



ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

สารนิพนธ์
ของ
วันทนีย์ มณีโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553



ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

สารนิพนธ์
ของ
วันทนี มณีโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์



บทคัดย่อ
ของ
วันทนีย์ มณีโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553



วันทนีย์ มณีโรจน์. (2553). ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์. สารนิพนธ์ บช.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. วรางคณา อติสรประเสริฐ.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษา ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ อาชีพ ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 385 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าที (Independent Sample t – test) และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป และมีอาชีพพนักงานเอกชน

2. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เฉลี่ยประมาณ 8 ปี 5 เดือน ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุดคือ เกมออนไลน์ โดยเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยส่วนใหญ่เล่นเกมแนวต่อสู้ (Action Game) ได้แก่ เกม Point Blank มีความถี่ในการเล่นประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมเฉลี่ยประมาณ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุดในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด บ้าน / ที่พักอาศัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เพื่อพักผ่อน และตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

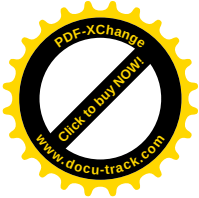
3. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ และการยกย่อง มีความต้องการในระดับมาก ด้านสังคม และด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีความต้องการในระดับปานกลาง

4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

4.1 เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



4.4 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

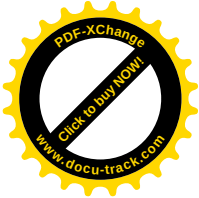
4.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7 การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.9 ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และ ด้านการยกย่อง ไม่แตกต่างกัน



COMPUTER GAMERS' REQUIREMENTS ON FLASH ONLINE GAME

AN ABSTRACT
BY
WANTHANEE MANEEROTE

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
May 2010



Wanthanee Maneerote. (2010). *Computer Gamers' Requirements on Flash Online Game*. Master Thesis, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Warangkana Adisornprasert.

The purposes of this research are to study about requirements on flash game online of computer gamers by studying demographic characteristics of computer gamers in terms of gender, age, educational, income, occupation as well as examining their gaming behavior. The sample consists of 385 computer games. Questionnaire is using for collecting all data. Descriptive statistic that used for analyzing the data are percentage, means, and standard deviation. Inferential statistics that used for testing the hypothesis are Independent Sample t – test and One-Way Analysis of Variance. The results of this research are as follows:

1. Most of computer gamers are male, aged between 26 – 30 years, Bachelor's degree graduate with monthly income of 20,001 Baths and above and working as private company employee.

2. Computers gamers have experiences in playing computer games about 8 years and 5 months. The computer game that they mostly like to play is online game in genre of Action Game such as "Point Blank". The playing frequency is about 7 times a week, 4 hours for playing each time. The playing period is between 8.01 pm. to 12.00 pm. at home. The main objective in playing game is to relax, and the players themselves make their own decision when it comes to the selection of games.

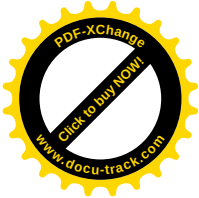
3. Computer gamers have requirements for flash online game in terms of aesthetics and esteem at high level, whereas social relation and game characteristic at moderate level.

4. Hypothesis testing results are as follows :

- 4.1 Computer gamers with different gender have different requirements on flash online game in terms of social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

- 4.2 Computer gamers with different age have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

- 4.3 Computer gamers with different education have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, aesthetics, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.



4.4 Computer gamers with different monthly income have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

4.5 Computer gamers with different occupation have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, aesthetics, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

4.6 Computer gamers with different types at game playing have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

4.7 Computer gamers with different methods of paying have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, aesthetics, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

4.8 Computer gamers with different playing objectives have different requirements on flash online game in terms of game characteristic, social relation and esteem at statistically significant level of 0.05.

4.9 Computer gamers with different influential persons have same requirements on flash online game in terms of game characteristic, aesthetics, social relation and esteem.



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และ
คณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online
Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของ วันทนีย์ มณีโรจน์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2553



ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อัน
เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พูนสุข ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สุวิชา โกมลทัต และอาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถามและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะ
ต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัยชิ้นนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่
ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

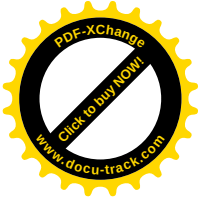
ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน
ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยชิ้นนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้เลี้ยงดูและอบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เป็นคนดี ขยัน อดทน
ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมอบโอกาสการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัว เพื่อทดแทนคุณต่อสังคมและ
ประเทศชาติ

ขอขอบคุณเพื่อนๆพนักงานแผนกเว็บทีม บริษัทเอ็นซีทูลจำกัด ที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลและให้
ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

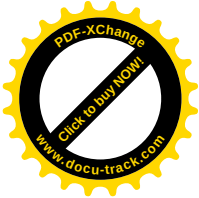
สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และความดีอันพึงได้จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่อง
บูชาพระคุณบิดามารดา ญาติและบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมี
คุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

วันทนีย์ มณีโรจน์



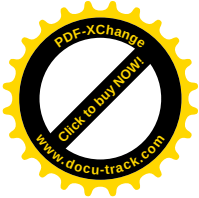
สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์.....	16
ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์	19
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์.....	21
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกมแฟลช และเกมแฟลช ออนไลน์.....	26
ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศไทย.....	31
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	40
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45



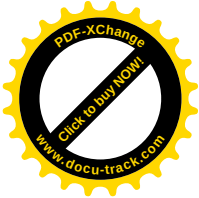
สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงพรรณนา).....	50
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	115
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	115
ความสำคัญของการวิจัย.....	115
สมมติฐานในการวิจัย.....	116
การกำหนดประชากรและการเลือกสุ่มตัวอย่าง.....	116
สรุปผลการวิจัย.....	119
อภิปรายผล.....	122
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	139
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	142
บรรณานุกรม.....	143
ภาคผนวก.....	148
ภาคผนวก ก.	149
ภาคผนวก ข.	155
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	157



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อคำตอบ7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	14
2 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
3 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่).....	52
4 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์.....	53
5 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับประเภท ของเกมนคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด.....	53
6 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ เกมนคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน.....	54
7 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ เกมนคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน (จัดกลุ่มใหม่).....	56
8 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์.....	58
9 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์.....	58
10 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ ช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด.....	59
11 แสดงจำนวน(ความถี่)และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ ช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด (จัดกลุ่มใหม่).....	59
12 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด.....	60
13 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด (จัดกลุ่มใหม่).....	61
14 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ การจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์.....	61
15 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมน คอมพิวเตอร์.....	62



บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลของ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่).....	63
17 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลผู้มีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์.....	63
18 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลผู้มีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่).....	64
19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game).....	65
20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านสุนทรีย์.....	67
21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านสังคม.....	68
22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านการยกย่อง.....	68
23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามเพศ.....	69
24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามอายุ.....	71
25 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามอายุ.....	73
26 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามอายุ.....	74
27 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามอายุ.....	75



บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	77
29 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
30 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	79
31 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
32 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามระดับรายได้.....	82
34 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามระดับรายได้.....	84
35 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามระดับรายได้.....	86
36 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามระดับรายได้.....	87
37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	89
38 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามอาชีพ.....	91
39 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ จำแนกตามอาชีพ.....	92
40 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ.....	94



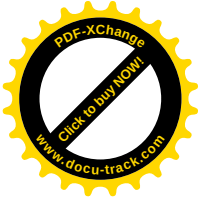
บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามอาชีพ.....	96
42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น....	98
43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามการชำระเงิน ในการเล่นคอมพิวเตอร์.....	100
44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการเล่นคอมพิวเตอร์.....	102
46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์.....	105
47 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการเล่นคอมพิวเตอร์.....	107
48 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการเล่นคอมพิวเตอร์.....	109
49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพล สำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์.....	111
50 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	112



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 ลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs)	18
3 ขั้นตอนการทำงานของ Flash	27
4 ตัวอย่าง Flash Game เกมจับคู่ฮั้ว.....	27
5 ตัวอย่าง Flash Game เกม Rocket Strike Force.....	28
6 ตัวอย่าง Flash Online Game เกมโจรซ่าเรือดมหาประลัย2009.....	28
7 ตัวอย่าง Flash Online Game ประเภท Social Games เกม Restaurant City.....	29
8 ตัวอย่าง Flash Online Game ประเภท Social Games เกม Country Story.....	30
9 จำนวนเกมออนไลน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548 – 2551.....	32
10 ประมาณประชากรในประเทศไทย 2551 - 2555 จำแนกตามกลุ่มอายุ.....	33



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีของโลกกำลังดำเนินเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่ทุกสิ่งถูกเปลี่ยนเป็นสัญญาณ ดิจิตอลทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นข้อมูล ข่าวสาร การทำงาน ความบันเทิงต่างๆ รวมถึงการจับจ่ายใช้สอย โดยกลุ่มผู้ใช้ผู้ที่ให้ความสนใจกับการเข้าไปสู่โลกของดิจิทัลส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มเด็กและวัยรุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สนใจและกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอตลอดจนสามารถเข้าใจเทคโนโลยีต่างๆ ได้ดี ส่งผลให้เกิดตลาดอีกหนึ่งตลาดที่มีการพัฒนาในด้านของดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งพบว่าเป็นการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว นั่นก็คือ เกมออนไลน์

ตลาดเกมออนไลน์ใน ปี 2551 มีความคึกคักส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยปี 2552 ด้วยผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศหดตัว ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศลดลง พร้อมทั้งวัยเด็กเพิ่มจำนวนน้อยลง เพราะกลุ่มผู้เล่นหลัก นักเรียนนักศึกษา อายุ 10-19 ปี เริ่มมีจำนวนลดลงตามโครงสร้างประชากรของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป แต่สถานการณ์การแข่งขัน และการทำตลาดของบรรดาผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิต และนำเข้าเกมออนไลน์จากต่างประเทศจะทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ด้วยจำนวนเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการอยู่ในตลาดที่เข้าใกล้ 70 เกม ส่งผลให้การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำตลาดของผู้ประกอบการเกมออนไลน์ในปัจจุบันถือเป็นสิ่งสำคัญ กลยุทธ์สำคัญที่คาดว่าผู้ประกอบการไทยทั้งผู้ผลิตเกมออนไลน์ และผู้นำเข้าเกมออนไลน์จากต่างประเทศเพื่อมาให้บริการภายในประเทศจะนำมา ประยุกต์ใช้ (ศุณย์วิจิัย กสิกรไทย. 2552: Online) ประกอบไปด้วย

1. การเลือก และการพัฒนาเกมที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น แตกต่างจากเกมออนไลน์อื่นที่ให้บริการอยู่ในตลาด รวมไปถึงการพัฒนาในภายหลังเมื่อเปิดให้บริการแล้ว ซึ่งจะต้องเสริมรายละเอียดภายในเกมเพิ่มเติมอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการเล่น เกม ดึงดูดผู้เล่น ไม่ให้เกิดความรู้สึกเบื่อจนหันไปเล่นเกมอื่น

2. ขยายกลุ่มผู้เล่น ด้วยผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มหลัก คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเริ่มมีจำนวนที่อึดตัว และลดลงตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงเริ่มนำเกมใหม่เข้าสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่นกลุ่มอื่นมากขึ้น

3. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการเกมออนไลน์ด้วยตนเองโดยลำพัง นั้นอาจทำได้ค่อนข้างจำกัด การสร้างพันธมิตรทางการค้าจึงเป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีอีกทางหนึ่ง

4. แสวงหารายได้จากช่องทางอื่น เช่น การจำหน่ายพื้นที่โฆษณาภายในเกมให้แก่สินค้าหรือบริการที่สนใจ การโฆษณาผ่านทางแบนเนอร์ในเว็บไซต์ และการโฆษณาในตัวเกม

ออนไลน์ระหว่างการดาวน์โหลดข้อมูล หรือการนำโฆษณาสร้างเป็นตัวแทน จึงถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางรายได้ที่จะทวีความสำคัญมากขึ้น

5. จัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เกมที่มีลักษณะสร้างสรรค์ และปลอดภัย ด้วยเกมออนไลน์มักถูกมองในแง่ลบจากสังคม และผู้ปกครอง เช่น การจัดกิจกรรมประกวดสร้างเกมแฟลช เป็นต้น

ด้วยสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดเกมออนไลน์ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญ จึงส่งผลให้มีการพัฒนาเกมออกมาในรูปแบบของเกมที่เหมาะสมระหว่างเกมออนไลน์ และสังคมในอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน (Social Games) จากเดิมการเล่นคนเดียวบนเครื่องเล่นเกม (Console Game) ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกมที่มีไว้ภายในบ้าน เครื่องเล่นเกมแบบพกพา หรือมือถือ แต่เกมออนไลน์ที่จะได้เล่นกับเพื่อนๆ มักต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่น เช่น บัตรเติมเวลา หรือบัตรเติมเงินในเกม แล้วค่อยหาเพื่อนที่ชอบเล่นเกมนี้เหมือนกันหลังจากเข้าไปเล่น แต่เกมแบบสังคม (Social) จะแตกต่างตรงที่สามารถชวนครอบครัว ชวนเพื่อน คนรู้จักแล้วมาเล่นเกมเดียวกันได้โดยใช้สังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นสื่อกลาง ดังนั้นรูปแบบเกมที่ถูกพัฒนาเพื่อให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคนั้นจะต้องเป็นเกมที่มีขนาดเล็ก ระบบการเล่นที่ง่ายไม่ซับซ้อน และต้นทุนไม่สูงในการผลิต นั่นก็คือ การพัฒนาเกมแฟลช (Flash Game) ให้ออกมาในรูปแบบของ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีโครงสร้างของการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ ไม่มีความซับซ้อนเท่ากับ การพัฒนาเกมออนไลน์ในปัจจุบัน พร้อมทั้งการใช้ทรัพยากรในการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ น้อยกว่าการพัฒนาเกมออนไลน์มาก และสามารถใช้เวลาในการผลิตได้รวดเร็ว บวกกับปัจจุบันการพัฒนาเกมโดยใช้โปรแกรมแฟลชได้เข้ามามีบทบาทในหลักสูตรการเรียนการสอน จึงเหมาะกับคนไทยที่จะใช้ในการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ เข้ามาเป็นแนวคิดสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า และบริการจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และระดับอุตสาหกรรม โดยเป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถูกเรียกว่า “เศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy Industry)” (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552: Online)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการให้สอดคล้อง และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสนใจ และเข้ามาเล่น เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ก่อให้เกิดการยอมรับในการพัฒนา เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) โดยฝีมือคนไทย หรือการเลือกให้บริการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้เพื่อศึกษาประเด็นเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
3. เพื่อศึกษาความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
4. เพื่อศึกษาความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการเกมออนไลน์ในการขยายกลุ่มผู้เล่น โดยการพัฒนา หรือเลือกให้บริการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภคเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ที่สนใจ และกำลังตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)
3. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับผู้สนใจในการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาของงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ที่รู้จักเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ที่รู้จัก Flash Online Game เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 26) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น



(Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์เกมต่างๆ จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา (Independent Variables) คือ

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

1.1.2.2 อายุ 16 ปี – 20 ปี

1.1.2.3 อายุ 21 ปี – 25 ปี

1.1.2.4 อายุ 26 ปี – 30 ปี

1.1.2.5 อายุ 31 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

1.1.3.4 อนุปริญญา/ปวส.

1.1.3.5 ปริญญาตรี

1.1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

1.1.4.2 รายได้ 5,001 – 10,000 บาท

1.1.4.3 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท

1.1.4.4 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท

1.1.4.5 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท

1.1.4.6 รายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน

1.1.5.2 นิสิต/นักศึกษา

1.1.5.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.4 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

1.1.5.6 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

1.2 พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.1 ประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.2 ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น

1.2.2.1 ออฟไลน์ (Offline)

1.2.2.2 ออนไลน์ (Online)

1.2.3 เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน

1.2.4 ความถี่ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.5 เวลาที่ใช้ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.6 ช่วงเวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.6.1 ช่วงเวลา 08.01 น. – 12.00 น.

1.2.6.2 ช่วงเวลา 12.01 น. – 16.00 น.

1.2.6.3 ช่วงเวลา 16.01 น. – 20.00 น.

1.2.6.4 ช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น.

1.2.6.5 ช่วงเวลา 24.01 น. – 04.00 น.

1.2.6.6 ช่วงเวลา 04.01 น. – 08.00 น.

1.2.7 สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด

1.2.7.1 บ้าน/ที่พักอาศัย

1.2.7.2 ที่ทำงาน

1.2.7.3 ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่

1.2.7.4 สถานศึกษา

1.2.8 การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.8.1 เสียค่าใช้จ่าย

1.2.8.2 ไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.2.9 วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.10 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1.2.10.1 เพื่อน

1.2.10.2 ตัวตนเอง

1.2.10.3 คนในครอบครัว

1.2.10.4 เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ต

1.2.10.5 พนักงานจากบริษัทเกม

2. ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา (Dependent Variable) คือ ความต้องการเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 คุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

2.2 สนุกสนาน

2.3 สังคม

2.4 การยกย่อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เกมคอมพิวเตอร์ หมายถึง โปรแกรมสำเร็จรูปที่เล่นด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

2. พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ หมายถึง พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เช่น ประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุด ความถี่ในการเล่นคอมพิวเตอร์ เวลาที่ใช้ในการเล่นคอมพิวเตอร์ ช่วงระยะเวลาในการเล่นคอมพิวเตอร์ สถานที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ การชำระเงินในการเล่นคอมพิวเตอร์ วัตถุประสงค์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ และบุคคลที่มีผลต่อการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

3. เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องผ่านระบบการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต

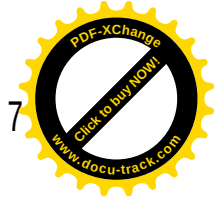
4. เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์ และต้องเล่นผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

5. เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) หมายถึง เกมที่ถูกพัฒนาโดยโปรแกรมอะโดบี แฟลช (Adobe Flash) และต้องเล่นผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

6. ความต้องการ หมายถึง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ ด้านสนุกสนาน ด้านสังคม และด้านการยกย่อง

6.1 ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) หมายถึง ความต้องการที่ผู้บริโภคได้รับจากเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เช่น ผู้ให้บริการเกมแฟลช ออนไลน์ ความง่ายของระบบการเล่น ความรวดเร็วในการเข้าถึงและตอบสนองจาก Server การจัดอันดับของผู้เล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ระบบการพูดคุย ติดต่อดังสื่อสารภายในเกม ของรางวัลจากการเล่นเกม ค่าของเงินในเกม ระบบช่วยเหลือภายในเกม และมาตรฐานการให้บริการของพนักงาน

6.2 ความต้องการด้านสนุกสนาน หมายถึง ความต้องการที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความสวยงาม ความสมจริง อารมณ์ความรู้สึก สนุกสนาน ไร้ใจ และความไพเราะของเพลง จากเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)



6.3 ความต้องการด้านสังคม หมายถึง ความต้องการของผู้บริโภคในการได้พบหรือพูดคุยกับเพื่อน รวมทั้งการได้เป็นส่วนหนึ่งในหมู่คณะ และได้รับการยอมรับในสังคมเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game)

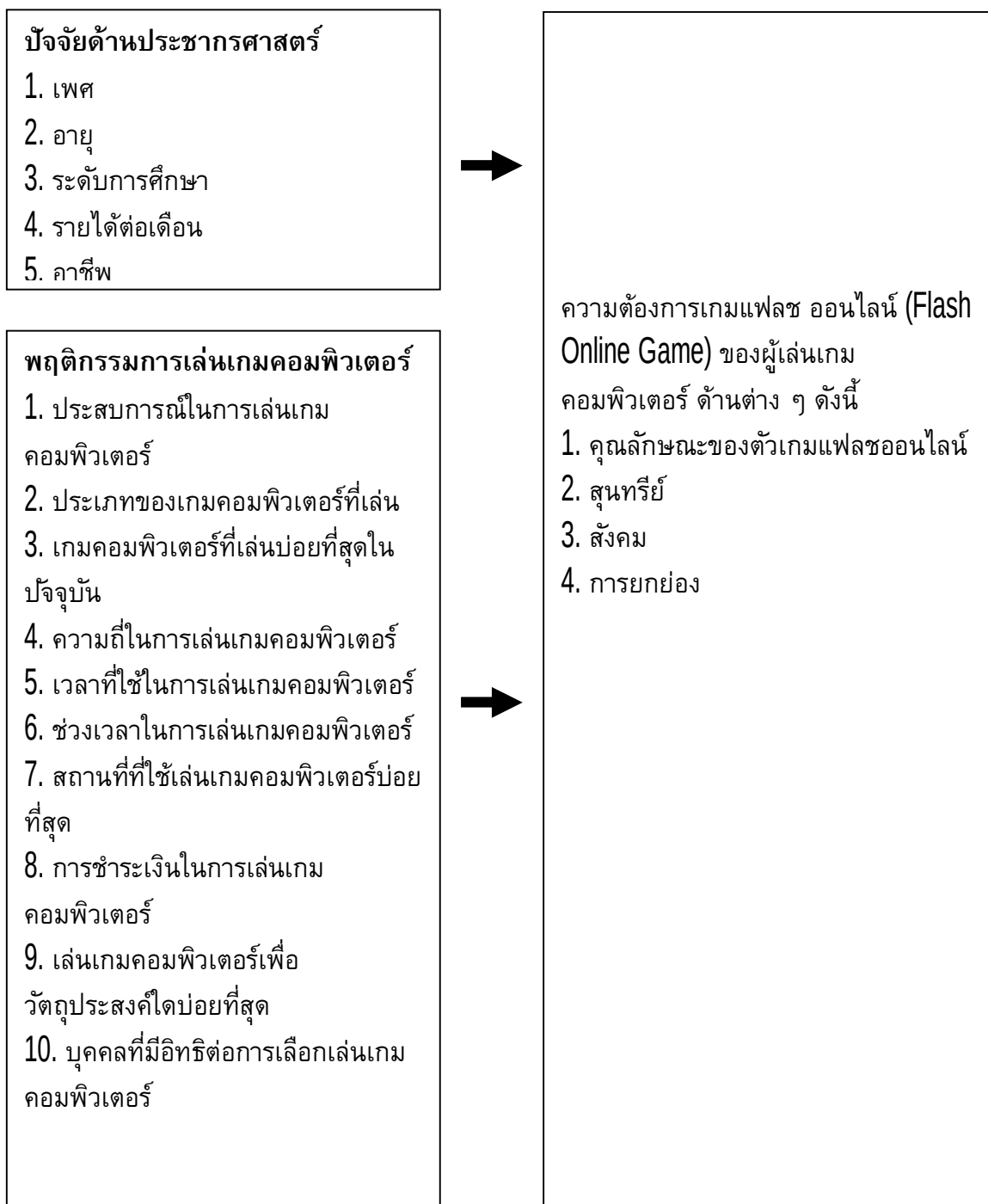
6.4 ความต้องการด้านการยกย่อง หมายถึง ความต้องการที่ผู้บริโภคได้รับจากเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เช่น ระดับความสามารถ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และฐานะทางการเงินของตัวละคร ซึ่งทำให้ผู้เล่นคนอื่นๆยอมรับ และให้การยกย่อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าในการวิจัยเรื่องความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variables)

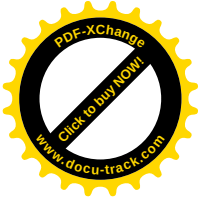


ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน
2. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน



บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยเสนอเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์
3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์
5. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกมแฟลช และเกมแฟลช ออนไลน์
6. ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศไทย
7. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎี และแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ซีฟแมน และ คนุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538: 3; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk. 1994: 5.) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้สอย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตน

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544: 54) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

เสรี วงษ์มณฑา (2547: 31) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และใช้สินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของเขา

โซโลมอน (Solomon. 1996: 7) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่างๆ ที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและปรารถนาต่างๆให้ได้รับความพอใจ

โฮเยอร์ และ แม็คอินนิส (Hoyer and Macinnis. 1997: 3) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการได้รับมา (Acquisition) การบริโภค (Consumption) และการกำจัด

(Disposition) อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลา และ ความคิด โดยหน่วยตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

ศุภร เสรีรัตน์ (2545: 7 อ้างอิงจาก Walters. 1978: 6) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า และบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อน และหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ “บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มา และใช้ไปซึ่งสินค้า และบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด นอกจากนี้ บุคคลต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภค ด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ

1. กำหนดความต้องการของบุคคล หรือของกลุ่ม
2. แสวงหา และซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อผลประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์

โดยทั้งสามประเด็นสามารถเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคนที่แตกต่างกันได้ในเวลาเดียวกันจากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า คือการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในการได้มาและการใช้สินค้า บริการนั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของเขา โดยมีกระบวนการในการค้นหา จัดหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล และกำจัด ผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นๆ

1.2 ปัจจัยด้านส่วนบุคคล (personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 204-205)

1.2.1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

1.2.2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะคติ และค่านิยม ของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงิน และความสนใจแต่ละบุคคล นักการตลาดจะเลือกกลุ่มเป้าหมายจากวงจรชีวิตครอบครัว ซึ่งวงจรชีวิตครอบครัว มี 9 ขั้น (Kotler. 2003: 172 อ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 204-205)

ขั้นที่ 1 เป็นโสด (Bachelor Stage) : อยู่ในวัยหนุ่มสาว (Young, Single People Not Living at Home) กลุ่มนี้จะมีภาระ ทางการเงินน้อย มักจะซื้ออุปกรณ์อุปโภคบริโภค

ส่วนตัว สนใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ และสินค้าตาม ความนิยม เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่ (Newly Married Couples): อยู่ในวัยหนุ่มสาว และยังไม่มียุตร (Young and No Children) กลุ่มนี้จะมีอัตราการซื้อ และช่วงระยะเวลาการซื้อสินค้าสูงที่สุด มักจะซื้อสินค้าถาวร เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น

ขั้นที่ 3 ครอบครัวที่มีบุตรขั้นที่ 1 (Full Nest I): บุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ (Youngest Child Under Six) กลุ่มนี้มักจะซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้านมากที่สุด เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก รวมทั้งมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ แต่มีสภาพคล่องทางการเงินต่ำ

ขั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรขั้นที่ 2 (Full Nest II): บุตรคนเล็กอายุหกขวบ หรือมากกว่าหกขวบ (Youngest Child Six or Over) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดีขึ้น ภรรยา อาจจะทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าบริโภค เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องเขียน แบบเรียน และรายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร

ขั้นที่ 5 ครอบครัวที่มีบุตรขั้นที่ 3 (Full Nest III): บิดามารดาอายุมาก และมีบุตรโตแล้ว แต่บุตรยังไม่แต่งงาน (Older Married Couples with Dependent Children) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดีขึ้น สามารถซื้อสินค้าถาวร และเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่า ผลิตภัณฑ์ที่บริโภค อาจจะเป็นรถยนต์ การพักผ่อน และการท่องเที่ยวที่หรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวขั้นที่ 1 (Empty Nest I): บิดามารดาอายุมาก (Older Married Couples) มีบุตรแยกครอบครัว และหัวหน้าครอบครัวยังทำงานอยู่ (No children living with them, head of household in labor force) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดี มีเงินเก็บ อาจต้องย้ายไปอยู่อพาร์ทเมนต์ ชอบเดินทางเพื่อพักผ่อน บริจาคทรัพย์สินบำรุงศาสนา และช่วยเหลือสังคม แต่ไม่สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวขั้นที่ 2 (Empty Nest II): บิดามารดาอายุมาก (Older Married) บุตรแยกครอบครัว และหัวหน้าครอบครัวเกษียณแล้ว (No Children Living at Home, Head of Household Retired) กลุ่มนี้จะมีรายได้ลดลง อาศัยอยู่ในบ้าน จะซื้อยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งเสียชีวิตหรือหย่าขาดจากกัน และยังทำงานอยู่ (Solitary Survivors, in Labor Force) กลุ่มนี้ยังคงมีรายได้อยู่ พอใจการท่องเที่ยว แต่ต้องการขายบ้าน

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งเสียชีวิตหรือหย่าขาดจากกัน และออกจากงานแล้ว (Solitary Survivors, Retired) กลุ่มนี้จะมีรายได้น้อยและค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ เป็นค่ารักษาพยาบาล ต้องการความเอาใจใส่ และการดูแลเป็นพิเศษ

1.2.3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความ ต้องการสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ประธาน

กรรมการบริษัท และภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัท เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

1.2.4. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ (Income)

โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจ การซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดจะต้องสนใจแนวโน้มรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้น้อย กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคาลดการผลิต และสินค้าคงคลัง และวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

1.2.5. การศึกษา (Education)

ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

1.2.6. ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle)

ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

จากแนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ ที่มีผลต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในงานวิจัย

1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ และพฤติกรรม การซื้อ และใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ในการค้นหา ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 82 อ้างอิงจาก Kotler. 1997: 172)

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การ ส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความพึง พอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ หรือ สิ่งที่ ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และ ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ 3. ผลิตภัณฑ์ความแตกต่าง ทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ พนักงาน และ ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภค ซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการ ของเขาด้านร่างกายและด้าน จิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การ โฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6WS และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณาและ(หรือ)กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies)โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปีช่วงใดของเดือน ช่วงใดของวันโอกาสพิเศษ เป็นต้น	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตร้านขายของชำ สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; ศุภร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า194.

จากแนวคิดในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมคนเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) โดยใช้ในการตั้งคำถามใน 5 ด้าน คือ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษารายได้ต่อเดือน และอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย

รวมถึงด้านพฤติกรรมศาสตร์ในส่วนของการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน ความถี่ในการเล่น เวลาที่ใช้ในการเล่น และช่วงเวลาในการเล่น รวมทั้งสถานที่ที่ใช้เล่นเกมบ่อยที่สุด การชำระเงินในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์

ทั้งนี้เพื่อนำคำตอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้มาวิเคราะห์ถึงความต้องการเกมออนไลน์ ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

2. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

2.1 ความหมายของความต้องการ

ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer's need) หมายถึง สิ่งที่เป็นใจสำหรับร่างกาย ทางกายภาพหรือจิตใจ (ศุภร เสรีรัตน์, 2544: 20; อ้างอิงจาก Loudon; & Bitta. 1988: 14)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 47-48) กล่าวว่าความต้องการ (Need) ว่าเป็นหนึ่งในตัวกำหนดพื้นฐาน (Basic Determinants) ด้านปัจจัยภายใน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความต้องการ (Need) ประกอบด้วย ความจำเป็น (Need) คือ ความต้องการที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการ (Wants) คือ ความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็น และความปรารถนา (Desire) คือ ความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด เป็นความปรารถนาอันสูงส่งของมนุษย์ สำหรับความจำเป็น (Need) สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) หรือความต้องการทางชีวภาพ (Biological needs) ซึ่งคือความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) ของเรา ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการการพักผ่อน ความร้อน ความหนาว ความต้องการที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ ฯลฯ

2. ความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs) ความต้องการทางสังคม (Social needs) หรือ ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned needs) ความต้องการนี้ไม่ได้เกิดจากสภาพทางชีวภาพ แต่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น การกระหายเป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ แต่ความต้องการดื่มกาแฟไม่แทนที่จะดื่มชาอัสสัมจะเป็นความต้องการขั้นทุติยภูมิ เพราะผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ว่ากาแฟไม่มีการดและมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าชาอัสสัม

จากความต้องการทั้งสองประเภทสรุปได้ว่า ความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) ทำให้เกิดความต้องการในสินค้า และความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs) ทำให้เกิดการใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ดังต่อไปนี้ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นการศึกษาถึงประเภทความต้องการต่างๆของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ออกมา โดยพัฒนาขึ้นในรูปของลำดับความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) สำหรับบุคคลแต่ละคน เพราะความต้องการดังกล่าวเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ลำดับความต้องการของมาสโลว์มี 5 ระดับด้วยกันโดยเริ่มจากความต้องการระดับพื้นฐานขึ้นไป ดังนี้

ระดับที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอด ไม่ได้เกิดจากการเรียนรู้คือ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ ความง่วง ความต้องการนี้มีสูงอยู่ในกลุ่มที่มีความขาดแคลน เช่น กรรมกรที่ทำงานได้รับค่าจ้างเพื่อนำมาซื้ออาหารบำบัดความหิวเป็นต้น

ระดับที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะหาทางทำให้ตนปลอดภัย จะแสวงหาความมั่นคงในชีวิต ความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการปลอดภัยจากอันตรายต่างๆเป็นต้น

ระดับที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้ และการรับในเรื่องของความรัก ความต้องการนี้หมายถึงความต้องการเป็นเจ้าของ การเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับ

ระดับที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการขั้นสูง ได้แก่ความต้องการอำนาจ ความสำเร็จ ชื่อเสียง ความต้องการนี้เป็นการต้องการยกย่องส่วนตัว (Self Esteems)

ระดับที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งได้สำเร็จ นักการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้หากศึกษาและให้ความสำคัญกับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ เป็นความต้องการความสำเร็จ คือ มนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานอยู่ในตัวทุกคน และปรารถนาว่าตนเองจะได้เป็นอย่างที่ตนปรารถนา เป็นความพอใจ สมใจในตนเอง ซึ่งการที่มนุษย์ดำรงชีพอยู่ได้นั้น เพราะมีเป้าหมายข้างหน้า ซึ่งทำให้มนุษย์พยายามทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความสนใจในสิ่งที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้นั่นเอง



ภาพประกอบ 2 แสดงลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) (Kotler. 2003: 196)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริณุญ ลักขิตานนท์; ศุภร เสรีรัตน์ และ องอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. หน้า 210.

นอกจากนี้มาสโลว์ ยังได้เพิ่มความต้องการอีก 2 ประการ ที่ไม่สามารถนำไปจัดเข้ากับลำดับขั้นความต้องการได้คือ

1) ความต้องการด้านความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity Needs หรือ Needs to Know) มนุษย์เราเมื่อเกิดมาแล้วย่อมมีความต้องการที่อยากรู้อยากเห็น ดังนั้นเมื่อเห็นอะไรที่ปกปิดเราก็ออยากเปิด

2) ความต้องการด้านสุนทรีย์ (Aesthetic Needs) คือการที่มนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม ถ้ามนุษย์ไม่มีความต้องการข้อนี้ ก็คงไม่มีการแต่งหน้าแต่งตัว สินค้าคงไม่ออกแบบให้มีรูปทรงสวยงาม

ทฤษฎีความต้องการของ Abraham Maslow (1943) มีข้อสมมติฐานดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542: 36-37)

- มนุษย์มีความต้องการหลายประการ และมีความต้องการอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด
- ความต้องการมีความสำคัญแตกต่างกัน มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย มนุษย์จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of Needs)
- บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญมากที่สุด หรือสำคัญมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

จะเห็นว่า ความต้องการของคนโดยทั่วไปมีองค์ประกอบที่ผลักดันให้มนุษย์ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนยังขาดอยู่ และเพื่อสนองความต้องการของตนที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิต ความต้องการตามธรรมชาติที่มนุษย์จำเป็นต้องขวนขวายเพื่อให้ได้มา และความต้องการที่มนุษย์แสวงหาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมคุณภาพชีวิต ล้วนแต่ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอยู่เสมอมา

3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

3.1 ความหมายสุนทรียศาสตร์

สุนทรียศาสตร์เป็นปรัชญาสาขาหนึ่ง ที่ว่าด้วยความงาม และสิ่งที่งามทั้งในงานศิลปะ และในธรรมชาติ โดยศึกษาประสบการณ์ คุณค่าความงาม และมาตรฐานในการวินิจฉัยว่า อะไรไม่งาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2532 : 4)

สุนทรียศาสตร์ เป็นวิชาว่าด้วยสิ่งที่สวยงาม หรือไพเราะเพราะพริ้ง คำว่า Aesthetics มาจากภาษากรีกว่า Aisthetikos หมายถึง รู้ได้ด้วยผัสสะ สุนทรียธาตุ (Aesthetic Elements) มี 3 อย่างคือ ความงาม (Beauty) ความแปลกหูแปลกตา (Picturesqueness) และความน่าทึ่ง (Sublimity) (กิริติ บุญเจือ, 2522: 263)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ดังต่อไปนี้

สุนทรียศาสตร์ คือ ตำแหน่งของความงาม หรือว่าความงามอยู่ที่ไหน ความงามนั้นไม่ว่าจะเป็นจิตวิสัยหรือวัตถุวิสัยก็ยังคงเป็นเรื่องที่ให้ความเห็นไม่ตรงกันอยู่นั่นเอง และทัศนะที่แตกต่างกันของนักสุนทรียศาสตร์เหล่านั้น ก็ก่อให้เกิดทฤษฎีทางความงามขึ้นหลาย ทฤษฎี ดังจะยกมาพอสังเขปดังนี้

1. ความงามเป็นคุณสมบัติของวัตถุ ผู้ที่เชื่อในทฤษฎีนี้ เชื่อว่าวัตถุต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีความงามในตัวของตัวเอง เช่น สวยเพราะสีสวย ทรวดทรง พื้นผิว ไม่ว่าเราจะสนใจวัตถุนั้นหรือไม่ การที่เราเริ่มให้ความสนใจในวัตถุนั้น ก็เป็นเพราะความงามของวัตถุนั้นนั่นเอง บุคคลที่ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ท่านหนึ่งก็คือ อริสโตเติล (Aristotle. 384-322 B.C) ท่านได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความงามที่เป็นวัตถุวิสัยนี้ว่า สุนทรียชาตุนั้นมีจริง โดยไม่ขึ้นกับความคิดของมนุษย์ สุนทรียชาตุ มีมาตรการตายตัวแน่นอนในตัวเอง ดังนั้น ความงามของวัตถุจึงเป็นความสมบูรณ์อันเกิดจากรูปร่าง รูปทรง สี สัน สัดส่วนที่ประกอบกันเข้าอย่างกลมกลืนมีความสมดุล จึงถือว่าความงามที่เป็นวัตถุวิสัยหรือสุนทรียชาตุนั้นเป็นความงามที่สมบูรณ์แบบ

2. ความงามคือความรู้สึกละเอียดอ่อน แนวคิดตามทฤษฎีนี้กล่าวคือ การที่จะมองเห็นคุณค่าของความงามในสิ่งใด จิตจะเป็นตัวกำหนดความงามเพลโต (Plato 472 -347 B.C) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องของความงามว่า ความงามที่แท้จริงนั้นอยู่ในโลกแห่งจินตนาการ (World of Idea) เขาเชื่อว่าความงามอยู่ที่จิตเป็นตัวกำหนด ส่วนความคิดนั้นอยู่ในห้วงแห่งจินตนาการที่อยู่นอกเหนือไปจากโลกนี้กล่าวคือ จิตต้องสร้างต้นแบบแห่งความงามขึ้น สิ่งใดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับจินตนาการในต้นแบบมากเพียงใด ย่อมถือว่าเป็นความงามเพียงนั้น ความชอบความเพลิดเพลินในเป็นสิ่งแสดงถึงคุณค่าตามมา

3. ความงามเป็นสภาวะสัมพันธ์ นักคิดบางคนเชื่อว่าความงามไม่ใช่เป็นจิตวิสัยอย่างสิ้นเชิง และก็ไม่ใช่เป็นวัตถุวิสัยอย่างสิ้นเชิงเช่นกัน แต่เป็นภาวะสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับบุคคล ทัศนะนี้ก็เห็นว่ามีส่วนถูกต้องอยู่ที่การยอมรับว่าทั้งบุคคล และวัตถุมีความสำคัญด้วยกันทั้งคู่ในการตีคุณค่าทางสุนทรียะ แต่ก็ต้องยอมรับว่าความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งสองสิ่งดังกล่าวมาแล้วนั่นเอง ที่เป็นรากฐานรองรับคุณค่าทางสุนทรียะอย่างแน่นอน เพียงแต่ว่าตัวความสัมพันธ์เองนั้นไม่ใช่เป็นความงามหรือตัวคุณค่าทางสุนทรียะ เพราะฉะนั้นการที่จะอธิบายว่าความงามคือ สภาวะสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจึงเป็นคำอธิบายที่ไม่ถูกต้องนัก

สุนทรียภาพ หมายถึง ความซาบซึ้งในคุณค่าของสิ่งที่งาม ไพเราะ หรือรื่นรมย์ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ หรือศิลปะ (พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ. 2530 : 6) ซึ่งความรู้สึกซาบซึ้งในคุณค่าดังกล่าวนี้ ย่อมจะเจริญเติบโตได้โดยประสบการณ์ หรือการศึกษา อบรม ฝึกฝน จนเป็นอุปนิสัยเกิดขึ้นเป็นรสนิยม (Taste) ขึ้นตามตัวบุคคล ที่ว่าสุนทรียภาพ เป็นความรู้สึกจากการรับรู้ที่บริสุทธิ์ในห้วงเวลาหนึ่งนั้น ขออ้างนักปรัชญาชื่ออิมมานูเอล คานท์ (Immanuel Kant) ชาวเยอรมันที่กล่าวว่า "บางครั้ง

เราก็มีความรู้สึกมีความสุข เพื่อความสุขเท่านั้น" แปลความหมายได้ว่าเป็นความรู้สึกพอใจในอารมณ์ โดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ จอห์น ฮอสเปอร์ (John Hospers) ที่ว่า สุนทรียภาพ "เป็นลักษณะของประสบการณ์ที่ไม่มีผลในทางปฏิบัติ" นั่นก็หมายความว่า เมื่อเรามีสุนทรียภาพกับดอกกุหลาบเพราะเราเห็นความงามของมัน ดอกกุหลาบที่เบ่งบานอยู่กับต้นทำให้เราพอใจ เพลิดเพลิน บิตีปราโมทย์ มีความสุข ถ้าเราเด็ดดอกกุหลาบนั้นไปขาย แสดงว่าเราไม่ได้มีสุนทรียภาพเพราะเราชอบดอกกุหลาบนั้นเพียงเพื่อจะขายเอาเงินเท่านั้น เป็นการชอบที่ไม่บริสุทธิ์ใจ เพราะผลที่ตามมาคือการทำลาย การที่จะตัดสินใจว่า ใครมีสุนทรียภาพ หรือใครไม่มีสุนทรียภาพทำอย่างไรให้พิจารณาที่ทำในตัวหรือค่านอกตัวของสิ่งนั้น ถ้าบุคคลมองเห็นค่าในตัวของวัตถุนั้นแสดงว่า มีสุนทรียภาพ ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลนั้นมองเห็นค่านอกตัวของวัตถุมากกว่าค่าในตัวก็แสดงว่า มีสุนทรียภาพ ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลนั้นมองเห็นค่านอกตัวของวัตถุมากกว่าค่าในตัวก็แสดงว่าบุคคลนั้นไม่มีสุนทรียภาพ ยกตัวอย่าง ความงามของหญิงสาว เรามองเห็นหญิงสาวแล้วพอใจจนเปลือใจ เพราะได้มองเห็นสัดส่วนในตัวผู้หญิง ว่าช่างพอเหมาะไปหมด (ค่าในตัว) ถึงกับเปลืออุทานว่า "เธอช่างงดงามอะไรเช่นนั้น" อย่างนี้เรียกว่า มีสุนทรียภาพ เพราะเห็นค่าในตัวของผู้หญิง แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม เมื่อเรามองเห็นหญิงสาวแล้วคิดต่อไปว่า ถ้าเอาไปขายจะได้ราคาดี อย่างนี้เรียกว่าไม่มีสุนทรียภาพ เพราะมองไม่เห็นค่าในตัว แต่กลับไปเห็นค่านอกตัว คือ เงิน หรือเห็นหญิงงามแล้วเกิดความใคร่ขึ้นมาแสดงว่าเห็นค่านอกตัว คือ กามารมณ์ จัดว่าไม่มีสุนทรียภาพเช่นกัน (ทวีเกียรติ ไชยยังยศ. 2538 : 3)

4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์

เกมคอมพิวเตอร์ หมายถึง โปรแกรมสำเร็จรูปที่เล่นด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เกมสำหรับเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์มักจะบันทึกอยู่ในดิสก์และมีคู่มือแนะนำการเล่นเกมนั้นมาด้วย

อุปกรณ์สำหรับเล่นเกม

อุปกรณ์หลักที่ใช้สำหรับการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ จอภาพ และคีย์บอร์ด นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์เสริมอีกหลายอย่างที่จะช่วยให้เล่นเกมได้สะดวกและสนุก เช่น จอยสติค (Joystick) เมาส์ (Mouse) แป้นกด (Game paddle) และตารางกราฟิกส์ (Graphics tablet) ตามปรกติเกมส่วนใหญ่จะเล่นกับคีย์บอร์ดได้ แต่มีบางเกมที่ต้องการให้เล่นได้คล่องของจริงมากที่สุด ผู้เขียนโปรแกรมจึงเพิ่มเติมคำสั่งให้สามารถใช้กับอุปกรณ์เสริมดังกล่าวได้

ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ แบ่งออกเป็น

1. เกมออฟไลน์ หมายถึง เกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องผ่านระบบการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1.1 เล่นคนเดียว หมายถึง เกมที่ผู้เล่นเป็นผู้แก้ปัญหาของเกมนั้นด้วยตัวเอง โดยที่คอมพิวเตอร์ไม่ได้มีส่วนในการจัดการกับเกมนั้นเลย เช่น เกมพายุเรือในคลองคด ซึ่งผู้เล่นจะต้องใช้ความสามารถควบคุมเรือจากจุดเริ่มต้นให้ไปถึงที่หมายโดยให้เรือกระทบกับขอบฝั่งน้อยที่สุด จะเห็นได้ว่าเกมประเภทนี้คอมพิวเตอร์ไม่ได้มีส่วนร่วมในการเล่นเพียงแค่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำหรับเล่นเกมเท่านั้น

1.2 เล่น 2 คน หมายถึง ผู้เล่นเกมมี 2 คน แต่ละคนจะเล่นเพื่อให้ชนะคู่ต่อสู้ เช่น เกมชกมวยซึ่งผู้เล่นแต่ละคนจะพยายามชกให้คู่ต่อสู้แพ้ สำหรับเกมประเภทนี้จะเห็นได้ว่า ผู้เล่นเกมเป็นคนทั้งคู่ คอมพิวเตอร์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเล่นเกมเหมือนกับเกมประเภทแรกที่ได้กล่าวไปแล้ว

1.3 เล่นกับคอมพิวเตอร์ หมายถึง ผู้เล่นเกมฝ่ายหนึ่งเป็นคน แต่อีกฝ่ายหนึ่งเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยฝ่ายที่เป็นคนอาจจะมีคนเดียวหรือ 2 คนก็ได้ เช่น เกมยิงศัตรูต่างดาวซึ่งคอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่สร้างมนุษย์ต่างดาวที่มีความสามารถต่าง ๆ ออกมาสู้กับคนฝ่ายคนก็ต้องยิงต่อสู้เพื่อป้องกันไม่ให้มนุษย์ต่างดาวเข้ามาในโลก ในกรณีเช่นนี้จะเห็นได้ว่า คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาททั้งในฐานะที่เป็นเครื่องมือเล่นเกม และผู้เล่นเกมด้วย

2 เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่ต้องใช้การเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นร่วมกันได้ครั้งละหลาย ๆ ผู้เล่น โดยที่ไม่ต้องอยู่ที่เดียวกัน ซึ่งอาจจะเสียค่าใช้จ่ายหรือไม่ก็ได้ เกมออนไลน์สามารถแบ่งได้ 4 แบบดังนี้

2.1 เกมที่ใช้เซิร์ฟเวอร์บนอินเทอร์เน็ตสำหรับเป็นลานประลองในการเล่นแบบหลายคนรวมกันซึ่งอาจไม่ได้เป็นเกมออนไลน์แบบเต็มตัวเท่าไรนัก เพราะไม่จำเป็นต้องเล่นบนออนไลน์ก็ได้ เช่น เกม Star Craft ซึ่งสามารถเล่นคนเดียว หรือแข่งกับเพื่อนได้โดยผ่านทางแลนก็ได้เช่นเดียวกัน

2.2 เกมที่เล่นได้จากบนโปรแกรมบราวเซอร์ จะเป็นเกมที่เขียนขึ้นโดยใช้ภาษา Java หรือใช้ Shockwave ซึ่งสามารถเล่นได้บนโปรแกรมบราวเซอร์เลย รูปแบบของเกมก็จะเป็นแบบง่าย ๆ สำหรับเล่นแก้เบื่อ อย่างเกมในแนว puzzle เช่น Tetris เรียงบล็อก เรียงสี ยิงลูกบอล ฯลฯ ไปจนถึงเกมจำลองกาสิโนทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นไพ่หรือรูเล็ต เป็นต้น ซึ่งเกมในรูปแบบนี้ก็มีความนานแล้ว และได้รับความนิยมในแบบเรื่อย ๆ ไม่ได้ถึงกับเป็นที่สนใจ และสุดท้าย

2.3 เกมที่เล่นร่วมกับผู้อื่นเป็นจำนวนมาก (Massive multiplayer online) เป็นรูปแบบเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง ทั้งนี้เนื่องจากเกมออนไลน์แบบนี้จะดึงเอาข้อดีของการเล่นร่วมกับผู้อื่นมาใช้อย่างเต็มที่ ทำให้ได้ประสบการณ์การเล่นที่แปลกแตกต่างไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ซึ่งต้องเล่นเฉพาะบนออนไลน์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น และก็น่าสนใจมาก ๆ กับผู้คนอีกมากมาย

2.4 เกมที่เล่นผ่านเว็บสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นการผสมผสานระหว่าง เกมออนไลน์ และสังคมในอินเทอร์เน็ต (Social Games) เป็นรูปแบบเกมออนไลน์อีกประเภทที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นเกมที่เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนๆ ในกลุ่ม วิธีการเล่นไม่ซับซ้อน ซึ่งมีข้อแตกต่างระหว่างเกมออนไลน์ประเภทอื่นๆ ตรงที่เวลาจะได้เล่นกับเพื่อนๆ มักต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่น เช่น บัตรเติมเวลา หรือบัตรเติมเงินในเกม แล้วค่อยหาเพื่อนที่ชอบเล่นเกมนี้เหมือนกันหลังจากเข้าไปเล่น แต่เกมแบบ Social จะแตกต่างตรงที่สามารถชวนครอบครัว ชวนเพื่อน คนรู้จักแล้วมาเล่นเกมเดียวกันได้โดยใช้ Social Network เป็นสื่อกลาง เช่น Restaurant City ใน Facebook

ส่วนประกอบของเกมคอมพิวเตอร์

ส่วนประกอบที่เป็นพื้นฐานของเกมคอมพิวเตอร์ซึ่งทุก ๆ เกมจะต้องมีก็คือ กติกาของเกม และวิธีการเล่นเกม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1 กติกาของเกม เป็นกฎเกณฑ์ และเงื่อนไขต่าง ๆ ของเกม ที่ผู้เล่นจะต้องทราบ และถือปฏิบัติตาม เช่น เกมบวกลบ ให้ผู้เล่นบ่อนผลบวกของเลขคู่ที่เข้าคอมพิวเตอร์ ถ้าตอบถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกคอมพิวเตอร์จะให้คะแนนเป็น 6 ถ้าตอบไม่ถูก ผู้เล่นจะต้องบ่อนคำตอบใหม่ ถ้าตอบถูกในครั้งนี้จะได้ 5 คะแนน ถ้ายังตอบไม่ถูกจะต้องบ่อนคำตอบเข้าไปใหม่ ทำเช่นนี้เรื่อย ๆ โดยคอมพิวเตอร์จะยอมให้บ่อนคำตอบได้ไม่เกิน 6 ครั้ง ถ้าตอบถูกในครั้งหลังคะแนนจะลดลงจากการตอบถูกในครั้งก่อนครั้งละ 1 คะแนน เมื่อตอบถูกแล้วคอมพิวเตอร์จะเริ่มคำถามในข้อต่อไป ถ้าตอบไม่ถูกเลยทั้ง 6 ครั้งจะได้คะแนน 0 และคอมพิวเตอร์จะเริ่มคำถามในข้อต่อไป ผู้เล่นจะเลิกโปรแกรมเมื่อกด ESC ตอนที่คอมพิวเตอร์ถามว่าจะเริ่มโจทย์ข้อต่อไปหรือจะหยุดเล่น

2 วิธีการเล่นเกม เป็นการกำหนดวิธีเล่นเกมตามกติกาที่ตกลงกันไว้โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ ซึ่งจะมีการกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วน เช่น ถ้าในกติกาของเกมระบุไว้ว่าให้มีการยิงปืน ในส่วนของวิธีการเล่นเกมก็ต้องกำหนดให้แน่นอนว่าจะยิงด้วยการกดคีย์ใดถึงขั้นนี้เราจะเห็นได้ว่าเกมที่มีกติกาเหมือนกัน เวลาเล่นอาจต้องมีวิธีแตกต่างกัน เช่น บางเกมกำหนดให้ยิงโดยการกดคีย์วรรค บางเกมให้กดคีย์ Enter ดังนั้นถ้าต้องการเล่นเกมให้ได้คล่องแคล่วและครบถ้วน จะต้องศึกษาวิธีการเล่นเกมนั้นให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ และครบถ้วนตามที่ผู้เขียนโปรแกรมได้กำหนดเอาไว้

นอกจากส่วนประกอบพื้นฐานดังกล่าวนี้แล้ว อาจมีส่วนประกอบอื่น ๆ เพิ่มเติมอีกก็ได้ เช่นเสียงประกอบเกม คำสั่งสำหรับเล่นเกมกับอุปกรณ์เสริม โปรซีเยอร์ตรวจรหัสผู้ที่มีสิทธิเล่นเกมซึ่งจะมีโปรแกรมชนิดที่ห้ามทำการก๊อปปี้

ประเภทตามลักษณะและรูปแบบการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

1. เกมประเภท Arcade game วิดีโอเกมที่ถูกพัฒนาออกมาแรกๆ นั้น มักจะถูกจัดให้อยู่ในแนวเกมอาร์เคด ซึ่งเป็นการแบ่งแนวที่แปลกกว่าอย่างอื่น เพราะมันแบ่งตามเครื่องที่ใช้เล่น และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ของเกม เช่น การควบคุมที่ไม่ซับซ้อน กราฟฟิก และหน้าจอในการเล่นเป็นต้น แต่ที่จริงแล้วเกมแนวอาเขตนี้ มีเกมจากหลากหลายแนวอยู่รวมๆ กัน ไม่ว่าจะเป็น Action, Puzzle, และ Shooting ตัวอย่างเช่นเกม Pacman, Q-bert, Space Invader, Battle City เป็นต้น

2. เกมประเภท Action เน้นการบังคับ และตัดสินใจที่รวดเร็วเป็นหลัก เกมประเภทนี้จะมีการเล่นเรื่องที่ไม่ซับซ้อน ข้อดีคือ การฝึกประสาทสัมผัส และการตัดสินใจเฉพาะหน้า เช่น เกม Rockman, Pacman เป็นต้น รวมถึง First Person Shooting เกมยิงมุมมองบุคคลที่ 1 คือเกมแอคชั่นที่จะได้เห็นเหตุการณ์ต่างๆ จากมุมมองที่เหมือนกับมุมมองจริงๆ รวมทั้งเกมยิงมุมมองบุคคลที่ 3 ก็ถือว่าเป็นเกมแอคชั่นเช่นกัน

3. เกมประเภท Adventure เป็นเกมแบบมีเนื้อเรื่อง เน้นการแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน เกมประเภทนี้จะไม่เน้นการเคลื่อนไหวที่รวดเร็ว แต่จะฝึกให้ผู้เล่นตัดสินใจและวิเคราะห์โจทย์อย่างเป็นระเบียบ

4. เกมประเภท Simulation เน้นที่การจำลองสถานการณ์บางอย่าง เช่น เกมจำลอง การขับรถไฟ (TSLG-Train simulation) เกมจำลองการทำสงคราม (War simulation) โดยจะมีฉากจำลองที่เสมือนจริง

5. เกมประเภท Strategy เป็นเกมประเภทวางแผนการรบ เกิดจากการต้องการจำลองสมรรถนะทางการทหาร ผู้เล่นต้องศึกษารูปแบบแนวทางคุณสมบัติพิเศษของตัวละครที่มีอยู่เพื่อแก้ปัญหา หาวิธีเอาชนะ เช่น Front mission (TBS) เป็นต้น

6. เกมประเภท Role Playing Game เป็นเกมที่ผู้เล่นจะถูกสมมติ หรือเลือกสมมติให้ตัวเองมีบทบาทใดบทบาทหนึ่งในเกมเพื่อค้นหาสิ่งของหรือไขปริศนา มีฉากจบได้หลายรูปแบบ มีลักษณะคล้ายเกมประเภท Adventure แต่มีการผูกเรื่อง และใช้ภาษามากกว่า เช่น Final Fantasy, Dragon quest เป็นต้น

7. เกมประเภท Racing หรือเกมขับรถหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับการแข่งด้านความเร็วเช่น แข่งสกี ขับยาน (เพียงแต่การขับรถจะมากกว่าประเภทอื่นๆ ความจริงเกมแนวนี้จะอยู่ในจำพวกเดียวกับ Sports ก็ได้เพราะหลายๆ คนก็ถือว่าการแข่งรถเป็นกีฬาอย่างหนึ่งแต่ Racing เองอาจจะเป็นการแข่งขันที่อิสระไม่เกี่ยวกับกีฬาใดๆ ก็ได้ อย่างเช่น Need For Speed เกมขับรถตระเวนราตรีในใจหลายๆ คนรูปแบบของเกม Racing โดยรวมๆ แล้วจะเกี่ยวกับการแข่งกันด้านความเร็ว และการบังคับรถ (แต่ก็อาจมีรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่แข่งความเร็วก็ได้) เช่น แข่งกันทำคะแนน แข่งกันทำท่าผาดโผน

8. เกมประเภท Sport เป็นเกมจำลองการแข่งขันกีฬาต่างๆ โดยใช้กติกาเหมือนจริง เช่น ฟุตบอล สุนัขเกอร์ กอล์ฟ เป็นต้น

9. เกมประเภท Hybrid เป็นเกมที่เกิดขึ้นภายหลังเมื่อเกมสายต่างๆ เริ่มอึดตัว ผู้เล่นต้องการความหลากหลายในการเล่นมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความคิดที่จะผสมผสานรูปแบบของการเล่นเกมแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน ปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะแบ่งประเภทของเกมยากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากผู้ผลิตเกม พยายามที่จะนำเอาเทคนิคหลายๆ แบบมาผสมผสานกัน ให้ผู้เล่นมีความสนุกสนานและเกิดความสมจริงมากขึ้น ดังนั้นเกมชนิดหนึ่งจึงอาจจะมีลักษณะคาบเกี่ยวเป็นหลายประเภทได้

ประเภทของเนื้อหาเกม

เนื้อหาของเกมอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น 9 ประเภท ดังนี้

1. เกมแอ็คชั่น (Action game) คือเกมที่ต้องบังคับตัวละครให้ออกกิริยาท่าทาง เคลื่อนไหวเข้าบุก ทะลุ หรือผจญภัย

2. เกมอาร์พีจี (RPG game or Role playing game) คือเกม que ผู้เล่นต้องสวมบทบาทเป็น ตัวละครต่างๆ เข้าผจญภัยไปพร้อมกับเพื่อนร่วมเดินทาง

3. เกมวางแผนกลยุทธ์ (Strategy game) เป็นเกมจำลองสถานการณ์ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านต่างๆ เช่น เกมวางแผนการรบ เป็นต้น

4. เกมกีฬา (Sport game) เป็นเกมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ เช่น รถแข่ง เทนนิส สุนัขเกอร์ กอล์ฟ ฟุตบอล เป็นต้น

5. เกมแข่งรถ (Racing game) เป็นเกม que จำลองสถานการณ์การแข่งขันรถ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการแข่งขันรถ

6. เกมปริศนา (Puzzle game) เป็นเกม que ต้องใช้สมองขบคิดในการแก้ปัญหาต่างๆ ตามเงื่อนไขที่เกมกำหนดมา

7. เกมจำลองสถานการณ์ (Simulation game) เป็นเกมจำลองสถานการณ์ต่างๆ มา รวมอยู่ด้วยกันหลายรูปแบบผู้เล่นต้องใช้สติปัญญาในการวางแผน และแก้ไขปัญหาต่างๆ

8. เกมผจญภัย (Adventure game) เป็นเกม que ผู้เล่นจะรู้สึกว่าการตัวเองกำลังผจญภัยอยู่ โดยเนื้อเรื่องของเกมนั้นจะถูกกำหนดเอาไว้แล้ว

9. เกมอาร์เคด (Arcade game) เป็นเกม que มีข้อกำหนดเงื่อนไขในการเล่น เช่น กำหนด ชีวิตตัวผู้เล่น 3 ครั้ง ถ้าใช้หมดเกมจะจบลง เป็นต้น

5. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเกมแฟลช และเกมแฟลช ออนไลน์

แฟลช (Flash) คือ โปรแกรมสำหรับสร้างข้อความ ภาพ เสียงที่เคลื่อนไหว และโต้ตอบกับผู้ชมได้เป็น โปรแกรมของบริษัท **Macromedia** ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงมากมีการนำมาใช้ในเว็บไซด์อย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นข้อความภาพเคลื่อนไหว เสียง เกม ภาพยนต์สั้นๆ การ์ตูน เพราะเมื่อสร้างงานด้วย **Flash** แล้วไฟล์จะมีขนาดเล็กไม่ใหญ่มากนักไม่เสียเวลาในการ **Download** นานเกินไป

Flash เป็นโปรแกรมที่นิยมนำมาใช้ในการงาน **Web Animation** และบางครั้งมีการใช้ระบบ **Inter-active** คือมีการตอบสนองเมื่อผู้ชมคลิกเมาส์ หรือนำเมาส์มาแตะที่ภาพ

ประวัติความเป็นมาของ Flash

ในต้นปี 1995 บริษัท **Macromedia** ได้ผลิต **Plug-in** ของโปรแกรม **Director** ชื่อ **Shockware for Director** ซึ่งได้รับความนิยม แต่มีปัญหาที่ไฟล์ขนาดใหญ่ และในปลายปีเดียวกันบริษัท **Futureware** ได้ผลิต **Plug-in** ของบราวเซอร์ชื่อ **Future Splash** ซึ่งสนับสนุนการแสดง **Animation** บนเว็บได้ เช่น ป้ายโฆษณา(**Banner**) ไฟล์พวก **GIF** แต่ก็มีปัญหาคือจะไม่สนับสนุนเวอร์ชันเก่า

ปี 1996 บริษัท **Macromedia** ได้ควบกิจการบริษัท **Futureware** และนำจุดเด่นของ **Future Splash** มาเสริม **Shockware for Director** บริษัท **Macromedia** ได้พัฒนาโปรแกรม **Future Splash** และเปลี่ยนชื่อเป็น **Macromedia Flash เวอร์ 2** และผลิต **Plug-in** ของบราวเซอร์ชื่อ **Shockware Flash** ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง

ปี 1998 **Shockware Flash** กลายเป็น **Plug-in** มาตรฐานบนบราวเซอร์ มีผู้ใช้จำนวนมาก

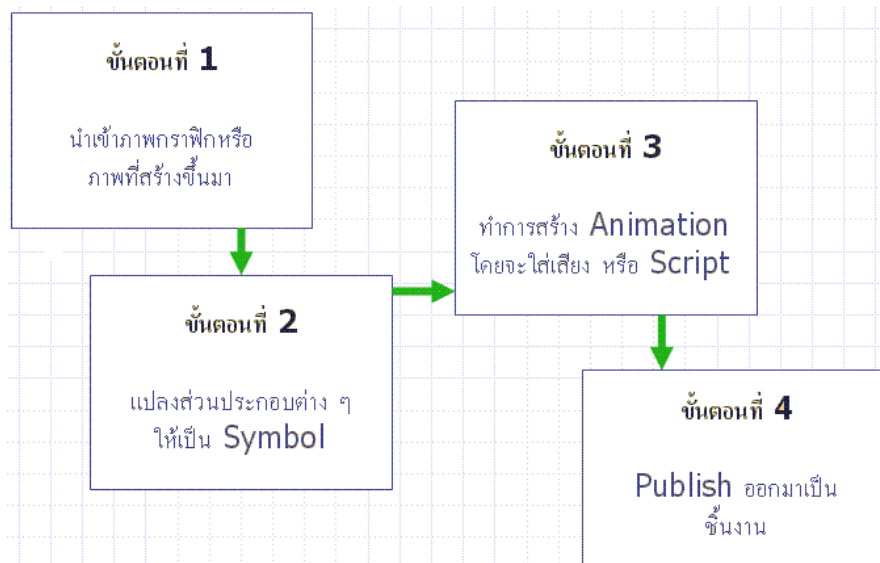
ปี 1999 ผลิต **Macromedia Flash เวอร์ชัน 4**

ปี 2000 ผลิต **Macromedia Flash เวอร์ชัน 5**

ปี 2002 เปิดตัว **Macromedia Flash เวอร์ชัน 6** โดยเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น **Flash MX**

ปัจจุบัน **Macromedia Flash** กลายเป็น **Adobe Flash CS3**

การทำงานของ Flash



ภาพประกอบ 3 แสดงขั้นตอนการทำงานของ Flash

ที่มา: ธีรัฐภูมิ กิจเจริญธรรม; พรจันทร์ ภิรมย์ราช. (2549). รายงานความก้าวหน้าโครงการ ครั้งที่ 1 เกมอังกฤษมหาสงคราม English Puzzle. หน้า 6.

เกมแฟลช (Flash Game) เป็นเกมที่ถูกสร้างขึ้นโดยใช้ โปรแกรมแฟลช โดยลักษณะเกมส่วนใหญ่จะเป็นเกมที่มีขนาดเล็ก ระบบการเล่นไม่ซับซ้อน เป็นการเล่นคนเดียว ส่วนใหญ่ผู้พัฒนามักจะสร้างออกมาในรูปแบบของเกมสื่อกาสิโน หรือเกมพัฒนาสมอง เช่น เกมจับคู่ภาพ เกมคิดเลข เป็นต้น



ภาพประกอบ 4 แสดงตัวอย่าง Flash Game เกมจับคู่ฮัฮ

ที่มา: เกมจับคู่ฮัฮ. (2551). <http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/533.aspx>



ภาพประกอบ 5 แสดงตัวอย่าง Flash Game เกม Rocket Strike Force

ที่มา: เกม Rocket Strike Force. (2551).

<http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/594.aspx>

เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เป็นการพัฒนาจากเกมแฟลช ขึ้นมาอีกขั้น โดยการสร้างให้เป็นลักษณะของเกมออนไลน์ คือเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีระบบการเล่นที่ใหญ่ขึ้น ผู้เล่นสามารถเล่นได้มากกว่า 1 คน มีสังคม มีการโต้ตอบกัน



ภาพประกอบ 6 แสดงตัวอย่าง Flash Online Game เกมโจรซ่าเรือมหาประลัย2009

ที่มา: เกมโจรซ่าเรือมหาประลัย2009. (2552).

<http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/949.aspx>

ในปัจจุบัน Flash Online Game เข้ามามีบทบาทมากกับสังคมในอินเทอร์เน็ต (Social Network) ถือได้ว่าเป็นการนำเกมที่ผสมผสานระหว่างเกมออนไลน์ และสังคมในอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน เรียกว่า Social Games

Social Games จึงเป็นส่วนหนึ่งในการเชื่อมโยงให้มีผู้คนเข้ามาใช้บริการ เนื่องจาก Social Games เป็นเกมที่เล่นผ่าน Social Network เช่น Hi5 facebook หรือblog ต่างๆ ดังนั้นเกมที่จะนำมาใส่ได้ จะต้องเป็นเกมที่มีขนาดเล็ก พร้อมระบบการเล่นไม่ซับซ้อน ซึ่งนั่นก็คือ Flash Game จึงถูกนำมาพัฒนาให้กลายเป็น Social Games โดยระบบการเล่นนอกจากจะเป็นการทำคะแนนให้สูงๆ อย่างเดียวไม่พอ ในการเล่นจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กันเพื่อนที่อยู่ในสังคมของผู้เล่นนั้นๆ อีกด้วย เนื่องจาก เกมคอมพิวเตอร์ทั่วไปมักเน้นที่การเล่นเกมคนเดียวบน console ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ หรือมือถือ ส่วนเกมออนไลน์ที่จะได้เล่นกับเพื่อนๆ มักต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่น เช่น บัตรเติมเวลา หรือบัตรเติมเงินในเกม แล้วค่อยหาเพื่อนที่ชอบเล่นเกมนี้เหมือนกันหลังจากเข้าไปเล่น แต่เกมแบบ Social จะแตกต่างตรงที่ผู้เล่นสามารถชวนครอบครัว ชวนเพื่อน คนรู้จักแล้วมาเล่นเกมเดียวกันได้โดยใช้ Social Network เป็นสื่อกลาง (playfish. 2552: Online)

ส่งผลให้เกิดบริษัทที่สนใจในการพัฒนา Flash Online Game ประเภท Social Games ขึ้น เช่น Playfish ที่ประสบความสำเร็จจากการผลิต Social Games ลงใน facebook โดยมีผู้ใช้เวลาเฉลี่ย 35 นาทีต่อวัน บางรายอาจใช้เวลานานถึง 6-7 ชั่วโมงต่อวัน (สุกรี แมนชัยนิมิต. 2552: 66)



ภาพประกอบ 7 แสดงตัวอย่าง Flash Online Game ประเภท Social Games เกม Restaurant City

ที่มา: เกม Restaurant City. (2552). <http://apps.facebook.com/restaurantcity/>



ภาพประกอบ 8 แสดงตัวอย่าง Flash Online Game ประเภท Social Games เกม Country Story

ที่มา: เกม Country Story. (2552). <http://apps.facebook.com/countrystory/>

ขั้นตอนการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์

Geoff Howland (2545 : www.gamedev.net) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนเกมไว้ในบทความ The Basic Game Loop ว่าในเกมหลายๆเกมจะมีสิ่งที่เรียกว่า "game loop" ซึ่งใน game loop นี้จะมีคำสั่งต่างๆในการรับข้อมูลเข้ามาจากผู้เล่นจากนั้นจะประมวลผลและแสดงข้อมูลที่ได้ออกไปในระหว่างการเล่นเกม Game loop จะมี 3 processes อยู่ข้างในและอีก 2 processes ที่อยู่ข้างนอก จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Starting the Game เป็นส่วนที่เริ่มต้นของเกมเมื่อเข้ามาถึง ในส่วนนี้จะประกอบไปด้วยภาพที่เป็นตัวบอกเรื่องราวของเกมและเมนูที่จะเข้าไปสู่เกม หรือต้องการปรับแต่งค่าต่างๆ เช่น ความดัง-เบาของเสียงดนตรีในเกม , ระดับความยากง่ายของเกม เป็นต้น

Player Input ในส่วนนี้จะรับการกระทำจากผู้เล่นเข้ามาเพื่อนำไปประมวลผล ซึ่งข้อมูลที่เข้ามาจะไปเปลี่ยนแปลงส่วนของ Game Internals

Updating Game Internals ในส่วนของ Game Internals จะเป็นหัวใจสำคัญของเกม เพราะว่าทุกๆ การกระทำที่เข้ามาจากผู้เล่น , การแสดงท่าทางต่างๆของศัตรูในเกม , เงื่อนไขในการแพ้-ชนะของเกมจะถูกกระทำที่ process นี้

Displaying the Screen ทำการแสดงผลภาพกราฟฟิคต่างๆขึ้นไปบนหน้าจอ ซึ่งภาพเหล่านี้จะนำข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลของ **Game Internals** มาเป็นตัวกำหนดตำแหน่งต่างๆของมัน

Ending the Game เมื่อผู้เล่น เล่นเกมจบต้องมีการบอกบางอย่างเช่น **TheEnd, Gameover, GoodBye** เป็นต้น

3 Processes ที่ต้องอยู่ใน **Game loop** คือ **Player Input, Updating Game Internals, Displaying the Screen** นอกนั้นจะอยู่ข้างนอก การทำความเข้าใจในส่วนประกอบต่างๆของ **Game loop** นั้นจะทำให้ผู้พัฒนาเกมสามารถสร้างเกมออกมาได้อย่างมีหลักการ แต่ก่อนที่จะเริ่มต้นเขียนโค้ดของโปรแกรมเกมนั้นควรจะเริ่มเขียน **flowchart** และส่วนของการทำงานลงในกระดาษก่อน อาจจะไม่เห็นผลทันทีแต่วิธีจะเป็นสิ่งที่ช่วยผู้พัฒนาได้อย่างดี

ส่วนประกอบหลักๆ ในการสร้างเกม

การสร้างเกมอย่างมีระบบส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยส่วนหลักๆคือ **Game engine architecture, AI และ Sound engine** ซึ่งพอแยกออกมาแต่ละส่วนก็จะทำให้เห็นแล้วว่าการเขียนเกมนั้นจะต้องศึกษาส่วนประกอบอะไรบ้าง

1. Game engine architecture ส่วนนี้คือ **engine** ของเกมเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการเขียนโปรแกรมเกม ทำให้ผู้พัฒนาเกมนำไปสร้างต่อเป็นเกมได้อย่างรวดเร็ว โดยในส่วนของการเขียนเกมแฟลช ออนไลน์ นั้น จะได้ใช้ **Flash engine Action Sclip 2 และ 3** ในการเขียน

2. AI (Artificial Intelligence) เป็นส่วนที่สำคัญกับเกม เนื่องจากจะต้องออกแบบให้ **Program** คิดให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดเช่น การให้คอมพิวเตอร์ตอบสนองกับผู้เล่นเกมให้ได้ดีที่สุด ซึ่งจุดนี้เป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกมมีความสนุก

3. Sound engine ในส่วนนี้จะมุ่งเน้นไปที่การเขียนโค้ดยังไงให้สามารถอ่านเสียงเพลงและเล่นเพลงหยุดเพลงได้

4. Server ส่วนนี้เป็นส่วนที่ทำให้เกมสามารถเล่นเป็นแบบออนไลน์ได้ โดย **Server** คือคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการแก่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่น เช่น การส่งหรือรับอีเมล หรือการส่งเว็บเพจ ทั้งนี้เราจะเรียกเครื่องที่ไปขอใช้บริการอย่างดียวอย่างหนึ่งจาก **Server** ว่า **"Client"**

6. ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศไทย

แนวโน้มตลาดเกมออนไลน์ ปี 2552 เกมออนไลน์เติบโตชะลอลง เพราะวัยเด็กเพิ่มจำนวนน้อยลง เหตุผลหนึ่งก็เพราะกลุ่มผู้เล่นหลัก นักเรียน นักศึกษา อายุ 10-19 ปีเริ่มมีจำนวนลดลงตามโครงสร้างประชากรของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป บวกกับภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว มีผลกระทบต่อกำลังซื้อ

ในปี 2552 ตลาดเกมออนไลน์ภายในประเทศอาจไม่คึกคักเท่ากับปี 2551 ที่ผ่านมา ด้วยภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่หดตัวจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศให้ลดลง ขณะที่สถานการณ์การแข่งขัน และทำตลาดของบรรดาผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิต และนำเข้าเกมออนไลน์จากต่างประเทศจะทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ด้วยจำนวนเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการอยู่ในตลาดที่เข้าใกล้ 70 เกม แต่จำนวนกลุ่มผู้เล่นหลักทั้งกลุ่มนักเรียน และนักศึกษาที่มีแนวโน้มลดต่ำลงตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง ประกอบกับรายได้จากค่าชมที่กลุ่มผู้เล่นเกมได้รับจากผู้ปกครองก็มีแนวโน้ม ลดลง ด้วยผลของภาวะเศรษฐกิจหดตัว ดังนั้น ในปี 2552 การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำตลาดของผู้ประกอบการเกมออนไลน์ถือเป็นสิ่งสำคัญ



ภาพประกอบ 9 แสดงจำนวนเกมออนไลน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548 – 2551
(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.2552: Online)

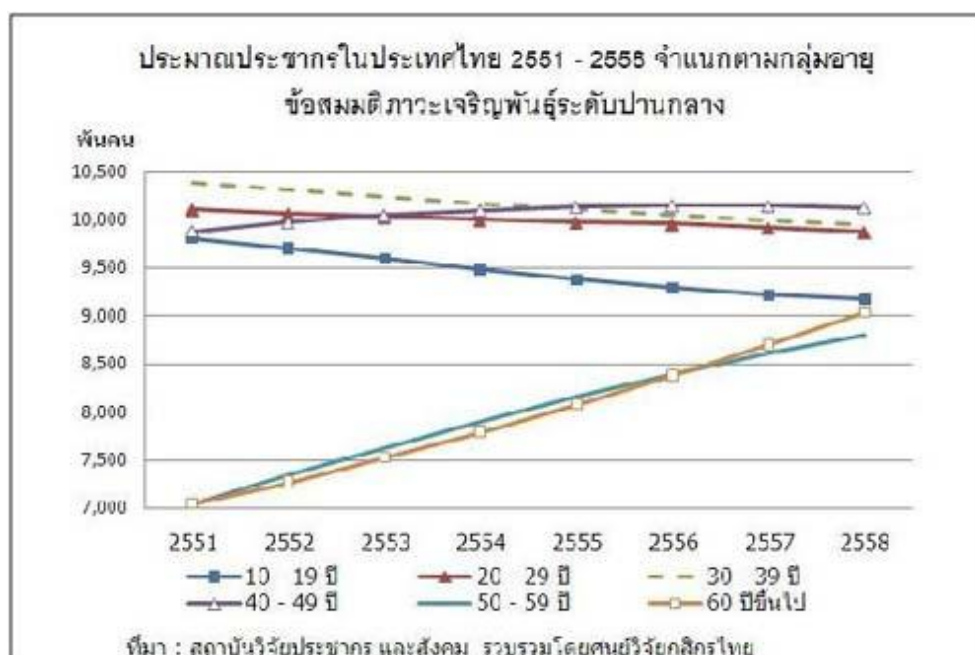
สถานการณ์ปี 2551 จำนวนเกมออนไลน์เพิ่มขึ้นมาก ตลาดขยายตัวสูง

ตลาดเกมออนไลน์ในประเทศไทยถือว่ามีความคึกคักเป็นอย่างมาก ด้วยจำนวนเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการสูงถึง 29 เกม ซึ่งสูงกว่าในช่วงสองปีที่ผ่านมาถึง 142 % ขณะที่เกมออนไลน์ที่ต้องปิดตัวลง 6 เกม ซึ่งเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการจำนวนมากในปี 2551 นี้ มีความหลากหลายในรูปแบบเกม ทำให้มีผู้เล่นหันมาเล่นมากขึ้น ประกอบกับค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่ต่ำลง ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชาชนทำได้ง่ายขึ้นทั้งจากคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และ

การใช้บริการตามร้านอินเทอร์เน็ต (คิดค่าบริการชั่วโมงละ 10 - 20 บาท) ส่งผลให้ตลาดเกมออนไลน์ขยายตัวจากปี 2550 ประมาณ 15% ด้วยมูลค่าตลาดประมาณ 3,000 ล้านบาท

แนวโน้มปี 2552 แข่งขันรุนแรง กลุ่มกำลังซื้อหลักลดลง ตลาดชะลอตัวลง

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2552 นี้ มีเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการใหม่ 4 เกม ทำให้จำนวนเกมออนไลน์ที่ยังคงเปิดให้บริการอยู่ในประเทศไทยมีจำนวนสะสมสูง ถึง 67 เกม คาดว่าจะมีเกมออนไลน์เปิดให้บริการรวมมากกว่า 70 เกม อีกทั้งราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในระดับต่ำแต่มีความเร็วในการส่ง ผ่านข้อมูลที่สูงขึ้น ประกอบกับราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ถูกลงจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การเล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยยังคงขยายตัวได้อีก แต่อาจไม่ส่งผลให้มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นมากนัก เนื่องจากผู้เล่นเกมออนไลน์จะยอมเสียเงินเพื่อรับสิทธิพิเศษในการเล่นเกมนออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีเกมใหม่ๆ ที่เปิดให้บริการเล่นฟรีอยู่เป็นจำนวนมาก ผู้เล่นจึงจัดสรรเวลาทดลองเล่นเกมต่างๆ ทำให้โอกาสในการเล่นเกมใดเกมหนึ่งจนติด และยอมจ่ายเงินซื้อไอเท็มพิเศษต่างๆ ลดลง



ภาพประกอบ 10 ประมาณประชากรในประเทศไทย 2551 - 2555 จำแนกตามกลุ่มอายุ
(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2552: Online)

ขณะที่กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์หลัก คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 10-19 ปี เริ่มมีจำนวนลดลงตามโครงสร้างประชากรในประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว ซึ่งจะมีผลกระทบต่อค่าขนมของบรรดากลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่จะมีจำกัดมากขึ้น และความ

ไม่ชัดเจนในการจัดเก็บภาษีเกมออนไลน์ที่กระทรวงการคลังยังคงพิจารณา อยู่ ย่อมส่งผลกระทบต่อมูลค่าตลาดเกมให้ชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา ด้วย ภาวะการแข่งขันเพื่อช่วงชิงผู้เล่นเกมออนไลน์ในปี 2552 ที่มีแนวโน้มจะทวีความเข้มข้นมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา กลยุทธ์สำคัญที่คาดว่าผู้ประกอบการไทยทั้งผู้ผลิตเกมออนไลน์ และผู้นำเข้าเกมออนไลน์จากต่างประเทศเพื่อมาให้บริการภายในประเทศจะนำมา ประยุกต์ใช้ประกอบไปด้วย

1. เลือก และพัฒนาเกมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากเกมอื่น ด้วยจำนวนเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการเล่นฟรีภายในประเทศมีมากขึ้น ประกอบกับจำนวนผู้เล่นเกมที่อาจไม่เพิ่มจำนวนมากนักนี้ ทำให้การที่ผู้เล่นจะเล่นเกมใดเกมหนึ่งเป็นเวลานาน ถึงขั้นยอมจ่ายเงินเพื่อเข้าเล่นเกม หรือซื้อไอเท็ม และสิทธิพิเศษต่างๆ ภายในเกมเป็นสิ่งที่ยากขึ้นมาก ซึ่งผู้ประกอบการภายในประเทศที่เป็นผู้พัฒนาเกมเองจะต้องสามารถสร้างเกมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น แตกต่างจากเกมออนไลน์อื่นที่เปิดให้บริการอยู่ในตลาด ขณะที่ผู้ประกอบการที่ซื้อลิขสิทธิ์เกมจากต่างประเทศมาเปิดให้บริการจะต้องมีความละเอียดในการเลือกนำเกมจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการมากขึ้น รวมไปถึงการพัฒนาในภายหลังเมื่อเปิดให้บริการแล้ว ซึ่งจะต้องเสริมรายละเอียดภายในเกมเพิ่มเติมอยู่เป็นประจำ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการเล่น เกมดึงดูดผู้เล่นไม่ให้เกิดความรู้สึกเบื่อจนหันไปเล่นเกมอื่น

2. ขยายกลุ่มผู้เล่น ด้วยผู้เล่นเกมออนไลน์กลุ่มหลัก คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเริ่มมีจำนวนที่อึดตัวและลดลงตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงเริ่มนำเกมใหม่เข้าสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่นกลุ่มอื่นมากขึ้น โดยเฉพาะเกมแนว แกดชวล (Casual Game) เช่น เกมแข่งขันทักทาย หรือดนตรีต่างๆ ซึ่งเป็นเกมที่เล่นได้ง่าย ไม่มีความซับซ้อนมากนัก ใช้ระยะเวลาในการเล่นต่อครั้งที่ต่ำ จึงสามารถขยายกลุ่มผู้เล่นไปยังกลุ่มต่างๆ ได้ง่าย ทั้งผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งเคยเล่นเกมออนไลน์ แต่ด้วยหน้าที่การงานจึงไม่มีเวลาเล่นมากนัก ขณะที่เกมออนไลน์ในระยะต่อไปหากสามารถขยายสู่กลุ่มผู้สูงอายุได้มากขึ้นจะ ถือเป็นอีกหนึ่งกลุ่มบุคคลที่สำคัญสำหรับการเติบโตของตลาดเกมออนไลน์ใน ประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนไป ประกอบกับเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และต้องการสังคมไว้อะลางเหงา ซึ่งเกมออนไลน์แนว แกดชวลน่าจะตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวได้ดี หากสามารถประยุกต์ลักษณะเกม และวิธีการเล่นให้ง่ายขึ้นไปอีก โดยไม่ต้องใช้ทักษะการเล่นมากเท่าไรนัก

3. ขยายช่องทางการจำหน่าย เนื่องจากรายได้จากการจำหน่ายบัตรเติมเงินแก่ผู้เล่นเกมออนไลน์ถือเป็นรายได้หลักของผู้ประกอบการเกมออนไลน์ ซึ่งผู้ให้บริการควรขยายช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลายขึ้นเพื่อให้กลุ่มผู้เล่นสามารถซื้อบัตรเติมเงินเพื่อใช้ในเกมได้ง่ายขึ้น เช่น การให้บริการจำหน่ายบัตรเติมเงินเพื่อรับสิทธิพิเศษในการเล่น เกม ณ ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ หรือการจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยชำระด้วยบัตรเครดิต หรือเครดิต เป็นต้น

4. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการเกมออนไลน์ด้วยตนเองโดยลำพัง นั้นอาจทำได้ค่อนข้างจำกัด การสร้างพันธมิตรทางการค้าจึงเป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีอีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจหดตัว และงบประมาณ

การทำตลาดที่จำกัด ซึ่งอาจใช้ช่องทางการตลาดของพันธมิตรในการขยายตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ในตัวเกม และการทดลองเล่นเกม เช่น การสร้างพันธมิตรกับสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว หรือไอศกรีม โดยมอบสิทธิพิเศษ หรือจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับเกมออนไลน์แก่ผู้ที่ซื้อสินค้ากลุ่มดังกล่าว เป็นต้น

5. แสวงหารายได้จากช่องทางอื่น เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจในประเทศที่หดตัว ผู้เล่นเกมออนไลน์จึงมีแนวโน้มที่จะทำการซื้อบัตรเติมเงินเพื่อรับสิทธิ์พิเศษในการเล่นเกมนออนไลน์ต่างๆ ไม่มากนัก รวมถึงเกมออนไลน์บางเกมที่ยังคงเก็บค่าบริการจากการเข้าเล่นเกม (Air Time) อาจมีรายได้ลดลง ด้วยเกมที่เปิดให้บริการเล่นฟรีมีจำนวนมาก การแสวงหารายได้จากแหล่งอื่นทดแทนรายได้จากการขายไอเท็ม หรือเวลาในการเล่นเกมนจึงมีความสำคัญมากขึ้นในภาวะเศรษฐกิจหดตัว เช่น การจำหน่ายพื้นที่โฆษณาภายในเกมให้แก่สินค้าหรือบริการที่สนใจ ทั้งจากการโฆษณาผ่านทางแบนเนอร์ในเว็บไซต์ และการโฆษณาในตัวเกมออนไลน์ระหว่างการดาวน์โหลดข้อมูล หรือโฆษณาแฝงภายในการดำเนินเรื่องของตัวเกม จึงถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางรายได้ที่จะทวีความสำคัญมากขึ้น

6. จัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เกมที่มีลักษณะสร้างสรรค์ และปลอดภัย ด้วยเกมออนไลน์มักถูกมองในแง่ลบจากสังคม และผู้ปกครอง การจัดกิจกรรมประเภท **Below the line** ตามสถานที่ต่างๆ ในช่วงเทศกาลสำคัญประจำปี เช่น การจัดกิจกรรมแนะนำเกม หรือการแข่งขันเล่นเกมเพื่อชิงทุนการศึกษาตามร้านเกมออนไลน์ หรือตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ในช่วงปิดเทอม หรือช่วงวันหยุดสำคัญ จึงมีความสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการสื่อสารสร้างการรับรู้ และทำความเข้าใจในตัวเกมแก่กลุ่มผู้เล่น รวมถึงผู้ปกครองได้โดยตรง ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์เกมออนไลน์ในแง่บวกแก่สังคม

แม้ภาวะการแข่งขันในตลาดเกมออนไลน์ที่รุนแรงขึ้นมากจากบรรดาเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้น ขณะที่จำนวนผู้เล่นเกมกลุ่มหลัก คือ นักเรียน นักศึกษาอาจลดลง อีกทั้งกำลังซื้อของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว

แต่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าจะการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของผู้ผลิต และนำเข้าเกมออนไลน์ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่ต่ำลงจะสามารถทำให้จำนวน ผู้เล่นเกมออนไลน์ และการใช้จ่ายเงินในเกมออนไลน์อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แต่การแสวงหารายได้เสริมจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากการพึ่งพารายได้จากผู้เล่น เกมส์โดยตรงจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าตลาดเกมออนไลน์ของประเทศไทยในปี 2552 ขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา โดยขยายตัวประมาณ 8 - 10 % ด้วยมูลค่าตลาดประมาณ 3,300 ล้านบาท แม้ ภาวะการแข่งขันในตลาดเกมออนไลน์ปี 2552 จะรุนแรงขึ้น ด้วยจำนวนเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้น ขณะที่จำนวนผู้เล่นเกมกลุ่มหลัก คือ นักเรียน นักศึกษาลดลงตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนไป อีกทั้งกำลังซื้อของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจ ที่หดตัว พร้อมทั้งการพัฒนา และเลือกเกมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากเกมอื่นในตลาดมาให้บริการในประเทศ การขยายกลุ่มผู้เล่นไปยังกลุ่มวัยทำงาน และวัยสูงอายุด้วยเกมแนวแคชชวล การขยายช่องทางการจัด

จำหน่าย การแสวงหารายได้จากช่องทางอื่น และการจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์การเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่ต่ำลงจะช่วยให้จำนวน ผู้เล่นเกมออนไลน์ และการใช้จ่ายเงินในเกมออนไลน์อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา

แต่การแสวงหารายได้เสริมจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากการพึ่งพารายได้จากผู้เล่น เกมโดยตรงจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าตลาดเกมออนไลน์ของประเทศไทยในปี 2552 ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงจากปีที่ผ่านมา โดยขยายตัวประมาณ 8 - 10 % ด้วยมูลค่าตลาดประมาณ 3,300 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม การเล่นเกมนออนไลน์ในปริมาณที่พอเหมาะถือเป็นสิ่งที่ดี อันจะช่วยเพิ่มทักษะ และผ่อนคลายความเครียด แต่หากเล่นมากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษา การงาน และความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ ในชีวิตจริง ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองอาจจำเป็นต้องให้คำแนะนำในการเล่นเกมนออนไลน์แก่บุตรหลาน ในวัยเรียนที่อาจยังไม่สามารถพิจารณาไตร่ตรองถึงผลกระทบต่างๆ ได้มากนัก เพื่อให้เกมนออนไลน์เป็นความบันเทิงที่มีประโยชน์ พัฒนาสมอง ผ่อนคลายความเครียด และเสริมสร้างจินตนาการ มากกว่าที่จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคม

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (10 เมษายน 2552). เกมออนไลน์ปี'52 : เติบโตในอัตราที่ชะลอ (มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2477).

7. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2552) หัวข้องานวิจัย ดิจิทัลคอนเทนท์ฮับ หนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไทย พบว่าแนวคิดสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และระดับอุตสาหกรรม โดยเป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถูกเรียกว่า “เศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy/Industry)” ปัจจุบันอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์มีแนวโน้มเติบโต และอาจกลายมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จากการประเมินของ UNCTAD พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้า และบริการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของโลกในปี 2548 มีมูลค่าสูงถึง 424,427 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2539 ที่มีประมาณ 227,451 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.4 ต่อปี สำหรับประเทศไทยจากการศึกษาของ สศช. พบว่า ในปี 2549 มูลค่าของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทยมีประมาณ 840,261 ล้านบาท คิดเป็นประมาณร้อยละ 11 ต่อจีดีพี ขณะที่ในส่วนของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ในปี 2548 ไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าเชิงสร้างสรรค์ประมาณ 5,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งในตลาดโลกประมาณร้อยละ 1.3 จัดอยู่ในลำดับที่ 17 ของโลก

โดยในปี 2552 คาดว่าทั้งอนิเมชัน และเกมจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 7,800 และ 9,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ที่มีประมาณ 4,500 และ 5,700 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี ขณะที่ตลาดส่วนใหญ่ของดิจิทัลคอนเทนต์ไทยเป็นตลาดภายในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศหรือการส่งออกมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10-20 เท่านั้น จำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้มีอยู่ประมาณ 100-150 ราย ส่วนใหญ่มีขนาดกลางและเล็ก และมีบุคลากรรวมประมาณ 8,000-10,000 คน โดยตลาดส่วนใหญ่ของไทยจะอยู่ในกลุ่มอนิเมชัน โดยเฉพาะประเภทภาพยนตร์สั้นและรายการโทรทัศน์ รองลงมาเป็นกลุ่มคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และสเปเชียลเอฟเฟกต์ในงานภาพยนตร์และโฆษณา และกลุ่มเกมคอมพิวเตอร์ และเกมออนไลน์

วิจัยเอแบคโพลล์ (2550) สำรวจเรื่อง การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงกลุ่มเยาวชนที่ถูกศึกษาส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 เล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ในช่วง 30 วันก่อนสัมภาษณ์ และนิยมเล่นเกมต่อสัปดาห์ถึงปีละหลายครั้ง เกินกว่าครึ่งขณะที่เกมเกี่ยวกับการฝึกทักษะ เช่น ภาษา ดนตรี คำนวณ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น และเมื่อเปรียบเทียบกับผลสำรวจก่อนหน้านี้ประมาณสองปีที่ผ่านมา พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของเด็กและเยาวชนที่นิยมเล่นเกมที่ใช้ความรุนแรงเพิ่มขึ้นในขณะที่ยังคงให้ความสนใจเล่นเกมเสริมความรู้ฝึกทักษะเพียงเล็กน้อย ดังนั้นจึงเป็นสัญญาณไม่สู้ดีนักต่อคุณภาพเด็กและเยาวชนที่หน่วยงานต่าง ๆ ต้องเร่งหาทางป้องกันแก้ไขการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเด็กและเยาวชน ถ้าปล่อยไปเช่นนี้สังคมไทยที่เคยมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และไม่ตรีจิตอาจกลายเป็นสังคมในฝันแต่จะเปลี่ยนเป็นสังคมที่เสี่ยงต่อการเกิดสงครามกลางเมืองและการต่อสู้อย่างรุนแรงระหว่างประชาชนในอนาคตอันใกล้

พงศ์ธร วงศ์รวีภัทร์ (2550) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมนออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-25 ปี โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีผลมากต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ ส่วนด้านพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ พบว่า มีความถี่ในการซื้อบัตรเติมเงินเฉลี่ย 1.605 ครั้งต่อเดือน, มีปริมาณการซื้อบัตรเติมเงินเฉลี่ย 1.78 ใบต่อครั้ง, มีราคาบัตรเติมเงินที่ซื้อบ่อยที่สุดเฉลี่ย 234.91 บาท, มีค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนเฉลี่ย 669.68 บาทต่อเดือน, มีเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนเฉลี่ย 31.39 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และมีจำนวนเกมนออนไลน์ที่เล่นอยู่ในปัจจุบัน 1.89 เกม

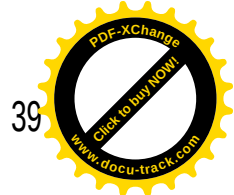
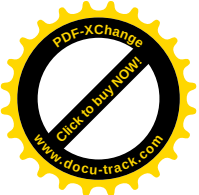
นางสาวประกายทิพย์ นิยมรัฐ (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคม และความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. เนื่องจากเกมนออนไลน์เป็นที่นิยมในวัยรุ่น และเพราะปัจจัยใดที่ทำให้ผู้เล่นจำนวนมากมา พบว่าปัจจัยด้านจิตสังคมด้านประวัติการใช้สารเสพติด รายได้รวมของครอบครัว และจำนวนเพื่อนสนิทมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ปัจจัยด้านการเรียนในเทอมที่ผ่านมาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ และปัจจัยด้านความรู้สึก

ความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์ ซึ่งเป็นความซุกซนของพฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานครเป็นร้อยละ 43.7

ธนากร รัชชรัตน์ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์(Ragnarok Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการเกมออนไลน์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการต่างๆของผู้บริโภคเกมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 16 ถึง 25 ปี อาชีพนักเรียน โสด ส่วนความต้องการปัจจัยจิตวิทยาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการการยกย่องในระดับมากที่สุด และ ความต้องการด้านสังคมในระดับมาก โดยผู้เล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ (Ragnarok Online) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์การเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์เฉลี่ย 33.79 เดือน หรือประมาณ 2 ปี 8 เดือนเวลาที่ใช้เล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามเฉลี่ย 1,168.83 นาทีต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 19 ชั่วโมง 48 นาที ความถี่ในการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามเฉลี่ย 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้เล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์น้อยที่สุดคือ 20.01 น. – 24.00 น. สถานที่ที่ใช้เล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์น้อยที่สุดคือ ร้านอินเทอร์เน็ต คาเฟ่ ลักษณะการเล่นเกมของผู้บริโภค เล่นด้วยตนเอง และเล่นโดยใช้โปรแกรมช่วยเล่น และค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียเพื่อการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,329.38 บาทต่อเดือน

พวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549) ศึกษาความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ "ป๋าย่า" กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นสมาชิกผู้เล่นเกมออนไลน์ ป๋าย่าสุ้มมา 19,615 คน พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์ส่วนใหญ่เล่นเพื่อหาความบันเทิงแบบใหม่ๆ รองลงมาเพื่อพัฒนาความสามารถตัวเองให้ถึงขีดสุด ระยะเวลาในการเล่น 1 – 2 ปี นิยมที่จะเล่นเกมออนไลน์กับเพื่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะเล่นที่บ้าน รองลงมาเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาในการเล่น 5 – 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สำหรับความพึงพอใจ ผู้เล่นมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.698 นอกจากนี้ผู้เล่นมีความต้องการปรับปรุงด้านเนื้อหาของเกมนออนไลน์ป๋าย่ามากที่สุด

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ และพฤติกรรมของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ และองค์ประกอบด้านคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูล และแนวทางในการทำรอบงานวิจัย การตั้งสมมติฐาน และการทำแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางในการศึกษาถึงความต้องการเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ สำหรับในการทำตลาดการให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการทำ



กรอบงานวิจัย และ สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกม
แฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) และกลุ่มเป้าหมายต่อไป



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ ที่รู้จัก เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ ที่รู้จัก Flash Game Online เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 26) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

แทนค่า

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

Z = ความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% คือ $Z = 1.96$ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 26)

ค่าความคลาดเคลื่อน กำหนดให้คลาดเคลื่อนได้ 5% คือ $e = 0.05$ ซึ่งสามารถแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4 (0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากผลจากการคำนวณ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์เกมต่างๆ จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และ ความต้องการผู้บริโภค และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเกมคอมพิวเตอร์ และ Flash Game Online เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างทำกรอบแนวความคิด และแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา และทำการเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะ แล้วทำการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ คำถามแบบเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 4 ข้อ และเป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 ประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 2 ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ความถี่ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เฉลี่ยครั้ง / สัปดาห์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 5 เวลาที่ใช้ในการเล่นคอมพิวเตอร์ประมาณชั่วโมง / ครั้ง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ช่วงเวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 7 สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 10 ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบแสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 24 ข้อ

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความต้องการ	คะแนน
ความต้องการมากที่สุด	5
ความต้องการมาก	4
ความต้องการปานกลาง	3
ความต้องการน้อย	2
ไม่ต้องการ	1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความต้องการ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณ ช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{Interval} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{เมื่อ } R &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\
 C &= \text{จำนวนชั้น}
 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการของผู้บริโภค สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านนั้นๆในระดับมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านนั้นๆในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านนั้นๆในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านนั้นๆในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ไม่มีความต้องการด้านนั้นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาถึงความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. **ข้อมูลทุติยภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าในตำราวิชาการ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต และข้อมูลบางส่วนจากบริษัทที่ดำเนินธุรกิจให้บริการ และพัฒนาเกมออนไลน์
2. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์เกมต่างๆ จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ ตุลาคม 2552 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การจัดทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามได้ความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถแยกการวิเคราะห์ตามแบบสอบถามได้ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การแสดงผลเป็นความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การหาค่าความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมออนไลน์

ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1) กับ ความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) โดยใช้ Independent Sample t-Test

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 2-5) กับ ความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) สถิติที่ใช้ คือ One-Way Analysis of Variance

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกันมีความต้องการต้องเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) แตกต่างกันสถิติที่ใช้ คือ One-Way Analysis of Variance

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบสนองตามความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538: 182)

$$P = \frac{F (100)}{n}$$

เมื่อ	P	แทน ค่าร้อยละ (Percentage)
	f	แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าที่ได้จากการเอาผลรวมของข้อมูล ทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงรัตน์. 2546: 34-35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ X แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยตัวอย่าง
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คือรากที่สองของค่าแปรปรวนเพื่อใช้วัดการกระจายของข้อมูล (ประคอง กรรณสูตร. 2538: 73-74)

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S.D$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง (Summation of X^2)
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถาม

การเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เป็นการหาความคงที่ภายใน (Internal consistency) ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นการทดสอบก่อน (Pre-test) จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยวัดสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ใช้วัดความเชื่อถือได้หรือความสอดคล้องภายใน โดยจะทำการแบ่งคำถามเป็น 2 ส่วน เหมือนวิธีการแบ่งครึ่ง แต่จะทำการแบ่งครึ่งในทุกๆรูปแบบที่เป็นไปได้หลังจากนั้นจะหาค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละรูปแบบ แล้วจึงคำนวณหาค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 34-35)

$$\alpha = \frac{k \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}{1 + (k-1) \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนคำถาม
 covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
 variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาครั้งนี้จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

3.1 ค่า t -Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545: 135)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติของการแจกแจงแบบ t
 $\bar{x}_1 - \bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ
 $S_1^2 S_2^2$ แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ
 $n_1 n_2$ แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ

3.2 ค่า F -Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545: 135)

$$F = \frac{MSTrt}{MSE}$$

ซึ่งมีการแจกแจงแบบ F ด้วยองศาอิสระ k-1, n-k

โดยที่ $MSTrt$ (Mean Square for Treatment) = $SSTrt / (k - 1)$

MSE (Mean Square for Error) = $SSE / (n - k)$

เมื่อ $SSTrt$ แทน ความผันแปรระหว่างทรีทเมนต์

SSE แทน ความผันแปรภายในทรีทเมนต์เดียวกัน

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2544: 161)

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]} \quad \text{โดยที่ } n = \sum_{i=1}^k n_i$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2, n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความผันแปรภายในกลุ่ม

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Min	แทน	ค่าสูงสุดของข้อมูล
Max	แทน	ค่าต่ำสุดของข้อมูล
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-Distribution
Sig. (2-Tailed)	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน
F-ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prob., P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน(ความถี่) และร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	231	60.0
หญิง	154	40.0
รวม	385	100.0
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	32	8.3
อายุ 16 ปี – 20 ปี	53	13.8
อายุ 21 ปี – 25 ปี	99	25.7
อายุ 26 ปี – 30 ปี	147	38.2
อายุ 31 ปีขึ้นไป	54	14.0
รวม	385	100.0
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	12	3.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	26	6.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	57	14.8
อนุปริญญา/ปวส.	10	2.6
ปริญญาตรี	208	54.0
สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.7
รวม	385	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	65	16.9
5,001 – 10,000 บาท	65	16.9
10,001 – 15,000 บาท	93	24.2
15,001 – 20,000 บาท	53	13.7

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	109	28.3
รวม	385	100.0
อาชีพ		
นักเรียน	69	17.9
นิสิต / นักศึกษา	57	14.8
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	9.1
พนักงานบริษัทเอกชน	144	37.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	72	18.7
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	8	2.1
รวม	385	100.0

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรดังนี้

เพศ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40

อายุ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 26 – 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ อายุ 21 – 25 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 อายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อายุ 16 – 20 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

รายได้ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 มี

รายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และ มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7

อาชีพ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมา อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 อาชีพนักเรียน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 อาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และ ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

เนื่องจากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้าน ระดับการศึกษา สูงสุดและ อาชีพ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้าน ดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	105	27.3
ปริญญาตรี	208	54.0
สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.7
รวม	385	100.0
อาชีพ		
นักเรียน	69	17.9
นิสิต/นักศึกษา	57	14.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	9.1
พนักงานบริษัทเอกชน	144	37.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	80	20.8
รวม	385	100.0

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่) ซึ่งใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน โดยสามารถจำแนกตัวแปรได้ดังนี้

ระดับการศึกษา ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

อาชีพ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมา อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 อาชีพนักเรียน จำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9 อาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์

พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	n	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
ประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ (เดือน)	385	12	301	101.09	62.64

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์เฉลี่ย 101.09 เดือน หรือประมาณ 8 ปี 5 เดือน มีประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ต่ำสุด 12 เดือน หรือ 1 ปี และมีประสบการณ์ในการเล่นคอมพิวเตอร์สูงสุด 301 เดือน หรือ 25 ปี 1 เดือน

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด

ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกมออฟไลน์ (Offline Game)	98	25.5
เกมออนไลน์ (Online Game)	287	74.5
รวม	385	100.0

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ (Online Game) จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 ส่วนผู้ที่เล่นเกมออฟไลน์ (Offline Game) มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน

เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Age of Empires	2	0.5
Atlantica Online	7	1.8
Audition	30	7.8
Biotronic	2	0.5
Black Rogue	4	1.0
Cabal	5	1.3
Cafe World	4	1.0
Call Of Duty 4	4	1.0
Cooking dash	2	0.5
COS Online	1	0.3
Counter Strike	2	0.5
Country Story	6	1.6
Crazy Shooter Online	1	0.3
Diablo	1	0.3
Doom	2	0.5
DotA	23	6.0
Dungeon Siege Seed	2	0.5
ECO	2	0.5
Elements	2	0.5
EX3 Showdown	2	0.5
FarmVille	14	3.6
FIFA	4	1.0
Final Fantasy	3	0.8
Flash Game	6	1.6

ตาราง 6 (ต่อ)

เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Football manager 201	2	0.5
Freestyle	2	0.5
Friend for Sale	2	0.5
Happy Aquarium	3	0.8
Heroes of Newerth	2	0.5
Hip Street	1	0.3
Lineage II	15	3.9
Luna Online	2	0.5
Mafia wars	4	1.0
MapleStory	3	0.8
Mario	4	1.0
Mount & Blade	2	0.5
PangYa	2	0.5
Pet Society	2	0.5
Pinball	2	0.5
Plant vs Zombie	7	1.8
Pluzzle	2	0.5
Pocker	4	1.0
Point Blank	50	13.0
Prince Of Persia	2	0.5
Pro Evolution Soccer	8	2.1
Prototype	2	0.5
Ragnarok	5	1.3
Red Alert	6	1.6
Resident Evil	3	0.8
Restaurant City	8	2.1
Soccer Manager	2	0.5
Special Force	38	9.9
Sudden Attack	4	1.0
Sudoku	3	0.8

ตาราง 6 (ต่อ)

เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
TalesRunner	6	1.6
The Sims	21	5.5
Travian	3	0.8
Typing Maniac	2	0.5
Warcraft III	1	0.3
Wedo	2	0.5
Winning	2	0.5
World Of Warcraft	19	4.9
X-Shot	4	1.0
Yulgang	2	0.5
รวม	385	100.0

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุด 10 อันดับแรกพบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกม Point Blank จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รองลงมาเล่นเกม Special Force จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 Audition จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 DotA จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 the Sims จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 World Of Warcraft จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 Lineage II จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 FarmVille จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 Pro Evolution Soccer จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 Restaurant City จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

เนื่องจากข้อมูลของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน (จัดกลุ่มใหม่)

เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกมวางแผน (Strategy game)	46	11.9
เกมอาร์พีจี (RPG game or Role playing game)	70	18.2
เกมกีฬา (Spot Game)	59	15.3

ตาราง 7 (ต่อ)

เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกมเสมือนจริง (Simulation Game)	60	15.6
เกมต่อสู้ (Action Game)	113	29.4
เกมอื่นๆ ได้แก่ เกมผจญภัย เกมลับสมอง	37	9.6
รวม	385	100.0

หมายเหตุ เกมวางแผน (Strategy game) ได้แก่เกม Age of Empires, Doom, DotA, Heroes of Newerth, Plant vs Zombie, Red Alert, Travian และ Warcraft III เกมอาร์พีจี (RPG game or Role playing game) ได้แก่เกม Atlantica Online, Black, Rogue, Cabal, Country Story, Dungeon Siege Seed, Lineage II, Luna Online, MapleStory, Ragnarok, World Of Warcraft และ Yulgang เกมกีฬา (Spot Game) ได้แก่เกม Audition, FIFA, Football manager 201, Freestyle, Hip Street, PangYa, Pro Evolution Soccer, Soccer Manager, TalesRunner, Wedo และ Winning เกมเสมือนจริง (Simulation Game) ได้แก่เกม Cafe World, Cooking dash, FarmVille, Friend for Sale, Happy Aquarium, Mafia wars, Pet Society, Restaurant City และ The Sims เกมต่อสู้ (Action Game) ได้แก่เกม Call Of Duty 4, COS Online, Counter Strike, Crazy Shooter Online, ECO, EX3 Showdown, Point Blank, Prototype, Special Force, Sudden Attack และ X-Shot เกมผจญภัย ได้แก่เกม Diablo, Final Fantasy, Mario, Mount & Blade, Prince Of Persia และ Resident Evil เกมลับสมอง ได้แก่ Biotronic, Elements, Flash Game, Pinbll, Pluzzle, Pocker, Sudoku และ Typing Maniac

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดบ่อยของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมต่อสู้ (Action Game) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาเกม เกมอาร์พีจี (RPG game or Role playing game) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 เกมเสมือนจริง (Simulation Game) จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 เกมกีฬา (Spot Game) จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 เกมวางแผน (strategy game) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ เกมอื่นๆ ได้แก่ เกมผจญภัย เกมลับสมอง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตาราง 8 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูล
เกี่ยวกับความถี่ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

พฤติกรรมการเล่นเกมน คอมพิวเตอร์	n	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
ความถี่ในการเล่นเกมน คอมพิวเตอร์ (ครั้ง / สัปดาห์)	385	1.00	20.00	6.77	3.60

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อ
สัปดาห์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการ
เล่นเกมคอมพิวเตอร์เฉลี่ย 6.77 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความถี่ในการเล่น
เกมนคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ต่ำสุด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีความถี่ในการเล่นเกมน
คอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์สูงสุด 20 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 9 แสดงจำนวนตัวอย่าง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูล
เกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

พฤติกรรมการเล่นเกมน คอมพิวเตอร์	n	Min	Max	$\bar{x}$	S.D.
เวลาที่ใช้ในการเล่นเกมน คอมพิวเตอร์ (ชั่วโมง / ครั้ง)	385	0.30	12.00	3.52	2.49

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเวลาที่ใช้ในการเล่นคอมพิวเตอร์ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์
ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการเล่นเกมน
คอมพิวเตอร์เฉลี่ย 3.52 ชั่วโมงต่อครั้ง หรือประมาณ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง เวลาที่ใช้ในการเล่น
คอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำสุด 0.30 ชั่วโมงต่อครั้ง หรือ 30 นาทีต่อครั้ง และมีเวลาในการเล่น
เกมนคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อครั้งสูงสุด 12 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 10 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุด

ช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01 น. – 12.00 น.	9	2.3
12.01 น. – 16.00 น.	27	7.0
16.01 น. – 20.00 น.	93	24.2
20.01 น. – 24.00 น.	222	57.7
24.01 น. – 04.00 น.	34	8.8
รวม	385	100.0

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุดของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 16.01 น. – 20.00 น. จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 24.01 น. – 04.00 น. จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 12.01 น. – 16.00 น. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 08.01 น. – 12.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

เนื่องจากข้อมูลของช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุดของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงจำนวน(ความถี่)และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุด (จัดกลุ่มใหม่)

ช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์น้อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01 น. – 16.00 น.	36	9.3
16.01 น. – 20.00 น.	93	24.2
20.01 น. – 24.00 น.	222	57.7
24.01 น. – 04.00 น.	34	8.8
รวม	385	100.0

จากตาราง 11 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลของช่วงเวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์บ้อยที่สุดของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 16.01 น. – 20.00 น. จำนวน 93 คิดเป็นร้อยละ 24.2 เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 08.01 น. – 16.00 น. จำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลา 24.01 น. – 04.00 น. จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ้อยที่สุด

สถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ้อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน/ที่พักอาศัย	285	74.0
ที่ทำงาน	31	8.1
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	56	14.5
สถานศึกษา	13	3.4
รวม	385	100.0

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ้อยที่สุดของผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่บ้าน/ที่พักอาศัย จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ทำงาน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่สถานศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

เนื่องจากข้อมูลของสถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ้อยที่สุด มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ บ่อยที่สุด (จัดกลุ่มใหม่)

สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน/ที่พักอาศัย	285	74.0
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	56	14.5
สถานที่อื่นๆ ได้แก่ ที่ทำงาน/สถานศึกษา	44	11.5
รวม	385	100.0

จากตาราง 13 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ บ่อยที่สุดของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่บ้าน/ที่พักอาศัย จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาเล่น เกมที่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และสถานที่อื่นๆ ได้แก่ ที่ทำงาน/ สถานศึกษา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตาราง 14 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับการจ่ายเงินเพื่อเล่นเกม คอมพิวเตอร์

การจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยจ่าย	274	71.2
ไม่เคยจ่าย	111	28.8
รวม	385	100.0

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของผู้ที่เล่นเกม คอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยจ่ายเงินเพื่อเล่นเกม คอมพิวเตอร์ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 ส่วนผู้ที่ไม่เคยจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีจำนวน 111 คน คิดเป็น 28.8

ตาราง 15 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆยามว่าง	179	46.5
พบปะพูดคุยกับผู้อื่น	58	15.0
ตั้งกลุ่ม สมาคม หรือ สร้างสังคมย่อยๆ ภายในเกม	18	4.7
เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น	46	11.9
ปฏิบัติการกิจตาม Quest หรือ Mission ในเกม	23	6.0
เพื่อต้องการเล่นให้จบเกม	13	3.4
เพื่อพัฒนาทักษะและเก็บ Level ของตัวละครตามเป้าหมายที่ต้องการ	30	7.8
เก็บสะสมอุปกรณ์ Item ต่างๆ	8	2.1
มีความจำเป็นที่จะต้องเล่นเกมคอมพิวเตอร์เพื่อนำข้อมูลไปหารายได้ หรือประกอบอาชีพ	10	2.6
รวม	385	100.0

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ ของผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เพื่อพักผ่อน หออะไรทำเล่นๆยามว่าง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาเพื่อพบปะพูดคุยกับผู้อื่น จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 เพื่อพัฒนาทักษะและเก็บ Level ของตัวละครตามเป้าหมายที่ต้องการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เพื่อปฏิบัติการกิจตาม Quest หรือ Mission ในเกม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 เพื่อตั้งกลุ่ม สมาคม หรือ สร้างสังคมย่อยๆ ภายในเกม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 เพื่อต้องการเล่นให้จบเกม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 มีความจำเป็นที่จะต้องเล่นเกมคอมพิวเตอร์เพื่อนำข้อมูลไปหารายได้ หรือประกอบอาชีพ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และเก็บสะสมอุปกรณ์ Item ต่างๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

เนื่องจากข้อมูลของวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงจำนวน(ความถี่)และค่าร้อยละ ของข้อมูลของวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่)

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆยามว่าง	179	46.5
พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายใน เกมกับผู้อื่น	76	19.7
เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น	46	11.9
ปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่น ให้จบเกม	36	9.4
อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	48	12.5
รวม	385	100.0

จากตาราง 16 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เพื่อพักผ่อน หออะไรทำเล่นๆยามว่าง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาเล่นเพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตาราง 17 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์

ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	288	74.8
เพื่อน	70	18.2
คนในครอบครัว	21	5.5
เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ต	2	0.5
พนักงานจากบริษัทเกม	4	1.0
รวม	385	100.0

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาเพื่อนมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 คนในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 พนักงานจากบริษัทเกมมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และเจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

เนื่องจากข้อมูลผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงจำนวน(ความถี่)และค่าร้อยละ ของข้อมูลผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่)

ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	288	74.8
บุคคลอื่นรอบข้างได้แก่ เพื่อน/คนในครอบครัว/เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ต/พนักงานจากบริษัทเกม	97	25.2
รวม	385	100.0

จากตาราง 18 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (จัดกลุ่มใหม่) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาบุคคลอื่นรอบข้างได้แก่ เพื่อน/คนในครอบครัว/เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ต/พนักงานจากบริษัทเกมมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเล่นเกม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ที่แสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) มีการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ความต้องการด้านสุนทรีย์ ความต้องการด้านสังคม และ ความต้องการด้านการยกย่อง มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านคุณลักษณะของเกม แฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
การเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ผ่านทางผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่มีชื่อเสียง เช่น NC True/Asia soft ฯลฯ	3.02	1.20	ปานกลาง
ความง่ายของระบบการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์	3.55	0.95	มาก
ความรวดเร็วในการเข้าถึง และตอบสนองจาก Server	3.89	0.91	มาก
การจัดอันดับของผู้เล่นเกม แฟลช ออนไลน์	3.47	0.99	มาก
ระบบการพูดคุย ติดต่อนสื่อสารภายในเกม แฟลช ออนไลน์	3.36	0.94	ปานกลาง
การมีของรางวัลจากการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์	3.48	1.12	มาก
การมีค่าบริการ (เพื่อซื้อเวลาหรือแลกเงินภายในเกม)	2.81	1.24	ปานกลาง
การมีค่าของเงินในเกมแฟลช ออนไลน์ เพื่อเก็บสะสม และแลกซื้อของ	3.27	1.15	ปานกลาง

ตาราง 19 (ต่อ)

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
ระบบช่วยเล่นภายในเกมแฟลช ออนไลน์	3.37	1.08	ปานกลาง
มาตรฐานการให้บริการของพนักงาน	3.69	0.97	มาก
รวม	3.39	0.65	ปานกลาง

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีผลรวมความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามต้องการในระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการเข้าถึง และตอบสนองจาก Server รองลงมาคือมาตรฐานการให้บริการของพนักงาน ความง่ายของระบบการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ การมีของรางวัลจากการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ และ การจัดอันดับของผู้เล่นเกมแฟลช ออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.89, 3.69, 3.55, 3.48 และ 3.47 ตามลำดับ

ส่วนด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ที่ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามต้องการในระดับปานกลาง คือ ระบบช่วยเล่นภายในเกมแฟลช ออนไลน์ รองลงมาคือ ระบบการพูดคุย ติดต่อสื่อสารภายในเกมแฟลช ออนไลน์ การมีค่าของเงินในเกมแฟลช ออนไลน์ เพื่อเก็บสะสม และแลกเปลี่ยนของ การเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ผ่านทางผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่มีชื่อเสียง เช่น NC True/Asia soft ฯลฯ และ การมีค่าบริการ (เพื่อซื้อเวลาหรือแลกเงินภายในเกม) โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.37, 3.36, 3.27, 3.02 และ 2.81 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการ
เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านสุนทรีย์

ด้านสุนทรีย์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
ความสวยงามของการออกแบบฉาก และ ตัวละคร	3.94	0.84	มาก
ความสมจริงหรือการมีเนื้อหาอ้างอิงกับ นิยายที่มีอยู่จริง	3.58	0.97	มาก
ความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์	4.08	0.85	มาก
ความท้าทายความสามารถของผู้เล่นเกม แฟลช ออนไลน์	4.00	0.84	มาก
ความสามารถในการร่วมมือกันเล่นกับ ผู้อื่นภายในเกม แฟลช ออนไลน์	3.76	0.94	มาก
ความสามารถในการแก่งัดกันได้ภายใน เกม แฟลช ออนไลน์	3.47	1.00	มาก
ความเข้าใจของดนตรีและเสียงประกอบ เกมแฟลช ออนไลน์	3.60	0.92	มาก
รวม	3.78	0.62	มาก

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านสุนทรีย์ พบว่าผู้เล่นเกม
คอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีผลรวมความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ
3.78 เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

ด้านสุนทรีย์ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับมาก คือ
ความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์ รองลงมาคือ ความท้าทายความสามารถของผู้เล่น
เกมแฟลช ออนไลน์ ความสวยงามของการออกแบบฉาก และตัวละคร ความสามารถในการร่วมมือ
กันเล่นกับผู้อื่นภายในเกม แฟลช ออนไลน์ ความเข้าใจของดนตรีและเสียงประกอบเกมแฟลช
ออนไลน์ ความสมจริงหรือการมีเนื้อหาอ้างอิงกับนิยายที่มีอยู่จริง และ ความสามารถในการแก่งัดกัน
ได้ภายในเกม แฟลช ออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08, 4.00, 3.94, 3.76, 3.60, 3.58 และ 3.47
ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านสังคม

ด้านสังคม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่าน เกมแฟลช ออนไลน์	3.27	0.99	ปานกลาง
ความต้องการพบเพื่อนใหม่ผ่านแฟลช ออนไลน์	3.20	1.09	ปานกลาง
ความต้องการพบเพื่อนต่างเพศ เช่น ต้องการหาคู่หรือเพื่อนใหม่ที่เป็นเพศ ตรงข้าม	3.03	1.15	ปานกลาง
รวม	3.17	0.95	ปานกลาง

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านสังคม พบว่าผู้เล่นเกม คอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีผลรวมความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.17 เมื่อพิจารณารายชื่อจะเห็นได้ว่า

ด้านสังคม ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับปานกลาง คือ ความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมแฟลช ออนไลน์ รองลงมาคือ ความต้องการพบ เพื่อนใหม่ผ่านแฟลช ออนไลน์ และ ความต้องการพบเพื่อนต่างเพศ เช่น ต้องการหาคู่หรือเพื่อน ใหม่ที่เป็นเพศตรงข้าม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.20 และ 3.03 ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านการยกย่อง

ด้านการยกย่อง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ความต้องการได้รับความนับถือในเกม เช่น การเป็นผู้นำของการเล่นเกม แฟลช ออนไลน์	3.31	0.98	ปานกลาง
ความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การ มีระดับคะแนนที่สูงที่สุด	3.57	0.99	มาก

ตาราง 22 (ต่อ)

ด้านการยกย่อง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ความต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม เกมแฟลช ออนไลน์	3.39	1.00	ปานกลาง
ความต้องการมีชื่อเสียงในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์	3.38	1.07	ปานกลาง
รวม	3.41	0.87	มาก

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านการยกย่อง พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีผลรวมความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

ด้านการยกย่อง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับมาก คือ ความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ด้านการยกย่อง ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับปานกลาง คือ ความต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์ รองลงมาคือ ความต้องการมีชื่อเสียงในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์ และ ความต้องการได้รับความนับถือในเกม เช่น การเป็นผู้นำของการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 3.38 และ 3.31 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1:

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1: เพศที่ต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระต่อกัน (Independent Sample t – test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามเพศ

ความต้องการ	เพศ	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ชาย	3.41	0.672	0.437	0.662
	หญิง	3.38	0.632		
ด้านสุนทรีย์	ชาย	3.82	0.651	1.393	0.165
	หญิง	3.73	0.590		
ด้านสังคม	ชาย	3.32	0.882	3.748*	0.000
	หญิง	2.95	1.017		
ด้านการยกย่อง	ชาย	3.49	0.889	1.978*	0.049
	หญิง	3.31	0.834		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) และด้านสุนทรีย์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.662 และ 0.165 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) และด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการด้านสังคม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความ

ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศชาย มีความต้องการด้านสังคมมากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศหญิง

ความต้องการด้านการยกย่อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศชาย มีความต้องการด้านการยกย่องมากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 1.2: อายุที่ต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นามาวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่าง จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการต้องเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามอายุ

ความต้องการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านคุณลักษณะของ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15ปี	3.23	0.54	2.882*	0.023
	อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.49	0.73		
	อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.55	0.66		
	อายุ 26 ปี – 30 ปี	3.31	0.63		
	อายุ 31 ปีขึ้นไป	3.32	0.65		

ตาราง 24 (ต่อ)

ความต้องการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านสุนทรีย์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15ปี	3.63	0.77	2.043	0.088
	อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.69	0.52		
	อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.82	0.66		
	อายุ 26 ปี – 30 ปี	3.75	0.60		
	อายุ 31 ปีขึ้นไป	3.96	0.63		
ด้านสังคม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15ปี	2.83	0.97	12.553*	0.000
	อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.78	0.57		
	อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.43	1.00		
	อายุ 26 ปี – 30 ปี	2.96	0.86		
	อายุ 31 ปีขึ้นไป	2.89	1.01		
ด้านการยกย่อง	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15ปี	3.48	0.84	4.962*	0.001
	อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.70	0.54		
	อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.60	0.96		
	อายุ 26 ปี – 30 ปี	3.23	0.81		
	อายุ 31 ปีขึ้นไป	3.25	1.00		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความ
ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า
F-Prob. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง
(H_1) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online
Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ
Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 25

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.088 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์
(Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการด้านสังคม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 26

ความต้องการด้านการยอมรับ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 27

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามอายุ

อายุ		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	อายุ 16 ปี – 20 ปี	อายุ 21 ปี – 25 ปี	อายุ 26 ปี – 30 ปี	อายุ 31 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.23	3.49	3.55	3.31	3.32
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	3.23	-	-0.26 (0.073)	-0.32* (0.018)	-0.08 (0.525)	-0.09 (0.528)
อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.49		-	-0.06 (0.643)	0.18 (0.083)	0.17 (0.176)
อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.55			-	0.24* (0.006)	0.23* (0.045)
อายุ 26 ปี – 30 ปี	3.31				-	-0.01 (0.916)
อายุ 31 ปีขึ้นไป	3.32					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และ อายุ 31 ปี ขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และ อายุ 31 ปี ขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.24 และ 0.23

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามอายุ

อายุ		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 15ปี	อายุ 16 ปี – 20 ปี	อายุ 21 ปี – 25 ปี	อายุ 26 ปี – 30 ปี	อายุ 31 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	2.83	3.78	3.43	2.96	2.89
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15ปี	2.83	-	-0.95* (0.000)	-0.60* (0.001)	-0.13 (0.475)	-0.06 (0.759)
อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.78		-	0.35* (0.020)	0.82* (0.000)	0.89* (0.000)
อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.43			-	0.47* (0.000)	0.54* (0.001)
อายุ 26 ปี – 30 ปี	2.96				-	0.07 (0.656)
อายุ 31 ปีขึ้นไป	2.89					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี มีความ

ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.95 และ 0.60

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.35, 0.82 และ 0.89

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.47 และ 0.54

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามอายุ

อายุ		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 15ปี	อายุ 16 ปี – 20 ปี	อายุ 21 ปี – 25 ปี	อายุ 26 ปี – 30 ปี	อายุ 31 ปีขึ้นไป
	X	3.48	3.70	3.60	3.23	3.25
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	3.48	-	-0.22 (0.244)	-0.12 (0.484)	0.25 (0.135)	0.23 (0.228)
อายุ 16 ปี – 20 ปี	3.70		-	0.10 (0.485)	0.47* (0.001)	0.45* (0.006)
อายุ 21 ปี – 25 ปี	3.60			-	0.37* (0.001)	0.35* (0.015)
อายุ 26 ปี – 30 ปี	3.23				-	-0.02 (0.883)
อายุ 31 ปีขึ้นไป	3.25					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.47 และ 0.45

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.37 และ 0.35

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่าง จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความต้องการ	ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านคุณลักษณะของ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	0.645	4.874*	0.008
	ปริญญาตรี	3.44	0.653		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.18	0.644		
ด้านสุนทรีย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.67	0.593	4.485*	0.012
	ปริญญาตรี	3.77	0.686		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.95	0.442		
ด้านสังคม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.37	0.899	5.762*	0.003
	ปริญญาตรี	3.17	0.950		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.88	0.986		
ด้านการยกย่อง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.63	0.698	6.615*	0.001
	ปริญญาตรี	3.40	0.862		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.15	1.041		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 29

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 30

ความต้องการด้านสังคม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 31

ความต้องการยกย่อง มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 32

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{x}$	3.45	3.44	3.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	-	0.01 (0.902)	0.27* (0.007)
ปริญญาตรี	3.44		-	0.26* (0.003)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.18			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช

ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.27

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.26 ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{x}$	3.67	3.77	3.95
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.67	-	-0.10 (0.156)	-0.28* (0.003)
ปริญญาตรี	3.77		-	-0.18* (0.036)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.95			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.28

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้าน

สุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.18

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{x}$	3.37	3.17	2.88
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.37	-	0.20 (0.075)	0.49* (0.001)
ปริญญาตรี	3.17		-	0.29* (0.026)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.88			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.49

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.29

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{x}$	3.63	3.40	3.15
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.63	-	0.23* (0.030)	0.48* (0.000)
ปริญญาตรี	3.40		-	0.25* (0.032)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.15			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.23 และ 0.48

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.25

สมมติฐานข้อที่ 1.4: ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันได้

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่าง จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามระดับรายได้

ความต้องการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game))	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.29	0.68	2.826*	0.025
	5,001 – 10,000 บาท	3.48	0.63		
	10,001 – 15,000 บาท	3.50	0.69		
	15,001 – 20,000 บาท	3.49	0.64		
	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.26	0.61		
ด้านสุนทรีย์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.65	0.66	1.075	0.368
	5,001 – 10,000 บาท	3.87	0.62		
	10,001 – 15,000 บาท	3.80	0.65		
	15,001 – 20,000 บาท	3.76	0.52		
	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.79	0.64		

ตาราง 33 (ต่อ)

ความต้องการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านสังคม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.26	0.90	5.073*	0.001
	5,001 – 10,000 บาท	3.50	0.87		
	10,001 – 15,000 บาท	3.13	0.92		
	15,001 – 20,000 บาท	3.32	0.87		
	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	2.88	1.02		
ด้านการยกย่อง	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.47	0.86	6.717*	0.000
	5,001 – 10,000 บาท	3.82	0.65		
	10,001 – 15,000 บาท	3.45	0.77		
	15,001 – 20,000 บาท	3.33	0.67		
	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.15	1.05		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความ ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามระดับรายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 34

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.368 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการด้านสังคม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มี ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 35

ความต้องการยกย่อง มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 36

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามระดับรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.29	3.48	3.50	3.49	3.26
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.29	-	-0.19 (0.106)	-0.21* (0.043)	-0.20 (0.109)	0.03 (0.726)
5,001 – 10,000 บาท	3.48		-	-0.02 (0.786)	-0.01 (0.943)	0.22* (0.031)
10,001 – 15,000 บาท	3.50			-	0.01 (0.859)	0.24* (0.007)
15,001 – 20,000 บาท	3.49				-	0.23* (0.036)
ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป	3.26					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามระดับรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.26	3.50	3.13	3.32	2.88
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.26	-	-0.24 (0.143)	0.13 (0.408)	-0.06 (0.733)	0.38* (0.011)
5,001 – 10,000 บาท	3.50		-	0.37* (0.016)	0.18 (0.295)	0.62* (0.000)
10,001 – 15,000 บาท	3.13			-	-0.19 (0.253)	0.25 (0.060)
15,001 – 20,000 บาท	3.32				-	0.44* (0.006)
ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป	2.88					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.38

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.37 และ 0.62

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.44

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามระดับรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.47	3.82	3.45	3.33	3.15
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.47	-	-0.35 (0.019)	0.02 (0.869)	0.14 (0.349)	0.32* (0.015)
5,001 – 10,000 บาท	3.82		-	0.37* (0.007)	0.49* (0.002)	0.67* (0.000)
10,001 – 15,000 บาท	3.45			-	0.12 (0.395)	0.30* (0.012)
15,001 – 20,000 บาท	3.33				-	0.18 (0.214)
ตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป	3.15					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความ

ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.37, 0.49 และ 0.67

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.30

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5: อาชีพที่ต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่าง จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความถี่ความต้องการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านคุณลักษณะ ของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	นักเรียน	3.37	0.72	4.095*	0.003
	นิสิต/นักศึกษา	3.69	0.47		
	ข้าราชการ/พนักงาน	3.31	0.73		
	รัฐวิสาหกิจ	3.29	0.66		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.43	0.60		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	3.43	0.60		
	อาชีพ	3.43	0.60		
ด้านสุนทรีย์	นักเรียน	3.70	0.67	4.978*	0.001
	นิสิต/นักศึกษา	4.09	0.58		
	ข้าราชการ/พนักงาน	3.59	0.61		
	รัฐวิสาหกิจ	3.72	0.64		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.80	0.53		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	3.80	0.53		
	อาชีพ	3.80	0.53		
ด้านสังคม	นักเรียน	3.41	0.91	8.035*	0.000
	นิสิต/นักศึกษา	3.64	0.83		
	ข้าราชการ/พนักงาน	2.95	1.01		
	รัฐวิสาหกิจ	2.92	0.92		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.19	0.94		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	3.19	0.94		
	อาชีพ	3.19	0.94		

ตาราง 37 (ต่อ)

ความต้องการ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.	
ด้านการยกย่อง	นักเรียน	3.66	0.72	6.086*	0.000	
	นิสิต/นักศึกษา	3.78	0.87			
	ข้าราชการ/พนักงาน	3.28	0.93			
	รัฐวิสาหกิจ					
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.23	0.81			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.35	0.95			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความ
ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า F-
Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง
(H_1) ซึ่ง หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online
Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ
Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 38

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความ
ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least –
Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 39

ความต้องการด้านสังคม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความ
ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least –
Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 40

ความต้องการยกย่อง มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 41

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
	$\overline{x}$	3.37	3.69	3.31	3.29	3.43
นักเรียน	3.37	-	-0.32* (0.007)	0.06 (0.672)	0.08 (0.369)	-0.06 (0.614)
นิสิต/นักศึกษา	3.69		-	0.38* (0.008)	0.40* (0.000)	0.26* (0.021)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.31			-	0.02 (0.817)	-0.12 (0.400)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.29				-	-0.14 (0.125)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	3.43					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.38, 0.40 และ 0.26

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	$\overline{x}$	3.70	4.09	3.59	3.72	3.80
นักเรียน	3.70	-	-0.39* (0.001)	0.11 (0.398)	-0.02 (0.814)	-0.10 (0.325)

ตาราง 39 (ต่อ)

อาชีพ	นักเรียน	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	$\overline{x}$	3.70	4.09	3.59	3.72	3.80
นิสิต/นักศึกษา	4.09	-	0.50* (0.000)	0.37* (0.000)	0.29* (0.008)	
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.59		-	-0.13 (0.266)	-0.21 (0.097)	
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.72			-	-0.08 (0.362)	
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	3.80				-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.39

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการ

เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.50, 0.37 และ 0.29

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
	$\overline{x}$	3.41	3.64	2.95	2.92	3.19
นักเรียน	3.41	-	-0.23 (0.160)	0.46* (0.017)	0.49* (0.000)	0.22 (0.142)
นิสิต/นักศึกษา	3.64		-	0.69* (0.001)	0.72* (0.000)	0.45* (0.005)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.95			-	0.03 (0.858)	-0.24 (0.209)
พนักงาน บริษัทเอกชน	2.92				-	-0.27* (0.039)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	3.19					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.46 และ 0.49

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.69, 0.72 และ 0.45

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.27

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
	$\bar{x}$	3.66	3.78	3.28	3.23	3.35
นักเรียน	3.66	-	-0.12 (0.425)	0.38* (0.035)	0.43* (0.001)	0.31* (0.027)
นิสิต/นักศึกษา	3.78		-	0.50* (0.007)	0.55* (0.000)	0.43* (0.004)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.28			-	0.05 (0.732)	-0.07 (0.709)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.23				-	-0.12 (0.315)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	3.35					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/

พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.38, 0.43 และ 0.31

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการรยกอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.50, 0.55 และ 0.43

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2:

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการต้องเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1: ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระต่อกัน (Independent Sample t – test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น

ความต้องการ	ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	เกมออฟไลน์	3.20	0.53	-3.843*	0.000
	เกมออนไลน์	3.46	0.68		
ด้านสุนทรีย์	เกมออฟไลน์	3.71	0.63	-1.199	0.231
	เกมออนไลน์	3.80	0.62		
ด้านสังคม	เกมออฟไลน์	2.80	0.97	-4.613*	0.000
	เกมออนไลน์	3.30	0.92		
ด้านการยกย่อง	เกมออฟไลน์	3.22	0.96	-2.542*	0.011
	เกมออนไลน์	3.48	0.82		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออฟไลน์ มีความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.231 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการด้านสังคม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออฟไลน์ มีความต้องการด้านสังคม น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์

ความต้องการด้านการยกย่อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออฟไลน์ มีความต้องการด้านการยกย่อง น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์

สมมติฐานข้อที่ 2.2: การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระต่อกัน (Independent Sample t – test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามการชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

ความต้องการ	การชำระเงิน	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	เคยจ่าย	3.47	0.66	3.684*	0.000
	ไม่เคยจ่าย	3.21	0.60		
ด้านสุนทรีย์	เคยจ่าย	3.84	0.63	2.893*	0.004
	ไม่เคยจ่าย	3.63	0.61		
ด้านสังคม	เคยจ่าย	3.32	0.92	4.843*	0.000
	ไม่เคยจ่าย	2.81	0.94		
ด้านการยกย่อง	เคยจ่าย	3.56	0.79	5.240*	0.000
	ไม่เคยจ่าย	3.06	0.95		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามการชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เคยจ่ายเงินในการ

เล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีความต้องการด้านสุนทรีย์ มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

ความต้องการด้านสังคม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีความต้องการด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

ความต้องการด้านการยกย่อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีความต้องการด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

สมมติฐานข้อที่ 2.3: วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้นำมาวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่าง จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความถี่ความต้องการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

ความต้องการ	วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์	$\bar{x}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านคุณลักษณะ ของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆ	3.29	0.69	9.355*	0.000
	ยามว่าง				
	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่ม	3.78	0.54	3.25	0.67
	สมาคมหรือสังคมย่อยๆ				
	ภายในเกมกับผู้อื่น			3.28	0.43
	เพื่อแข่งขัน ทำประลอง	3.25	0.67		
	กับผู้อื่น			3.40	0.57
ด้านสุนทรีย์	ปฏิบัติภารกิจในเกมตาม	3.28	0.43		
	โจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/			3.75	0.67
	เล่นให้จบเกม				
	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสม	3.40	0.57	3.64	0.61
	ทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อ				
	สร้างอาชีพ			3.73	0.51

ตาราง 44 (ต่อ)

ความต้องการ	วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์	$\bar{x}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ด้านสังคม	พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆ	2.88	1.01	17.410*	0.000
	ยามว่าง				
	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่ม	3.87	0.57		
	สมาคมหรือสังคมย่อยๆ				
	ภายในเกมกับผู้อื่น				
	เพื่อแข่งขัน ทำประลอง	3.35	0.72		
	กับผู้อื่น				
	ปฏิบัติภารกิจในเกมตาม	3.14	0.91		
ด้านการยกย่อง	โจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/ เล่นให้จบเกม				
	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสม	3.01	0.88		
	ทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อ				
	สร้างอาชีพ				
	พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆ	3.18	0.95	7.501*	0.000
	ยามว่าง				
	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่ม	3.72	0.67		
	สมาคมหรือสังคมย่อยๆ				
	ภายในเกมกับผู้อื่น				
	เพื่อแข่งขัน ทำประลอง	3.73	0.52		
	กับผู้อื่น				
	ปฏิบัติภารกิจในเกมตาม	3.49	0.66		
	โจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/ เล่นให้จบเกม				
	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสม	3.47	0.99		
	ทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อ				
	สร้างอาชีพ				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความ ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 46

ความต้องการด้านสุนทรีย์ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.314 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการด้านสังคม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 47

ความต้องการยกย่อง มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่ง หมายความว่า วัตถุประสงค์ในการเล่น เกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 48

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆ	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมาย่อยๆภายในเกมกับผู้อื่น	เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น	ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	
	$\bar{x}$	3.29	3.78	3.25	3.28	3.40
พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆ	3.29	-	-0.49* (0.000)	0.04 (0.753)	0.01 (0.954)	-0.11 (0.262)
พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมาย่อยๆภายในเกมกับผู้อื่น	3.78		-	0.53* (0.000)	0.50* (0.000)	0.38* (0.001)
เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น	3.25			-	-0.03 (0.852)	-0.15 (0.256)
ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม	3.28				-	-0.12 (0.382)
อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	3.40					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.49

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.53, 0.50 และ 0.38

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมาย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น	เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น	ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับ มอบหมาย/เล่นให้จบเกม	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	
	$\bar{x}$	2.88	3.87	3.35	3.14	3.01
พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง	2.88	-	-0.99* (0.000)	-0.47* (0.002)	-0.26 (0.116)	-0.13 (0.368)
พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมาย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น	3.87		-	0.52* (0.002)	0.73* (0.000)	0.86* (0.000)
เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น	3.35			-	0.21 (0.288)	0.34 (0.068)
ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับ มอบหมาย/เล่นให้จบเกม	3.14				-	0.13 (0.521)
อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	3.01					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆ ยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.99 และ 0.47

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.52, 0.73 และ 0.86

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆยามว่าง	พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมน้อยๆภายในเกมกับผู้อื่น	เพื่อแข่งขันทำประลองกับผู้อื่น	ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม	อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	
	$\bar{x}$	3.18	3.72	3.73	3.49	3.47
พักผ่อนหาอะไรทำเล่นๆยามว่าง	3.18	-	-0.54* (0.000)	-0.55* (0.000)	-0.31* (0.046)	-0.29* (0.039)
พบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมน้อยๆภายในเกมกับผู้อื่น	3.72		-	-0.01 (0.944)	0.23 (0.190)	0.25 (0.111)
เพื่อแข่งขันทำประลองกับผู้อื่น	3.73			-	0.24 (0.211)	0.26 (0.137)
ปฏิบัติภารกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม	3.49				-	0.02 (0.896)
อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ	3.47					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ห่าอะไรทำเล่นๆยามว่าง กับ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ห่าอะไรทำเล่นๆยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง น้อยกว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ โดยมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.54, 0.55, 0.31 และ 0.29

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.4: ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

- H_0 : ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทำนายวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระต่อกัน (Independent Sample t – test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) รายด้าน จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์

ความต้องการ	ผู้ที่มีอิทธิพล	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ตัวเอง	3.39	0.64	-0.184	0.854
	บุคคลอื่นรอบข้าง	3.40	0.70		
ด้านสุนทรีย์	ตัวเอง	3.77	0.59	-0.229	0.819
	บุคคลอื่นรอบข้าง	3.79	0.72		
ด้านสังคม	ตัวเอง	3.15	1.00	-1.060	0.290
	บุคคลอื่นรอบข้าง	3.25	0.81		
ด้านการยกย่อง	ตัวเอง	3.40	0.88	-0.488	0.626
	บุคคลอื่นรอบข้าง	3.45	0.85		

จากตาราง 49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า

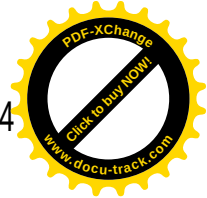
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และ ด้านการยกย่อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.854, 0.819, 0.290 และ 0.626 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และ ด้านการยกย่อง ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1:	
ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่าง กัน	
1.1 เพศ	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 อายุ	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ระดับการศึกษา	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 รายได้ต่อเดือน	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 50 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.5 อาชีพ	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2:	
ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการต่อเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน	
2.1 ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3 วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	สอดคล้องกับสมมติฐาน



ตาราง 50 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.4 ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์	
ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความต้องการด้านสุนทรีย์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านสังคม	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการยกย่อง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการให้สอดคล้อง และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสนใจ และเข้ามาเล่น เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ก่อให้เกิดการยอมรับในการพัฒนา เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) โดยฝีมือคนไทย หรือการเลือกให้บริการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญ สมมติฐานและวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้เพื่อศึกษาประเด็นเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
3. เพื่อศึกษาความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์
4. เพื่อศึกษาความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการเกมออนไลน์ในการขยายกลุ่มผู้เล่น โดยการพัฒนา หรือเลือกให้บริการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภคเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจ และกำลังตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

3. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับผู้สนใจในการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน
2. ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ ที่รู้จักเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ ที่รู้จัก Flash Online Game เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2545: 26) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์เกมต่างๆ จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ คำถามแบบเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 4 ข้อ และคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบแสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 24 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และความต้องการผู้บริโภค และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเกมคอมพิวเตอร์ และ Flash Game Online เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างทำกรอบแนวความคิด และแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา และทำการเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะ แล้วทำการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาถึงความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าในตำราวิชาการ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต และข้อมูลบางส่วนจากบริษัทที่ดำเนินธุรกิจให้บริการ และพัฒนาเกมออนไลน์

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์เกมต่างๆ จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ ตุลาคม 2552 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามได้ความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถแยกการวิเคราะห์ตามแบบสอบถามได้ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การแสดงผลเป็นความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การหาค่าความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ การหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1) กับ ความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) โดยใช้ Independent Sample t-Test

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 2-5) กับ ความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) สถิติที่ใช้ คือ One-Way Analysis of Variance

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น การชำระเงินในการเล่นคอมพิวเตอร์ วัตถุประสงค์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่น การชำระเงินในการเล่นคอมพิวเตอร์ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อที่ 2, 8 และ 10) กับ ความต้องการ

เกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) โดยใช้ Independent Sample t-Test

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ (แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อที่ 9) กับ ความต้องการเกมออนไลน์ประเภทเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Game Online) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3) สถิติที่ใช้ คือ One-Way Analysis of Variance

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง โดยการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

ส่วนที่ 2: การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เฉลี่ย 101.09 เดือน หรือประมาณ 8 ปี 5 เดือน ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด เกมออนไลน์ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน เล่นเกมแนวต่อสู้ (Action Game) จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 มีความถี่ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เฉลี่ย 6.77 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือ ประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เฉลี่ย 3.52 ชั่วโมงต่อครั้ง หรือ ประมาณ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุดในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด บ้าน / ที่พักอาศัย จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 เคยจ่ายเงินเพื่อการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมน

คอมพิวเตอร์ เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆยามว่าง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8

ส่วนที่ 3: การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) โดยวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ความต้องการด้านสุนทรีย์ ความต้องการด้านสังคม และ ความต้องการด้านการยกย่อง มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความรวดเร็วในการเข้าถึงตัวเกมแฟลช ออนไลน์ และการตอบสนองจาก Server ของเกมแฟลช ออนไลน์ ที่เล่น มีความต้องการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ด้านสุนทรีย์ พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80

ด้านสังคม พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ด้านการยกย่อง พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุดในการเล่นแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ส่วนที่ 4: การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1:

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1: เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2: อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4: รายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการเกม แฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5: อาชีพที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการเกม แฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2:

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการ ต้องเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1: ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2: การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า การชำระเงินในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.3: วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4: ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป และมีอาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาकर รัฐรัตน. (2550: 133) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมแร็กนาร์็อกออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 16 - 25 ปี อาชีพ

นักเรียน นักศึกษา ระดับการศึกษาปัจจุบันปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 ถึง 15,000 บาท

เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอาจเป็นผลมาจากเพศชายให้ความสนใจในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์มากกว่าเพศหญิง เพราะเพศชายมักชอบความท้าทาย การแข่งขัน การเอาชนะ จึงทำให้การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่จากผลการวิจัยยังพบว่าช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างจากผลงานวิจัยของ ธนากร รัชชรัตน์. (2550) อาจเป็นเพราะจากโครงสร้างประชากรในช่วงปี 2550 กับ 2552 มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยกลุ่มผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์หลักเดิม คือ นักเรียน นักศึกษา ได้ลดลงตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนไป อีกทั้งกำลังซื้อของกลุ่มผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์มีแนวโน้มชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจ ที่หดตัวพร้อมทั้งการพัฒนา และเลือกเกมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากเกมอื่นในตลาดมาให้บริการในประเทศ พร้อมทั้งการขยายกลุ่มผู้เล่นไปยังกลุ่มวัยทำงาน และวัยสูงอายุด้วยเกมแนวแคชชวล การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย การแสวงหารายได้จากช่องทางอื่น และการจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2552 : Online) ส่งผลให้ ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีช่วงอายุที่มากขึ้น เป็นวัยทำงานมากขึ้น และมีรายได้ที่สูงขึ้นจากเดิม

จากผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เดบรา ลีเบอร์แมน (Debra Lieberman. 1981: 94) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การอ่าน สื่อโทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ : รูปแบบการใช้สื่อของเด็ก และการบรรลุผลของการใช้สื่อ พบว่าการเล่นเกมคอมพิวเตอร์จะสัมพันธ์กับสภาพเศรษฐกิจและสังคม และสอดคล้องกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเล่นของเด็กที่ว่าการศึกษาของเด็กมีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกันจะส่งผลให้เด็กมีการเล่นต่างชนิดกัน เช่น ในครอบครัวที่บิดามารดามีฐานะดี ลูกๆจะเล่นเกมที่สิ้นเปลืองเงินมากในขณะที่ครอบครัวที่บิดามารดามีฐานะไม่ดี ลูกๆจะมีโอกาสได้ของเล่นน้อยมาก ในการเล่นเกมออนไลน์จำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่สามารถต่ออินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นการเล่นเกมออนไลน์จึงจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นไม่ว่าจะเป็นชั่วโมงอินเทอร์เน็ต หรือค่าใช้บริการคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ที่ไม่มียุคคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ในการเล่น ดังนั้นผู้เล่นส่วนใหญ่จะต้องค่อนข้างมีฐานะหรือมีความสามารถที่จะเล่นเกมออนไลน์ได้ ซึ่งก็พบว่ากลุ่มคนที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จึงมีรายได้สูง คือรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

2. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์เฉลี่ยประมาณ 8 ปี 5 เดือน ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุดคือเกมออนไลน์ โดยเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยส่วนใหญ่เล่นเกมแนวต่อสู้ (Action Game) ได้แก่ เกม Point Blank มีความถี่ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์เฉลี่ยประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์เฉลี่ยประมาณ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง เล่นเกมคอมพิวเตอร์

บอยที่สุดในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. สถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บอยที่สุด บ้าน / ที่พักอาศัย ส่วนใหญ่เคยจ่ายเงินเพื่อการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ เพื่อพักผ่อน หออะไรทำเล่นๆยามว่าง และตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเอแบคโพลล์ (2550 : Online). ได้ทำการสำรวจเรื่อง การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตในกลุ่มเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เคยเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตในช่วง 30 วันก่อนสัมภาษณ์ โดยประเภทของเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่ชอบเล่นมากที่สุด ส่วนใหญ่ชอบเล่นเกมต่อสู้ (Action Game) มีความถี่ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตทุกวันหรือเกือบทุกวัน ระยะเวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 1 นาทีต่อครั้ง ช่วงเวลาที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตบอยที่สุดในระหว่างวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 17.01-20.00 น. ในวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุด ช่วงเวลา 13.01-17.00 น. ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เหตุผลในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

เป็นที่น่าสังเกตว่าพฤติกรรมของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ค่อนข้างมีความใกล้เคียงกัน ได้แก่ ความถี่ ช่วงเวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ การใช้จ่ายเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์ วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ และผู้ที่มีอิทธิพลในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่ชอบเล่นกันมากที่สุดคือ เกมต่อสู้ (Action Game) ที่ผลจากการวิจัยออกมาเหมือนกัน ซึ่งให้เห็นว่าพฤติกรรมการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ยังคงนิยมเกมที่ใช้ความรุนแรง อาจจะเป็นผลมาจากปัจจัยด้านความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจ ชอบความท้าทาย และอยากเอาชนะ ของกลุ่มผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

3. ผลจากการศึกษาความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มีความต้องการในระดับปานกลาง ด้านสุนทรีย์ มีความต้องการในระดับมาก ด้านสังคม มีความต้องการในระดับปานกลาง และ ด้านการยกย่อง มีความต้องการในระดับมาก

การที่ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านสุนทรีย์ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) (Kotler. 2003: 196) ที่มนุษย์มีความต้องการด้านสุนทรีย์ (Aesthetic Needs) เพราะมนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม เนื่องจากความงามทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน ทำให้เกิดคุณค่าจากสิ่งที่ได้เห็น และทำให้เกิดจินตนาการ (Plato 472 -347 B.C) ดังนั้น ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ จึงเป็นสิ่งที่ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ต้องการมากเพราะการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ก็เหมือนกับการเข้าไปสู่อะไรในโลกของจินตนาการ ถ้าเกมคอมพิวเตอร์มีความสวยงามการสร้างความรู้สึกเพลิดเพลินจากความรู้สึกและการ

มองเห็นทำให้เกิดจินตนาการในการเล่นได้อย่างสนุกสนานมากขึ้นเช่นกัน ส่วนด้านการยกย่อง มีความต้องการในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) (Kotler, 2003: 196) ที่ความต้องการการยกย่องเป็นความต้องการขั้นสูง ได้แก่ความต้องการอำนาจ ความสำเร็จ ชื่อเสียง ความต้องการนี้เป็นการต้องการยกย่องส่วนตัว (Self Esteems)

ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่าความรวดเร็วในการเข้าถึงตัวเกมแฟลช ออนไลน์ และการตอบสนองจาก Server ของเกมแฟลช ออนไลน์ ที่เล่น มีความต้องการในระดับมาก สอดคล้องกับแนวความคิดของ Geoff Howland (2545: Online) เกี่ยวกับการสร้างเกมจะต้องคำนึงถึงการประมวลผลและการแสดงข้อมูลออกไประหว่างการเล่นเกมให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ และในการสร้างเกมออนไลน์ส่วนที่สำคัญ คือ Server เพราะเป็นส่วนที่ทำให้เกมสามารถเล่นเป็นแบบออนไลน์ได้ โดย Server คือคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการแก่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่น เช่น การส่งหรือรับอีเมล หรือการส่งเว็บเพจ ถ้าพบว่ามี การตอบสนองที่ช้าอาจจะส่งผลทำให้ผู้เล่นเกิดความไม่พอใจแล้วอาจจะเลิกเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ได้ ดังนั้นผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จึงมีความต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงตัวเกมแฟลช ออนไลน์ และการตอบสนองจาก Server ของเกมแฟลช ออนไลน์ ที่เล่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ พบว่าความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์ธร วงศ์รวาภิรักษ์ (2550: 81) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมนออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์นั้น เนื้อหาของเกม, ระบบเกม และกราฟฟิกเกม มีคะแนนสูงสุดเป็น 3 ลำดับแรก แสดงให้เห็นว่าความสนุกสนานของเกมเป็นสิ่งสำคัญยิ่งเกมมีความสนุกสนานมากเท่าไรก็ส่งผลให้มีผู้เข้ามาเล่นเกมมากขึ้นถือว่าการสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งนั้น พร้อมทั้งยังทำให้เกิดการบอกต่อหรือการชักชวนของผู้เล่นเกมด้วยตนเอง

ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม พบว่าความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร รัชชรัตน์. (2550: 134) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ในระดับมาก

ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง พบว่าความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุดในการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร รัชชรัตน์. (2550: 140) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมแร็กนาร์อ็อกออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับมากที่สุด โดย ต้องการความสำเร็จในเกม เช่นการมีระดับความสามารถของตัวละครภายในเกมสูงสุด ต้องการได้รับการยกย่องด้านความสามารถภายในเกม เช่น การมีทักษะในการใช้ความสามารถของตัวละครภายในเกม

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ดังนี้

4.1 เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 62) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติในการเล่นเกมนออนไลน์ป๋าย่าไม่แตกต่างกันคือ ในส่วนของการให้บริการของผู้ให้บริการ กิจกรรมภายในเกม ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ด้านสุนทรีย์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความเป็นไปได้เนื่องจาก ความต้องการด้านสุนทรีย์ เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นกับทุกเพศ คือความสนุกสนาน ความสวยงาม เพราะมนุษย์ทุกเพศชอบดูในสิ่งที่สวยงาม ชอบความสนุกสนาน ถ้ามนุษย์ไม่ต้องการก็คงไม่มีการแต่งหน้าแต่งตัว สินค้าต่างๆ คงไม่มีการออกแบบให้มีรูปทรงที่สวยงาม (Kotler. 2003: 196)

สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 45) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจต่อตัวละครในเกมออนไลน์ป๋าย่าไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับบทความของเบอร์นาร์ด (Bernard) มีแนวความคิดว่า ความเป็นชาย และความเป็นหญิงน่าจะมีลักษณะในหลายมิติ (Multidimensional) จึงได้วิเคราะห์องค์ประกอบของ ความเป็นชายและหญิงใน 5 องค์ประกอบ (ปรีชา อรุณสวัสดิ์. 2531: Online) ดังต่อไปนี้

1. สนใจในความงาม (Aesthetic Interest) ประกอบด้วยความสนใจในศิลปะ อักษร ศาสตร์และอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้า
2. สนใจในสิ่งที่ต้องใช้กำลัง (Manual and Physical) เช่น การประกอบอาชีพความ บันเทิงและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอันตราย
3. มีความอ่อนไหวสูง (Hypersensitivity) คือมีลักษณะของความกังวลหรือมีอาการ โรคจิตของความวิตกกังวล
4. ขี้อายและเก็บความรู้สึกในใจ (Timidity and Sentimentality) คือมีลักษณะของ ความคิดสูงในการพิจารณาผลกระทบต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวกับร่างกายภายนอก
5. ความหุนหันพลันแล่น (Temerity) คือกล้าแนะนำและเอะอะอีกที

ด้านสังคม พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศชาย มีความต้องการเกม แฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศหญิง

สอดคล้องกับบทความของ บาร์ซิลส์ วิลลิงส์ และวอทเทอร์ (Barzins, Willing and Watter) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของแบบทดสอบ Bem Sex Role Inventory ได้องค์ประกอบของ ความเป็นชายและความเป็นหญิงใน 7 องค์ประกอบ (ปรีชา อรุณสวัสดิ์. 2531: Online) โดย องค์ประกอบของลักษณะความเป็นชายอันดับแรก คือ ความมีอำนาจในสังคม (Social Ascendency) ประกอบด้วยความเป็นผู้นำ (Leader) แสดงความมีอำนาจเหนือ (Dominant) มี ลักษณะเป็นหัวหน้า (Forceful) มีความก้าวร้าว (Aggressive) ถืออภิสิทธิ์ (Assertive) และมี บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Strong Personalities) ส่วนองค์ประกอบของลักษณะความเป็นหญิงอันดับแรก คือ มีความผูกพันกับครอบครัว (Nurturant Affiliation) ประกอบด้วย มีความนุ่มนวล (Tender) เมตตากรุณา (Compassionate) ให้ความอบอุ่น (Warm) สุภาพอ่อนโยน (Gentle) เห็นอกเห็นใจ (Sympathetic) แสดงความรักใคร่ (Affectionate) มีความเข้าใจเพื่อนมนุษย์ (Understanding) และ อ่อนไหวต่อความต้องการต่าง ๆ (Sensitive to the needs of others)

ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิชนาคณ. (2549: 45) ศึกษาเรื่อง ความพึง พอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัย พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อสังคมในเกมออนไลน์ป๋าย่าไม่แตกต่างกัน

ด้านการยกย่อง พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์เพศชาย มีความ ต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพศหญิง

สอดคล้องกับบทความของ ผศ.ดร.จุฑาพรรค์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต เรื่องนำรู้ 7 ประการเกี่ยวกับความแตกต่างทางการสื่อสารและเพศ (ประชาชาติธุรกิจ. 2548 : 6) กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดย ผู้ชาย มีความสนใจในเรื่องความคิดและสิ่งของ เหตุการณ์ต่างๆ เช่น สถานการณ์บ้านเมือง กีฬา มักสนใจอย่างมากที่สุดในเรื่องสถานภาพ หน้าที่การงานและความทะเยอทะยานเป้าหมายส่วนตัว (personal ambition) มีความต้องการ (needs) อย่างสูงที่จะเป็นผู้นำในด้านต่างๆ เห็นได้ชัดว่าผู้ชายชอบให้คำแนะนำ (advice) หรือมีทักษะในการแก้ปัญหาได้ดี ส่วนผู้หญิง สนใจในเรื่องของความสัมพันธ์และผู้คนรอบข้าง สนใจที่จะประสานให้เกิดความลงตัวระหว่างความรับผิดชอบในการทำงานและครอบครัว เรียกได้ว่า ความรับผิดชอบทั้งหน้าที่การงานและครอบครัวต้องไปพร้อมๆ กัน มักต้องการความมั่นคงปลอดภัย การได้รับความยอมรับ การคุ้มครองหรือการรับประกันว่าได้มีความรู้สึกว่าเป็นผู้มีส่วนร่วม (inclusion) ในกิจการต่างๆ

4.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21ปี – 25ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี อายุ 26 ปี – 30 ปี และ อายุ 31 ปี ขึ้นไป ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าการเข้าใจในเทคโนโลยี และกระแสนิยมของวัยรุ่นที่ต้องการความบันเทิงรูปแบบใหม่ได้เป็นอย่างดี มากกว่ากลุ่มผู้เล่นที่มีอายุน้อยกว่าหรือมากกว่า

สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 45) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อเกมป๋าย่าแตกต่างกัน โดยผู้เล่นที่มีอายุ 19-24 ปี และ 25 ปีขึ้นไป จะมีความพึงพอใจต่อความยากของวิธีการเล่น ความเสถียรของเกม การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเล่นเกม (Bug) และราคาของไอเทมในเกม แตกต่างจากผู้เล่นที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปีและอายุ 13 – 18 ปี ที่มีความพึงพอใจต่อความยากของวิธีการเล่นเพียงอย่างเดียว

ด้านสุนทรีย์ พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน เพราะความต้องการด้านสุนทรีย์เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นกับทุกวัย คือความสนุกสนาน ความสวยงาม เพราะมนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม ชอบความสนุกสนาน พร้อมด้วยสินค้าต่างๆ ที่ออกมามีการออกแบบให้มีรูปทรงที่

สวยงามเหมาะสมตามแต่ละวัยของมนุษย์ (Kotler, 2003: 196) ดังนั้น ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในแต่ละช่วงอายุจึงมีความต้องการทางด้านสุนทรียที่เหมือนกัน

สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 45) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปิงย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นเกมที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อตัวละครในเกมออนไลน์ปิงย่าไม่แตกต่างกัน

ด้านสังคม พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 21 ปี – 25 ปี, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป

สอดคล้องกับคำกล่าวจากนักจิตวิทยา ที่ได้สรุปพฤติกรรมวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้ง่ายมากที่สุด พฤติกรรมเบี่ยงเบนของวัยรุ่นมีตั้งแต่ความเบี่ยงเบนระดับน้อย ๆ เช่น ดื้อรั้น ก้าวร้าว จนกระทั่งพฤติกรรมเบี่ยงเบนระดับสูง เช่น การกระทำ ผิดของเด็กและเยาวชน เนื่องมาจากความต้องการประการที่ 2 คือ (สุชา จันทน์เอม, ม.ป.ป.: online) ความต้องการทางสังคม เพราะวัยรุ่นเป็นสัตว์สังคมจึงต้องอยู่รวมกันเป็นสังคมแต่ละอย่างเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นความต้องการอันสูงสุดของวัยรุ่น เด็กวัยรุ่นต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการเป็นที่นับถือของเพื่อนฝูง ต้องการให้เพื่อนฝูงและคนอื่นรับรู้ว่าตนมีคุณค่า เด็กหนุ่มสาวจะพยายามทุกอย่างที่จะทำให้ตนเป็นผู้ใหญ่ หรืออย่างน้อยก็ทำท่าทางให้เหมือนผู้ใหญ่ ดังนั้น เราจะพบบ่อย ๆ ว่าเด็กหนุ่มสาวบางคนพยายามสูบบุหรี่ หรือดื่มเหล้าเพื่ออวดความเป็นผู้ใหญ่ของตน ส่วนผู้หญิงก็แอบสวมรองเท้าส้นสูง ทาปาก หรือแต่งกายให้เหมือนผู้ใหญ่

ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 45) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปิงย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี มีความพึงพอใจต่อสังคมในเกมออนไลน์ปิงย่ามากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 19 ปี -24 ปี และ 25 ปีขึ้นไป

ด้านการยกย่อง พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 16 ปี – 20 ปี มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 26 ปี – 30 ปี และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป

สอดคล้องกับคำกล่าวจากนักจิตวิทยา ที่ได้สรุปพฤติกรรมวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้ง่ายมากที่สุด พฤติกรรมเบี่ยงเบนของวัยรุ่นมีตั้งแต่ความเบี่ยงเบนระดับน้อย ๆ เช่น ดื้อรั้น ก้าวร้าว จนกระทั่งพฤติกรรมเบี่ยงเบนระดับสูง เช่น การกระทำ ผิดของเด็กและเยาวชน เนื่องมาจากความต้องการประการที่ 3 คือ (สุชา จันทน์เอม, ม.ป.ป.: online) ความ

ต้องการทางใจ เป็นความต้องการที่เกิดความคิดมั่นใจว่าตนจะมีชีวิตอยู่รอดได้แล้ว ซึ่งเป็นผลมาจากความคิดหรือเป็นพฤติกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ การต้องการความรัก ความมั่นคงปลอดภัย ความยกย่องนับถือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และความต้องการเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง

ความจริงความต้องการการยกย่องไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะในวัยรุ่นเท่านั้น หากแต่เป็นความต้องการที่จำเป็นต่อชีวิตของทุกคน ทุกวัย เพียงแต่ความต้องการการยกย่อง ในวัยรุ่นเมื่อประกอบกับลักษณะเร็ว-แรงอันเป็นธรรมชาติของวัยรุ่นแล้ว ทำให้เด่นชัดขึ้นอีกมากความต้องการให้เป็นที่ยอมรับนับถือ นั้นจะสืบส่งไปถึงความนิยมนับถือวีรบุรุษอีกต่อหนึ่ง วัยรุ่นมักจะมีวีรบุรุษประจำใจ และจะพยายามยึดถือและปฏิบัติให้ได้เหมือนวีรบุรุษในใจของเขา

4.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 46) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติในการเล่นที่แตกต่างกัน โดยผู้เล่นที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายและต่ำกว่า และระดับอนุปริญญา มีความพึงพอใจต่อความง่ายของวิธีการเล่น การให้บริการของผู้ให้บริการ กิจกรรมในเกม ความเสถียรของเกม การแก้ไข Bug ความสะดวกในการล็อกอิน และราคาไอเทมในเกม มากกว่าผู้เล่นที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า

ด้านสุนทรีย์ พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 46) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นเกมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อตัวละครในเกมออนไลน์ป๋าย่าไม่แตกต่างกัน โดยทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อตัวละครมากที่สุด

ด้านสังคม พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 46) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสังคมในเกมออนไลน์ป๋าย่าแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยม

ปลายและต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา มีความพึงพอใจต่อสังคมในเกมออนไลน์ปังยามากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า

ด้านการยกย่อง พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 57) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา: เกมออนไลน์ “ปังย่า” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในกิจกรรมการประกวด Decoration Contest และการประกวด Screenshot Pangya สารพัดคุณ 2 คุณ 2 ทั้งทำยบายบายปิดทอม ในเกมออนไลน์ปังย่า ไม่แตกต่างกัน โดยกิจกรรมที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ปังย่าพึงพอใจล้วนเป็นกิจกรรมที่ช่วยทำให้ผู้เล่นประสบความสำเร็จในเกมออนไลน์ปังย่า รวมถึงการประกวดทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มผู้เล่นถ้าได้รับรางวัลชนะเลิศย่อมส่งผลต่อความให้การยกย่องจากผู้อื่นได้เช่นกัน

4.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 49) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปังย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อเกมออนไลน์ปังย่าแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อความเสถียรของเกม และการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเล่นเกมอยู่ในระดับที่มากกว่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ที่ 5,001-9,500 บาท และมากกว่า 9,501 บาทขึ้นไป

ด้านสุนทรีย์ พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 49) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา: เกมออนไลน์ “ปังย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อตัวละครในเกมออนไลน์ปังย่าไม่แตกแตกต่างกัน

ด้านสังคม พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 49) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปังย่า” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ

ต่อสังคมในเกมออนไลน์ปิงย่าแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,001 – 9,500 บาท มีความพึงพอใจต่อสังคมในเกมออนไลน์ปิงย่ามากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 9,501 บาทขึ้นไป

ด้านการยกย่อง พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549: 57) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา: เกมออนไลน์ “ปิงย่า” ผลการวิจัยพบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ ในกิจกรรมการประกวด Decoration Contest และการประกวด Screenshot Pangya สารพัดคุณ 2 คุณ 2 ทั้งทำยาบบายปิดเทอม ในเกมออนไลน์ปิงย่า ไม่แตกต่างกัน โดยกิจกรรมที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าพึงพอใจล้วนเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้เล่นประสบความสำเร็จในเกมออนไลน์ปิงย่า รวมถึงการประกวดทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มผู้เล่นถ้าได้รับรางวัลชนะเลิศย่อมส่งผลต่อความให้การยกย่องจากผู้อื่นได้เช่นกัน

4.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

ดังนั้นจะเห็นว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในอาชีพอื่นๆ อาจจะเป็นไปได้ว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษา ก่อนข้างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ก่อนข้างสูงพร้อมด้วยเป็นวัยที่แสวงหาความรู้ ชอบของแปลกใหม่ จึงทำให้มีความต้องการให้คุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มาก ยิ่งคุณสมบัติตรงตามที่ต้องยิ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (ผู้จัดการ.2541: online) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศของวัยรุ่นไทย พบว่า วัยรุ่นไทย เกาะกระแสแฟชั่น และไม่ยึดติดใน

แบรนด์สินค้าอีกต่อไป ขอเพียงมีฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงกับความต้องการก็พร้อมจะตัดสินใจซื้อได้ทันที โดยนักเรียนนักศึกษาถือเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงกลุ่มหนึ่งของประเทศ โดยสังเกตได้จากงานแสดงสินค้าไอทีที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี จะพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน

ด้านสุนทรีย์ พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับบทความของ Kotler (2003: 196) ที่ว่าความต้องการด้านสุนทรีย์เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นกับทุกวัย คือความสนุกสนาน ความสวยงาม เพราะมนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม ชอบความสนุกสนาน พร้อมด้วยสินค้าต่างๆ ที่ออกมาให้มีการออกแบบให้มีรูปทรงที่สวยงามเหมาะสมตามแต่ละวัยของมนุษย์

ด้านสังคม พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

สังเกตได้ว่าผู้เล่นเกมที่มีอาชีพนักเรียน หรืออาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ เนื่องจากผู้ที่มีอาชีพนักเรียน หรืออาชีพนิสิต/นักศึกษา ถือว่าเป็นวัยของการเรียนรู้ เป็นกลุ่มเยาวชน ด้วยพฤติกรรมของเยาวชน หรือวัยรุ่น สอดคล้องกับคำกล่าวจากนักจิตวิทยา ที่ได้สรุปพฤติกรรมวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้ง่ายมากที่สุด พฤติกรรมเบี่ยงเบนของวัยรุ่นมีตั้งแต่ความเบี่ยงเบนระดับน้อย ๆ เช่น ดื้อรั้น ก้าวร้าว จนกระทั่งพฤติกรรมเบี่ยงเบนระดับสูง เช่น การกระทำผิดของเด็กและเยาวชน เนื่องมาจากความต้องการประการที่ 2 คือ (สุชา จันทน์เอม, ม.ป.ป.: online) ความต้องการทางสังคม เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงต้องอยู่รวมกันเป็นสังคมแต่ละอย่างเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นความต้องการอันสูงสุดของวัยรุ่น เด็กวัยรุ่นต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการเป็นที่นับถือของเพื่อนฝูง ต้องการให้เพื่อนฝูงและคนอื่นรับรู้ ว่าตนมีคุณค่า เด็กหนุ่มสาวจะพยายามทุกอย่างที่จะทำให้ตนเป็นผู้ใหญ่ หรืออย่างน้อยก็ทำท่าทางให้เหมือนผู้ใหญ่ ดังนั้น เราจะพบบ่อย ๆ ว่าเด็กหนุ่มสาวบางคนพยายามสูบบุหรี่ หรือดื่มเหล้า เพื่ออวดความเป็นผู้ใหญ่ของตน ส่วนผู้หญิงก็แอบสวมรองเท้าส้นสูง ทาปาก หรือแต่งกายให้เหมือนผู้ใหญ่

ด้านการยกย่อง พบว่าผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพนักเรียน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

สังเกตได้ว่าผู้เล่นเกมที่มีอาชีพนักเรียน หรืออาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีอาชีพอื่นๆ เนื่องจากผู้ที่มีอาชีพนักเรียน หรืออาชีพนิสิต/นักศึกษา ถือว่าเป็นวัยของการเรียนรู้ เป็นกลุ่มเยาวชน ด้วยพฤติกรรมของเยาวชน หรือวัยรุ่น สอดคล้องกับคำกล่าวจากนักจิตวิทยา ที่ได้สรุปพฤติกรรมวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้ง่ายมากที่สุด พฤติกรรมเบี่ยงเบนของวัยรุ่นมีตั้งแต่ความเบี่ยงเบนระดับน้อย ๆ เช่น ดื้อรั้น ก้าวร้าว จนกระทั่งพฤติกรรมเบี่ยงเบนระดับสูง เช่น การกระทำ ผิดของเด็กและเยาวชน เนื่องมาจากความต้องการประการที่ 3 คือ (สุชา จันทน์เอม, ม.ป.ป.: online) ความต้องการทางใจ เป็นความต้องการที่เกิดความคิดมั่นใจว่าตนจะมีชีวิตอยู่รอดได้แล้ว ซึ่งเป็นผลมาจากความคิดหรือเป็นพฤติกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ การต้องการความรัก ความมั่นคงปลอดภัย ความยกย่องนับถือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และความต้องการเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน มีความต้องการต้องเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

5.1 ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน พบว่า

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ มีความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม และด้านการยกย่อง น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ซึ่งสามารถเป็นไปได้เนื่องจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์เป็นการเล่นที่ไม่ต้องผ่านระบบการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ไม่พบกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเล่นเพียงคนเดียวบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งแตกต่างกับการเล่นเกมคอมพิวเตอร์แบบออนไลน์ ที่เป็นการเล่นเกมที่ต้องใช้การเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต จึงทำให้พบปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการเล่นคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การเชื่อมต่อกับ Server การให้บริการของพนักงาน ความยากง่ายของเกม รวมทั้งราคาในการให้บริการต่างๆ จึง

ส่งผลทำให้ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์มีความต้องการที่มากกว่า รวมทั้งการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ออนไลน์สามารถเล่นกันได้ครั้งละหลายๆคน มีการพบปะพูดคุยกับผู้เล่นคนอื่นๆได้ภายในเกมโดยไม่ต้องอยู่ที่เดียวกัน พร้อมทำให้เกิดความสัมพันธ์ก่อให้เกิดเป็นสังคมภายในเกมขึ้นมา ที่เรียกว่า Social Game (สุกรี แมนชัยนิมิต. 2552 : 66) ซึ่งสอดคล้องกับลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Kotler. 2003: 196) ระดับที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรัก และการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้ และการรับในเรื่องของความรัก ความต้องการนี้หมายถึงความต้องการเป็นเจ้าของ การเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับ ส่วนความต้องการการยกย่องภายในเกมจึงเป็นสิ่งที่ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ต้องการมาก คือต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุด ต้องการได้รับความนับถือในเกม เช่น การเป็นผู้นำของการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ต้องการมีชื่อเสียงในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์ และต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) (Kotler. 2003: 196) ระดับที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงได้แก่ความต้องการอำนาจ ความสำเร็จ ชื่อเสียง ความต้องการนี้เป็นการต้องการยกย่องส่วนตัว (Self Esteems)

ด้านสุนทรีย์ พบว่าประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นแตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษารูปแบบการเล่นเกมออนไลน์ของ Seounmi (2003: 108) ที่พบว่ากลุ่มที่เล่นเกมออนไลน์มีการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ความรู้สึกชอบเสี่ยง และการแสวงหาความสนุกสนานอยู่เสมอ

5.2 การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ การชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน พบว่า

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง พบว่าการชำระเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และด้านการยกย่อง แตกต่างกัน โดยผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่เคยจ่ายเงินในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ สอดคล้องกับสุกร เสรีรัตน์ (2545: 7 อ้างอิงจาก Walters. 1978: 6) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อน และ

หลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ “บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้า และบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด นอกจากนี้ บุคคลต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภค ด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ

1. กำหนดความต้องการของบุคคล หรือของกลุ่ม
2. แสวงหา และซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อผลประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์

โดยทั้งสามประเด็นสามารถเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคนที่แตกต่างกันได้ในเวลาเดียวกันจากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการชำระเงินในการเล่นคอมพิวเตอร์ คือการซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ จึงทำให้ ผู้ที่เคยจ่ายเงินเพื่อในการเล่นคอมพิวเตอร์จึงมีความต้องการในทุกด้านที่มากกว่าผู้ที่ไม่เคยจ่ายเพราะจะเกิดความคาดหวังว่าจะได้ของได้ในสิ่งที่คุ้มค่ากับการที่ได้จ่ายเงินไป

5.3 วัตถุประสงค์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า วัตถุประสงค์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่าวัตถุประสงค์ในการเล่นคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการในเกมนตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเกมแฟลช ขึ้นมาอีกชั้น โดยการสร้างให้เป็นลักษณะ

ของเกมออนไลน์ คือเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีระบบการเล่นที่ใหญ่ขึ้น ผู้เล่นสามารถเล่นได้มากกว่า 1 คน มีสังคม มีการโต้ตอบกัน

ในปัจจุบัน Flash Online Game เข้ามามีบทบาทมากกับสังคมในอินเทอร์เน็ต (Social Network) ถือได้ว่าเป็นการนำเกมที่เหมาะสมระหว่างเกมออนไลน์ และสังคมในอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน เรียกว่า Social Games ที่เป็นส่วนหนึ่งในการเชื่อมโยงให้มีผู้คนเข้ามาใช้บริการ เนื่องจาก Social Games เป็นเกมที่เล่นผ่าน Social Network เช่น Hi5 facebook หรือblog ต่างๆ ดังนั้นเกมที่จะนำมาใส่ได้ จะต้องเป็นเกมที่มีขนาดเล็ก พร้อมระบบการเล่นไม่ซับซ้อน ซึ่งนั่นก็คือ Flash Game จึงถูกนำมาพัฒนาให้กลายเป็น Social Games โดยระบบการเล่นนอกจากจะเป็นการทำคะแนนให้สูงๆ อย่างเดียวไม่พอ ในการเล่นจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กันเพื่อนที่อยู่ในสังคมของผู้เล่นนั้นๆอีกด้วย (playfish. 2552: Online)

ด้านสุนทรีย์ พบว่าวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวประกายทิพย์ นิยมรัฐ (2547: 98) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางจิตสังคม และความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. ผลการวิจัยกล่าวถึงพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์โดยเหตุผลในการเล่นเกมนิวเตอร์ส่วนใหญ่คำนึงถึงความสนุกสนาน ให้ความเพลิดเพลินบันเทิงมากที่สุด

ด้านสังคม พบว่าวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสังคม มากกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการกิจในเกมตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์เพื่อสร้างอาชีพ

สอดคล้องกับงานวิจัยของนางสาวประกายทิพย์ นิยมรัฐ (2547: 103) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางจิตสังคม และความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. ผลการวิจัยกล่าวว่า ด้านปัจจัยเพื่อนสนิทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ที่พบว่าเด็กที่มีเพื่อนสนิทมากจะเป็นกลุ่มที่มีความต้องการเพื่อวัตถุประสงค์ในการหาเพื่อนคุย หรือเล่นด้วยผ่านทางเกมออนไลน์ และกลุ่มเด็กที่เล่น

เกมออนไลน์ที่มีเพื่อนสนิทมากอยู่แล้วอาจมีกลุ่มเพื่อนสนิทที่เล่นด้วยจึงทำให้เกิดการเล่นเกมนออนไลน์ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของวัยรุ่นที่ต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนและวัยรุ่นจะเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเพื่อนสนใจเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ที่เล่นเกมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น จึงมีความต้องการทางด้านสังคมมากกว่าผู้ที่เล่นที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์

ด้านการยกย่อง พบว่าวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หวออะไรทำเล่นๆ ยามว่าง มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านการยกย่อง น้อยกว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะพูดคุย/ตั้งกลุ่มสมาคมหรือสังคมย่อยๆ ภายในเกมกับผู้อื่น, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น, ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติการในเกมนตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย/เล่นให้จบเกม และผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสมทักษะ/สะสมอุปกรณ์/เพื่อสร้างอาชีพ ซึ่งมีความเป็นไปได้เนื่องจาก การพักผ่อน คือ การหยุดพักระหว่างการทำงานเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดลดความเหน็ดเหนื่อย การพักผ่อนนั้นเป็นได้ทั้งการพักผ่อนเพื่อให้ร่างกายได้หยุดพักหลังจากการออกแรง การพักผ่อนชนิดนี้รวมถึงการนอนหลับ นอกจากนี้ การพักผ่อนก็หมายถึงความถึงการพักผ่อนจิตใจ คือ หยุดนึกหรือคิดถึงเรื่องใดๆ ที่คิดติดต่อนมาเป็นเวลานาน ด้วยการทำกิจกรรมที่ผ่อนคลาย เพลิดเพลิน อาจจะเป็นฟังเพลง ทำสมาธิ เล่นกีฬา เล่นเกม เป็นต้น (หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์. 2550 : Online) ดังนั้นการเล่นเกมคอมพิวเตอร์เพื่อการพักผ่อน หวออะไรทำเล่นๆ ยามว่าง จึงทำให้มีความต้องการด้านการยกย่องน้อยกว่าประเภทอื่น

5.4 ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในแต่ละรายด้าน พบว่า

ผู้ที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ แตกต่างกัน มีความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ด้านสุนทรีย์ ด้านสังคม และ ด้านการยกย่อง ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ โซโลมอน (Solomon, 1996: 7) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่างๆ ที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและปรารถนาต่างๆ ได้รับความพอใจ ซึ่งในการเลือกตัดสินใจเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) จากผู้มีอิทธิพลไม่ว่าจากตัวของผู้เล่นเลือกตัดสินใจเอง หรือ

จากการชักชวน บอกต่อของบุคคลรอบข้าง แต่ด้วยพฤติกรรมการตัดสินใจแล้วย่อมมีการหาข้อมูลหรือทดสอบก่อนการตัดสินใจเล่นจริงว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นเองได้หรือไม่ ดังนั้นผู้มีอิทธิพลที่แตกต่างกันจึงส่งผลต่อความต้องการในแต่ละด้านของ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป และมีอาชีพพนักงานเอกชน ดังนั้นผู้ประกอบการให้บริการเกมแฟลช ออนไลน์ หรือผู้ที่ต้องการพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ ควรจะนำเสนอรูปแบบของเกมแฟลช ออนไลน์ หรือการสร้างสรรคเกมแฟลช ออนไลน์ พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว พร้อมด้วยจากผลการทดสอบสมมติฐานโดยเพศชายส่วนใหญ่มีความต้องการทางด้านสังคมและการยกย่องที่มากกว่า ดังนั้นการนำเสนอเกมแฟลช ออนไลน์ ควรเน้นในส่วนของ การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และการแสดงระดับความสามารถให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่นผู้เล่นมีระดับความสามารถสูงสุดในเกมก็อาจจะมีการสร้างสัญลักษณ์ที่ตัวละครของผู้เล่น หรือมีการโปรโมทผู้เล่นในหน้าเว็บไซต์ เพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจ และสามารถดึงดูดให้กลุ่มผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเข้ามาเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเกม หรือผู้พัฒนาเกมควรจัดรูปแบบเกมและกิจกรรมเพื่อดึงดูดผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มดังกล่าวด้วย เช่น การนำเสนอเกมที่เข้าถึงกลุ่มผู้หญิงมากขึ้นโดยมีการออกแบบเกม หรือเลือกเกมที่มีความน่ารัก ความสวยงาม ระบบการเล่นที่มีความเข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น มีปุ่มบังคับในการเล่นใช้เพียงปุ่มเดียว ได้แก่เกมทำอาหาร เกมแต่งตัว หรือเกมเต้น เป็นต้น ถ้าต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักเรียน กลุ่มนิสิต/นักศึกษา โดยพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มนี้มีความต้องการทุกด้านที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้นในการนำเสนอเกมแฟลช ออนไลน์ จะต้องตอบสนองทุกความต้องการ ซึ่งเป็นไปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มีลักษณะการเบี่ยงเบนของพฤติกรรมซึ่งเป็นลักษณะของวัยรุ่นที่ต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ความรุนแรง การต้องการทางสังคม และการยกย่อง เช่นเกมแนวต่อสู้จะค่อนข้างเหมาะกับกลุ่มนี้ แต่ถ้าเลือกการนำเสนอเกมที่สามารถตอบโต้ได้กับทุกเพศ ทุกวัย โดยมีการเลือกหรือพัฒนาเกม ที่มีลักษณะเป็นกลางๆ เล่นง่าย ไม่รุนแรง สร้างความเพลิดเพลิน เช่นเกมสร้างเมือง สามารถที่จะมาแสดงเมืองของตัวเองให้คนอื่นได้เห็นได้ หรือเกมที่ใช้เวลาในการเล่นไม่นานจบภายในครั้งเดียวที่เล่น เพื่อเป็นการขยายกลุ่มของผู้เล่นให้กว้างขึ้นและยังเป็นการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันในตลาดเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์

2. ผลจากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรม ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ประมาณ 8 ปี 5 เดือน ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นเป็นประจำมากที่สุด เกมออนไลน์ เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบันคือเกม Point Blank ซึ่งเป็นเกมแนวต่อสู้ (Action Game) มีความถี่ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ประมาณ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ประมาณ 4 ชั่วโมงต่อครั้ง เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุดในช่วงเวลา 20.01 น. – 24.00 น. สถานที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุดที่บ้าน/ที่พักอาศัย เคยจ่ายเงินเพื่อการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์เพื่อพักผ่อน หาอะไรทำเล่นๆยามว่าง และตัวผู้เล่นเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ จะสังเกตได้ว่าข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่สอดคล้อง โดยเกมที่ยังคงเป็นที่นิยมในการเล่นของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์คือเกมแนวต่อสู้ (Action Game) ซึ่งส่งผลให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้เล่นเกมยังคงความนิยมเกมที่ใช้ความรุนแรง ดังนั้นการเลือกเกมแนวต่อสู้ (Action Game) เข้ามาแข่งขันในตลาดยังคงสามารถแข่งขันในตลาดเกมออนไลน์ได้ แต่ในการเลือกเกมแนวต่อสู้ (Action Game) จะต้องมีการคำนึงถึงกฎระเบียบของสังคมที่ได้กำหนดเรตติ้งของเกมที่มีความรุนแรงด้วย และจะต้องมีมาตรการการแก้ปัญหาที่เกิดจากเกมที่มีความรุนแรงควบคู่กับการให้บริการเกมแนวต่อสู้ ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ในการทำธุรกิจเกม การยอมจ่ายเงินของผู้เล่นก็เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้เล่นที่ยอมจ่ายเงินเพื่อในการเล่นเกมมีความต้องการทุกด้านได้แก่ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ควรมีระบบที่ได้มาตรฐาน การติดต่อกับระบบได้ง่ายไม่รอนาน ไม่หลุดบ่อย มีการบริการที่ดีสามารถตอบปัญหาของลูกค้าที่เกิดขึ้นได้ พร้อมทั้งมีกิจกรรมต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้เล่นรู้สึกว่ภายในเกมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้านสุนทรีย์ ควรมีภาพ เสียง และเนื้อหาของเกมที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน เช่น เกมแนวแฟนตาซีโจรสลัด การสร้างฉาก ตัวละคร ต่างๆ ก็ควรเลือกเป็นแบบการ์ตูน อาจจะเป็นภาพสองมิติ หรือสามมิติ ก็ได้ สร้างบรรยากาศแบบโจรสลัดมีเรือ มีท้องทะเล ตัวละครใส่ชุดโจรสลัด เพลงประกอบที่ตื่นเต้น เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศให้น่าสนใจในการเล่น ด้านสังคม ควรมีการพัฒนาให้เกิดเป็นลักษณะของ Social Network มากขึ้น โดยลูกเล่นในการพูดคุยให้ใกล้เคียงกับการพูดจริง ๆ เช่น มีสัญลักษณ์แสดงประกอบอารมณ์ มีการส่งของขวัญให้กันได้ มีการสร้างกลุ่มเพื่อนสนิท มีการเตือนวันสำคัญต่างๆในกลุ่มเพื่อน อาจจะใช้วิธีการแจ้งผ่านทาง e-mail หรือ กลองจดหมายภายในเกม และด้านการยกย่อง อาจจะมี Item เพื่อสร้างขีดความสามารถให้ผู้เล่นสูงขึ้น โดยช่วงแรกจะแจกให้ใช้ Item ให้ฟรี เพื่อเป็นการทดลองใช้ จากนั้นก็ต้องจ่ายเงินซื้อ พร้อมทั้งมีการโปรโมทตัวของผู้เล่นนั้นๆ โดยมีการแสดงสัญลักษณ์ที่ตัวละครของผู้เล่น หรือมีการโปรโมทผ่านทางเว็บไซต์ของเกมนั้นๆ ได้เช่นกัน

3. ผลจากการศึกษาความต้องการ เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ในความต้องการ 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ความต้องการด้านสุนทรีย์ ความต้องการด้านสังคม และ ความต้องการด้านการยกย่อง มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความรวดเร็วในการเข้าถึงตัวเกมแฟลช ออนไลน์ และการตอบสนองจากเซิร์ฟเวอร์ (Server) ของเกมแฟลช ออนไลน์ ที่เล่น มีความต้องการในระดับมาก และจากผลการทดสอบสมมติฐานมีกลุ่มของนิสิต/นักศึกษา มีความต้องการทางด้านนี้มากกว่ากลุ่มอื่น เพราะกลุ่มนิสิต/นักศึกษาค่อนข้างจะมีความรู้เกี่ยวกับระบบต่างๆ ภายในเกมค่อนข้างมาก และมักจะเกิดปัญหาในการเล่นค่อนข้างสูง ดังนั้นในการพัฒนา หรือเลือกเกมที่จะมาให้บริการนั้นจะต้องมีการวางแผนถึงระบบงานให้มีประสิทธิภาพ มีทีมงานที่พร้อมที่จะให้บริการไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเซิร์ฟเวอร์ (Server) ที่สามารถรองรับผู้เล่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความง่ายของระบบในการเล่นไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้คำแนะนำหรือตอบคำถามจากพนักงานที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้การเล่นของผู้เล่นมีความประทับใจกับการให้บริการเกมนั้นๆ ซึ่งส่งผลทำให้ผู้เล่นเลือกที่จะเล่นเกมแล้วยังมีผลต่อการไปชักชวนผู้อื่นมาร่วมเล่นอีกด้วย

ด้านสุนทรีย์ พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก ดังนั้นในการเลือกให้บริการ หรือพัฒนาเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) เนื้อหาของเกมมีความสำคัญมาก โดยเนื้อหาจะต้องมีความสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ มีสิ่งที่จะชวนให้เกิดความท้าทายอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในส่วนนี้เองเป็นปัจจัยสำคัญมากของกระบวนการพัฒนาเกมไม่ว่าจะเป็นเกมออฟไลน์ หรือ ออนไลน์ การกำหนดโครงสร้างของเกมด้วยรูปแบบของเนื้อหาของเกม รูปแบบการเล่น ภาพที่จะนำเสนอออกมา พร้อมทั้งเสียงที่นำมาใช้ในเกม ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความสุนทรีย์ให้เกิดขึ้นในการเล่น ยิ่งมีความโดดเด่นมากเท่าไร หรือมีความแปลกแตกต่างไม่เหมือนกับเกมในตลาด ยิ่งสามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้เล่นหันมาให้ความสนใจได้เช่นกัน ประกอบกับปัจจุบันอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์มีแนวโน้มเติบโต และอาจกลายมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไทยโดยมีแนวคิดสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศ และระดับอุตสาหกรรม โดยเป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น

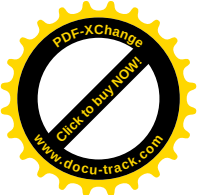
ด้านสังคม พบว่า ผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับปานกลาง ความต้องการทางด้านสังคมกับเกมออนไลน์ถือว่าเป็นสิ่งที่ผูกติดกันมาตั้งแต่เริ่มมีการให้บริการเกมออนไลน์ขึ้นมา ถึงแม้ว่าจากผลวิจัยจะมีความต้องการในระดับปานกลาง ถึงอย่างไรการให้ความสำคัญกับการสร้างสังคมในเกมก็ยังคงมีความสำคัญกับผู้เล่นเกมออนไลน์อยู่เสมอ โดยจากผลการทดสอบสมมติฐานผู้เล่นที่มีความต้องการทางด้านสังคมเป็นกลุ่มนักเรียน นิสิต/นักศึกษา ยังคงมีความต้องการอยู่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ถ้าต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ ผู้ให้บริการ หรือพัฒนาเกมออนไลน์ควรคำนึงถึงการติดต่อสื่อสารในระบบให้มีความง่ายขึ้น และมีความชัดเจนขึ้นในการพูดคุย หรือมีลูกเล่นต่างๆ ในการสนทนา การแสดงท่าทางของตัวละคร ซึ่งจะทำให้การพูดคุยในเกมมีความสมจริงมากขึ้น รวมทั้งการจัดกิจกรรมขึ้นภายในเกม โดยมีกิจกรรมที่ร่วมกันเล่นกับเพื่อนๆ ในเกม เช่น การส่งของขวัญให้กับเพื่อนตามจำนวนที่กำหนดแล้วจะได้รับของรางวัลจากทางเกม หรือการรวมกลุ่มกับเพื่อนเพื่อปฏิบัติตามภารกิจที่ตัวเกมได้กำหนด เป็นต้น

ด้านการยกย่อง พบว่าผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุดในการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ มีความต้องการในระดับมาก ดังนั้นในการเลือกให้บริการ หรือพัฒนา เกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ควรมีการสร้างกิจกรรมต่างๆ เข้าไปในเกม เพื่อให้เกิดการแข่งขัน การทำภารกิจ และการให้รางวัล พร้อมการได้รับการโปรโมทเมื่อผู้เล่นสามารถสร้างความสำเร็จได้ภายในเกม เช่น มีการพัฒนาระดับความสามารถของตัวละครขึ้นมาอีก 1 ชั้น หรือ มีการแข่งขันชนะ อาจจะมีการโปรโมทผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของเกมทีให้บริการ หรือจะเป็นการแสดงสัญลักษณ์ให้ผู้เล่นในเกมได้เห็นถึงการประสบความสำเร็จของผู้เล่นนั้นๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมนบน Facebook ของผู้เป็นสมาชิก Facebook เพื่อทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการเล่นเกมนของผู้เล่น Facebook มากขึ้นเนื่องจาก Facebook ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการให้บริการและพัฒนาเกมออนไลน์ของไทยถือว่าเป็นช่องทางใหม่ที่ผู้แข่งขันในตลาดเกมออนไลน์กำลังให้ความสนใจ

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบ ระหว่างพฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์ เทียบกับพฤติกรรมการเล่นเกมนบน Facebook ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้น และเพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะเล่นเกมแบบไหน



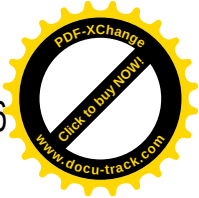
บรรณานุกรม



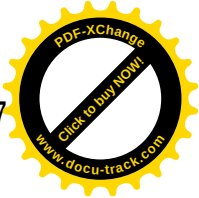
บรรณานุกรม

- เกมโจรสลัดเรือมหาประลัย2009. (2552). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก
<http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/949.aspx>
- เกมจับคู่ฮูฮ่า. (2551). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก
<http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/533.aspx>
- เกม Country Story. (2552). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก
<http://apps.facebook.com/countrystory/>
- เกม Restaurant City. (2552). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก
<http://apps.facebook.com/restaurantcity/>
- เกม Rocket Strike Force. (2551). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก
<http://www.hitsplay.com/flashgame/playgameflash/594.aspx>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- , (2545). การวิเคราะห์เชิงปริมาณ. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- , (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กীরติ บุญเจือ. (2522). ปรัชญาศิลปะ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2548, ธันวาคม). เรื่องน่ารู้ 7 ประการ เกี่ยวกับความแตกต่าง
ทางการสื่อสารและเพศ. *ประชาชาติธุรกิจ*. (3752): 6
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542) . การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการ
พิมพ์.
- ณัฐวุฒิ กิจเจริญธรรม; พรจันทร์ ภิรมย์ราช. (2549). รายงานความก้าวหน้าโครงการ ครั้งที่ 1 เกม
อังกฤษมหาสนุก English Puzzle. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทวีเกียรติ ไชยยังยศ. (2538). สุนทรียะทางทัศนศิลป์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โครงการตำราคณะ
ศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ธนาคาร รัชชรัตน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ (Ragnarok
Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

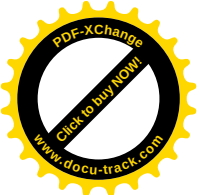
- ประกายทิพย์ นิยมรัฐ. (2547). ปัจจัยทางจิตสังคมและความรู้สึกแสวงหาสิ่งตื่นเต้นเร้าใจ ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สุขภาพจิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ประคอง กรรณสูตร. (2538). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์.
- ปรีชา อรุณสวัสดิ์. (2531). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นชายและความเป็นหญิง สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2553, จาก www.watpon.com
- พงศ์ธร วงศ์วาริวัฑ์ (2550). ความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549). ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า”. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูรย์ พัฒน์ใหญ่ยิ่ง. (2541). สุนทรียศาสตร์: แนวความคิด ทฤษฎี และการพัฒนา. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- มลลิกา บุณนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัส พิสุทธิรัตนานนท์. (2546). สุนทรียศาสตร์เบื้องต้น. เอกสารและตำรามหาวิทยาลัยทักษิณราชบัณฑิตยสถาน. (2530). พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: บริษัทเพื่อนพิมพ์.
- (2532). พจนานุกรมศัพท์ศิลปกรรม (ฉบับราชบัณฑิตยสถาน). กรุงเทพฯ: บริษัทการพิมพ์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2537). มนุษย์กับความงาม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; สุภา เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุภา เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.
- (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส.



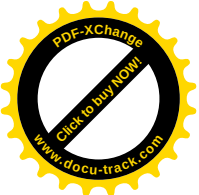
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2552). เกมออนไลน์ปี'52 : เติบโตในอัตราที่ชะลอลง. มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2477. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2552, จาก www.kasikornresearch.com
- . (2552). ดิจิทัลคอนเทนต์ฮับ หนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไทย. มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2586. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก www.kasikornresearch.com
- ศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. (2541). พฤติกรรมการบริโภคสินค้าในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศของวัยรุ่นไทย. ผู้จัดการ. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2553, จาก <http://www.tlcthai.com>
- สุกรี แมนชัยนิมิต. (2552, มีนาคม). *Tipping Point. Positioning Magazine*. (058): 66.
- สุชา จันทน์เอม. (ม.ป.ป.). พฤติกรรมวัยรุ่น. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2553, จาก <http://saw01.blogspot.com>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และ ไซเท็กซ์.
- . (2547). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2007). *การเล่นเกมคอมพิวเตอร์และเกมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตในกลุ่มเยาวชน*. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2552, จาก www.abacpoll.com
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ รหัส 3564905 = Business Research*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Debra Lieberman. Reading. (1981). *Television and Computer: Children's Patterns of Media Use and Achievement*. California: Sage Publication Inc.
- Geoff Howland. (2545). *The Basic Game Loop*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2552, จาก www.gamedev.net
- Hoyer, Wayne D and Macinnis, Deborah J. (1997). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kotler ,Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Boven, John; & Makens, James. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice – Hall.
- Loudon, David and Bitta, Albert. 1988. *Consumer Behavior : Concepts and Applications*. 3 rd. ed. New York : McGraw Hill.
- Playfish. (2550). *Social Games*. <http://www.playfish.com>
- Schiffman, Leon G.; & Leslie, Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.



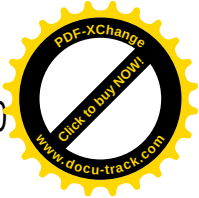
- Seounmi Y. (2003). *Lifestyles of online games: A Psychographic Approach*. Journal of Interactive Advertising.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Walters, C. Glenn. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. Homewood, IL: Richard. D Irwin.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยศึกษาความต้องการเกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการให้บริการ Flash Online Game สำหรับในการผลิต และพัฒนา เกมแฟลชออนไลน์ (Flash Online Game) เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม โดยแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 3 ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ
-

ส่วนที่ 1: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

☐ อายุ 16 ปี – 20 ปี

☐ อายุ 21 ปี – 25 ปี

☐ อายุ 26 ปี – 30 ปี

☐ อายุ 31 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ อนุปริญญา/ปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ 10,001 – 15,000 บาท

☐ 15,001 – 20,000 บาท

☐ ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

☐ นักเรียน

☐ นิสิต / นักศึกษา

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ

☐ ไม่ได้ประกอบอาชีพ

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบคำถามหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ท่านมีประสบการณ์ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์มาเป็นระยะเวลาประมาณ ____ ปี ____ เดือน
2. ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ที่ท่านเล่นเป็นประจำมากที่สุด
☐ เกมออฟไลน์ (Offline Game) ☐ เกมออนไลน์ (Online Game)
3. เกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นบ่อยที่สุดในปัจจุบัน (ระบุชื่อเกม 1 เกม) _____
4. ท่านเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เฉลี่ย _____ ครั้ง / สัปดาห์
5. เวลาที่ใช้ในการเล่นคอมพิวเตอร์ ประมาณ _____ ชั่วโมง / ครั้ง
6. ช่วงเวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)
☐ 08.01 น. – 12.00 น. (เช้าถึงเที่ยง) ☐ 12.01 น. – 16.00 น. (บ่าย)
☐ 16.01 น. – 20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) ☐ 20.01 น. – 24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก)
☐ 24.01 น. – 04.00 น. (ดึก) ☐ 04.01 น. – 08.00 น. (เช้านี้)
7. สถานที่ที่ใช้เล่นเกมคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)
☐ บ้าน / ที่พักอาศัย ☐ ที่ทำงาน
☐ ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ☐ สถานศึกษา
☐ อื่นๆ โปรดระบุ _____
8. ท่านเคยจ่ายเงินเพื่อเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือไม่
☐ เคยจ่าย ☐ ไม่เคยจ่าย
9. ท่านเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)
☐ พักผ่อน หออะไรทำเล่นๆ ยามว่าง
☐ พบปะพูดคุยกับผู้อื่น
☐ ตั้งกลุ่ม สมาคม หรือ สร้างสังคมย่อยๆ ภายในเกม
☐ เพื่อแข่งขัน ทำประลอง กับผู้อื่น
☐ ปฏิบัติภารกิจตาม Quest หรือ Mission ในเกม
☐ เพื่อต้องการเล่นให้จบเกม
☐ เพื่อพัฒนาทักษะและเก็บ Level ของตัวละครตามเป้าหมายที่ต้องการ
☐ เก็บสะสมอุปกรณ์ Item ต่างๆ
☐ มีความจำเป็นที่จะต้องเล่นเกมคอมพิวเตอร์เพื่อนำข้อมูลไปหารายได้ หรือประกอบอาชีพ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ _____

10. ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (ตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

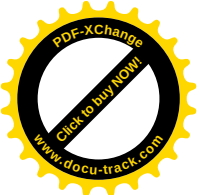
- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| () ตัวท่านเอง | () เพื่อน |
| () คนในครอบครัว | () เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ต |
| () พนักงานจากบริษัทเกม | () อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

ส่วนที่ 3: ความต้องการเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game) ของผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ด้านต่าง ๆ ดังนี้

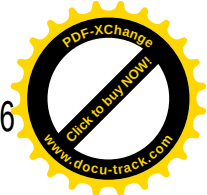
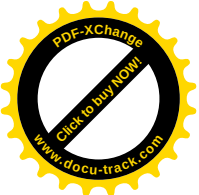
คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องข้อความที่ตรงกับระดับความต้องการของท่านมากที่สุด

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความต้องการ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ด้านคุณลักษณะของเกมแฟลช ออนไลน์ (Flash Online Game)					
1. การเล่นเกมแฟลช ออนไลน์ ผ่านทางผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่มีชื่อเสียง เช่น NC True / Asia soft ฯลฯ					
2. ความง่ายของระบบการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์					
3. ความรวดเร็วในการเข้าถึง และตอบสนองจาก Server					
4. การจัดอันดับของผู้เล่นเกมแฟลช ออนไลน์					
5. ระบบการพูดคุย ติดต่อสื่อสารภายในเกมแฟลช ออนไลน์					
6. การมีของรางวัลจากการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์					
7. การมีค่าบริการ (เพื่อซื้อเวลาหรือแลกเงินภายในเกม)					
8. การมีค่าของเงินในเกมแฟลช ออนไลน์ เพื่อเก็บสะสม และแลกเปลี่ยน					
9. ระบบช่วยเล่นภายในเกมแฟลช ออนไลน์					
10. มาตรฐานการให้บริการของพนักงาน					

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความต้องการ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ด้านสุนทรีย์					
11. ความสวยงามของการออกแบบฉาก และตัวละคร					
12. ความสมจริงหรือการมีเนื้อหาอ้างอิงกับนิยายที่มีอยู่จริง					
13. ความสนุกสนานของเนื้อหาเกมแฟลช ออนไลน์					
14. ความท้าทายความสามารถของผู้เล่นเกมแฟลช ออนไลน์					
15. ความสามารถในการร่วมมือกันเล่นกับผู้อื่นภายในเกมแฟลช ออนไลน์					
16. ความสามารถในการแก่งัดกันได้ภายในเกม แฟลช ออนไลน์					
17. ความเข้าใจของดนตรีและเสียงประกอบเกมแฟลช ออนไลน์					
ด้านสังคม					
18. ความต้องการพบหรือพูดคุยกับเพื่อนผ่านเกมแฟลช ออนไลน์					
19. ความต้องการพบเพื่อนใหม่ผ่านแฟลช ออนไลน์					
20. ความต้องการพบเพื่อนต่างเพศ เช่น ต้องการหาคู่หรือเพื่อนใหม่ที่เป็นเพศตรงข้าม					
ด้านการยกย่อง					
21. ความต้องการได้รับความนับถือในเกม เช่น การเป็นผู้นำของการเล่นเกมแฟลช ออนไลน์					
22. ความต้องการความสำเร็จในเกม เช่น การมีระดับคะแนนที่สูงที่สุด					
23. ความต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์					
24. ความต้องการมีชื่อเสียงในสังคมเกมแฟลช ออนไลน์					

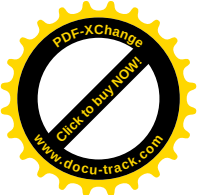


ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

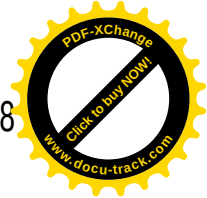


รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล
วันเดือนปีเกิด
สถานที่เกิด
สถานที่อยู่ปัจจุบัน

วันทนีย์ มณีโรจน์
23 มกราคม 2523
กรุงเทพมหานคร
140/4 หมู่ 3 ซ.สุขสวัสดิ์ 74 ถ.สุขสวัสดิ์ ต.บางจาก อ.พระประแดง
จ.สมุทรปราการ 10130

ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2546

ปริญญาตรี การออกแบบสื่อสาร (Communication Design)
คณะศิลปกรรมศาสตร์
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2553

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
คณะสังคมศาสตร์
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ