โอกาสที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นน้อยลง เกิดปัญหาภายในครอบครัว และเกิดผลเสียทางด้านอารมณ์ เด็กจะก้าวร้าวรุนแรง โปรแกรมกลุ่มบำบัดเด็กติดเกมตามแนวทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญา ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมการควบคุมตนเองในการลดเวลาเล่นเกม การป้องกันการติดเกมซ้ำ ทักษะชีวิตและการให้ความรู้ครอบครัวเกี่ยวกับการติดเกม จะช่วยเหลือเด็กเหล่านั้นได้ แต่ทั้งนี้ควรมีการปรับปรุงกิจกรรมบางกิจกรรมภายในหลักสูตร ให้เหมาะสมสำหรับเด็กติดเกมมากขึ้น เพราะเด็กติดเกม ไม่ใช่ผู้ติดยาเสพติด และควรระวังความคาดหวังของผู้ปกครอง เพราะวัตถุประสงค์ของกิจกรรมคือการควบคุมตนเองในการลดการเล่นเกม ไม่ใช่การเลิกเล่นเกม” (อ้างอิง : การประชุมวิชาการสุขภาพจิตนานาชาติ ครั้งที่ 4 ปี 2548) ที่สำคัญจะต้องมีการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมให้เด็ก ด้วยการนำความคิดของเด็กเข้ามาประยุกต์เข้ากับกระบวนการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น จากนั้นจึงเริ่มปรับความสัมพันธ์ของเด็กเข้ากับสิ่งแวดล้อมรอบข้าง เริ่มสร้างค่านิยม และความคาดหวังที่ดีในอนาคตให้กับเด็ก สุดท้ายควรมีเวทีให้เหล่าเยาวชนได้ร่วมทำกิจกรรม และแสดงออกอย่างเพียงพอ

เพื่อคลายความเหงาจากการอยู่ลำพังมากขึ้นจากอัตราเด็กติดเกมที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเด็กจะได้ทำกิจกรรมร่วมกับเป็นกลุ่ม เพื่อเรียนรู้การใช้ชีวิตในสังคม

อ้างอิงจาก : การประชุมวิชาการสุขภาพจิตนานาชาติ, ครั้งที่ 4, เรื่องสุขภาพจิตกับภัยพิบัติ, วันที่ 6-8 กรกฎาคม 2548 ณ โรงแรมปรีณซ์พาเลซ, กรุงเทพมหานคร.

### วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม

ปัจจัยและสาเหตุที่ทำให้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมของนักเรียนมีหลายประการซึ่งเกิดจากการที่เด็กเล่นเกมมานานจนเป็นนิสัยและขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่สามารถดึงดูดให้เด็กคิดอยากเล่นเกม ปัจจัยและสาเหตุของการติดเกม เช่น

**1. การเลี้ยงดูในครอบครัว** เลี้ยงเด็กโดยไม่เคยให้เด็กมีวินัยในตนเอง ขาดกฎระเบียบกวดขันในบ้าน ตามใจเด็ก หรือไม่ทำโทษเมื่อเด็กกระทำผิด บางครอบครัวมีลักษณะที่สมาชิกในครอบครัวต่างคนต่างอยู่ ไม่มีกิจกรรมที่สนุกสนานให้เด็กทำ หรือไม่มีกิจกรรมที่สมาชิกทุกคนทำร่วมกัน ทำให้เด็กเกิดความเหงา ความเบื่อหน่าย จึงหนีออกมาจากบ้าน หากิจกรรมอื่นทำเพื่อให้ตนเองสนุก ซึ่งนั่นก็คือการเล่นเกม พ่อแม่อาจไม่มีเวลาควบคุมเด็ก ในช่วงแรกพ่อแม่อาจรู้สึกพอใจที่เห็นเด็กเล่นเกมเงียบๆ คนเดียวได้โดยไม่มารบกวนตน ทำให้ตนมีเวลาส่วนตัวมากขึ้น แต่ในช่วงต่อๆมาจะรู้สึกว่าเด็กจะมีอารมณ์รุนแรงขึ้น ซึ่งทำให้พ่อแม่ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของเด็กได้

**2. สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป** สังคมยุคใหม่มีพลังความตื่นตัวมากขึ้นทำให้เกิดขึ้นในตัวเด็กอย่างมาก สังคม ค่านิยม ที่ขาดแคลนกิจกรรมหรือสถานที่ที่เด็กจะได้ใช้ประโยชน์หรือเรียนรู้ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ตลอดจนสื่อมวลชนที่ถ่ายทอดค่านิยมไม่ถูกต้อง และเด็กได้เลียนแบบ เด็กจึงออกแสวงหาด้วยตนเอง หรืออาจถูกเพื่อนฝูงชักนำไปในทางที่ไม่เหมาะสมเหล่านี้เป็นแรงผลักดัน ให้เด็กหันไปใช้การเล่นเป็นทางออกสุดท้าย

**3. ปัจจัยในตัวเด็กเอง** เด็กบางกลุ่มมีความเสี่ยงต่อการติดเกมกว่าเด็กทั่วไป เช่น เด็กที่เป็นโรคสมาธิสั้น เด็กที่มีอารมณ์ ซึมเศร้า หรือวิตกกังวล เด็กที่ขาดสัมพันธที่ดีทางสังคม เข้ากับเพื่อนไม่ได้ เด็กที่มีปัญหาการเรียน เด็กที่มีความรู้สึกที่ตัวเองด้อยคุณค่า รู้สึกว่าถูกทอดทิ้งไม่ได้รับความอบอุ่นความรักจึงหนีออกจากบ้าน เด็กบางคนต้องการความเป็นอิสระอยากรู้ อยากลอง เด็กบางคนสติปัญญาต่ำเรียนไม่ทันเพื่อน โรงเรียนและครูไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาได้ ในที่สุดถูกชักจูง

ล่อลวงโดยกลุ่มเพื่อนออกไปเร็วร้อนหรือประกอบอาชีพอื่น ไม่เหมาะสม เพื่อได้คำตอบแทนแล้ว  
นำไปเล่นเกม

### วิธีป้องกัน

1. ควรคุยกับเด็กเพื่อกำหนดกติกาการเล่นเกมกันล่วงหน้า
2. ควรวางคอมพิวเตอร์ไว้เป็นสมบัติส่วนรวมของบ้าน
3. วางนาฬิกาไว้หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องเล่นเกม หรือในจุดที่เด็กมองเห็นเวลาได้ชัด
4. ควรชมเมื่อเด็กรักษาและควบคุมตัวเองเวลาในการเล่นได้
5. เอาจริงและเด็ดขาด เมื่อเด็กไม่รักษากติกา ไม่ใจอ่อน
6. สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเด็ก สร้างครอบครัวให้อบอุ่น นอนอยู่ อยู่เสมอ
7. ส่งเสริมให้เด็กมีกิจกรรมอื่นที่สนุกสนานและเด็กสนใจ แทนการเล่นเกม
8. ฝึกระเบียบวินัย สอนให้เด็กรู้จักแบ่งเวลาการเรียน และการเล่น
9. พ่อแม่ควรให้ความรู้เกี่ยวกับเกม พูดยุขและสอดแทรกความรู้ให้ลูกเข้าใจและยอมรับได้

### ถ้าพบว่าเด็กติดเกมแล้ว พ่อแม่ควรปฏิบัติดังนี้

1. พ่อแม่ควรมีเวลาอยู่กับเด็กมากขึ้น ทำกิจกรรมที่เด็กชอบ
2. พ่อแม่ควรหลีกเลี่ยง ใช้อารมณ์ หรือถ้อยคำรุนแรง แสดงความสนใจ เข้าใจเด็ก
3. พ่อแม่ และผู้ใหญ่ทุกคนในบ้านต้องร่วมมือกัน ในการแก้ปัญหา
4. สร้างเครือข่ายครอบครัวแล้วนำเด็กทำกิจกรรมหลังเลิกเรียน หรือในวันหยุด
5. พยายามเบี่ยงเบนให้เด็กมาสนใจเกมอื่นที่พอจะมีส่วนดี ดึงเอาส่วนดีของเกมมาสอนเด็ก
6. หากทำทุกวิธีแล้วไม่ได้ผล ควรส่งเด็ก เพื่อรับการวินิจฉัย และบำบัดรักษาจากจิตแพทย์ หรือ  
จิตแพทย์

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

การช่วยเหลือเด็กติดเกมต้องค่อยเป็นค่อยไป ใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อให้เด็กสามารถปรับตัวได้ ที่สำคัญผู้ปกครองต้องเป็นกำลังสำคัญให้กับเด็กไม่ว่าจะเป็นกำลังกายและกำลังใจ “การจัดให้มีกิจกรรมสร้างสรรค์ทดแทน เพื่อสนับสนุนให้ลูกได้กล้าแสดงออก และแสดงความสามารถพิเศษ เช่น กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมดนตรี และกีฬา หรืออื่นๆ ควรมีกิจกรรมที่หลากหลายสำหรับทำร่วมกันระหว่าง พ่อ แม่ ลูกอย่าให้เกมเป็นกิจกรรมเดียวที่เด็กทุ่มเวลาให้ ดีกว่าปล่อยให้ปัญหาเกิดขึ้นแล้วไม่ได้รับการแก้ไข” (นายเชษฐา มั่นคง มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) )

พ่อแม่หรือผู้ปกครอง อาจไม่สบายกับการเล่นเกมของลูก คิดว่าเกมทำให้ลูกมีพฤติกรรมก้าวร้าว ไม่ยอมไปเรียน ถ้าปล่อยเวลานานไปจะทำให้ลูกติดเกม ควรฝึกให้ลูกมีวินัย และรู้จักผิดชอบชั่วดี

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของเด็กในการเล่นเกมนอนไลน์

งานวิจัยจากสหรัฐ ฯ พบว่า ผู้หญิงมักเอาใจจริงเอาจังกกับการเล่นเกมออนไลน์มากกว่าผู้ชาย (ดมิทรี วิลเลียมส์ (Dmitri Williams) จากมหาวิทยาลัย เซาท์เทิร์น แคลิฟอร์เนีย แอนเนเบอร์ริก สกูล ฟอว์ คอมมิวนิเคชั่น แอนด์ เจอร์นลิสซึม ใน ลองแองเจิลิส) กล่าวว่า 80% จากผู้เล่นเกมที่ไม่เปิดเผยชื่อจำนวน 7,000 คน ที่เข้าเล่นเกม เอเวอร์เควส ทู (EverQuest II) (เกมที่ใช้ในการศึกษาวิจัย) เป็นผู้ชาย แต่ ผู้หญิงกลับใช้เวลาเล่นเกมมากกว่า โดยเฉลี่ย 29 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ ในขณะที่ผู้ชายใช้เวลาที่ 25 ชั่วโมงเท่านั้น นอกจากนี้ 10% ของผู้หญิงที่ใช้เวลาเล่นเกมสูงที่สุด พวกเขาใช้เวลา โดยเฉลี่ย 57 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ แปดเท่าของผู้ชาย “เราคาดไม่ถึงว่าผู้หญิงจะใช้เวลาเล่นเกมมากขนาดนี้ ผู้หญิงเอาใจจริงเอาจังกในการเล่นเกมนอนไลน์มากกว่าผู้ชาย และมักจะไม่นิยมแพ้หรือเลิกง่าย ๆ ด้วย พวกเขามักมีความสุขมากขึ้นเมื่อได้เล่นเกม” (ดมิทรีวิลเลียมส์กล่าว) อายุเฉลี่ยของผู้ที่เล่นเกม คือ 31 ปี นักเล่นเกมออนไลน์ส่วนมากมักมีอายุมากกว่า 30 ปี และจำนวนชั่วโมงที่เล่นเกมก็ดูเหมือนจะเพิ่มตามอายุอีกด้วย (ที่มา [UPI](#))

### งานวิจัย ปี 2547

รายงานผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ : กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมผู้เล่นเกมออนไลน์” กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 505 คน เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 505 คน ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 94.1 ช่วงอายุของผู้เล่นส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.2 ผู้เล่นส่วนใหญ่สถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 99.2 ระดับการศึกษาของผู้เล่นส่วนใหญ่คือมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาเป็นระดับ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 25.7 และมัธยมปลายคิดเป็นร้อยละ 21.6 ผู้เล่นร้อยละ 95.8 กำลังศึกษาอยู่ สมาชิกในครอบครัวของผู้เล่นส่วนใหญ่มีจำนวน 4-5 คน ข้อมูลเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นคนเดียวในครอบครัวที่เล่นเกมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 71.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทั้งครอบครัวผู้เล่นอยู่ในช่วง 10,000-30,000 บาท ผู้เล่นร้อยละ 63.8 ไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่บ้าน ผู้เล่นส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์มาประมาณ 1-2ปี ผู้เล่น ส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ 15-20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่เล่นเกมออนไลน์คือ 16.01-20.00 น. กิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้เล่นนิยมใช้งานคือชมสินค้า อ่านและแสดงความคิดเห็นบนเว็บไซต์ และค้นคว้าข้อมูล ตามลำดับ ผู้เล่นส่วนใหญ่เล่นเกมมากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้เล่นส่วนใหญ่เสียค่าบริการในการเล่นเกมออนไลน์ 100-500 บาทต่อเดือน เกมออนไลน์ที่นิยมเล่นที่สุด 3 อันดับแรก คือ Raknarok Mu และ Gunbound ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อขายคะแนนหรือไอเท็มในเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่ มีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้เล่นชอบเล่นเกมออนไลน์คือ เพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นส่วนใหญ่ เล่นเกมที่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ครั้งแรก เพราะ เพื่อนชวน ผู้เล่นส่วนใหญ่ นิยมเล่นเกม ยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นส่วนใหญ่คิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ไม่มีผลกระทบกับการเรียน ผู้เล่นส่วนใหญ่คิดว่า การเล่นเกมออนไลน์ไม่มีผลกระทบกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับเพื่อนๆ ผู้เล่นส่วนใหญ่คิดว่า การเล่นเกมออนไลน์ไม่มีผลกระทบกับความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัว ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่นิยมแชทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่เคยพบปะตัวจริงในหมู่ผู้เล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่ต้องการพบผู้เล่นเกมออนไลน์คนอื่น ผู้เล่นส่วนใหญ่เคยเสียค่าบริการในการเล่นเกมออนไลน์นอกเหนือจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต ผู้เล่นที่สูบบุหรี่ส่วนใหญ่คิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นสูบบุหรี่น้อยลง ผู้เล่นส่วนใหญ่คิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นเล่นกีฬาบ่อยลง ผู้เล่นที่ดื่มสุราส่วนใหญ่คิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นดื่มสุราน้อยลง จากการวิจัยพบว่า ผู้เล่นเพศชายส่วนใหญ่เล่นการออนไลน์เพื่อการแข่งขัน ผู้เล่น

เพศหญิงส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์เพื่อการผ่อนคลาย ผู้เล่นทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่นิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นเพศชายส่วนใหญ่ไม่นิยมแซทในระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ แต่ผู้เล่นเกมเพศหญิงส่วนใหญ่นิยมแซทในระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่ของทุกช่วงอายุมีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์คือเพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นส่วนใหญ่ของทุกช่วงอายุต่างนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นที่มีอายุมากกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ไม่นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าส่วนใหญ่มีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์คือเพื่อการผ่อนคลาย ผู้เล่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์คือเพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นเกมออนไลน์ทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่นิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ระดับการศึกษาที่ผู้เล่นส่วนใหญ่นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์คือ ปวส./ปวท./ปทส./อนุปริญญา มัธยมปลาย ปริญญาตรีและสูงกว่า ระดับการศึกษา ของผู้เล่นส่วนใหญ่ ที่ไม่นิยมแซท ระหว่างการเล่นเกมออนไลน์คือ ประถม มัธยมต้น ปวช. ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนมีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์คือเพื่อการผ่อนคลาย ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวสูงกว่า 10,000 บาทต่อเดือนมีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์คือเพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นส่วนใหญ่ของทุกระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่างนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ และผู้เล่นส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ไม่นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่เล่นเกมออนไลน์ในช่วงเช้าถึงเที่ยง มีสาเหตุจูงใจในการเล่นในเกมออนไลน์ เพื่อการผ่อนคลาย และผู้เล่นส่วนใหญ่ที่เล่นเกมออนไลน์ในช่วงบ่าย เย็นถึงค่ำ หัวค่ำถึงดึกต่างมีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ เพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นส่วนใหญ่ของทุกช่วงเวลาการเล่น ต่างนิยมเล่นเกม ออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่นิยมแซทระหว่างการเล่นเกมออนไลน์จะเล่นเกมอยู่ในช่วงเวลาบ่าย และหัวค่ำถึงดึก ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่เสียค่าบริการ ในการเล่นเกมออนไลน์ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือนและมากกว่า 1,000 บาทต่อเดือนมีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์เพื่อการผ่อนคลาย ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่เสียค่าบริการในการเล่นในเกมออนไลน์ ในช่วง 100-

500 บาทต่อเดือนและ 501-1,000 บาทต่อเดือน มีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์เพื่อการแข่งขัน ผู้เล่นส่วนใหญ่ของทุกช่วงค่าบริการต่างนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภทยิง ๆ ต่อสู้ ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่นิยมแซะระหว่างการเล่นเกมออนไลน์ จะเป็นผู้เล่นที่เสียค่าบริการในการเล่นเกมออนไลน์น้อยกว่า 100 บาทต่อเดือน และในกลุ่มผู้เล่นที่เสียค่าบริการ มากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ผู้เล่นส่วนใหญ่ที่เล่นเกม 6 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์มีสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์เพื่อการแข่งขันการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ เพศมีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์ ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นมากที่สุด ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นมากที่สุด ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์ รายได้ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์ ช่วงเวลาที่มีความสัมพันธ์ กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ ช่วงเวลาที่มีความสัมพันธ์ กับลักษณะเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นมากที่สุด ช่วงเวลาที่มีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์ ค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์ กับสาเหตุจูงใจ ที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ ค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะเกมออนไลน์ ที่นิยมเล่นมากที่สุด ความถี่ที่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุจูงใจที่ทำให้ชอบเล่นเกมออนไลน์ ความถี่ที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นมากที่สุด ความถี่มีความสัมพันธ์กับการแซะระหว่างเล่นเกมออนไลน์

#### งานวิจัย ปี 2545

รณรงค์ สาธุพันธ์. การศึกษาความพึงพอใจในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาโปรแกรมวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี ของบุคลากรของหน่วยงานที่รับนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ. อุบลราชธานี (สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2545)



รรอง สารพันธ์. สภาพการใช้บริการคอมพิวเตอร์ของร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในเขต  
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี สำนักงาน  
คณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ระยะเวลา : ตุลาคม 2544- กันยายน 2545  
11000274/C ทำเนียบโครงการวิจัย สภาวิจัยแห่งชาติ 2548 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศ  
ศาสตร์ .



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งเป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ทำการศึกษา การเล่นเกมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี โดยการใช้แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี จำนวน 1,553 คน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 (ม.4-ม.6) โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตมาก โดยใช้สูตรของยามาเน่ (Taro Yamane) **ปริญาตร**

##### หาขนาดตัวอย่าง

กำหนดค่าคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง หรือ ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าไว้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ใช้สูตรคำนวณดังนี้

วิธีคำนวณ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากร

e = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

$$N = 1,553$$

$$e = 0.05$$

ดังนั้น

$$n = \frac{1553}{1+1553(0.05)^2}$$

$$= 318.07$$

จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยจำนวน 318 คน

จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยจำนวน 318 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี

การเลือกตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota Sampling) โดยดำเนินการดังนี้

### 1. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากร ระดับชั้น

การเลือกตัวอย่างที่เป็นสัดส่วน

จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 568 คน จะได้  $\frac{568}{1553} \times 318 = 117$  คน

จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 436 คน จะได้  $\frac{436}{1553} \times 318 = 88$  คน

จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 549 คน จะได้  $\frac{549}{1553} \times 318 = 113$  คน

ดังนั้นควรเลือกตัวอย่างชั้นม.4จำนวน 117 คน, ม.5จำนวน 88 คน, และม.6จำนวน 113 คน

### 2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. การศึกษา
4. แผนการเรียน

5. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน
6. การมีคอมพิวเตอร์หรือไม่มี
7. การเล่นเกมออนไลน์หรือไม่เล่น

ตัวแปรตาม ได้แก่

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ และ ทักษะคิดที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือเอกสารต่างๆและคำแนะนำจากอาจารย์ใช้สอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ประกอบด้วย ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม** เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา แผนการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การมีคอมพิวเตอร์

**ส่วนที่2: พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์** เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบ ได้แก่ ประเภทของเกมที่เล่น เล่นเกมอาทิตย์ละกี่วัน จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวัน ระยะเวลาในการเล่นเกมแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์ สถานที่เล่นเกม ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อสัปดาห์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์

**ส่วนที่3: ทักษะคิดที่มีต่อการเล่นเกมออนไลน์** ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีข้อให้เลือกตอบ 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 18 ข้อ โดยมีความหมายดังนี้

5 = มีผลมากที่สุด หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

4 = มีผลมาก หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีผลต่อการตัดสินใจมาก

3 = มีผลปานกลาง หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

2 = มีผลน้อย หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีผลต่อการตัดสินใจน้อย

1 = มีผลน้อยที่สุด หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การทดสอบความตรงให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ในที่นี้ผู้วิจัย ได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจ สอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์พร้อม ทั้งปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

#### 4. ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบแนวคิด เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษา และสร้างแบบสอบถามการวิจัย
3. สร้างเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตรวจ สอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษา
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับนักเรียน โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 50 คน

#### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือถึงคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยศิลปากรในการทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้อำนวยการ โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) โดยใช้แบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพ ในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม 2553 ถึงวันที่ 24 กรกฎาคม 2553 เก็บได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 318 คน
3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

#### 6. การวิเคราะห์ข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จัดระเบียบ ลงรหัสและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการวิจัย ทางสังคมศาสตร์ เพื่อประมวลผล ข้อมูลและทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ระดับ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา แผนการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การมีคอมพิวเตอร์ โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ
3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ประกอบด้วย ประเภทของเกม que เล่น เล่นเกมอาทิตย์ละกี่วัน จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวัน ระยะเวลาในการเล่นเกมนแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ สถานที่เล่นเกม ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อสัปดาห์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์
4. การวิเคราะห์ทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ ที่มีปัจจัยด้าน ส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านตัวเกมนออนไลน์ ด้านค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ ด้านสถานที่ให้บริการเกมนออนไลน์ ด้านการโฆษณาและโปรโมชันของตัวเกมนออนไลน์ โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ มีนักวิจัยได้นำมาประยุกต์โดยใช้ทศนิยมเพียงสองตำแหน่ง ดังนี้ (Punpinij 1990 : 46)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติระดับมีผลมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติระดับมีผลมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติระดับมีผลปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติระดับมีผลน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.50-1.50 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติระดับมีผลน้อยที่สุด

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำวิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. เพศที่ต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ต่างกัน
2. การศึกษาที่ต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ต่างกัน
3. รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ต่างกัน

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา แผนการเรียน รายรับเฉลี่ยต่อเดือน การมีหรือไม่มีคอมพิวเตอร์ การเล่นเกมหรือไม่เล่นเกมออนไลน์

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	44.7
หญิง	176	55.3

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าร้อยละ 44.7 เป็นเพศชาย และ ร้อยละ 55.3 เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 ปี	76	23.9
16 ปี	105	33.1
17 ปี	78	24.5
18 ปี	57	17.9
19 ปี	2	0.6
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.1 มีอายุ 16 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.5 มีอายุ 17 ปี , ร้อยละ 23.9 มีอายุ 15 ปี , ร้อยละ 17.9 มีอายุ 18 ปีและ ร้อยละ 0.6 มีอายุ 19 ปี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ระดับชั้นการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ม.4	117	36.8
ม.5	88	27.7
ม.6	113	35.5
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นการศึกษาพบว่าระดับชั้นการศึกษาส่วนใหญ่คือ ม.4 คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ม.6 คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ ม.5 คิดเป็นร้อยละ 35.5



ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนการเรียน

แผนการเรียน	จำนวน	ร้อยละ
วิทย์-คณิต	71	22.3
ศิลป์-คำนวณ	68	21.4
ศิลป์-ญี่ปุ่น	29	9.1
ศิลป์-จีน	58	18.3
ศิลป์-ฝรั่งเศส	33	10.4
ศิลป์-เกาหลี	0	0
อื่นๆ Gifted-คณิต	4	1.3
อื่นๆ Gifted-อังกฤษ	3	0.9
อื่นๆ ศิลป์ไทย-สังคม	43	13.5
อื่นๆ ศิลป์อังกฤษ	9	2.8
รวม	318	100.0

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแผนการเรียนพบว่าแผนการเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 22.3 คือ สายวิทย์-คณิต รองลงมาร้อยละ 21.4 คือ สายศิลป์-คำนวณ ต่อมา ร้อยละ 18.3 คือ สายศิลป์-จีน ร้อยละ 13.5 คือ สายศิลป์ไทย-สังคม ร้อยละ 10.4 คือ สายศิลป์-ฝรั่งเศส ร้อยละ 9.1 คือ สายศิลป์-ญี่ปุ่น ร้อยละ 2.8 คือสายศิลป์อังกฤษ ร้อยละ 1.3 คือ Gifted-คณิต ร้อยละ 0.9 คือ Gifted-อังกฤษและ สายศิลป์เกาหลียังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	199	62.6
5,000-10,000 บาท	93	29.2
มากกว่า 10,000 บาท	26	8.2
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือนพบว่าส่วนใหญ่จะมีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมาคือ 5,000-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 29.2 และมีรายรับมากกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 8.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีหรือไม่มีคอมพิวเตอร์

คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	66	20.7
มีเฉพาะคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	149	46.9
มีเฉพาะคอมพิวเตอร์พกพา	35	11.0
มีทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและพกพา	68	21.4
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีหรือไม่มีคอมพิวเตอร์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.9 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ รองลงมาร้อยละ 21.4 มีทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์พกพา ร้อยละ 20.7 ไม่มีคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 11.0 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์พกพา

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเล่นหรือไม่เล่นเกมออนไลน์

เกมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
เล่น	318	100.0
ไม่เล่น	0	0
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเล่นหรือไม่เล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 100.0 เล่นเกมออนไลน์ และไม่เล่นเกมออนไลน์ยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามประเภทของเกมที่เล่นบ่อยที่สุด การเล่นเกมต่ออาทิตย์ จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวัน ระยะเวลาในการเล่นเกมแต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ สถานที่เล่นเกมออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อสัปดาห์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของเกมที่เล่นบ่อยที่สุด

ประเภทเกมที่เล่นบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Action game	34	10.7
Strategy game	51	16.0
Racing game	50	15.7
Simulation	59	18.6
Role-Playing game	26	8.1
Sport game	39	12.3
Puzzle game	13	4.1
Fighting game	32	10.1
Educational game	14	4.4
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ เกมที่เล่นบ่อยที่สุดพบว่าส่วนใหญ่เกมที่นิยมเล่นบ่อยที่สุดคือ Simulation คิดเป็นร้อยละ 18.6 รองลงมาคือ Strategy game คิดเป็นร้อยละ 16.0 เกมที่เล่นเป็นอันดับสามคือ Racing game คิดเป็น ร้อยละ 15.7 เกมที่เล่นเป็นอันดับต่อไปคือ Sport game คิดเป็นร้อยละ 12.3 Action game คิด เป็นร้อยละ 10.7 Fighting game คิดเป็นร้อยละ 10.1 Role-Playing game คิดเป็นร้อยละ 8.1 Educational game คิดเป็นร้อยละ 4.4 Puzzle game คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเล่นเกมต่ออาทิตย์

การเล่นเกมต่ออาทิตย์	จำนวน	ร้อยละ
เล่นทุกวัน	61	19.2
1 วัน	57	17.9
2 วัน	89	28.0
3 วัน	55	17.3
มากกว่า 3 วันขึ้นไป	56	17.6
รวม	318	100.0

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเล่นเกมต่อ อาทิตย์พบว่า ส่วนใหญ่เล่นเกมอาทิตย์ละ 2 วันคิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือเล่นเกมทุกวันคิด เป็นร้อยละ 19.2 เล่นเกมอาทิตย์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เล่นเกมอาทิตย์ละมากกว่า 3 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.6 เล่นเกมอาทิตย์ละ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้า

เล่นเกมต่อวัน

จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	120	37.7
2-4 ครั้ง	164	51.6
มากกว่า 4 ครั้ง	34	10.7
รวม	318	100.0

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวันพบว่าส่วนใหญ่เล่นเกม 2-4 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือเล่นเกม 1 ครั้งต่อวัน เล่นเกมมากกว่า 4 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 10.7

**ตารางที่ 11** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเล่นเกมที่แต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการเล่นเกมที่แต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 1-30 นาที	34	10.7
มากกว่า 30 นาที-1 ชั่วโมง	77	24.2
มากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง	119	37.4
มากกว่า 2 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง	53	16.7
มากกว่า 3 ชั่วโมง	35	11.0
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเล่นเกมที่แต่ละครั้งพบว่าส่วนใหญ่เล่นเกมในระยะเวลาที่มากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาเล่นเกมในระยะเวลาที่มากกว่า 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.2 ต่อมาคือเล่นเกมในระยะเวลาที่มากกว่า 2 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.7 เล่นเกมในระยะเวลาที่มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเล่นเกมในระยะเวลาตั้งแต่ 1-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.7

**ตารางที่ 12** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเล่น

ช่วงเวลาในการเล่นออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
8.00น. - 12.00น.	10	3.2
12.00น. - 16.00น.	56	17.6
16.00น. - 20.00น.	134	42.1
20.00น. - 24.00น.	103	32.4
มากกว่า 24.00น.	15	4.7
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเล่นเกมนอนไลน์พบว่าเวลาเล่นเกมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 16.00น. - 20.00น. คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาอยู่ในช่วง 20.00น. - 24.00น. คิดเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงเวลา 12.00น. - 16.00น. คิดเป็นร้อยละ 17.6 ช่วงเวลา มากกว่า 24.00น. คิดเป็นร้อยละ 4.7 และช่วงเวลา 8.00น. - 12.00น. คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เล่นเกมออนไลน์

สถานที่เล่นเกมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	200	62.9
บ้านเพื่อน	11	3.5
ห้างสรรพสินค้า	2	0.6
โรงเรียน	15	4.7
ร้านอินเทอร์เน็ต	90	28.3
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่เล่นเกมที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาคือเล่นเกมที่ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.3 อันดับต่อมาคือเล่นเกมที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 4.7 เล่นเกมที่บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.5 เล่นเกมที่ห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ 0.6 และเล่นเกมในที่อื่นๆยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อสัปดาห์

ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	179	56.3
ไม่เกิน 100 บาท	52	16.4
ประมาณ 100-200 บาท	38	11.9
ประมาณ 200-300 บาท	23	7.2
ประมาณ 300-400 บาท	13	4.1
มากกว่า 400 บาท	13	4.1
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อสัปดาห์พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.3 ไม่เสียค่าใช้จ่าย รองลงมา ร้อยละ 16.4 อยู่ที่ไม่เกิน 100 บาท ต่อมา ร้อยละ 11.9 อยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท ร้อยละ 7.2 อยู่ที่ประมาณ 200-300 บาท และ ร้อยละ 4.1 อยู่ที่ประมาณ 300-400 บาท และ มากกว่า 400 บาท

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนอนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนอนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการพักผ่อนคลายเครียด	252	79.2
ความท้าทายในการเล่นเกมน	82	25.8
ต้องการเจอเพื่อนใหม่	51	16.0
เพื่อความสนุกสนาน	224	70.4
เพิ่มทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์	64	20.1
แข่งขันกับเพื่อน	70	22.0
ต้องการเอาชนะเกม	56	17.6
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนอนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 79.2 เพื่อต้องการพักผ่อน คลายเครียด รองลงมาคือร้อยละ 70.4 เพื่อความสนุกสนาน ต่อมาคือร้อยละ 25.8 เพื่อความท้าทายในการเล่นเกมน ร้อยละ 22.0 เพื่อแข่งขันกับเพื่อน ร้อยละ 20.1 เพื่อเพิ่มทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 17.6 เพื่อต้องการเอาชนะเกม ร้อยละ 16.0 เพื่อต้องการเจอเพื่อนใหม่ และวัตถุประสงค์อื่นๆ ยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	145	45.5
เพื่อน	142	44.7
ญาติ, พี่, น้อง	19	6.0
ผู้ปกครอง	4	1.3
แฟน	8	2.5
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่คือ ไม่มี(ตัวเอง) คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.7 ญาติ, พี่, น้อง คิดเป็นร้อยละ 6.0 แฟน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์



**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม  
ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการ  
เกมออนไลน์ ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและ โปรโมชันของตัวเกม

**ตารางที่ 17** ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์

ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(S.D.)	ระดับความสำคัญ
ทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม	3.95	0.85	มีผลมาก
ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	3.51	1.06	มีผลมาก
ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์	3.74	1.02	มีผลมาก
ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชันของตัวเกม	3.51	1.23	มีผลมาก
<b>รวม</b>	<b>3.678</b>	<b>1.04</b>	<b>มีผลมาก</b>

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติ ที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์โดยรวม อยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.678) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนใหญ่ทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.95) รองลงมาคือทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมา (ค่าเฉลี่ย = 3.74) ตามด้วย ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชันของตัวเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) ซึ่งเท่ากับ ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม

ทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
1.ความพอใจในประเภทของเกม	4.06	0.78	มีผลมาก
2.ความเป็นที่นิยมของตัวเกม	3.90	0.83	มีผลมาก
3.ความสวยงามของภาพในเกม	4.00	0.82	มีผลมาก
4.เสียงและดนตรีประกอบการเล่นเกม	3.77	0.90	มีผลมาก
5.ประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตอบสนองของเกม	4.08	0.82	มีผลมาก
6.ระดับความยากง่ายและการควบคุมภายในเกม	4.00	0.85	มีผลมาก
7.ความหลากหลายของบริการและสินค้า(ไอเทม)ภายในเกม	3.84	0.93	มีผลมาก
รวม	<b>3.95</b>	<b>0.85</b>	<b>มีผลมาก</b>

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติ ที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกมโดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตอบสนองของเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.08) รองลงมาคือด้าน ความพอใจในประเภทของเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ตามด้วยระดับความยากง่ายและการควบคุมภายในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ซึ่งเท่ากับด้านความสวยงามของภาพในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ต่อมาคือด้านความเป็นที่นิยมของตัวเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ด้านความหลากหลายของบริการและสินค้า(ไอเทม)ภายในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) และสุดท้ายคือด้านเสียงและดนตรีประกอบการเล่นเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์

ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
1.ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของตัว เกม	3.48	1.06	มีผลมาก
2.ราคาสินค้าภายในเกม	3.50	1.05	มีผลมาก
3.มีค่าใช้จ่ายเพียงพอในการใช้บริการ	3.55	1.08	มีผลมาก
<b>รวม</b>	<b>3.51</b>	<b>1.06</b>	<b>มีผลมาก</b>

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติ ที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านค่าใช้จ่ายเพียงพอในการใช้บริการ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.55) รองลงมาคือด้านราคาสินค้าภายในเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ตามด้วยด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของตัวเกม มีปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.48)

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์

ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
1.ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์	3.58	1.09	มีผลมาก
2.ที่พักอาศัยสามารถใช้บริการเกมออนไลน์ได้	3.79	1.09	มีผลมาก
3.ร้านเกมออนไลน์มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3.85	0.95	มีผลมาก
4.ร้านเกมออนไลน์มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดใจในการใช้บริการ	3.74	0.96	มีผลมาก
รวม	3.74	1.02	มีผลมาก

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติ ที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ร้านเกมออนไลน์มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.85) รองลงมาคือด้านที่พักอาศัยสามารถใช้บริการเกมออนไลน์ได้ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ตามด้วย ร้านเกมออนไลน์มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดใจในการใช้บริการ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) และสุดท้ายคือด้านที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58)

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและ โปรโมชันของตัวเกม

ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชันของตัวเกม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
1.มีเว็บไซต์ และ เว็บบอร์ดของเกม	3.92	1.08	มีผลมาก
2.การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล	3.40	1.24	มีผลปานกลาง
3.การโฆษณาและการชักชวนให้ร่วมเล่นเกม	3.39	1.28	มีผลปานกลาง
4.สินค้าแจกฟรีเมื่อเติมแต้ม,ซื้อสินค้าหรือบริการของเกม	3.31	1.32	มีผลปานกลาง
รวม	3.51	1.23	มีผลมาก

จากตารางค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติ ที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและ โปรโมชันของตัวเกมโดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน มีเว็บไซต์ และ เว็บบอร์ดของเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.92) รองลงมาคือด้าน การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล มีผลปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.40) ตามด้วยการโฆษณาและการชักชวนให้ร่วมเล่นเกม มีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.39) และสุดท้ายคือ สินค้าแจกฟรีเมื่อเติมแต้ม, ซื้อสินค้าหรือบริการของเกม มีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์เพศกับทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F Ratio	Sig.
ชาย	142	3.7868	0.62402	2.216	0.138
หญิง	176	3.6862	0.57847		
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>3.7311</b>	<b>0.60037</b>		

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ เพศกับทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ พบว่า Sig. = 0.138 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศชายกับ เพศหญิง จึงสรุปได้ว่า ขอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ว่าเพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์การศึกษากับทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ( $\bar{x}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F Ratio	Sig.
ม.4	117	3.6419	0.65348	2.110	0.123
ม.5	88	3.7677	0.62165		
ม.6	113	3.7950	0.51403		
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>3.7311</b>	<b>0.60037</b>		

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์การศึกษากับทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ พบว่า Sig. = 0.123 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างการศึกษาระดับชั้น ม.4 กับระดับชั้น ม.5 และระดับชั้น ม.6 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** รายรับเฉลี่ยที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : รายรับเฉลี่ยที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายรับเฉลี่ยที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 24** แสดงผลการวิเคราะห์รายรับเฉลี่ยกับทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์

รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ $\bar{x}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F Ratio	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	199	3.6480	0.58920	7.537	0.001
5,000-10,000 บาท	93	3.8099	0.60129		
มากกว่า 10,000 บาท	26	4.0855	0.53083		
<b>รวม</b>	<b>318</b>	<b>3.7311</b>	<b>0.60037</b>		

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์รายรับเฉลี่ยกับทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ พบว่า Sig. = 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กับรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเล่นเกมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อหาสาเหตุของการติดเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อหาทัศนคติในการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักเรียนทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิงที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี จำนวน 1,553 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม 2553 ถึงวันที่ 24 กรกฎาคม 2553 เก็บได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 318 คน

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window โดยการแบ่งการประเมินผลออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรก เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ และ ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์ ส่วนที่สอง จะเป็นการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA)



## สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

### 1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี จำนวน 318 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.3 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.7

ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.0 มีอายุ 16 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.5 มีอายุ 17 ปี , ร้อยละ 23.9 มีอายุ 15 ปี , ร้อยละ 17.9 มีอายุ 18 ปีและ น้อยที่สุดร้อยละ 0.6 มีอายุ 19 ปี

ระดับชั้นการศึกษาส่วนใหญ่คือ ม.4 คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ม.6 คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ ม.5 คิดเป็นร้อยละ 35.5

แผนการเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 22.3 คือ สายวิทย์-คณิต รองลงมาร้อยละ 21.4 คือ สายศิลป์-คำนวณ ต่อมา ร้อยละ 18.2 คือ สายศิลป์-จีน ร้อยละ 13.5 คือ สายศิลป์-ไทย-สังคม ร้อยละ 10.4 คือ สายศิลป์-ฝรั่งเศส ร้อยละ 9.1 คือ สายศิลป์-ญี่ปุ่น ร้อยละ 2.8 คือสายศิลป์อังกฤษ ร้อยละ 1.3 คือ Gifted-คณิต ร้อยละ 0.9 คือ Gifted-อังกฤษและ สายศิลป์เกาหลียังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ส่วนใหญ่จะมีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมาคือ 5,000-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 29.2 และมีรายรับมากกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 8.2

การมีหรือไม่มีคอมพิวเตอร์พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.9 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ รองลงมาร้อยละ 21.4 มีทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์พกพา ร้อยละ 20.8 ไม่มีคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 11.0 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์พกพา

การเล่นหรือไม่เล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 100.0 เล่นเกมออนไลน์ และไม่เล่นเกมออนไลน์ยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

### 2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 318 คน จะมีความถี่ตามประเภทของเกม que เล่นบ่อยที่สุดพบว่า ส่วนใหญ่เกมที่นิยมเล่นบ่อยที่สุดคือ Simulation คิดเป็นร้อยละ 18.6 รองลงมาคือ Strategy game คิดเป็นร้อยละ 16.0 เกมที่เล่นเป็นอันดับสามคือ Racing game คิดเป็นร้อยละ 15.7 เกมที่เล่น

เป็นอันดับต่อไปคือ Sport game คิดเป็นร้อยละ 12.3 Action game คิดเป็นร้อยละ 10.7 Fighting game คิดเป็นร้อยละ 10.1 Role-Playing game คิดเป็นร้อยละ 8.2 Educational game คิดเป็นร้อยละ 4.4 Puzzle game คิดเป็นร้อยละ 4.1

ส่วนใหญ่เล่นเกมอาทิตย์ละ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือเล่นเกมทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 19.2 เล่นเกมอาทิตย์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เล่นเกมอาทิตย์ละมากกว่า 3 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.6 เล่นเกมอาทิตย์ละ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.3

จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวันพบว่าส่วนใหญ่เล่นเกม 2-4 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือเล่นเกม 1 ครั้งต่อวัน เล่นเกมมากกว่า 4 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ระยะเวลาในการเล่นเกมที่แต่ละครั้งพบว่าส่วนใหญ่เล่นเกมในระยะเวลามากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาเล่นเกมในระยะเวลามากกว่า 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.2 ต่อมาคือเล่นเกมในระยะเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.7 เล่นเกมในระยะเวลามากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเล่นเกมในระยะเวลาตั้งแต่ 1-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.7

เวลาเล่นเกมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 16.00น. - 20.00น. คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาอยู่ในช่วง 20.00น. - 24.00น. คิดเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงเวลา 12.00น. - 16.00น. คิดเป็นร้อยละ 17.6 ช่วงเวลา มากกว่า 24.00น. คิดเป็นร้อยละ 4.7 และช่วงเวลา 8.00น. - 12.00น. คิดเป็นร้อยละ 3.1

สถานที่เล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่เล่นเกมที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาคือเล่นเกมที่ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.3 อันดับต่อมาคือเล่นเกมที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 4.7 เล่นเกมที่บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.5 เล่นเกมที่ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.6 และเล่นเกมในที่อื่นๆยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.3 ไม่เสียค่าใช้จ่าย รองลงมาร้อยละ 17.9 อยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท ต่อมาร้อยละ 16.4 อยู่ที่ไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 7.2 อยู่ที่ประมาณ 200-300 บาท และ ร้อยละ 4.1 อยู่ที่ประมาณ 300-400 บาท และ มากกว่า 400 บาท

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 79.2 เพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด รองลงมาคือร้อยละ 70.4 เพื่อความสนุกสนาน ต่อมาคือร้อยละ 25.8 เพื่อความท้าทายในการเล่นเกมน ร้อยละ 22.0 เพื่อแข่งขันกับเพื่อน ร้อยละ 20.1 เพื่อ

เพิ่มทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 17.6 เพื่อต้องการเอาชนะเกม ร้อยละ 16.0 เพื่อต้องการเจอเพื่อนใหม่ และวัตถุประสงค์อื่นๆ ยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่คือ ไม่มี(ตัวเอง) คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.7 ญาติ, พี่, น้อง คิดเป็นร้อยละ 6.0 แฟน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆยังไม่พบข้อมูลในการวิเคราะห์

### 3. การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์

ทัศนคติที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์โดยรวม อยู่ในระดับมีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.678) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนใหญ่ทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.95) รองลงมาคือทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมา (ค่าเฉลี่ย = 3.74) ตามด้วย ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชั่นของตัวเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) ซึ่งเท่ากับ ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51)

ทัศนคติเกี่ยวกับตัวเกมโดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตอบสนองของเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.08) รองลงมาคือด้าน ความพอใจในประเภทของเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ตามด้วยระดับความยากง่ายและการควบคุมภายในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ซึ่งเท่ากับด้านความสวยงามของภาพในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ต่อมาคือด้านความเป็นที่นิยมของตัวเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ด้านความหลากหลายของบริการและสินค้า(ไอเทม)ภายในเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) และสุดท้ายคือด้านเสียงและดนตรีประกอบการเล่นเกม มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77)

ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านค่าใช้จ่ายเพียงพอในการใช้บริการ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.55) รองลงมาคือด้านราคาสินค้าภายในเกม มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ตามด้วยด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของตัวเกม มีปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.48)

ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ร้านเกมออนไลน์มีการให้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.85) รองลงมาคือด้าน ที่พักอาศัย สามารถใช้บริการเกมออนไลน์ได้ มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ตามด้วย ร้านเกมออนไลน์มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดใจในการใช้บริการ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) และสุดท้ายคือด้านที่ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58)

ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชั่นของเกมโดยรวมอยู่ในระดับ มีผลมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน มีเว็บไซต์ และ เว็บไซต์ของเกมน มีผลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.92) รองลงมาคือด้าน การสะสมแต้มเพื่อ แลกของรางวัล มีผลปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ (ค่าเฉลี่ย = 3.40) ตามด้วยการโฆษณาและการชักชวนให้ร่วมเล่นเกมมีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.39) และสุดท้ายคือ สินค้า แจกฟรีเมื่อเติมแต้ม, ซื้อสินค้าหรือบริการของเกม มีผลปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

#### 4. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** เพศที่ต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า เพศที่ต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

**สมมติฐานที่ 2** การศึกษาที่ต่างกันจะมีทัศนคติ ในการเล่นเกมออนไลน์ที่ต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

**สมมติฐานที่ 3** รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

ตารางที่ 25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อ	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
1.	เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.	การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.	รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์

พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ปัจจุบันมีเครือข่ายของเกมออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต ที่มีความหลากหลาย และ รวมกับสีสันหรือการตกแต่งภาพให้ดูน่าสนใจ ซึ่งมักได้รับความนิยมจากผู้เล่นเกมออนไลน์ทุกเพศทุกวัย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ เพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง การศึกษา กับ ทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์

พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ระดับการศึกษา ไม่ได้เป็นส่วนที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ แต่อาจจะมาจากส่วนอื่นๆ เช่น ความคิด ทัศนคติ และ ค่านิยม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนอนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

### 3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายรับเฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติในการเล่น เกมออนไลน์

พบว่า รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า รายรับของแต่ละบุคคลนั้นได้มาในจำนวนที่ไม่เท่ากัน บางคนอาจได้มาก แต่บางคนอาจได้น้อยแตกต่างกันไป คนที่ได้เงินมาก มีโอกาสสูงที่จะนำเงินนั้น ไปใช้จ่ายอยู่กับการเล่นเกมออนไลน์ ส่วนคนที่ได้เงินน้อย ก็คงไม่ค่อยที่จะไปเล่นเกมออนไลน์มากนัก เพราะมีทุนทรัพย์น้อย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ รายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ปัญหาด้านการใช้บริการเกมออนไลน์ได้สูงขึ้น เนื่องจากมีสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย แม้แต่ภายในโรงเรียน ก็ยังมีห้องสำหรับบริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ และนี่เป็นสาเหตุที่ทำให้มีจำนวนเด็กนักเรียนเล่นเกมออนไลน์เพิ่มขึ้น แม้กระทั่งอยู่ภายในโรงเรียนเด็กนักเรียนก็สามารถเล่นเกมออนไลน์ได้ ฉะนั้นควรมีมาตรการที่เด็ดขาด เพื่อป้องกันการติดเกมออนไลน์ของนักเรียน และป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในภายภาคหน้า

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา ถึงความเป็นมาของเกมออนไลน์ในประเทศไทย ที่ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อันเป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาในสังคม ซึ่งส่งผลกระทบต่อเยาวชนของชาติ จาก
2. การเล่นเกมออนไลน์มีผลกระทบในหลายปัญหา เช่น ปัญหาอาชญากรรม ซึ่งเกิดการเลียนแบบมาจากการเล่นเกมต่อสู้ หรือเกมอื่นๆ ที่ส่อให้เห็นถึง ความไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน แต่สิ่งที่สำคัญก็คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการควบคุมมาตรการ ควรให้การสนใจดูแล เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาตามมา

3. ควรศึกษาถึงข้อมูลการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ต เพื่อจะได้ทราบถึง ช่วงเวลา การให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตว่า ได้ทำการเปิดและปิด ในช่วงเวลาตามมาตรการ ที่รัฐบาล กำหนดไว้หรือไม่



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บรรณานุกรม

### หนังสือภาษาไทย

เกรียงศักดิ์ นิมิตรชัยกิจกุล. คู่มือนักท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย, 2543.

บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2517.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2541.

### วารสารสิ่งพิมพ์

การประชุมวิชาการสุขภาพจิตนานาชาติ, ครั้งที่ 4, เรื่องสุขภาพจิตกับภัยพิบัติ, วันที่ 6-8 กรกฎาคม 2548 ณ โรงแรมปรีนซ์พาเลซ, กรุงเทพมหานคร.

พระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวัสดุเทปโทรทัศน์ พ.ศ. 2530.

วารสารสิทธิมนุษยชน, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒, สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (เมษายน-มิถุนายน พ.ศ.๒๕๔๖, : ๖๗-๘๑.)

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 21 มกราคม 2548.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### วิทยานิพนธ์

บุษบา มาลาศรี. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.” ภาคนิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

รอรอง แรมสิเออและคณะ. “การศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ : กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.”, 2547.



รอรอง สารุพันธ์. “การศึกษาความพึงพอใจในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาโปรแกรม  
วิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี ของบุคลากรของหน่วยงานที่  
รับนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ.” อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี,  
2545.

รอรอง สารุพันธ์. “สภาพการให้บริการคอมพิวเตอร์ของร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอเมือง  
จังหวัดอุบลราชธานี” หน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี สำนักงาน  
คณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ระยะเวลา : ตุลาคม 2544 -  
กันยายน 2545 11000274/C ทำเนียบโครงการวิจัย สภาวิจัยแห่งชาติ 2548 สาขา  
เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์.

โสภารวรรณ รัตนจิตรกร. “การเปิดรับ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่  
มีต่อการตลาดทางตรง.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

หนังสือภาษาอังกฤษ

Schiffman,L.G., and Kanuk, L.L. Consumer Behavior. 5<sup>th</sup>ed. New Jersey : Prentice Hall,  
1994.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

**คำชี้แจง:** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี เพื่อหาสาเหตุในการเลือกเล่นเกมออนไลน์

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเลือก

**ส่วนที่1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ :             ชาย         หญิง
2. อายุ :             15         16         17         18         19
3. การศึกษา:       ม.4         ม.5         ม.6
4. แผนการเรียน :  
 วิทย์-คณิต       ศิลป์-คำนวณ     ศิลป์-ญี่ปุ่น     ศิลป์-จีน  
 ศิลป์-ฝรั่งเศส    ศิลป์-เกาหลี     อื่นๆ ระบุ .....
5. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน :  
 ต่ำกว่า 5,000 บาท    5,000-10,000 บาท    มากกว่า 10,000 บาท
6. ท่านมีคอมพิวเตอร์หรือไม่  
 ไม่มี  
 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ(Desktop Computer)  
 มีเฉพาะคอมพิวเตอร์ขนาดพกพา(Notebook Computer)  
 มีทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์พกพา
7. ท่านเล่นเกมออนไลน์หรือไม่         เล่น         ไม่เล่น (จบแบบสอบถามถ้าไม่เล่น)

**ส่วนที่2: พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์**

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเลือก

1. ประเภทของเกมที่คุณเล่นบ่อยที่สุด (โปรดเลือกเพียงข้อเดียว)  
 Action game - เกมที่ใช้ทักษะในการบังคับ  
 Strategy game - เกมการวางแผนการรบและกลยุทธ์การรบ  
 Racing game - เกมขับขี่ยานพาหนะ  
 Simulation - เกมจำลองสถานการณ์ต่างๆ เช่น การสร้างเมือง การบริหารธุรกิจ การเลี้ยงสัตว์

- Role-Playing game (RPG) - เกมการเล่นตามบทบาท
  - Sport game - เกมการแข่งขันกีฬา
  - Puzzle game - เกมใช้ความคิดในการแก้โจทย์และปัญหา
  - Fighting game - เกมการต่อสู้
  - Educational game - เกมการศึกษา
2. ท่านเล่นเกมอาทิตย์ละกี่วัน
- เล่นทุกวัน
  - 1 วัน
  - 2 วัน
  - 3 วัน
  - มากกว่า 3 วันขึ้นไป
3. จำนวนครั้งที่เข้าเล่นเกมต่อวัน
- 1 ครั้ง
  - 2-4 ครั้ง
  - มากกว่า 4 ครั้ง
4. ระยะเวลาในการเล่นเกมแต่ละครั้ง
- ตั้งแต่ 1-30 นาที
  - มากกว่า 30 นาที-1 ชั่วโมง
  - มากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง
  - มากกว่า 2 ชั่วโมง-3 ชั่วโมง
  - มากกว่า 3 ชั่วโมง
5. ช่วงเวลาในการเล่นเกมออนไลน์
- 8.00น. - 12.00น.
  - 12.00น. - 16.00น.
  - 16.00น. - 20.00น.
  - 20.00น. - 24.00น.
  - มากกว่า 24.00น.
6. ท่านเล่นเกมออนไลน์ที่ไหน
- บ้าน
  - บ้านเพื่อน
  - ห้างสรรพสินค้า
  - โรงเรียน
  - ร้านอินเทอร์เน็ต
  - อื่นๆ ระบุ.....
7. ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ต่อสัปดาห์
- ไม่เสียค่าใช้จ่าย
  - ไม่เกิน 100 บาท
  - ประมาณ 100-200 บาท
  - ประมาณ 200-300 บาท
  - ประมาณ 300-400 บาท

- มากกว่า 400 บาท

8. วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนอนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ต้องการพักผ่อนคลายเครียด
- ความท้าทายในการเล่นเกมนอนไลน์
- ต้องการเจอเพื่อนใหม่
- เพื่อความสนุกสนาน
- เพิ่มทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์
- แข่งขันกับเพื่อน
- ต้องการเอาชนะเกม
- อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_

9. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์

- ไม่มี
- เพื่อน
- ญาติ, พี่, น้อง
- ผู้ปกครอง
- แฟน
- อื่นๆ ระบุ \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 3: ทักษะที่มีผลต่อการเล่นเกมออนไลน์

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเลือก

ทักษะต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
ทักษะที่เกี่ยวข้องกับตัวเกม					
1.ความพอใจในประเภทของเกม					
2.ความเป็นที่นิยมของตัวเกม					
3.ความสวยงามของภาพในเกม					

ทัศนคติต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
4.เสียงและดนตรีประกอบการเล่นเกม					
5.ประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตอบสนองของเกม					
6.ระดับความยากง่ายและการควบคุมภายในเกม					
7.ความหลากหลายของบริการและสินค้า(ไอเทม)ภายในเกม					
<b>ทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์</b>					
1.ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของตัวเกม					
2.ราคาสินค้าภายในเกม					
3.มีค่าใช้จ่ายเพียงพอในการใช้บริการ					
<b>ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์</b>					
1.ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์					
2.ที่พักอาศัยสามารถให้บริการเกมออนไลน์ได้					
3.ร้านเกมออนไลน์มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง					

ทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์	มีผลมากที่สุด	มีผลมาก	มีผลปานกลาง	มีผลน้อย	มีผลน้อยที่สุด
4.ร้านเกมออนไลน์มีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดใจในการใช้บริการ					
<b>ทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชั่นของตัวเกม</b>					
1.มีเว็บไซต์ และ เว็บบอร์ดของเกม					
2.การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล					
3.การโฆษณาและการชักชวนให้ร่วมเล่นเกม					
4.สินค้าแจกฟรีเมื่อเติมแต้ม,ซื้อสินค้าหรือบริการของเกม					

ข้อเสนอแนะ:

---



---



---

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง  
ที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล                      นางสาวสุจิตรา กุ่มสมัย  
ที่อยู่                            8 ม.3 ต.เจดีย์หัก อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000

### ประวัติการศึกษา

- พ.ศ.2543      สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลราชบุรี
- พ.ศ.2549      สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์
- พ.ศ.2553      กำลังศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อสกุล นายกิตติชัย ตั้งไวบูลย์  
ที่อยู่ 16/66 เขต ปทุมวัน แขวง ลุมพินี ซอยพระเจน6 กรุงเทพฯ 10330

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายจาก  
โรงเรียนไตรมิตรวิทยาลัย  
พ.ศ.2553 กำลังศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ  
และภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต  
สารสนเทศเพชรบุรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี