ชื่อเรื่องวิจัย: พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

ผู้วิจัย: ณัฏฐพงษ์ สายพิณ[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย 2) ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย และ 4) ศึกษาแนวทางการจัดการ การส่งเสริมการป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบอิงทฤษฎีความน่าจะเป็นด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 15 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภท Shooting Game มากที่สุด โดยเฉพาะเกม Free Fire ซึ่งเป็นเกมแนว FPS มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกม เพื่อความสนุก ผ่อนคลาย ส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกม โดยเล่นร่วมกันกับเพื่อนเป็นทีม มีการซ้อมทีมกัน สถานที่ในการเล่นเกมคือบ้าน โดยเล่นเกมหลังจากที่ทำกิจวัตรประจำวันเสร็จแล้ว เวลา 20.01-24.00 น. เป็นช่วงที่พบการเล่นกมออนไลน์มากที่สุด ใช้เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง

อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย โดยเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ในขณะที่อายุของวัยรุ่นไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม โดย วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี

[1] อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก และอยู่ในระดับปานกลาง วัยรุ่นไทยเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า การเปิดสุ่มกล่องทำให้มีความรู้สึกตื่นเต้น ในขณะที่อายุแตกต่างกันของวัยรุ่นไทยมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยวัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ คือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน รองลงมาได้แก่ ด้านจิตสังคม คือเล่นเกมเพื่อระบายความเครียด และด้านสารเสพติด คือ ความคาดหวังในการเล่นเกม ได้แก่ ความคาดหวังต่อการชนะในเกม คาดหวังในการซื้อ/สุ่มไอเทมที่ต้องการ ความคาดหวังเงิน และการความคาดหวังจากเพื่อน ตามลำดับ

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม (GAST) ของวัยรุ่นไทย ไม่แตกต่างกันทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกม ตามลำดับ โดยพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชาย เป็นกลุ่มปกติ ร้อยละ 85.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ ร้อยละ 12.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกม ร้อยละ 2.00 และพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นหญิง เป็นกลุ่มปกติ ร้อยละ 73.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ ร้อยละ 18.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกมน้อยที่สุด ร้อยละ 8.00

รูปแบบของการขายสินค้าเสมือน ไอเทม ลูทบ็อกซ์ ในเกมออนไลน์ เป็นโมเดลทางธุรกิจที่ทำให้บริษัทมีโอกาสแสวงหาผลกำไรจากการให้บริการเกมได้ ในลักษณะการเติมเงินเพื่อซื้อของในเกม และระบบสุ่มไอเทมในเกมเพื่อเพิ่มการลุ้น โดยทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม พบว่า การเปิดสุ่มกล่องทำให้รู้สึกตื่นเต้นมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมเงินในเกมราคา 100 บาท เป็นประจำ และซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 99 บาท เป็นประจำ โปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ประเภท การลดราคาสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

พฤติกรรมการติดพนันในเกมออนไลน์ ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ เป็นการพนันก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล มีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (prize) โดยมีการลุ้นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้ของที่ต้องการหรือไม่ เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่จะเล่นพนัน (gambling decision making)

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (PGSI) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) ร้อยละ 72.25 รองลงมา เป็นนักพนันที่มีปัญหา (problem gamblers) ร้อยละ 17.50 และ เป็นผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) ร้อยละ 10.25

ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการพนันในเกมในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลกระทบจากการพนันในเกม “ด้านสุขภาพกาย (ปวดหลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อ)” มากที่สุด

รองลงมา ได้แก่ “ด้านสุขภาพจิต(หงุดหงิดง่าย หัวร้อน)”, “ด้านสมอง(มีอาการย้ำคิดย้ำทำ)” และ “ด้านพฤติกรรม(เหนื่อยหน่าย เฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น)” ตามลำดับ

แนวทางการบริหารจัดการ พฤติกรรมการเล่นเกมที่เหมาะสม การส่งเสริม การป้องกัน และการแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยต่อวัยรุ่น ได้แก่ 1) การควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเล่นเกม 2) การจัดการระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับเล่นเกม 3) การควบคุมการซื้อ-ขาย ไอเทม สินค้าเสมือนในเกม และการพนันในเกมออนไลน์ 4) การจำกัดเรตติ้ง เนื้อหา และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงเกม 5) การพัฒนาระบบตรวจสอบการทะเลาะกันและการระรานในเกม 6) การนอนหลับ-พักผ่อนที่เหมาะสม 7) การออกกำลังกายเป็นประจำ 8) การบริหารจัดการอย่างบูรณาการร่วมกัน ของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยสร้างภูมิคุ้มกัน สร้างการรู้เท่าทัน มีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม 9) การส่งเสริมวัยรุ่นให้เล่นเกมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน และส่งเสริมผู้ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม 10) การป้องกันด้วยการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เป็นกลาง และเป็นข้อเท็จจริง ไม่ชี้นำ หรือทำการบิดเบือนประเด็น 11) การแก้ปัญหาด้วยการสร้างนักพนันที่ฉลาดขึ้น และสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการรณรงค์ทั้ง เด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน 12) การยกร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติการกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม

มาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับการติดเกม/การพนันในเกม ได้แก่ 1) สร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media, Information &. Digital Literacy - MIDL) เกมออนไลน์ การติดเกม การพนันในเกม และภัยออนไลน์ 2) จัดตั้งกองทุน เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และสร้างการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มผู้ประกอบกิจการในอุตสาหกรรมเกม 3) ทำเป็นนโยบาย และขับเคลื่อนเรื่องพฤติกรรมติดเกม การพนันในเกมออนไลน์ การโฆษณาแฝง และภัยออนไลน์ ให้เป็นวาระเร่งด่วนในระดับชาติ 4) การจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ในแต่ละด้านเพื่อการดำเนินการโดยตรง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการติดเกม, การซื้อสินค้าเสมือนในเกม, ลูทบ็อกซ์, การพนันในเกมออนไลน์, วัยรุ่นไทย