

รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์

รหัสโครงการ: 62-01619-0023

พฤติกรรมกาารติดเกม
การซื้อสินค้าเสมือนในเกม
ลูกบ็อกซ์
และการติดพนันในเกมออนไลน์
ของวัยรุ่นไทย



ณัฐพงษ์ สายพิณ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย



รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์

รหัสโครงการ: 62-01619-0023

พฤติกรรมกาารติดเกม
การซื้อสินค้าเสมือนในเกม
ลูกบ็อกซ์
และการติดพนันในเกมออนไลน์
ของวัยรุ่นไทย



ณัฐพงษ์ สายพิณ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย



รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์

รหัสโครงการ: 62-01619-0023

พฤติกรรมกาารติดเกม
การซื้อสินค้าเสมือนในเกม
ลูทบ็อกซ์
และการติดพนันในเกมออนไลน์
ของวัยรุ่นไทย

ณัฐพงษ์ สายพิณ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย



ธันวาคม 2563

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลงได้ หากไม่ได้รับการสนับสนุน การส่งเสริม ความอนุเคราะห์ ความกรุณา และความช่วยเหลือ ตลอดจนคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานและบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายท่าน อันได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง, มหาวิทยาลัย, โรงเรียน, ครู-อาจารย์, บุคลากร-เจ้าหน้าที่, นักเรียน-นักศึกษา และกัลยาณมิตร และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ตลอดจนผู้มีใจกว้างใจดีได้ทั้งหมด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณศูนย์ศึกษาศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่สนับสนุนทุนสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้สนับสนุนได้กรุณามอบโอกาสและคำแนะนำให้ผู้วิจัยได้ใช้ความรู้เพื่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัย

ธันวาคม 2563

คำนำ

เกมออนไลน์ในปัจจุบันส่วนมากจะมีเรื่องพนันเข้ามาแอบแฝง สมองของวัยรุ่นเองมีธรรมชาติที่ชอบเข้าไปหาความเสี่ยงอยู่ตามธรรมชาติ หากว่าสมองของวัยรุ่นถูกกระตุ้นด้วยการพนันรูปแบบต่างๆ เพื่อชิงเงินรางวัล ของรางวัล หรือเพื่อเสริมความรู้สึกทางจิตใจ อันมีความเสี่ยงที่จะชักนำผู้เล่นรายใหม่ไปสู่การเล่นพนันเช่นเดียวกับการทนายผลึกพิทาในโลกออนไลน์ ลักษณะการพนันในเกมออนไลน์มีการเชื่อมโยงเกมและอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน สามารถกระทำผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ผ่านตัวโปรแกรม แอปพลิเคชัน เป็นกิจกรรมส่วนตัวที่ผู้เล่นสามารถทำได้ทั้งเล่นเกม ซื้องาน สนทนา จ่ายเงินไปได้ทันที และผู้เล่นเกมส่วนมากที่ยังไม่รู้เท่าทัน โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดให้ติดการพนันเป็นความผิดปกติทางจิตชนิดหนึ่งเรียกว่า Pathological Gambling หรือโรคติดพนัน อาการคือแม้ผู้เล่นการพนันจะมีความทุกข์จากการเล่นพนัน แต่ก็หยุดไม่ได้ยังคงต้องเล่นต่อไป ผู้ที่มีปัญหาจากการพนันหรือผู้ติดการพนัน คือผู้ที่ได้รับการวินิจฉัยตามเกณฑ์การวินิจฉัยของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ในทางการแพทย์เรียกว่า โรคติดพนัน (Gambling Disorder) จัดอยู่ในกลุ่มโรคเดียวกับโรคที่เกี่ยวกับสารเสพติด (Substance-related and Addictive Disorders) ซึ่งการวิจัยนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยที่มีพฤติกรรมเล่นเกมและเสี่ยงต่อการติดเกม มีแนวโน้มการติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) โดยเป็นผู้กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษา ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของผู้เล่นเกมที่มีความเสี่ยงที่จะติดพนันในเกมออนไลน์ในสถานภาพต่างๆ ได้มากขึ้น สร้างความเข้าใจ เข้าถึงปัญหาของการซื้อขายในเกมที่เกิดขึ้นในบริบทของลูทบ็อกซ์อันเป็นความเสี่ยงต่อการพนัน รวมทั้งสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการจัดการ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความปลอดภัย การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

ผู้วิจัย

ธันวาคม 2563

ชื่อเรื่องวิจัย: พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนัน
ในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
(Gaming addiction behavior, Virtual goods purchases in game, Loot boxes
and Gambling in online game of Thai adolescent)

ผู้วิจัย: ณิชฎฐพงษ์ สายพิณ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย 2) ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย และ 4) ศึกษาแนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน 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 มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเพื่อความสนุก ผ่อนคลาย ส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่น โดยเล่นร่วมกับเพื่อนเป็นทีม มีการชอุมทีมกัน สถานที่ในการเล่นเกมนคือบ้าน โดยเล่นเกมหลังจากที่ทำงานประจำวันเสร็จแล้ว เวลา 20.01-24.00 น. เป็นช่วงที่พบการเล่นเกมออนไลน์มากที่สุด ใช้เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง

อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย โดยเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม ในขณะที่อายุของวัยรุ่นไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม โดยวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี

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

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ คือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน รองลงมาได้แก่ ด้านจิตสังคม คือเล่นเกมเพื่อระบายความเครียด และด้านการเสพติด คือ ความคาดหวังในการเล่นเกมน ได้แก่ ความคาดหวังต่อการชนะในเกม คาดหวังในการซื้อ/ส่มไอเทมที่ต้องการ ความคาดหวังเงิน และการความคาดหวังจากเพื่อน ตามลำดับ

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

รูปแบบของการขายสินค้าเสมือน ไอเทม ลูทบ็อกซ์ ในเกมออนไลน์ เป็นโมเดลทางธุรกิจที่ทำให้บริษัทมีโอกาสแสวงหาผลกำไรจากการให้บริการเกมได้ ในลักษณะการเติมเงินเพื่อซื้อของในเกม และระบบส่มไอเทมในเกมเพื่อเพิ่มการลุ่น โดยทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม พบว่า การเปิดส่มกล่องทำให้รู้สึกตื่นเต้นมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมเงินในเกม ราคา 100 บาท เป็นประจำ และซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 99 บาท เป็นประจำ โปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ประเภท การลดราคาสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

พฤติกรรมการติดพนันในเกมออนไลน์ ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์เป็นการพนันก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล มีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (prize) โดยมีการลุ่นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้ของที่ต้องการหรือไม่ 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 กลุ่ม

ตัวอย่างมีผลกระทบจากการพนันในเกม “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) การควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเล่น 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 และส่งเสริมผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม 10) การป้องกันด้วยการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เป็นกลาง และเป็นข้อเท็จจริง ไม่ชี้นำ หรือทำการบิดเบือนประเด็น 11) การแก้ปัญหาด้วยการสร้างนักพนันที่ฉลาดขึ้น และสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการรณรงค์ทั้ง เด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน 12) การยกร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติ การกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม

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

คำสำคัญ: พฤติกรรมการติดเกม, การซื้อสินค้าเสมือนในเกม, ลูทบ็อกซ์, การพนันในเกมออนไลน์, วัยรุ่นไทย

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
คำนำ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	1
1.3 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
1.4 กรอบแนวคิด	12
1.5 นิยามคำศัพท์	19
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	20
บทที่ 2 ระเบียบวิธีวิจัย	22
2.1 ขอบเขตการวิจัย	24
2.2 วิธีการวิจัย	22
2.3 การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	22
2.4 พื้นที่ศึกษา	25
2.5 ประชากรที่ศึกษา	25
2.6 กลุ่มตัวอย่าง	25
2.7 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	25
2.8 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
2.9 การตรวจสอบ การทดสอบ และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย	26
2.10 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
2.11 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 3 ผลการวิจัย	32
3.1 พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการ ติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	110
3.3 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	121
3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	122
3.5 แนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	122
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	140
สรุปผลการวิจัย	140
4.1 พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	140
4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	151
4.3 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	153
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	154
4.5 แนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	155
อภิปรายผลการวิจัย	158
ข้อเสนอแนะ	165
บรรณานุกรม	167

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	170
ภาคผนวก ก. เอกสารรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์	171
ภาคผนวก ข. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	172
ภาคผนวก ค. เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัยสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	173
ภาคผนวก ง. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยสำหรับผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป	174
ภาคผนวก จ. เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัยสำหรับผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป	175
ภาคผนวก ฉ. แบบสอบถาม	176
ภาคผนวก ช. แบบสัมภาษณ์	184

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	36
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	37
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	37
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน	38
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเกมที่ชอบเล่น	39
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 วัน	43
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเล่นเกมนเป็นประจำ	44
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์	44
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่เล่นเกมนด้วยกัน	45
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ในการเล่นเกมน	48
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ในการเล่นเกมน	48
ตารางที่ 13	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมนในภาพรวม	51
ตารางที่ 14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมนด้านจิตสังคม	52
ตารางที่ 15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมนด้านบุคลิกภาพ	53
ตารางที่ 16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมนด้านการเสพติด	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยง ติดเกมของวัยรุ่นผู้ชาย	55
ตารางที่ 18	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยง ติดเกมของวัยรุ่นหญิง	56
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการ ซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม	57
ตารางที่ 20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายใน การซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติม เงิน, ไอเทม ฯลฯ)	59
ตารางที่ 21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระ ค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม	60
ตารางที่ 22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทาง ติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม	63
ตารางที่ 23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม	64
ตารางที่ 24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาเติมเงิน ที่ซื้อเป็นประจำ	69
ตารางที่ 25	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคา แพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ	70
ตารางที่ 26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อประเภทของ โปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ	71
ตารางที่ 27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติที่มี ต่อลูทบ็อกซ์ในเกม	73
ตารางที่ 28	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม	86
ตารางที่ 29	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มการ ติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมด้านสุขภาพจิต	91
ตารางที่ 31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมด้านสุขภาพกาย	92
ตารางที่ 32	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมด้านสมอง	93
ตารางที่ 33	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมด้านพฤติกรรม	94
ตารางที่ 34	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมในภาพรวม	95
ตารางที่ 35	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมจำแนกตามเพศ	110
ตารางที่ 36	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมจำแนกตามอายุ	111
ตารางที่ 37	การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกตามเพศ	112
ตารางที่ 38	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกตามอายุ	113
ตารางที่ 39	การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยจำแนกตามเพศ	114
ตารางที่ 40	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยจำแนกตามอายุ	115
ตารางที่ 41	แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์จำแนกตามเพศ	116
ตารางที่ 42	แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์จำแนกตามอายุ	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 43	การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกการตัดสินใจซื้อสินค้าไอเทมและบริการในเกม	118
ตารางที่ 44	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม	119
ตารางที่ 45	แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์จำแนกตามพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม	120

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการศึกษา

การพนันอยู่ใกล้ชีวิตกับวิถีชีวิตของคนไทย เป็นสภาพแวดล้อมที่สามารถพบเห็นได้ง่าย จากข้อมูลของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ปี 2560 ระบุว่า คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป กว่า 3 ใน 4 มีความคุ้นเคยกับการพนัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 75.2 หรือประมาณ 39.844 ล้านคน เคยมีประสบการณ์เล่นการพนันอย่างใดอย่างหนึ่งในช่วงชีวิตที่ผ่านมา การพนันที่คนไทยคุ้นเคยกันมากที่สุด อันดับแรกคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล (ร้อยละ 79.0) อันดับที่สองคือ หวยใต้ดิน (ร้อยละ 74.0) และอันดับต่อมาคือ ไพ่ พนันทายผลฟุตบอล และไฮโล ไปนัน ก้าว ถั่วแยก น้ำเต้าปูปลา ตามลำดับ เป็นต้น (ร้อยละ 38.1, 17.1 และ 14.0) โดยพบว่าคนไทยเริ่มต้นเล่นการพนันกันตั้งแต่ในช่วงที่เป็นเยาวชน เฉลี่ยที่อายุ 23 ปี เมื่อพิจารณาในรายละเอียด กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 39.9 เริ่มต้นเล่นการพนันในช่วงมัธยมปลายถึงอุดมศึกษา (อายุ 16-20 ปี) ซึ่งเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนของประเทศ ในขณะที่ประชากรวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่เล่นการพนันมากที่สุด โดยคนในช่วงอายุ 30-39 ปี เล่นพนันถึง 3.230 ล้านคน (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2561) และมีการสำรวจพบว่าเยาวชนอายุ 15-25 ปี จำนวน 600,000 คน เคยเล่นพนันบอล โดยการพนันบอลออนไลน์ได้รับความนิยมมากที่สุด มีเว็บไซต์พนันบอล 200,000 กว่าเว็บไซต์ (2558-2559) นอกจากนี้ ร้อยละ 72 ของเด็กที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ เคยเห็นโฆษณาพนันบอล และร้อยละ 17 ตัดสินใจลองเข้าไปเล่นตามโฆษณา (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560) ในขณะที่ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ ได้ทำการศึกษาสถานการณ์ พฤติกรรม และผลกระทบจากการพนันในประเทศไทย ประจำปี 2560 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 67.2 เห็นด้วยว่าออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้สามารถเข้าถึงการพนันได้ง่ายขึ้น ซึ่งสถานการณ์ปัญหาการพนันและการพนันออนไลน์ในประเทศไทยนั้นเป็นเรื่องที่น่าห่วงอย่างมากโดยเฉพาะในเด็กและเยาวชนไทย จากผลสำรวจจากหนังสือกลไกเชิงพื้นที่ในการป้องกันและลดผลกระทบจากการพนัน: บทเรียนทรงพลัง พบว่า มีเด็กและเยาวชนเล่นการพนันสูงถึงร้อยละ 36.9 หรือ 3,649,303 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 2,048,874 คน ผู้หญิง 1,600,429 คน และในจำนวนนี้กว่า 1 แสนคนติดหนี้พนัน เป็นเงินรวม 335 ล้านบาท เฉลี่ยรายละ 3,512 บาท โดยแพลตฟอร์มที่พบเด็กและเยาวชนอยู่เป็นจำนวนมากคือบนสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ปัญหาพนันและพนันออนไลน์ในเด็กและเยาวชนไทยตลอด 1 ทศวรรษที่ผ่านมา มีทิศทางในการขับเคลื่อนป้องกันได้ดีและมากขึ้น แต่ยังคงเป็นห่วงในแง่ปริมาณนักพนันวัยเยาว์ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามเว็บไซต์และแอปพลิเคชันพนันออนไลน์ จากข้อมูลที่ผ่านมาพบว่าในส่วนของเยาวชนติดเกมไม่ได้ติดพนัน แต่เกมในปัจจุบัน

ส่วนมากจะมีเรื่องพนันเข้ามาแอบแฝง สมอมของวัยรุ่นเองมีธรรมชาติที่ชอบเข้าไปหาความเสี่ยง อยู่ตามธรรมชาติ โดยเฉพาะเมื่อเห็นว่าความเสี่ยงนั้นอาจทำให้ได้รางวัล หากว่าสมอมของเด็ก และวัยรุ่นถูกกระตุ้นด้วยการพนันรูปแบบต่างๆ เพื่อชิงเงินรางวัล ของรางวัล หรือเพื่อเสริม ความรู้สึกทางจิตใจ อันมีความเสี่ยงที่จะชักนำนักเล่นรายใหม่ไปสู่การเล่นพนันเช่นเดียวกับการ ทายผลกีฬาในโลกออนไลน์ ลักษณะการพนันในเกมออนไลน์มีการเชื่อมโยงเกมและ อินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน สามารถกระทำผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ผ่านตัวโปรแกรม แอป พลิเคชัน เป็นกิจกรรมส่วนตัวที่ผู้เล่นสามารถทำได้ทั้งเล่นเกม ชื่อของ สนทนา จ่ายเงินไปได้ ทันที และผู้เล่นเกมส่วนมากเป็นเด็กและเยาวชนที่ยังไม่เท่าทัน และตระหนักว่าเกมนั้นมีส่วน เชื่อมโยงกับธุรกิจการพนันออนไลน์ นอกจากนี้องค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดให้ พฤติกรรมติดการพนันเป็นความผิดปกติทางจิตชนิดหนึ่งเรียกว่า Pathological Gambling หรือ โรคติดพนัน อาการคือแม้ผู้เล่นการพนันจะมีความทุกข์จาก การเล่นพนัน แต่ก็หยุดไม่ได้ยังคง ต้องเล่นต่อไป ผู้ที่มีปัญหาจากการพนันหรือผู้ติดการพนัน คือผู้ที่ได้รับการวินิจฉัยตามเกณฑ์ การวินิจฉัยของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ในทางการแพทย์เรียกว่าโรคติดพนัน (Gambling Disorder) จัดอยู่ในกลุ่มโรคเดียวกับโรคที่เกี่ยวกับสารเสพติด (Substance-related and Addictive Disorders) (ไทยโพสต์, 2562)

การพัฒนาของการพนันออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเติบโตและได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากความไร้ขอบเขต (borderless) และการไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ใช้ (anonymity) อันเป็น ลักษณะเฉพาะตัวของโลกอินเทอร์เน็ต เอื้อให้การพนันออนไลน์มีความสะดวกสบายในการ เข้าถึงมากกว่าเดิม (ปิยพร เปลี่ยนผดุง, 2560, น.14) มีนักพนันหน้าใหม่ก้าวเข้าสู่โลกแห่งการ พนันหลายแสนคน ซึ่งหลายคนคงไม่ตระหนักว่า สิ่งที่เป็นด้านกลับแห่งแสงสว่างแห่งความหวัง ที่จะชนะพนันและความสนุกสนานตื่นเต้นที่พวกเขาได้รับคือเงามืดของปัญหาที่อาจจะจุดดึง พวกเขาให้ถลำตัวเข้าสู่การเป็นนักพนันที่เป็นปัญหา (Problem gamblers) หรือซ้ำร้ายกว่านั้น ถึงขั้นถอนตัวไม่ขึ้น กลายเป็นผู้เสพติดการพนัน (Pathological gamblers) ปี 2560 ที่ผ่านมา พบคนไทยที่มีพฤติกรรมเข้าข่ายเป็นนักพนันที่มีปัญหาถึง 3.01 แสนคน ในจำนวนนี้เป็นเพศ ชายมากกว่าเพศหญิง (2.09 แสนคน และ 9.1 หมื่นคน ตามลำดับ) เมื่อจำแนกอายุพบว่า เป็น เยาวชน อายุ 15-25 ปี ประมาณ 4.4 หมื่นคน และเป็นผู้สูงอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ถึง 3.8 หมื่น คน (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2561) นักพนันบางคนแม้จะไม่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา แต่ก็มี พฤติกรรมในระดับที่เสี่ยงที่จะกลายเป็นนักพนันที่เป็นปัญหาประมาณ 1.279 ล้านคน ซึ่งเป็น เยาวชนถึง 1.69 แสนคน และเป็นผู้สูงอายุถึง 2.07 แสนคน พฤติกรรมที่เป็นปัญหาที่พบใน สัดส่วนที่สูงนี้สะท้อนให้เห็นถึงภาวะการขาดความยับยั้งชั่งใจ ได้แก่ หลังจากทีชนะพนัน มี ความต้องการอย่างมากที่จะกลับไปเล่นพนันอีกครั้งเพื่อเอาชนะหรือให้ได้เงินเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 32.1) หรือหลังเสียพนัน ก็รู้สึกว่าจะต้องรีบกลับมาแก้มือเพื่อเอาเงินที่เสียไปคืนมาให้โดยเร็ว (ร้อยละ 24.1) นักพนันหลายคนที่เคยตั้งใจหรือวางแผนไว้ว่าจะเล่นพนันอย่างจำกัด แต่ก็ไม่ได้

สามารถทำตามความตั้งใจนั้นได้ (ร้อยละ 28.6) และรู้สึกผิดหรือละอายใจภายหลังเล่นพนัน (ร้อยละ 23.2) พฤติกรรมเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นซ้ำๆ นานๆ เข้า อาจจะนำไปสู่ภาวะเสพติดการพนัน ได้อันเป็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการติดพนันและติดเกม จากการศึกษาของ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พบว่า วัยรุ่นไทยเกือบ 2.4 ล้านคน กลายเป็นผู้เล่นการพนันแบบไม่รู้ตัว โดยกลุ่มอายุระหว่าง 12-17 ปี มีพฤติกรรมเคยเล่นการพนัน ร้อยละ 12 และกลุ่มอายุระหว่าง 18-24 ปี มีพฤติกรรมเคยเล่นการพนันร้อยละ 22ความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจพนันในการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายวัยเด็ก เป็นปัจจัยเสริมแรงที่ทำให้เด็กสามารถเข้าถึงวงจรพนันได้ง่าย ปัจจุบัน เด็กสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และช่องทางเล่นพนันได้อย่างสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72.1 เคยพบเห็นหรือได้ยินการโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันในรูปแบบต่างๆ เป็นที่น่าสังเกตว่า ช่องทางสำคัญที่พบเห็นการโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันล้วนสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ต่างๆ (ร้อยละ 77.0) เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 67.9) และไลน์ (ร้อยละ 24.6) ที่สำคัญคือกลุ่มที่เคยพบเห็นโฆษณาเชิญชวนเหล่านี้จำนวนไม่น้อย คือ ร้อยละ 14.6 ระบุว่า เคยตามไปเล่นพนันในช่องทางที่เชิญชวน โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 66.7 ให้ความเห็นว่าสามารถเข้าถึง และเล่นพนันในช่องทางนั้นๆ ได้โดยง่าย (อ้างถึงใน ธน หาพิพัฒน์, 2561, น.58) (ศูนย์ศึกษา ปัญหาการพนัน, 2561) หากพิจารณาจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยในปี พ.ศ. 2557 พบว่า คนไทยเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือทุกวันถึง ร้อยละ 41 โดย ร้อยละ 82.5 นิยมเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเล่นเกม และร้อยละ 50.7 นิยมเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือที่ไม่เสียเงินค่าดาวน์โหลด (มาร์เก็ตเรียร์, 2560)

เกมออนไลน์ในปัจจุบัน ไม่ได้อยู่บนจอคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ยังมี ส่วนของเกมบนมือถือที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงทำให้เกมบนมือถือ ไม่ต่างไปจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ทั้งภาพ เสียง เอฟเฟกต์ รวมถึงยังสามารถออนไลน์ได้ เหมือนกันอีกด้วย (ดิจิตัลเอจ, 2560) จึงได้ขยายฐานเพิ่มจากแต่เดิมที่เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ มาสู่สมาร์ตดีไวซ์ (smart device) อันหมายถึงโมบายโฟน (mobilephone) หรือสมาร์ตโฟน (smartphone) และแท็บเล็ต (tablet) ต่างๆ ด้วย เกมออนไลน์แต่ละเกมจะมีความแตกต่างของ ประเภท ระบบเกม และรูปแบบปพลิเคชันในการเล่นที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่เหมือนกันคือ การแข่งขันภายในเกม ที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เล่นมีความต้องการที่จะเล่นเกมอยู่ตลอดเวลา ดังเช่นระบบเก็บระดับ (level) ในเกม ที่ทำให้ผู้เล่นต้องบังคับตัวละครหรือฮีโร่ (avatar or hero) ต่อสู้ไปเรื่อย ๆ เพื่อพัฒนาตัวละครที่เลือกเล่นให้มีความสามารถที่สูงกว่าตัวละครของผู้เล่นอื่นๆ ซึ่งการจะได้รับความสามารถของตัวละครภายในเกมเพิ่มมากขึ้น ผู้เล่นจะต้องบังคับตัวละครนั้นๆ ในการต่อสู้หรือทำภารกิจ ให้ได้ตามจำนวนครั้งที่ระบบเกมกำหนดไว้ ทำให้การเล่นเกมนั้นมีส่วนกระตุ้นผู้เล่นที่อยากให้ตัวละคร มีความสามารถสูงๆ ก็จะต้องใช้เวลาในการเล่นให้มากที่สุด หรือใช้วิธีการที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเภทของเกม เช่น ชื้อไอเทม (item) หรือสินค้าเสมือน (virtual goods) ภายในเกมมาพัฒนาตัวละคร เป็นต้น โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้

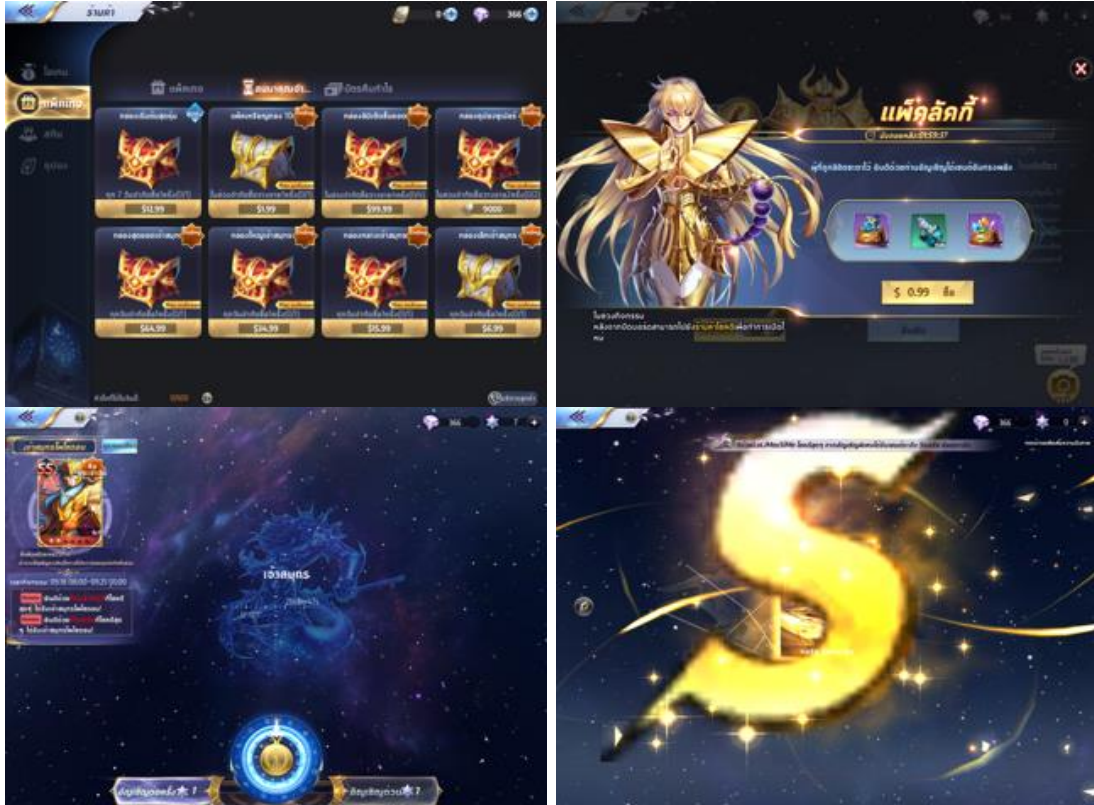
ให้บริการเกมในการเสนอขาย จัดโปรโมชั่น แพ็กเกจลดราคา ตลอดจนองค์ประกอบอื่นๆ นั้นทั้งหมดเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้เล่นเกมมีพฤติกรรมเล่นเกมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นจนถึงขั้นติดเกม และมีความต้องการซื้อ อยากได้ อยากมีไอเทมในเกมเพื่อสนองความต้องการส่วนตัว ซึ่งผู้ให้บริการเกมต่างก็นำเสนอฟังก์ชันการเล่นเกมที่ใหม่ๆ ที่น่าสนใจตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สร้างความท้าทายในการแข่งขันเพื่อดึงดูดให้กลุ่มผู้เล่นทั้งที่ยอมควักกระเป๋าจ่ายเงินเพื่อซื้อกับไอเทมต่างๆ ในเกม นอกจากนี้ความถี่ในการเล่นเกมนอนไลน์ผ่านมือถือยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างฐานรายได้ของผู้ประกอบการให้บริการเกมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการโฆษณาสินค้าและบริการ เนื่องจากผู้เล่นเกมมีโอกาสเห็นโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ภายในเกมบ่อยขึ้น หรือแม้แต่รายได้จากการขายไอเทมภายในเกมในกรณีที่ผู้เล่นเล่นเกมบ่อยครั้ง โอกาสที่ผู้เล่นจะซื้อไอเทมต่างๆ ภายในเกมจึงมีแนวโน้มมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะถ้าเป็นการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นประจำเทศกาล เช่น เกม Ragnarok M ที่ใช้ระบบตู้กาชาในการสุ่มไอเทม เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะของการพนันที่แฝงอยู่ในรูปเกมออนไลน์และก่อให้เกิดผลกระทบขึ้นได้หากผู้เล่นเกมขาดความยับยั้งชั่งใจในการซื้อสินค้าภายในเกม



ภาพที่ 1 ระบบซื้อขายสินค้าเสมือนและกิจกรรมสุ่มไอเทม
ในเกม Ragnarok M โดยจัดเป็นตู้สุ่มกาชากลางเมือง

ระบบซื้อสินค้าเสมือนหรือไอเทมภายในเกมมีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ออกมาจากผู้ให้บริการเกมเพื่อสนองความต้องการของผู้เล่นเกมที่ต้องการพัฒนาความสามารถของตัวเอง ทรูทู้บ็อกซ์ (Loot Box) สำหรับประเทศญี่ปุ่นคือว่า กาช่า, กาช่า (Gacha) หรือ กาช่าปอง (Gachapon) นั้น คือโมเดลธุรกิจหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเกม เนื่องจากการประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ของค่าย Blizzard ผู้ผลิตเกม Overwatch เกมการยิงประเภท First Person Shooting ทำให้บริษัทผู้ผลิตเกมรายอื่นพากันเดินตามโมเดลนี้ ไม่ว่าจะใช้ชื่อ Loot Box, Gift Box, หรือ Lucky Box ชื่อทั้งหมดนี้มีความหมายเหมือนกันคือ กล่องที่บรรจุ “ของ” หรือ “ไอเทม”(item) ภายในเกม เมื่อผู้เล่นเปิดกล่อง ระบบเกมจะทำการสุ่ม “ของ” ให้ผู้เล่นหนึ่งชิ้นตามจำนวนเกมที่กำหนดไว้ โดย “ของ” ภายในกล่องอาจจะเป็นเครื่องแต่งกายพิเศษ ของใช้ แปลกตา อุปกรณ์เพิ่มความสามารถ ฯลฯ ผู้เล่นจะมีโอกาสได้รับ Loot Box จากการเล่นเกม เช่น ได้รับรางวัลจากการชนะการแข่งขัน สามารถสะสมเงินภายในเกมมาซื้อ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่ผู้เล่นมักใช้เงินจริงซื้อ Loot Box เพื่อจะได้มีโอกาสได้ “ของ” ที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น ในขณะที่เดียวกัน บริษัทเกมจูงใจผู้เล่นด้วยการกำหนดราคาขายเป็นแพ็คเกจ ยิ่งซื้อจำนวนกล่องมาก ราคาต่อกล่องจะยิ่งถูกลง และมีโปรโมชั่น จัดช่วงเวลาพิเศษในการเพิ่มโอกาสได้รับ “ของ” หายาก หรือมีการปล่อย “ของ” หายาก จำกัดจำนวน หรือ “ของ” ที่มีเฉพาะเทศกาล เป็นระยะๆ เพื่อเร้าใจให้ผู้เล่นเกมต้องการซื้อ Loot Box ในญี่ปุ่นมีระบบการสุ่มเพื่อสะสมของเรียกว่า ‘Kompu gacha’ เป็นการจ่ายเงินเพื่อสุ่มให้ได้ของอาศัยความเสี่ยงที่จะได้มา ระบบนี้คือถ้าต้องการไอเทมชิ้นใหญ่พิเศษ (kompu แปลว่า complete) จะต้องทำการหมุนไขสะสมของชิ้นเล็กๆ ให้ได้ครบชุด ซึ่งกว่าจะได้นั้นยังต้องใช้ความเสี่ยงในการสุ่มมากกว่าเป็นเท่าตัว ยิ่งสุ่มไม่ได้ หรือได้ของที่ซ้ำเดิม ยิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้เล่น มีกรณีเด็กนักเรียนใช้เงินไป 5,000 เหยียดสหรัฐในหนึ่งเดือน หรือเด็กน้อยกว่านั้นใช้เงินไป 1,500 เหยียดสหรัฐภายในเวลาแค่สามวันเพื่อสะสมของในเกม ระบบนี้มีโมเดลธุรกิจเดียวกับ Loot Box เป็นการพนัน เนื่องจากมีผู้เล่นรายหนึ่งนำเงิน 700,000 เยน มาเล่นเกมต่อเนื่อง แต่ก็ยังไม่สามารถสุ่มได้ “ของ” ที่ต้องการ ทำให้มีการร้องเรียนไปยังสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency: CAA) และมีผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นต่อกรณีดังกล่าวว่า เมื่อมีการชักจูงให้มีการเล่นพนันในลักษณะนี้ได้ ก็ควรมีกฎหมายหรือข้อบังคับเรื่องแบบนี้ด้วย เมื่อปี 2011 มีรายงานมูลค่าของบริษัทเกมมือถือในญี่ปุ่นว่ามีเงินสะพัดหลักพันล้านเหรียญสหรัฐ แต่รัฐบาลเองก็มองว่าต้องมีการจัดการควบคุมไอ้เจ้าระบบที่เหมือนบ่อนในมือถือนี้บ้างได้แล้ว ในปี 2012 จึงมีการจัดภาคีขึ้นเพื่อออกมาตรการควบคุมการหาเงินด้วยกาซาปอง หนึ่งในมาตรการคือการแบนระบบ Kompu gacha ข้างต้น และอีกส่วนคือการกำหนดเพดานการใช้จ่ายของเยาวชน บริษัทเกมมือถือยักษ์ใหญ่เช่น Gree, Inc. และ DeNA Co., Ltd ตกลงวางเพดานการใช้จ่ายของผู้เล่นที่มีอายุน้อย Gree วางกฎว่าผู้เล่นอายุ 16-19 ปีจะมีสิทธิใช้จ่ายในเกมได้ 10,000 เยนต่อเดือน ส่วนเด็กต่ำกว่า 15 มีโควตาใช้จ่ายได้ 5,000 เยน ส่วน DeNA วางกฎ 10,000 เยนต่อเดือนสำหรับเด็กอายุ 16-17 ปี

แต่ผลคือบริษัทเกมก็ยังคงทำเงินได้เป็นกอบเป็นกำจากการขายกล่องขายกาชาปองเสี่ยงโชคอยู่ดี (พงศกร เรื่องเดชขจร, 2560, น.20-21; The Matter, 2562)



ภาพที่ 2 ระบบซื้อขายสินค้าเสมือนและกิจกรรมสุ่มไอเทม
ในเกม Saint Seiya: Awakening โดยจัดเป็นแพ็คเกจ ระบบสุ่มกาชา

สำหรับข้อโต้แย้งว่าระบบลูทบ็อกซ์เป็นการพนันหรือไม่ ทางรัฐบาลอังกฤษมีการสอบสวนระบบ Microtransactions กับ Loot Box ตามนโยบายการตรวจสอบวิดีโอเกมอย่างเข้มงวด ซึ่งบริษัท EA เป็นหนึ่งในรายชื่อที่ทางรัฐบาลจับตามองเป็นพิเศษ หลังเกิดเหตุการณ์ฉาวเกี่ยวกับระบบ Microtransactions ของเกม Star Wars: Battlefront II และทีมงาน EA เคยกล่าวระหว่างการแถลงการณ์ต่อรัฐบาล DCMS ว่า Loot Box เป็น “ระบบที่สร้างความตื่นเต้น” อีกด้วย หลังจากมีการรายงานข่าวว่าเด็กชายใช้เงินในบัญชีของพ่อทั้งหมด จ่ายเงินซื้อ Pack ของ FIFA 19 เพื่อสุ่มเอาไอเทมเมสซี ทำให้รัฐบาลอังกฤษเริ่มกังวลว่าระบบ Loot box อาจเป็นการเปิดทางให้ตัวเกมมี “ระบบการพนัน” จริงๆ เกิดขึ้น เช่น เกมที่ได้รับความนิยมระดับโลกอย่าง Overwatch, Counter-Strike และ ROV ก็มีกล่องและลอตเตอรี่ รัฐบาลหลายแห่งจึงเริ่มพิจารณาการจ่ายเงินสดเพื่อสุ่มแลกของและมองว่าเป็นการหลอกล่อให้ผู้คนใช้เงินในรูปแบบของบ่อนการพนัน ขณะที่ Chris Lee สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากฮาวาย ได้ระบุว่ากล่องกาชา

และระบบเสี่ยงโชคถูกออกแบบมาเพื่อหลอกล่อเงินจากเด็ก ๆ แต่ดูเหมือนว่าทิศทางเรื่อง การควบคุมและการพิจารณาว่ากล่องและลอตเตอรี่ในเกมเป็นการพนันเพื่อเข้าสู่ควบคุมสอดส่อง จะไม่ค่อยเป็นผล ในขณะที่ EA บริษัทเกมยักษ์ใหญ่ปฏิเสธว่าระบบกล่องนี้ไม่ได้เป็นการพนัน แต่เป็นวิจักษณ์ของผู้บริโภคที่จะซื้อกล่องเหล่านี้เพื่อเข้าถึงของพิเศษ (optional feature) ต่าง ๆ เช่นชุดตกแต่ง เป็นต้น เป็นเหตุให้ภาครัฐทั้งของอังกฤษและอเมริกาเห็นพ้องว่า Loot Box ไม่เข้าข่ายการพนัน แต่ทางคณะกรรมการจัดเรตติ้งซอฟต์แวร์ของสหรัฐอเมริกาหรือ ESRB (Entertainment Software Rating Board) ระบุว่าเมื่อผู้ซื้อซื้อ Loot Box แล้วยอมได้ของบางอย่างในกล่องเสมอ ส่วนคณะกรรมการการพนัน (the Gambling Commission) ของอังกฤษนั้นให้เหตุผลทำนองเดียวกันและระบุเพิ่มเติมว่าไอเท็มที่ได้จากกล่องเป็นเพียงไอเท็มที่ใช้ได้แค่ในเกม ดังนั้น Loot Box จึงไม่ถูกพิจารณาในฐานะการพนันและไม่ต้องการการควบคุมของรัฐ แต่ทาง Ed Barton นักวิเคราะห์สิ่งบันเทิง ระบุว่า ระบบกล่องปริศนาในเกมถูกออกแบบมาเพื่อดึงดูดให้ผู้เล่นอยากที่จะเปิดกล่องต่อไป เช่น การออกแบบเสียงในตอนที่เปิด การที่กล่องค่อย ๆ แยมออกมา เป็นการกระตุ้นและสร้างความรู้สึกตื่นเต้นให้กับเราทุกครั้งที่จ่ายเงินเปิดกล่อง ความรู้สึกนี้ไม่ต่างกับการโยกตู้สล็อตในบ่อนแต่อย่างใด และเมื่อ Damian Collins ฝ่ายหัวหน้าหน่วยงาน DCMS ได้ทำการสำรวจและวิจัยเกี่ยวกับการเสพติดเทคโนโลยี ซึ่งว่าระบบ Microtransactions กับ Loot Box เป็นปัญหาที่ควรรีบแก้ไขอย่างจริงจัง บริษัทเกมควรมีระบบตัดเตือนผู้เล่นเรื่องการทำกิจกรรมที่น่าสงสัยต่าง ๆ อย่างเช่นการใช้จ่ายเงินในเกมที่เพิ่มมากขึ้น คล้ายกับระบบของธนาคารที่มีการส่งข้อความเตือนว่ามีการใช้จ่ายที่ผิดปกติเกิดขึ้น ในขณะที่สำนักข่าว BBC รายงานจาก Tom Watson นักการเมืองแห่งพรรค Labour Party แห่งประเทศอังกฤษ ทวิตข้อความแสดงความเป็นห่วงว่า Loot box อาจช่วยเปิดทางให้เกมได้เริ่มคิดค้นฟีเจอร์ที่เข้าข่ายว่าเป็น “การพนัน” ในอนาคต และทางรัฐบาลควรให้ความเข้มงวดกับ Microtransactions ยิ่งขึ้น เพื่อไม่ให้เด็ก ๆ ตกหลุมกลไกของระบบดังกล่าว หลายคนมองว่า Loot Box เป็นเพียงวิธีการในการหารายได้ของบริษัทผู้ผลิตเกม แต่คนในวงการเกมส่วนหนึ่งมองว่า Loot Box เป็นการพนัน และ ดร. ลุค คลาร์ก ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยการพนัน มหาวิทยาลัยบริติชโคลัมเบีย ระบุว่า การเปิด Loot Box ส่งผลต่อสมองเช่นเกี่ยวกับการลุ้นรางวัล การเล่นสล็อตแมชชีน ซึ่งเป็นการพนัน แม้แต่คนที่เพิ่งเล่นพนันครั้งแรก ล้วนตอบสนองต่อภาวะเกือบชนะ (เกือบได้) แต่อาจจะมีปริมาณที่มากน้อยแตกต่างกัน การสุ่ม “ของ” จะไปกระตุ้นการทำงานของศูนย์ควบคุมโดพามีนในสมอง ซึ่งเป็นสารเคมีที่จะหลั่งเมื่อมีความสุข และจะกระตุ้นให้ผู้เล่นรู้สึกว่าคุณเองต้องพยายามอีกหน่อย อย่าเพิ่งเลิก ใกล้เคียงได้แล้ว ซึ่งนำไปสู่ภาวะเสพติด (พงศกร เรื่อง เดชขจร, 2560, น.21; gamingdose, 2019; The Matter, 2562)

จากการศึกษาของ University of British Columbia's Centre for Gambling ในปี 2019 เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบ Loot Box และการพนันว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างไร โดยได้ทำการดัดแปลงการวิจัยมาจากพฤติกรรมการพนันที่เกิดปัญหาจาก “การเสี่ยงของรางวัล

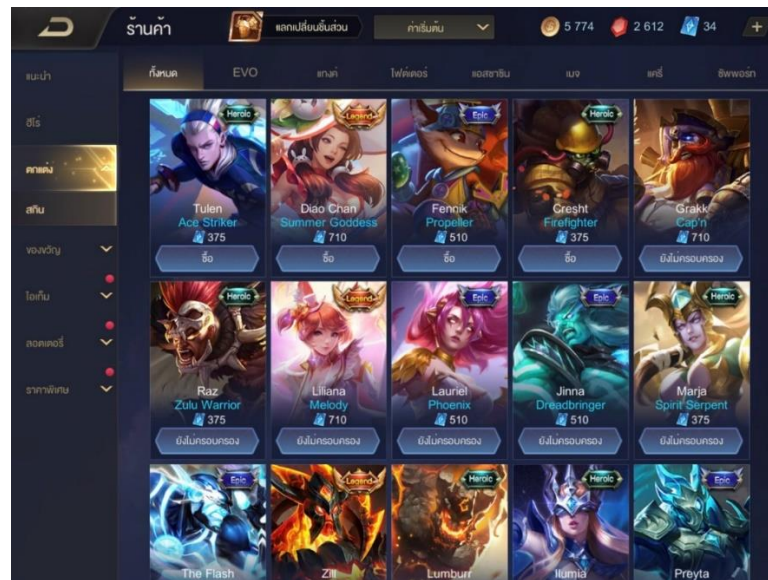
ใน Loot Boxes” โดยศึกษา Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบ Loot Boxes และการพนัน พบว่า ร้อยละ 88.9 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ เคยเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 94.8 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เคยเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 49.3 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ เคยจ่ายเงินเพื่อเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 60.3 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เคยจ่ายเงินเพื่อเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 68.1 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ มองว่า Loot Boxes เป็นการพนัน, ร้อยละ 86.2 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี มองว่า Loot Boxes เป็นการพนัน, ร้อยละ 27.8 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ ทำการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes เป็นเงินจริง, ร้อยละ 39.7 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ทำการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes เป็นเงินจริง, ร้อยละ 18.1 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ ทำกำไรจากการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes และร้อยละ 25.9 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ทำกำไรจากการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes ซึ่งวิธีแก้ปัญหาไม่ทำให้ระบบ Loot Boxes เป็นการพนันในอุตสาหกรรมก็คือ การที่ผู้ใช้งาน Loot Boxes จะไม่ได้รับเงินจริงๆ กลับคืนไปอย่างไรก็ตามในการศึกษานี้ ยังไม่มีข้อมูลที่มากพอในการนำกฎหมายเข้ามาควบคุมระบบ Loot Boxes และจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการใช้ Loot Boxes ในหมู่เด็ก ๆ (Brooks & Clark, 2019)



ภาพที่ 3 ระบบซื้อขายสินค้าเสมือน และไอเทม
ในเกม ROV โดยจัดเป็นแพ็คเกจ ระบบคูปอง

ในขณะที่ในประเทศไทยมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดเกมและการซื้อของในเกมที่พบว่า พฤติกรรมการติดเกม การซื้อของในเกม และภาวะเสพติดนั้นมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและเกิดผลกระทบทางใดทางหนึ่ง การติดเกมกับการติดพนันมีความคล้ายกันในกลไกและลักษณะภาวะการเสพติด เมื่อเล่นเกมมาก อัตราการซื้อของในเกมก็จะมากขึ้นตามด้วย นำไปสู่การติดเกมและการติดการซื้อของในเกม ซึ่งระบบการสุ่มของในเกม เป็นกลไกที่มีลักษณะของการพนันอยู่นั่นเอง จากการศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น นารีรัตน์ โพธิ์สุวรรณ (2552) พบว่า ปัจจัยด้านจิตลักษณะประกอบด้วย ความเชื่ออำนาจในตน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน และเจตคติต่อการเล่นเกมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนอายุ ความเชื่ออำนาจในตน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน เจตคติต่อการเล่นเกม การอบรมเลี้ยงดู และการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น นอกจากนี้ในการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากเกมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนครั้งในการเล่นเกมนออนไลน์ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมักจะเล่นเกมออนไลน์ในเวลา 16.01-20.00 น. สำหรับผลกระทบจากเกมออนไลน์ พบว่าด้านสุขภาพร่างกายมีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา ด้านการเงิน ทำให้ผู้เล่นมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (ชลลดา บุญโท, 2554) ซึ่งในประเด็นด้านค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนออนไลน์นั้น ส่วนมากจะเป็นค่าใช้จ่ายกับการซื้อสินค้าเสมือนในเกม หรือ ไอเทมในเกมนั่นเอง ซึ่งสรารุณี สักเทวิน (2560) ได้ศึกษาแรงจูงใจและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนมากไม่เกิน 10,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 35 บาท/ครั้ง และ 389 บาท/ครั้ง, การสื่อสารการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมากที่สุด คือ เล่นได้ทั้งระบบไอโอเอส (iOS) และแอนดรอยด์ (Android) ทำให้เข้าถึงได้สะดวก โดยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมากที่สุด คือ เติมเกม Arena of valor (ROV) เพราะความพึงพอใจส่วนตัว มีการตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมากที่สุด คือ การคำนึงถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจ และการได้เล่นฮีโร่ตัวใหม่หรือฮีโร่ที่ต้องการ ทำให้มีการตัดสินใจเติมเงินเกม, มีการเปรียบเทียบช่องทางในการเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) เพื่อให้ได้คุ้มค่าที่สุด โดยมีการค้นหาข้อมูลวิธีการเติมเงินก่อนตัดสินใจเติมเกม Arena of valor (ROV) และตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) ทั้งนี้หลังจากศึกษาข้อมูลการเติมเงินแล้ว นอกจากนี้อาจได้ Skin ใหม่ ๆ หรือ Skin ที่ต้องการ ทำให้ตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) ด้วย ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) ในครั้งต่อไปอีก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of Valor (ROV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ (ระบบของเกม) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านราคา มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านการจัดจำหน่าย (ช่องทางการเติมเงิน) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of Valor (ROV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง



ภาพที่ 4 ระบบซื้อขาย สกิน ในเกม ROV

ผลเสียที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งจากการเล่นเกมออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนนั้น สะท้อนจากงานวิจัยเรื่อง เครื่องขายเกมออนไลน์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสี่ยงโชคในเยาวชน กรณีศึกษา: สามก๊กออนไลน์ (3 Kingdoms Online) และสเปเชียล ฟอर्स (Special Force) ของจีระพันธ์การะเกด (2553) ซึ่งพบว่า ผลเสียที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งจากการเล่นเกมออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนไม่ได้เกิดจากเนื้อหาของเกม แต่เกิดจากเวลาในการเล่นเกมที่มากเกินไป การไม่ควบคุมตนเองปล่อยให้สภาวะทางอารมณ์พาไป การเสี่ยงโชคภายในตัวเกมนั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัท ถือว่าเป็นความบันเทิงชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างความตื่นเต้นท้าทายให้กับกลุ่มผู้เล่น แต่ถ้าเกิดเยาวชนรู้จักยับยั้งชั่งใจ มีวินัยในตัวเองก็จะไม่ทำให้เกิดปัญหา ร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชคอย่างพอควรไม่หักโหม เล่นเพื่อแค่ให้เกิดความสนุกผ่อนคลายชั่วคราว ไม่มีความโลภก็จะไม่ก่อให้เกิดปัญหา การไม่รู้จักควบคุมตัวเองของเยาวชนทำให้ขาดการยับยั้งชั่งใจและไม่รู้จักแบ่งเวลาให้ถูกต้องในการเล่นเกมนออนไลน์ นอกจากนี้ระบบซื้อขายต่างๆ ที่มีอยู่ภายในเกมก็จึงมีลักษณะคล้ายกับการติดยาเสพติด เมื่อเล่นแล้วก็จะไม่สามารถหยุดเล่นได้ ด้วยเหตุจูงใจในหลายอย่างที่เกมมีให้ ทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลิน การมีเพื่อนเล่นเกมที่สามารถพูดคุยและทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันได้ การได้ใช้ชีวิตอยู่ในโลกเสมือนในเกมที่สามารถตอบสนองความต้องการเบื้องต้นภายในจิตใจของตนเองได้ในทุกรูปแบบการใช้ชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริงจะ

ถูกทดแทนและเติมเต็มได้ในโลกของเกม อาจกล่าวได้ว่า การเติบโตของการพนันในเกมออนไลน์อยู่บนฐานของความก้าวหน้าทางนวัตกรรมทางการสื่อสารของเกมผ่านอินเทอร์เน็ต การเติบโตแบบก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมเกมและการพนันออนไลน์นั้นกระตุ้นให้เกิดการศึกษาวิจัยในแง่มุมต่างๆ เช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการพนัน พฤติกรรมการติดเกม-ติดพนัน การวิเคราะห์พฤติกรรมเสี่ยงของการพนัน เป็นต้น การพนันได้ถูกยกระดับให้เป็นปัญหาสุขภาพสำคัญที่มีผลกระทบต่อเด็กเยาวชน ครอบครัว ชุมชน สังคม รวมทั้งเศรษฐกิจของประเทศเกิดเป็นปัญหาอาชญากรรมและปัญหาหนี้สิน เช่น ปี พ.ศ. 2660 ที่ผ่านมาก็พบว่าผู้มีผู้เล่นพนันมีหนี้สินประมาณ 1.2 หมื่นล้านบาท เฉลี่ยที่ประมาณ 1.3 หมื่นบาท/คน (ไทยโพสต์, 2562)

จากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา จึงน่าจะทำให้เป็นภาพรวมได้ว่า ธุรกิจเกมออนไลน์กำลังเติบโตอย่างองอาจและสถานการณ์ของการติดพนันในเกมออนไลน์ก็กำลังเติบโตขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งอยู่ในภาวะที่น่าเป็นห่วงมากหากผู้ที่เกี่ยวข้องยังเป็นเด็กและเยาวชน และมาตรการต่าง ๆ ของทางภาครัฐที่ผ่านมาในการบริหารจัดการในส่วนของการพนันในเกมออนไลน์นั้นยังไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ที่เพียงพอ นอกจากนี้ในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการพนันส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องของตัวเลข เชิงธุรกิจ หรือผลด้านใดด้านหนึ่งเป็นหลัก แม้จะมีข้อมูลและงานวิจัยเกี่ยวกับเกมและการพนันออกมาอย่างต่อเนื่องที่พบว่ามีผลกระทบต่อผู้เล่น แต่พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับการพนันในเกมออนไลน์ในรูปแบบของลูกบ็อกซ์ยังมีไม่มากนัก

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูกบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย โดยในที่นี้ระบุการศึกษาไปที่ผู้เล่นเกมที่พฤติกรรมความเสี่ยงโชค ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นลักษณะการติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) หมายถึง วัยรุ่นที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ครั้งแรก 2) นักพนันที่เป็นปัญหา (problem gamblers) หมายถึง หมายถึง วัยรุ่นที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้ง ขึ้นไป โดยมีแนวโน้มที่จะซื้ออย่างต่อเนื่อง และ 3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) หมายถึง หมายถึง วัยรุ่นที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์เป็นประจำ เมื่อมีสินค้าเสมือนใหม่ๆ กิจกรรมใหม่ๆ หรือโปรโมชั่นใหม่ๆ จากผู้ให้บริการ ต้องการหรือมีวิธีการเพื่อให้ได้มาจนกว่าจะพึงพอใจ ผู้ศึกษามุ่งหวังว่าผลของการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูกบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของผู้เล่นเกมที่มีความเสี่ยงที่จะติดพนันในเกมออนไลน์ในสถานภาพต่างๆ ได้มากขึ้น สร้างความเข้าใจ เข้าถึงปัญหาของการซื้อขายในเกมที่เกิดขึ้นในบริบทของลูกบ็อกซ์อันเป็นความเสี่ยงต่อการพนัน โดยไม่สร้างปัญหาเพิ่มเติมทางสังคมให้เด็กและเยาวชน รวมทั้งสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการจัดการ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความปลอดภัย การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความ

ปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพินันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นในสังคมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพินันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพินันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพินันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 4) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพินันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

1.3 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Brooks and Clark (2019) ศึกษา Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบ Loot Boxes และการพนัน โดยใช้การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่จำนวน 144 คนจากทั่ว North America เกี่ยวกับเรื่อง Loot Boxes และนิสัยในการใช้งาน และเกมเมอร์วัยนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 113 คนของ University of British Columbia โดยการวิจัยได้ทำการดัดแปลงการวิจัยมาจากพฤติกรรมกาติดพนันที่เกิดปัญหาจาก “การเสี่ยงของรางวัลใน Loot Boxes” ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 88.9 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ เคยเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 94.8 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เคยเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 49.3 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ เคยจ่ายเงินเพื่อเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 60.3 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เคยจ่ายเงินเพื่อเปิด Loot Boxes, ร้อยละ 68.1 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ มองว่า Loot Boxes เป็นการพนัน, ร้อยละ 86.2 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี มองว่า Loot Boxes เป็นการพนัน, ร้อยละ 27.8 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ ทำการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes เป็นเงินจริง, ร้อยละ 39.7 ของกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ทำการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes เป็นเงินจริง, ร้อยละ 18.1 ของเกมเมอร์วัยผู้ใหญ่ ทำกำไรจาก การขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes และร้อยละ 25.9 ของกลุ่ม

นักศึกษาระดับปริญญาตรี ทำกำไรจากการขาย Loot Boxes หรือไอเทมใน Loot Boxes ซึ่งวิธีแก้ปัญหานี้ไม่ทำให้ระบบ Loot Boxes เป็นการพนันในอุตสาหกรรมก็คือ การที่ผู้ใช้งาน Loot Boxes จะไม่ได้รับเงินจริงๆ กลับคืนไปอย่างไรก็ตามในการศึกษานี้ ยังไม่มีข้อมูลที่มากพอในการนำกฎหมายเข้ามาควบคุมระบบ Loot Boxes และจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการใช้ Loot Boxes ในหมู่เด็ก ๆ

นาริรัตน์ โปธิสุวรรณ (2552) ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 73.3) อายุไม่เกิน 20 ปี (ร้อยละ 55.8) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 88.3) รายได้ของบิดาอยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 41.7) รายได้ ของมารดาอยู่ในช่วงไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 52.5) บิดามีอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 25.8) และ มารดามีอาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 28.3) ปัจจัยด้านจิตลักษณะประกอบด้วย ความเชื่ออำนาจในตน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน และเจตคติต่อการเล่นเกมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดู การสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน และสภาพแวดล้อมทางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ อายุ ความเชื่ออำนาจในตน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน เจตคติต่อการเล่นเกม การอบรมเลี้ยงดู และการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น ส่วนเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รายได้ของบิดา รายได้ของมารดา และสภาพแวดล้อมทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น และการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน และเจตคติต่อการเล่นเกม ตามลำดับ สามารถพยากรณ์ความแปรปรวนในพฤติกรรมการติดเกมของ วัยรุ่นได้ร้อยละ 35.5

ชลลดา บุญโท (2554) ศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากเกมออนไลน์ โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง 405 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19-20 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้น การศึกษาปีที่ 3 มีจำนวนครั้งในการเล่นเกมนออนไลน์ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมักจะเล่นเกมออนไลน์ในเวลา 16.01-20.00 น. สำหรับผลกระทบจากเกมออนไลน์ พบว่าด้านสุขภาพร่างกายมีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา ด้านการเงิน ทำให้ผู้เล่นมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ด้านการศึกษาและสติปัญญา ทำให้ผู้เล่นเกิดความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว และกลุ่มเพื่อนเกมออนไลน์ ทำให้ผู้เล่นรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ด้านอารมณ์ ทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึก ผ่อนคลายจากความตึงเครียด ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในด้านเวลา ที่ใช้งาน ความถี่ และ

ช่วงเวลาในการทำงานมีความแตกต่างกัน เกิดผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความถี่ของเวลาที่ไม่มีความแตกต่าง

จีระพันธ์ การะเกด (2553) ศึกษาเครือข่ายเกมออนไลน์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสี่ยงโชคในเยาวชน กรณีศึกษา: สามก๊กออนไลน์ (3 Kingdoms Online) และสเปเชียล ฟอर्स (Special Force) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 10 คน และกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมเล่นเกมสามก๊กออนไลน์และสเปเชียลฟอर्स จำนวน 40 คน ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเข้าร่วมและเลิกเสี่ยงโชคภายในเกมออนไลน์เกิดขึ้นจากบริบทต่างๆ ที่อยู่ในสังคมรอบตัวของเยาวชนผู้เล่นเกมออนไลน์ อาทิเช่น ความสนุก ผลตอบแทนจากการเสี่ยงโชค ความอยากรู้ อยากลอง เพื่อน เนื้อหาของเกมออนไลน์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดการเข้าร่วมเสี่ยงโชคในเกมออนไลน์ พร้อมทั้งสาเหตุที่ทำให้เลิกเสี่ยงโชคในเกมออนไลน์ อาทิเช่น เงิน เพื่อน และ เนื้อหาของเกม ในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตัวเยาวชนนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงอย่างภาคธุรกิจเกมออนไลน์และกระทรวงวัฒนธรรมควรให้การดูแลสอดส่องอย่างเคร่งครัดอย่าหวังแต่ผลประโยชน์ของบริษัทของตนเพียงอย่างเดียว ควรให้ความสำคัญกับเยาวชนที่จะเป็นผู้พัฒนาประเทศต่อไปในอนาคตด้วย นอกจากตัวเยาวชนจะไม่มีคุณภาพแล้วจะก่อให้เกิดปัญหาของประเทศในอนาคตในที่สุด

ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน และคณะ (2556) ศึกษาการสำรวจสถานการณ์ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมในนักเรียน โรงเรียนนาร่องระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยใช้ข้อมูลจากระบบการประเมินคัดกรองนักเรียนรายบุคคล จำนวน 8,366 คน ในโรงเรียนนาร่องระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน 21 โรงเรียน ในสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน 6 จังหวัด (กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สระแก้ว ร้อยเอ็ด พะเยา นครศรีธรรมราช) ประเมินด้วยแบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนเด็ก (The Strengths and Difficulties Questionnaire: SDQ) และแบบสอบถามการติดเกมคอมพิวเตอร์ (Game Addiction Screening Test: GAST) ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ปกครองประเมินว่านักเรียนมีปัญหาพฤติกรรมสูงกว่านักเรียนประเมินตนเอง และครูประเมินนักเรียน (15.3 %, 12.9%, 11.2%) โดยผู้ปกครองและครูประเมินตรงกันว่านักเรียนมีปัญหาด้านอารมณ์มากที่สุด (15.4%, 11.5%) ขณะที่นักเรียนประเมินตนเองว่าเสี่ยงด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนมากถึงร้อยละ 36.8 ส่วนการประเมินการติดเกม พบว่า ผู้ปกครองประเมินว่านักเรียนน่าจะติดเกมสูงกว่านักเรียนประเมินตนเอง (3.2%, 2.8%) โดยมองว่านักเรียนหญิง มีความเสี่ยงต่อการติดเกมมากกว่านักเรียนชาย (3.8%, 2.7%) ส่วนนักเรียนประเมินว่าตนเองพบว่าไม่แตกต่างกันในเรื่องเพศ สำหรับระดับชั้นเรียนพบว่าผู้ปกครองและนักเรียนประเมินตรงกันว่า ชั้นประถมปีที่ 5 น่าจะมีการติดเกมมากที่สุด (4.1%, 3.5%) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมพบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมช่วงอายุ 13-18 เสี่ยงต่อการมีปัญหาพฤติกรรมและติดเกมมากกว่านักเรียน

ระดับชั้นประถม (7-12 ปี) การมีเพื่อนเป็นปัจจัยหนึ่ง ต่อการเกิดปัญหาพฤติกรรม เพศเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเกมโดยเพศหญิงเสี่ยงมากกว่าเพศชาย เด็กที่เคยถูกพักการเรียน เคยถูกลงโทษหรือครูเรียกพบผู้ปกครอง เคยเรียนซ้ำชั้นมีความสัมพันธ์ต่อการมีพฤติกรรมเสี่ยง (38.9%, 36.6% และ 32.1%) การได้รับคำแนะนำจากโรงเรียนให้ไปปรึกษาหน่วยบริการสาธารณสุข มีความสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีโอกาสมีปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและติดเกมร้อยละ (64%, 13%) นอกจากนี้การไม่ได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์ต่อการติดเกมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีโอกาสติดเกมถึงร้อยละ 23.8 เด็กนักเรียน ที่ผู้ปกครองมีสถานภาพสมรส หย่าร้าง/หม้าย/แยกเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาพฤติกรรมและการติดเกม (29.0%, 5.6%) บิดามารดามีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการเกิดพฤติกรรมเสี่ยง ด้านประวัติของบิดามารดาพบว่าการมีประวัติของทั้งบิดามารดามีพฤติกรรมไม่เหมาะสม (Disruptive behavior : โทกหก/ขโมย/ทำร้ายร่างกาย) และมารดาวัยเด็กที่ชนอนอยู่ไม่หนึ่งเคยได้รับวินิจฉัยว่าเป็นโรคทางจิตเวช เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสี่ยงของนักเรียน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนที่มีพฤติกรรมเสี่ยงและไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงกับการติดเกม และไม่ติดเกมพบว่า ผู้มีปัญหาพฤติกรรมเสี่ยง มีโอกาสติดเกม ร้อยละ 48.40 และมีโอกาสไม่ติดร้อยละ 23.90 ส่วนผู้ไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงมีโอกาสไม่ติดร้อยละ 76.1 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัญหาพฤติกรรมด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับ การติดเกมสูงกว่าด้านอื่นๆ โดยผู้มีปัญหาพฤติกรรมด้านอารมณ์มีโอกาสดูติดเกมร้อยละ 40.60 ส่วนผู้ที่ไม่มีความเสี่ยง ทางอารมณ์ มีโอกาสไม่ติดเกมร้อยละ 76.10 นักเรียนที่มีปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน มีโอกาสติดเกมร้อยละ 63.60 และผู้ที่ไม่มีความเสี่ยงด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน มีโอกาสไม่ติดเกมร้อยละ 53.1 นักเรียนที่มีปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเกมร้อยละ 28 ส่วนผู้ที่ไม่มีความเสี่ยงด้านเกเร มีโอกาสไม่ติดเกมร้อยละ 83.4 และนักเรียนที่มีปัญหา พฤติกรรมอยู่ไม่หนึ่ง มีโอกาสติดเกมร้อยละ 27.2 ผู้ที่ไม่มีความเสี่ยงด้านเกเรอยู่ไม่หนึ่ง มีโอกาสไม่ติดร้อยละ 83.50

พงศกร เพชรเจริญ (2557) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มบุคคลวัยทำงานอายุระหว่าง 20-59 ปี ทั้งชายและหญิงที่มีการใช้บริการหรือเล่นเกมออนไลน์ จำนวน 210 คน ผลการศึกษาพบว่า บุคคลวัยทำงานมีระยะเวลาเล่นเกมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ความถี่ในการเข้าเล่นเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อสัปดาห์คือ ทุกวันๆ ละหลายครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นเกมน้อยที่สุดคือสมาร์ทโฟน ช่วงเวลาที่เล่นเกมออนไลน์มากที่สุดคือ 20.01-24.00 น. เลือกเล่นเกมประเภท MMORPG มากที่สุด สำหรับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อระดับการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือทัศนคติด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.92 และทัศนคติด้าน การส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.63 นอกจากนี้ยัง

พบว่าลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พัศกร คงสาคร, พิชญ์ โพธิ์กัน และแพรวผกา มุ่งกลาง (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางสังคม การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเองกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยคือ วัยรุ่นชายและหญิง ที่มีพฤติกรรม การเล่นเกมออนไลน์จำนวน 160 คน ผลการวิจัยพบว่า ความวิตกกังวล ทางสังคม การรับรู้ ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเองที่ไม่ดี และการควบคุมตนเองที่ดีมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ($r = .607, r = .588, r = .581, r = -.512, p < 0.001$) ตามลำดับ ความวิตกกังวลทางสังคม การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเองที่ไม่ดี และการควบคุมตนเองที่ดีสามารถอธิบาย ความแปรปรวนของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ได้ร้อยละ 58.3 ($p < 0.001$) โดยความวิตกกังวลทางสังคม การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ และการควบคุมตนเองที่ดี มีน้ำหนักในการทำนายพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = .319, \beta = .318, \beta = -.234$ ตามลำดับ) ส่วนการควบคุมตนเอง ที่ไม่ดีมีน้ำหนักในการทำนาย พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ได้้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .142$)

ภคกร ลุ่มเพชรมงคล. (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ชนิดของเกมที่น่าสนใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมนานทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคนรอบข้างในการเล่น ความเบื่อกับการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแข่งขันในเกม ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่น ช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2558 จำนวน 271 คน ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความเบื่อกับการเล่น และปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 68.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภรณ์ญู แก้วกล้า (2559) ศึกษามาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ ในกรณีการให้บริการข้อมูลภายในเกมออนไลน์ของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งจะศึกษา กฎหมายต่างๆที่จะนำมาปรับใช้กับการให้บริการข้อมูลภายในเกมออนไลน์ และวิเคราะห์ปัญหาในการโฆษณาเกี่ยวกับการเชิญชวนให้เล่นเกมออนไลน์ การคุ้มครองผู้บริโภค ที่ใช้บริการผ่านระบบอัตโนมัติ อีกทั้งวิเคราะห์ถึงการที่ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งได้ใช้ข้อมูลที่ไม่เป็นธรรมอย่างแพร่หลาย ในการให้บริการ รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการใช้บริการเกมออนไลน์ เพื่อให้ได้แนวทางที่ จะเสนอแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัย

พบว่า การคุ้มครองผู้บริโภคใน การให้บริการข้อมูลภายในเกมออนไลน์ ในประเทศไทยนั้น ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อที่จะใช้บังคับ จึงต้องใช้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค แต่กฎหมายดังกล่าวยังไม่เพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ เพราะเนื่องจากผู้บริโภคซึ่งอยู่ในสถานะที่ต่ำกว่าจะตกเป็นผู้ที่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการอยู่เสมอ และปัญหา ในการโฆษณาเชิญชวนให้เล่นเกมออนไลน์นั้นยังมีการใช้ข้อความที่เป็นเท็จ ไม่อาจพิสูจน์ความจริงได้ หรือไม่สามรถทำให้ผู้บริโภค เข้าใจในสาระสำคัญได้ และในการทำสัญญาให้บริการข้อมูลซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูปนั้น ได้มีการใช้ข้อความ ที่ไม่เป็นธรรม หรือมีเงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภค ไม่เข้าใจในสาระสำคัญและไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการธุรกิจได้ และได้มีการใช้ข้อสัญญาที่จำกัดความรับผิดชอบ หรือ มีเงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะที่เสียเปรียบผู้ประกอบการเกินสมควร ยิ่งไปกว่านั้นยังมีได้มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเข้ามาดูแลผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ให้บริการโดยเฉพาะ ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายหรือองค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคต่างๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในกรณีการให้บริการข้อมูล ในเกมออนไลน์ก็ตาม แต่ผู้ที่สามารถให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดก็คือตัวผู้บริโภคเอง ที่ควรมีการศึกษาข้อมูลก่อนที่จะทำนิติกรรมใดๆ ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับบริการ ข้อตกลง สิทธิหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองและ ผู้ประกอบการธุรกิจที่อยู่ในวิสัยที่อาจจะทำความเข้าใจได้ นอกเหนือจากนี้ก็เป็นหน้าที่ของกฎหมาย ที่จะเข้ามาอุดช่องว่าง หรือช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการต่อไป รวมไปถึง การให้ ความรู้ต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับ สิทธิหน้าที่ของผู้บริโภค รวมไปถึงหน้าที่การสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมพัฒนาระบบ เศรษฐกิจกับการคุ้มครองผู้บริโภค ไปพร้อมกัน ไม่ใช่เพียงการสนับสนุนพัฒนาการทางเศรษฐกิจจนทำให้สิทธิของผู้บริโภคนั้นถูกละเลย หรือการคุ้มครองผู้บริโภค จนเศรษฐกิจของประเทศไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้

สุระชัย ภูผา (2558) ศึกษามายาคติในการสื่อสารออนไลน์ในเว็บไซต์การพนัน โดยศึกษารูปแบบความสัมพันธ์การสื่อสารสัญญาของเว็บไซต์พนันออนไลน์กับมายาคติและอุดมการณ์ต่างๆ ที่แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง ใช้วิธีการวิจัยศึกษาเนื้อความและบริบทของเนื้อความตามแบบแผนของการศึกษาหลังนวยสมัยที่อาศัยการวิเคราะห์วาทกรรมและการถอดรื้อโครงสร้าง ความหมาย เก็บรวบรวมข้อมูลจากเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์การพนันที่ได้รับ ความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกที่ปรากฏในระบบปฏิบัติการค้นหากูเกิล ได้แก่ starworld88.com, thaicasinonline.net และ caca6.com และสัมภาษณ์ผู้ที่เปิดรับเว็บไซต์พนัน 12 กรณีที่รวมผู้ เล่นพนันออนไลน์โดยตรงและผู้ที่เปิดรับเว็บไซต์พนันออนไลน์เป็นครั้งแรก ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์สามารถยุบสัญลักษณ์ ภาพตัวแทน และตัวบ่งชี้ที่กระจายอยู่ในสังคมมา จัดวางสลับตำแหน่งจนสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของการพนันกลายเป็นภาพมายาเหมือนเกมที่ น่าสนุกตื่นเต้น ที่ไปก่อตัวเป็นสภาวะเหนือจริงครอบงำความคิดของผู้รับสารภายใต้ จินตนาการแห่งความชอบธรรม และความสุขในการเล่นพนันได้อย่างไม่รู้จัก การสื่อสารออนไลน์

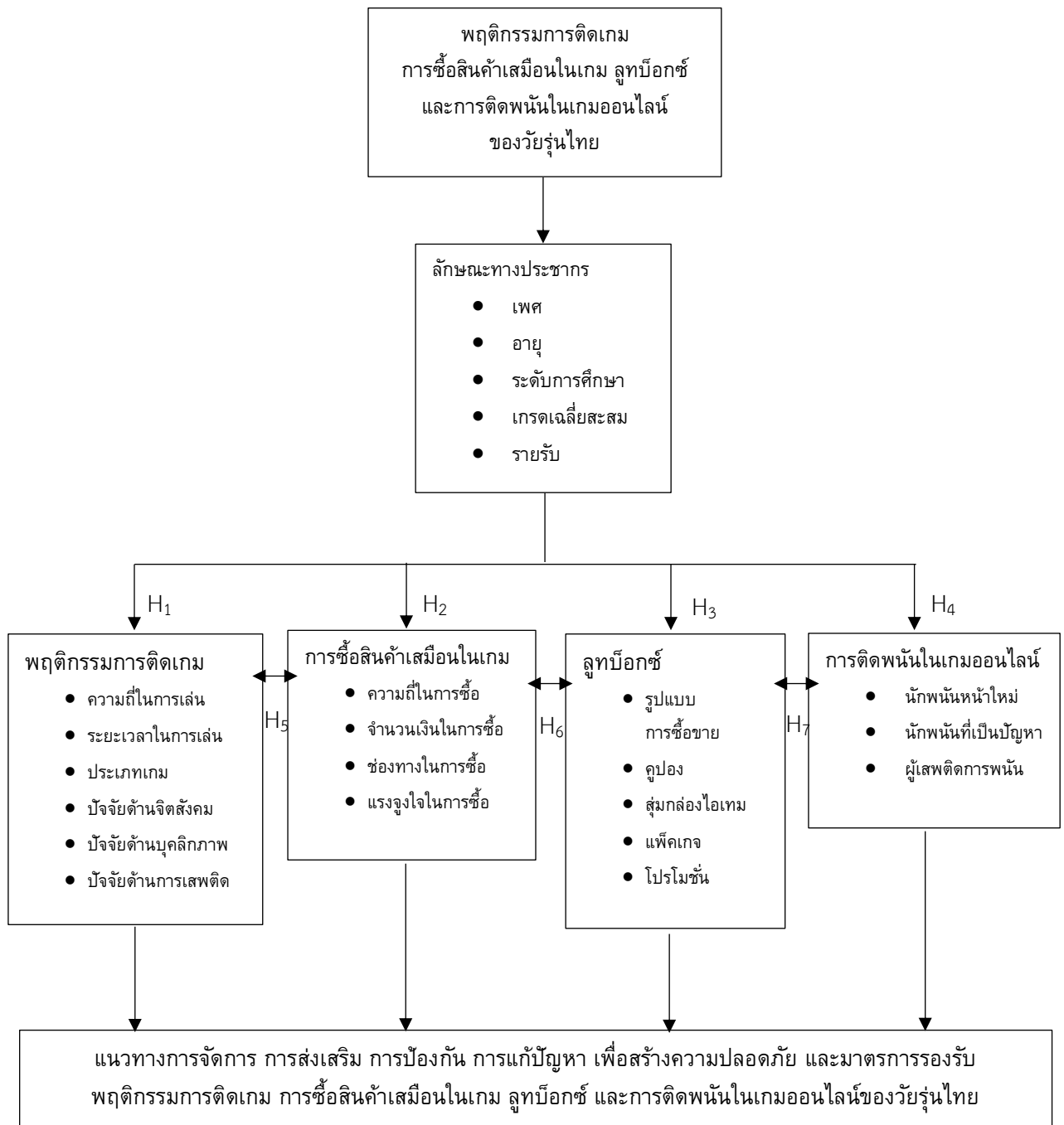
ของเว็บไซต์นั้นสามารถครอบงำผู้คนไว้ได้ เนื่องจากรูปแบบและลีลาการนำเสนอมีความสอดคล้องไปด้วยกันได้กับชุดอุดมการณ์ต่างๆ ที่แวดล้อมผู้คนในสังคม อันได้แก่ อุดมการณ์ทุนนิยม อุดมการณ์เชิงชนชั้น อุดมการณ์ประชาธิปไตยเสียงข้างมาก และอุดมการณ์อินเทอร์เน็ต

สรารุณี สักเทวิน (2560) ศึกษาแรงจูงใจและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้เล่นที่เคยเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) จำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 71.0 มีอายุ 25-29 ปี มีรายได้ส่วนมากไม่เกิน 10,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 35 บาท/ครั้ง และ 389 บาท/ครั้ง 2) การสื่อสารการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมากที่สุด คือ เล่นได้ทั้งระบบไอโอเอส (iOS) และแอนดรอยด์ (Android) ทำให้เข้าถึงได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 3) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมากที่สุด คือ เติมเกม Arena of valor (ROV) เพราะความพึงพอใจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 4) การตัดสินใจเติมเงินเกม อยู่ระดับมาก คือ การคำนึงถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การได้เล่นฮีโร่ตัวใหม่ หรือฮีโร่ที่ต้องการ ทำให้มีการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีการเปรียบเทียบช่องทางในการเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) เพื่อให้ได้คุ้มค่าที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 มีการค้นหาข้อมูลวิธีการเติมเงินก่อนตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) ทันทีหลังจากศึกษาข้อมูลการเติมเงินแล้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 การอยากได้ Skin ใหม่ ๆ หรือ Skin ที่ต้องการ ทำให้ตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 จะมีการเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) ในครั้งต่อไปอีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 5) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of Valor (ROV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ (ระบบของเกม) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านราคา มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านการจัดจำหน่าย (ช่องทางการเติมเงิน) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of Valor (ROV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ด้านความต้องการทางสังคม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และความต้องการการยกย่อง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่กล่าวมา พบว่าพฤติกรรมการเล่นเกมต่างๆ ของวัยรุ่น ใช้เวลาในการเล่นเกมออนไลน์ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ความถี่ในการเข้าเล่นเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อสัปดาห์คือ ทุกวันๆ ละหลายครั้ง และมักจะเล่นเกมออนไลน์ในเวลา 16.01-20.00 น. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 35 บาท/ครั้ง โดยมีแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกมในระดับมากที่สุด คือ เติมเงินเกมเพราะความพึงพอใจส่วนตัว โดย

คำนึงถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ จากการได้เล่นฮีโร่ตัวใหม่ หรือฮีโร่ที่ต้องการ จากการซื้อขายไอเทมในเกม ทั้งนี้เพราะต้องการเล่นด้วยความสนุก ผ่านระบบซื้อขายสินค้าเสมือนในเกมด้วยระบบลูทบ็อกซ์ที่กระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมเสี่ยงโชคในเกมออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมการณ์ที่เกิดขึ้นเกิดปัญหาจากการเสี่ยงของรางวัลใน ระบบลูทบ็อกซ์นั้นยังไม่มีข้อมูลที่เหมาะสมพอในการนำกฎหมายเข้ามาควบคุมที่เพียงพอ นอกจากนี้ยังพบหลักฐานเชิงประจักษ์อีกประการหนึ่งที่บ่งบอกว่าพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมในวัยรุ่นนั้น คือ เพศเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเกม โดยเพศหญิงเสี่ยงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมช่วงอายุ 13-18 ปี นั้นเสี่ยงต่อการมีปัญหาพฤติกรรมและการติดเกมมากกว่านักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ทั้งนี้ปัจจัยด้านจิตสังคม, ด้านบุคลิกภาพ ด้านการเสพติด, ด้านการตลาดต่างๆ ที่ความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเล่นเกม การติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม และการติดพนันในเกมออนไลน์ ซึ่งล้วนส่งผลให้เกิดผลกระทบตามมา ทั้งด้านสุขภาพกาย ร่างกายที่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา สุขภาพจิตที่มีส่งผลให้มีอารมณ์แปรปรวน ตลอดจนพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ ตามมา

1.4 กรอบแนวคิด



1.5 นิยามคำศัพท์

- 1) เกมออนไลน์ (online game) หมายถึง เกมที่เล่นบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตดีไวซ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์ สามารถเล่นร่วมกับคนอื่นที่อยู่ต่างสถานที่กันได้
- 2) ไอเทม (item) หมายถึง สินค้าในเกมต่างๆ เช่น สกิน, ชุดเครื่องแต่งกาย, อาวุธ, อุปกรณ์อัปเกรดความสามารถของตัวละครในเกม เป็นต้น
- 3) สินค้าเสมือน (virtual goods) หมายถึง สินค้าที่จับต้องไม่ได้และเป็นสินค้าที่ซื้อเพื่อใช้งานในเกมออนไลน์
- 4) ลูทบ็อกซ์ (loot box) หมายถึง ระบบกล่องสุ่มไอเทมหรือกล่องปริศนาในเกมออนไลน์ โดยสุ่มของจากการซื้อในเกมแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้ไอเทมพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่น และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง
- 5) กacha (gacha), กachaปอง (gachapon) หมายถึง ระบบสุ่มไอเทม ซึ่งเป็นสิ่งของภายในเกม เป็นรูปแบบลักษณะหนึ่งที่นิยมกันในเกมมากในระบบเกมฟรีและเสียเงินด้วย อาจเป็นการสุ่มตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ภายในเกม โดยจะมี ตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ที่ดีและมีความต้องการสูงมาล่อใจ ซึ่งระบบกacha จะสุ่มของหลังจากเปิดกล่องหรือรูปแบบอื่นๆ ที่ทางเกมนั้นๆ จัดขึ้น
- 6) วัยรุ่นไทย (Thai adolescent) หมายถึง ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษา เคยซื้อ-ขาย ไอเทมในเกม
- 7) การติดเกม (gaming addiction behavior) หมายถึง พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมออนไลน์ โดยประเมินจากแบบทดสอบการติดเกมฉบับเด็กและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อคำถาม ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale ไม่ใช่เลย (0), ไม่น่าใช่ (1), น่าจะใช่ (2) และใช่เลย (3) มีระดับคะแนนตั้งแต่ 0-48 คะแนน ในการจัดกลุ่มของผู้ติดเกม จะประมวลผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม แยกตามเพศ ดังนี้
 - เพศชาย
 - กลุ่มปกติ หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนน้อยกว่า 24 คะแนน ลงไป เป็นผู้ที่มิยังมีปัญหาในการเล่นเกม
 - กลุ่มคลังไคล้ หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนระหว่าง 24-32 ลงไป เป็นผู้ที่เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม

- กลุ่มน่าจะติดเกม หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 33 เป็นผู้ที่มึปัญหาในการเล่นเกมมาก
 - เพศหญิง
 - กลุ่มปกติ หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนน้อยกว่า 16 คะแนน ลงไป เป็นผู้ที่มึย้งไม่มีปัญหาในการเล่นเกม
 - กลุ่มคลังไคล์ หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนระหว่าง 16-22 ลงไป เป็นผู้ที่เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม
 - กลุ่มน่าจะติดเกม หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 23 เป็นผู้ที่มึปัญหาในการเล่นเกมมาก
- 8) การติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) หมายถึง แนวโน้มของติดการเสี่ยงโชค การติดซื้อสินค้ำ ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ โดยประเมินจาก Problem Gambling Severity Index (PGSI) จำนวน 9 ข้อค้ำถาม ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale (ไม่เคย (0), บางครั้ง (1), บ่อยครั้ง (2) และประจำ (3)) มีระดับคะแนนตั้งแต่ 0-27 คะแนน ในการจัดกลุ่มของนักพนัน โดยจะประมวลผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้
- นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนน้อยกว่า 2 คะแนน ลงไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน
 - นักพนันที่เป็นปัญหา (problem gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนระหว่าง 3-7 คะแนน เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติดพนัน
 - ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนมากกว่า 8 คะแนน ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติการ ดังนี้

ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

- 1) ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้ำเสมือนในเกมลู่ทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

- 2) ได้เข้าใจถึงพฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 3) ได้เข้าใจผลกระทบจากพฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติการ

- 1) ได้แนวทางให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องในการจัดการ การส่งเสริมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์
- 2) ได้แนวทางให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องในการการป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

บทที่ 2

ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มคนที่เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีพฤติกรรมการใช้เงินในการซื้อไอเทมหรือสินค้าเสมือนในเกม ผ่านระบบซื้อขายในเกม เช่น เติมเงิน คุปอง แพ็คเกจ เสี่ยงโชค ลูทบ็อกซ์ หรือ ก๊าซ และมีความเสี่ยงในการติดพนันในเกมออนไลน์

2.2 วิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Approach) ด้วยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (cross-sectional study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จึงเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อนำมาใช้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์ของเกมเมอร์ไทย ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร และเพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของเกมเมอร์ว่า มีความแตกต่างกันจะมีความแตกต่างในพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์ หรือไม่ อย่างไร ตลอดจนใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่นๆ ด้วย

สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Dept Interview) กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยได้นำมาใช้เพื่อศึกษาถึงรายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์ของเกมเมอร์ไทย ที่เกิดขึ้นอยู่ในบริบทของเกมเมอร์ในสังคมไทย ซึ่งรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพนี้จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในส่วนของเบื้องหลังวิถีคิดของกลุ่มตัวอย่างว่า มีรูปแบบ วิธีการ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นว่าเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหาคำตอบมาได้ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จึงเลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาเพื่อใช้อธิบายข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบในเชิงลึกที่ถูกต้อง และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เมื่อเก็บข้อมูลครบทั้งสองส่วนครบแล้ว จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จากการวิเคราะห์เอกสาร แบบสอบถาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการใช้การสรุปประเด็น และจัดกลุ่มตามผลการวิจัยที่ได้รับจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำ

ข้อมูลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเหตุผลและการวิเคราะห์ทางสถิติ และการอธิบายโดยใช้การพรรณนา สังเคราะห์ผล และสรุปผลการวิจัยต่อไป

2.3 การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

อนึ่ง โครงการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในมนุษย์ จำเป็นต้องมีการผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ด้วย โดยได้ขอพิจารณารับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้ได้ทำการยื่นขอรับการพิจารณาตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2563 หลังจากได้รับการอนุมัติโครงการวิจัยจากทาง ศศก. เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2563 และได้รับการรับรองเมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2563

2.4 พื้นที่ศึกษา

ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

2.5 ประชากรที่ศึกษา

ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษาที่มีพฤติกรรมเล่นเกมและเสี่ยงต่อการติดเกม มีแนวโน้มการติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) จำนวนประมาณ 2,000,000 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2561)

2.6 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ที่เล่นเกมออนไลน์ เคยซื้อ-ขาย ไอเทมในเกม โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะต้องไม่น้อยกว่า 398 คน และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 400 คน

2.7 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับการสำรวจเชิงปริมาณ ผู้วิจัยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

1) การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้

2) การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการนำจังหวัดต่างๆ ของทั้ง

5 ภาค มาสุ่มด้วยวิธีการจับฉลากออกมา จำนวน ภาคละ 1 จังหวัด ได้แก่

- ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม
- ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร
- ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี
- ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา

3) การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการนำชื่อสถานศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยและโรงเรียนของแต่ละจังหวัด มาสุ่มด้วยวิธีการจับฉลากออกมา จังหวัดละ 2 สถานศึกษา ได้แก่

- จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และโรงเรียนจอมทอง
- จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และโรงเรียนสารคามพิทยาคม

- กรุงเทพมหานคร ได้แก่ มหาวิทยาลัยศิลปากร และโรงเรียนเบญจมราชาลัย

- จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และโรงเรียนเบญจมราชูทิศ

- จังหวัดยะลา ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และโรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ

4) การสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยเข้าไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์ กำหนดมหาวิทยาลัยละ 40 คน และโรงเรียนละ 40 คน รวมเป็นจังหวัดละ 80 คน ตามที่จับฉลากได้ จนกระทั่งครบทั้ง 400 ตัวอย่าง

โดยมีเกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria) และเกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria) ดังนี้

เกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria)

- 1) มีประสบการณ์ในการเล่นเกมออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา
- 2) เป็นผู้ที่เคยเสียโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา
- 3) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria)

- 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ไม่จำกัดเพศและอายุ โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

1. ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่เป็นวัยรุ่นไทยมีประสบการณ์ในการเล่นเกมนออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัยได้ จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็น นักเรียน 5 คน และนักศึกษา 5 คน

โดยมีเกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria) และเกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria) สำหรับวัยรุ่นไทย ดังนี้

เกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria)

- 1) มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา
- 2) เป็นผู้ที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา
- 3) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria)

- 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

2. นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมนออนไลน์ การติดเกม การพนัน การสื่อสารการตลาด ธุรกิจเกม ไม่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 5 คน โดยแบ่งเป็น นักวิชาการ 2 คน, นักวิชาชีพ 2 คน และนักจิตวิทยาหรือบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 1 คน

เกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria) และเกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria) สำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพ ดังนี้

เกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria)

- 1) เป็นนักวิชาการและ/หรือนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมนออนไลน์ การติดเกม การพนัน การสื่อสารการตลาด ธุรกิจเกม ไม่ต่ำกว่า 1 ปี
- 2) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria)

- 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

2.8 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์

2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้ทราบถึงวิธีคิด มุมมอง และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง มีการสร้างแนวคำถามจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยที่ต้องการศึกษา โดยนำข้อคำถามจากแบบสอบถามเชิงปริมาณมาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม ลักษณะของคำถามเป็นประเภทคำถามปลายเปิด ซึ่งมีแนวคำถามการสัมภาษณ์ คือ พฤติกรรมการเล่นเกมเป็นอย่างไร, ปัจจัยด้านจิตสังคม (บุคลิกภาพ, การเลี้ยงดู, ทัศนคติ, ค่านิยม) เป็นอย่างไร, พฤติกรรมการซื้อสินค้าเสมือนในเกมเป็นอย่างไร, คุณตัดสินใจซื้อเพราะอะไร, ปัจจัยด้านตัวเกม และการพนันในเกมออนไลน์เป็นอย่างไร, ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการเล่นเกมและการพนันในเกมออนไลน์เป็นอย่างไร, ผลกระทบที่ได้รับจากการเล่นเกมและการพนันในเกมออนไลน์เป็นอย่างไร และแนวทางการจัดการ จัดการส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหาเพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์เป็นอย่างไร เป็นต้น

สำหรับแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์ มีจำนวน 10-15 ข้อคำถาม ใช้เวลาประมาณ 30-60 นาที ในการสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: เป็นข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชื่อ-สกุล, อายุ, อาชีพหรือตำแหน่ง และสถานศึกษา หรือสถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2: เป็นประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับเกม แยกตามกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยข้อคำถามจะเน้นเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติ

2) นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ โดยข้อคำถามจะเน้นเรื่องของผลกระทบ แนวทางการจัดการ จัดการส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหาเพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์

3) แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามที่แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางประชากร จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการติดเกมและผลกระทบ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3: การซื้อสินค้าเสมือนในเกม จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4: รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์ จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5: แนวโน้มจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ จำนวน 20 ข้อ

ในการประเมินวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของกลุ่มตัวอย่าง อาศัยการประเมินจากแบบทดสอบการติดเกมฉบับเด็กและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale (ไม่ใช่เลย (0), ไม่น่าใช่ (1), น่าจะใช่ (2) และใช่เลย (3)) สำหรับเกณฑ์ในการประเมินผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม แยกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชาย

คะแนนรวมของแบบทดสอบ GAST	กลุ่ม	ระดับความรุนแรงของปัญหา
คะแนนน้อยกว่า 24	ปกติ	ยังไม่มีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนระหว่าง 24-32	คลั่งไคล้	เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 33	น่าจะติดเกม	มีปัญหาในการเล่นเกมมาก

เพศหญิง

คะแนนรวมของแบบทดสอบ GAST	กลุ่ม	ระดับความรุนแรงของปัญหา
คะแนนน้อยกว่า 16	ปกติ	ยังไม่มีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนระหว่าง 16-22	คลั่งไคล้	เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 23	น่าจะติดเกม	มีปัญหาในการเล่นเกมมาก

ในการประเมินแนวโน้มการติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) ของกลุ่มตัวอย่าง อาศัยแบบประเมินการวัดโรคติดพนัน Problem Gambling Severity Index (PGSI) จำนวน 9 ข้อคำถาม อ้างอิงจากแบบประเมินปัญหาการพนันของสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ ซึ่งพัฒนาจาก The Problem Gambling Severity Index (PGSI) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบด้วยตนเอง ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale (ไม่เคย (0), บางครั้ง (1), บ่อยครั้ง (2) และประจำ (3)) มีระดับคะแนนตั้งแต่ 0-27 คะแนน สำหรับเกณฑ์ในการประเมินมีดังนี้ (Salonen, Alho and Castren, 2017; Department of Mental Health, 2017;

Stevens and Young, 2008; Svetieva & Walker, 2008; McCready & Adlaf, 2006; Wynne, 2003)

- มากกว่า 8 คะแนน ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน หมายถึง เป็นผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers)
- 3-7 คะแนน เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติดพนัน หมายถึง เป็นนักพนันที่มีปัญหา (problem gambling)
- น้อยกว่า 2 คะแนน ลงไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน หมายถึง เป็นนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers)

2.9 การตรวจสอบ การทดสอบ และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนการหาประสิทธิภาพเพื่อให้ได้คุณภาพตามลำดับ ดังนี้

1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามขึ้นมา ผู้วิจัยได้นำไปตรวจสอบว่าเมื่อนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรวิจัยแล้ว จะสามารถวัดในส่วนของเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการวัดได้มากน้อยเพียงใด โดยในกระบวนการตรวจสอบผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและถูกต้องเหมาะสมในการทำไปเก็บข้อมูลจริง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบประเมินเป็นรายบุคคลว่าข้อคำถามแต่ละข้อสอดคล้องหรือวัดได้ตรงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) (Rovinelli & Hambleton, 1977, Miller, 2003)

สำหรับเกณฑ์การหาค่าดัชนี IOC แบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- ถ้าข้อคำถามสอดคล้องหรือวัดได้ตรงวัตถุประสงค์ ได้ +1 คะแนน
- ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องหรือวัดได้ตรงวัตถุประสงค์ ได้ 0 คะแนน
- ถ้าข้อคำถามวัดได้ไม่สอดคล้องหรือตรงวัตถุประสงค์ ได้ -1 คะแนน

โดยมีรายนามผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้

- 1) ศาสตราจารย์พัชนี เชาจรรรยา
สังกัด คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ

สังกัด คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

3) นายมนัส สุนทรโชติ

พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ (สาขาการพยาบาลสุขภาพและจิตเวช)

สังกัด โรงพยาบาลพุทธโสธร

จากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ประเมินมารวมลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ย โดยเกณฑ์ในการประเมินผลดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (IOC) มีดังนี้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้
- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและได้ให้คำแนะนำในการปรับแก้ไข หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำจนได้แบบสอบถามที่มีความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 118 ข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ทุกข้อ ถือว่าคัดเลือกไว้ใช้ได้ จากนั้นนำไปสู่กระบวนการตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ต่อไป

2) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

เมื่อได้แบบสอบถามที่มีการปรับปรุงจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และได้ทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการวิเคราะห์หาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pilot test) กับผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้ จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตรของ Cronbach (Cronbach, 1984) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics Version 25 โดยแบบสอบถามจะต้องมีค่าความเชื่อถือได้มากกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงจะสามารถนำไปใช้ได้ โดยปรากฏผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

จากผลการทดสอบผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน พบว่า จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 99 ข้อ หาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตรของ Cronbach ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics Version 25 ได้ค่าเท่ากับ 0.975

ซึ่งถือได้ว่า มีความเชื่อถือได้ดี นอกจากนี้ได้ผ่านการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

2.10 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวัดเพียงครั้งเดียว (cross-sectional study) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดขึ้นตามจำนวนที่กำหนดไว้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ในช่วงต้น ในการเก็บข้อมูลจริงนั้น ผู้วิจัย/ผู้ช่วยวิจัยได้แนะนำตัว แจ้งความจำนง และขอความร่วมมือในการสละเวลาตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง อธิบายวิธีการกรอกแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2.11 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณเมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัย จะนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics Version 25 เพื่อใช้ในการคำนวณค่าสถิติ และทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูล

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence T-Test) และใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One - way ANOVA หรือ F-Test) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามระหว่างตัวแปรอิสระตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป

สำหรับการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) นำมาใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูล

โดยเกณฑ์ประเมินระดับความสัมพันธ์ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์) ที่ใช้ทดสอบค่าความสัมพันธ์กัน สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาหาความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีดังนี้ (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

- ± 0.00 ถึง ±0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
- ± 0.21 ถึง ± 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
- ± 0.41 ถึง ± 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
- ± 0.61 ถึง ± 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
- ± 0.81 ถึง ± 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

และในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร และบทสัมภาษณ์โดยถอดบทสนทนา จากนั้นจึงวิเคราะห์แยกประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อตอบคำถามวิจัย จากนั้นจึงตีความข้อมูลเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น อาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปเป็นผลการวิจัย โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและบริบททางสังคมไทย ด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytic Description)

บทที่ 3

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยในส่วนของวิจัยเชิงปริมาณนั้น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Approach) ด้วยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (cross-sectional study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และในส่วนของวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 4 ข้อ โดยจะนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

3.1 พฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

3.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

3.1.2 พฤติกรรมการเล่นเกมและผลกระทบ

3.1.3 การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

3.1.4 รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

3.1.5 แนวโน้มจากการพันในเกมออนไลน์และผลกระทบ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.3 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

3.5 แนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

3.1 พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

เกมออนไลน์ในปัจจุบัน

เกมออนไลน์มีลักษณะเป็นสินค้าและเป็นธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ประเภทหนึ่งที่อยู่ใต้อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ มีเงินหมุนเวียนจากการที่ผู้เล่นเข้าไปใช้บริการผ่านเครือข่ายของผู้ให้บริการเกม โดยผู้เล่นต้องทำการดาวน์โหลดเกมนั้นๆ มาบนระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟนหรือแพลตฟอร์มต่างๆ เล่น สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต คอนโซล บ็อกซ์ และคอมพิวเตอร์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์ สามารถเล่นร่วมกับคนอื่นที่อยู่ต่างสถานที่กันได้ โดยมีเสียค่าบริการตามจำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่เล่น บางเกมผู้เล่นสามารถเข้าเล่นได้ฟรีหรือบางเกมต้องเสียค่าบริการก่อนจึงจะสามารถทำการเข้าเล่นเกมได้ ทั้งนี้อัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับทางผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด โดยเกมนั้นมีเนื้อหา รูปแบบ วิธีการเล่นที่หลากหลาย และมีหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและความต้องการของผู้เล่น

"เกมเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง ทุกวันนี้เราตกเป็นเหยื่อของสินค้าชนิดนี้อยู่" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"คำว่าอีสปอร์ต ก็มาจากอุตสาหกรรมเกมที่มีมานานแล้ว ไม่เกี่ยวว่ามันจะเป็นหรือไม่เป็นกีฬา คืออิเล็กทรอนิกส์สปอร์ต มันก็คือการแข่งขัน" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ฝ่ายของเกมก็ยังไม่ยอมรับ โดยเฉพาะเด็ก แต่ถามว่าผู้ใหญ่ยอมรับไหม ผู้ใหญ่รู้" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมเป็นธุรกิจที่ทำเงินจากเด็ก เด็กเล่นแล้วมันก็เกิดผลกระทบ ถ้าเล่นมาก เสพมาก ก็เป็นโรค" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"สคบ. ก็เห็นด้วยว่าต้องมีหลายๆ มาตรการที่เกี่ยวกับเกมเป็นกฎหมายออกมา แล้วก็ต้องไปให้ความรู้คนแวดล้อมรอบตัว ทุกคนรู้ แต่มันยังไปไม่ถึงเท่านั้น ซึ่งทางธุรกิจเกมเขาก็ยอมรับ แต่ว่าธุรกิจเกมโชคดีที่ลูกค้าของเขาออกมาปกป้องเขาแทน" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เรามองว่าการเล่นเกมเป็นเรื่องปกติ มันเป็นดิจิทัลคอนเทนต์ตัวหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไอทีโตขึ้น" เพราะว่าตัวไอทีเอง ลำพังฮาร์ดแวร์อย่างเดียวมันไม่โตหรอก แต่ถ้าเอาฮาร์ดแวร์ไปสร้างงาน เอาฮาร์ดแวร์พวกนี้ไปเล่นเกม มันจะโต เพราะตลาดเกมมันใหญ่" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"คนเล่นเกมมีหลากหลาย เกมเองก็มีหลายประเภท ทั้งเล่นบนมือถือ เล่นบนคอมพิวเตอร์ บนคอนโซล เป็นบ็อกซ์ ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับตัวเกม กับคอนเทนต์ของเกม" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"บางเกมลิมิตตัวเองอยู่บางแพลตฟอร์ม กลุ่มผู้เล่นก็ไม่ใหญ่มาก แต่บางเกมเปิดกว้างหลายแพลตฟอร์ม กลุ่มผู้เล่นก็จะโตขึ้น" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เกมแต่ละเกมจะมีด้าน มี story line หลักๆ แต่ผมเล่นจบแล้ว ก็เลยแคร์รอให้มันมี episode ใหม่ๆ มา" (วรวิทย์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

3.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จะศึกษาเกี่ยวกับเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, เกรดเฉลี่ยสะสม และรายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งข้อมูลในส่วนดังกล่าวจะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ชาย	200	50.00
2) หญิง	200	50.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนเท่ากัน โดยเป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 12 ปี	2	0.50
2) 13-15 ปี	76	19.00
3) 16-18 ปี	121	30.25
4) 19-23 ปี	192	48.00
5) มากกว่า 24 ปี	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-23 ปี มากที่สุด มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 16-18 ปี มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และมีอายุน้อยกว่า 12 ปี น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มัธยมศึกษาตอนต้น	75	18.75
2) มัธยมศึกษาตอนปลาย	102	25.50
3) ปริญญาตรี	223	55.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นน้อยที่สุด มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 2.00	15	3.75
2) 2.01-2.50	65	16.25
3) 2.51-3.00	102	25.50
4) 3.01-3.50	134	33.50
5) มากกว่า 3.51	84	21.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 มากที่สุด มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมามีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51-3.00 มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมีเกรดเฉลี่ยสมมน้อยกว่า 2.00 น้อยที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (บาท)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 5,000	215	53.75
2) 5,001-10,000	139	34.75
3) 10,001-15,000	23	5.75
4) 15,001-20,000	3	0.75
5) 20,001-25,000	9	2.25
6) มากกว่า 25,001	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท น้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

3.1.2 พฤติกรรมการเล่นเกม พฤติกรรมติดเกมและผลกระทบ

ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมของกลุ่มตัวอย่าง จะศึกษาเกี่ยวกับประเภทเกมที่ชอบเล่น, เวลาในการเล่นโดยเฉลี่ยใน 1 วัน, ช่วงเวลาที่เล่นเกมเป็นประจำ, ความถี่ในการเล่นโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์, บุคคลที่เล่นเกมด้วยกัน, อุปกรณ์ในการเล่น และสถานที่ที่ใช้เล่นเกม ซึ่งข้อมูลในส่วนดังกล่าว จะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และสำหรับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม และปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็น จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเกมที่ชอบเล่น

ประเภทเกมที่ชอบเล่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) Action RPG	62	15.50
2) Adventure	68	17.00
3) Board Game	62	15.50
4) Card Game	48	12.00
5) Casino Online	71	17.75
6) Casual Game	84	21.00
7) Fighting	45	11.25
8) MMORPG	70	17.50
9) MOBA	242	60.50
10) Puzzle	118	29.50
11) Racing Game	119	29.75
12) RPG	71	17.75
13) Shooting Game	258	64.50
14) Simulation Game	121	30.25
15) Sport	98	24.50
16) Strategy Game	62	15.50
17) Turn Base RPG	40	10.00
18) เกมประเภทอื่นๆ	31	7.75

*กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเล่นเกมประเภท Shooting Game มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาชอบเล่นเกมประเภท MOBA มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และชอบเล่นเกมประเภทอื่นๆ น้อยที่สุด โดยระบุว่าเป็นเกม Audition, Dead by Daylight, CS:GO, Rust, GTA V, Five M, Sky Children of the Light, Café, DragonRaJa, SuperstarSM, Lord & Beauties, Dress up games, 3D dree up game และ The Sims มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในวัยรุ่น

จากการศึกษาพบว่าวัยรุ่นไทยนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภท Shooting Game มากที่สุด โดยเฉพาะเกม Free Fire ซึ่งเป็นเกมแนว FPS (ย่อมาจาก First-person shooter) เป็นเกมยิงมุมมองของบุคคลหนึ่ง มีลักษณะเกมโดยใช้อาวุธหรือการจู่โจมผ่านมุมมองบุคคลอันดับแรก ผู้เล่นจะเห็นการกระทำต่างๆ ได้โดยผ่านดวงตาของตัวละครในเกมที่เล่นหรือควบคุมอยู่ การเล่นเกมประเภทนี้จะนำเสนอความเหมือนจริงในการเล่นด้วยมุมมองกล้องถ่ายรูป จึงให้อารมณ์ที่รู้สึกราวกับแสดงบทบาทเป็นตัวละครนั้นอยู่จริงๆ ไม่ว่าจะเป็นการประจันหน้ากับศัตรู หรือความรู้สึก

"เล่น Free Fire เป็นประจำ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เล่น PUBG, Free Fire ครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เพื่อนชวนกันเล่น เลย์เล่นมาเรื่อยๆ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เล่นมา 3 ปี แล้วครับ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เวลาเล่นเกมก็เล่นด้วยกันกับเพื่อน แก๊งที่เล่นเกมด้วยกันประจำ อย่าง Counter Strike Global กว่าจะได้ไปนอนแต่ละทีก็นานครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"หลักๆ ก็เล่นพวกเกมยิงปืนครับ FPS ยิงคน ผังระเบิด เป็นเกมตำรวจกับผู้ร้าย หน่วย SWAT แทกติกในการจับผู้ร้าย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าเป็น MOBA จะเล่น League of Legends" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เล่น Free Fire กับ Cooking Battle ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"หนูเล่นเกมเก็บเวลค่ะ พวก Ragnarok ชอบพัฒนาตัวที่เราเล่นค่ะ ได้แต่งตัวด้วย" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เล่น FPS พวก Free Fire ค่ะ MOBA ก็เล่น แต่ไม่ติด" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"MMORPG พวกเกมเก็บเวล หนูไม่ชอบเลย" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"หนูเล่นเกมมาตั้งแต่ ป.2 น่าจะ 6 ขวบได้ พี่มีเกมบอย หนูก็เริ่มเล่นจากเกมบอย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เพื่อนชวนไปร้านเกม ก็เริ่มได้เล่นเกมออนไลน์ประมาณ ป.3-ป.4 ตอนนั้นเล่นเกมง่าย ๆ อย่างพวก Tales Runner และ Audition ตอนนั้นก็ยังไม่เล่นอยู่ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"Audition Mobile ก็เคยเล่นค่ะ แต่ไม่สนุกเท่าในคอม" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าเกมออฟไลน์ หนูเล่นแค่เกมไปเกมม่อน เกมเดียว ก็เล่นตั้งแต่เด็กจนตอนนี้ คือหนูเก็บเงินเอง เจียดจากค่าขนมประมาณ 4-5 เดือน เพื่อที่จะซื้อหินเทนโดมาเล่นค่ะ"

"เกมออนไลน์ ตอนนี้เล่นหลักๆ ก็ Audition ค่ะ เกมอื่นๆ ก็ Stardew Valley, Tales Runner แล้วก็ World of Sword ก็เล่นกับเพื่อนค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เริ่มเล่นเกมตอน ม.1 ทางบ้านซื้อไอแพดมาด้วยครับ ตอนนั้นพอเล่นเกมก็เลยติดใจจนมาถึงตอนนี้เลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เริ่มเล่นจากเกม Subway ที่เป็นรถไฟ แล้วก็ไฟเก็บเหรียญครับ นี่เป็นเกมแรกๆ ที่เล่นเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ปัจจุบันนี้เล่นเกมออนไลน์ครับ FIFA online ครับผม เป็นเกมบอล แข่งบอลครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"นอกจากนี้ก็เล่น ROV, Coin Master ครับที่คนเล่นกันมาก" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เล่นเกมครั้งแรกตอน 7 ขวบครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เล่นเกมแนว FPS พวกเกมยิงกันมากที่สุด เล่น Call of Duty Mobile แนวสงครามครับ ถ้าเป็น Battle Royal จะเล่นเกม PUBG เพราะมันเหมือนได้ระบายอารมณ์ครับ รู้สึกว่าการยิงกัน การใช้กลยุทธ์ที่ตัวเองได้ศึกษามาตลอดแล้วได้ใช้ มันสนุกดีครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เล่นพวกแนว MMORPG แนว Open World เล่นเกมอาเขต PS4 ครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

วัตถุประสงค์ในการเล่น

วัยรุ่นไทยมีวัตถุประสงค์หลักในการเล่น คือ เพื่อความสนุก ผ่อนคลาย แก้เครียด นอกจากนี้ยังมีวัยรุ่นบางกลุ่มที่เล่นเพื่อสตรีมเกม และลงแข่งขันเกม

"เล่นเอาสนุกครับ แต่ถ้าเกมเขามีการจัดแข่ง ก็ลงแข่งครับ แข่งออนไลน์ยังไม่ได้จริงจังมาก" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ผมเป็นคนสตรีมเกมด้วยครับ เกมในสตรีมผมเยอะ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ก็มีเล่นแก้เครียดบ้าง แต่ว่ามันเหมือนเป็นงานอดิเรกด้วย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เล่นเพื่อผ่อนคลายค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"เล่นเพื่อผ่อนคลายค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เล่นขำๆ ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เล่นเอาสนุกๆ ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"เล่นกับเพื่อนสนุกๆ ที่ร้านครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ส่วนตัวชอบเกมแนวบังคับง่ายๆ ไม่มีอะไรซับซ้อนมากมายครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

แนวคิดในการตั้งชื่อ เลือกตัวละครฮีโร่

วัยรุ่นไทยมักใช้ชื่อของตัวเองในการตั้งชื่อตัวละครในเกม โดยมีทั้งชื่อเล่น ชื่อจริง ฉายา และความชื่นชอบในหนังหรือการ์ตูน เพื่อใช้ระบุตัวตนในการเล่นเกมน

"ใช้ชื่อเราเลย มันเป็นตัวของตัวเองดีครับไม่ต้องก๊อปใคร" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนใหญ่ถ้าเป็นในเกมสตรีมจะมีชื่อไว้อยู่แล้ว เพื่อนผมมันก็จะให้ตั้ง เหมือนๆ กัน power ranger อะไรบ้าง แก๊ง star war ส่วนใหญ่จะเน้นอะไรที่มันมี 4-5 คน ที่เล่นด้วยกัน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"บางทีอยู่กับแคลน เขายังบังคับมาให้ตั้งชื่อแนวนี้ หนูก็ต้องเปลี่ยนชื่อ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนใหญ่ก็ใช้ชื่อเล่นตัวเองเลยคะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"ใช้ฉายาคะ เมื่อก่อนใส่แว่นสีๆ ก็เลยโดนเรียกว่า แว่นสี เลยใช้ชื่อนี้เกือบทุกเกม" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ถ้าเป็นเกมที่มีสุ่มชื่อให้ หนูก็จะกดสุ่มชื่อเอา แต่ถ้าไม่มีหนูก็จะใช้ตัว M เป็นตัวย่อคะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ใช้ชื่อเล่นตัวเองคะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"ส่วนใหญ่ใช้ชื่อกลุ่มครับ CMS ก็คือ coming soon ก็จะตั้งชื่อแบบนี้ทุกอัน เพราะมันจำง่ายด้วยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตัวละครผมตั้งชื่อตามสไตล์ที่ตัวเองชอบครับ แนวแปลกๆ ตามในหนัง การ์ตูน หรืออย่าง Marvel ก็จะตั้งเป็น Spiderman Universe อะไรแบบนี้ครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

การจัดสรรเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์

วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน โดยใช้เวลาเล่นเกมหลังจากที่ทำการบ้านประจำวันเสร็จแล้ว ซึ่งในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. เป็นช่วงที่พบการเล่นเกมนออนไลน์มากที่สุด ใช้เวลาในการเล่นโดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง แต่ในกรณีที่เป็นวันหยุด เช่น เสาร์-อาทิตย์ จะมีการใช้เวลาเล่นเกมมากกว่าปกติ

"เล่นเกมทุกวัน กลับบ้านไป กินข้าว อาบน้ำเสร็จ ขึ้นห้องไปก็เล่นเลย ประมาณ 2-3 ชั่วโมง คือมันเล่นได้แค่นี้ครับ ก็ต้องนอน" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ที่บ้านเขาก็ไม่ได้มีการตกลงอะไรนะ แต่ผมต้องนอนเอง เพราะมันดีก เพราะพรุ่งนี้เช้าก็ต้องมาโรงเรียน แต่ถ้าเป็นวันหยุด ส่วนใหญ่ก็เล่นถึงเช้าถึงจะนอนครับ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"โดยปกติเล่นกับเพื่อนครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
 "วันธรรมดาเล่นเกม 8 ชั่วโมงต่อวันครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)
 "ปกติก็เล่นได้รุ่งตลอดครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)
 "เล่นช่วงว่าง ถ้าอยู่ในมหาวิทยาลัย ว่างก็เล่นค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)
 "เล่นทุกวันค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)
 "ส่วนมากจะเล่นช่วงเลิกเรียนทุกวัน หลังจากทำอะไรเสร็จ หนูจะเล่นเกมประมาณ 1 ชั่วโมง" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)
 "ช่วง 5 ทุ่ม ถึงเที่ยงคืน เป็นการนอนเก็บเวลาสะสมไว้เผื่ออีกวันไม่ได้เล่นเกม" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)
 "จะเล่นหลังเลิกเรียน แล้วก็ช่วงค่ำๆ ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)
 "ที่ร้านเกมเปิด 24 ชั่วโมงครับ ถ้าเป็นสมาชิกก็เติมชั่วโมงเข้าไปในบัตรได้เลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)
 "วันเสาร์นี่เล่น 12 ชั่วโมง ไม่ยววนะครับ จะมีการเบรคเป็นระยะๆ ครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน

เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากกว่า 8 ชั่วโมง	14	3.50
2) 5-7 ชั่วโมง	84	21.00
3) 3-5 ชั่วโมง	92	23.00
4) 1-3 ชั่วโมง	160	40.00
5) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน 1-3 ชั่วโมง มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาใช้เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน 3-5 ชั่วโมง มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และใช้เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน มากกว่า 8 ชั่วโมง น้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เล่นเกมเป็นประจำ

ช่วงเวลาที่เล่นเกมเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) 08.00-12.00 น.	20	5.00
2) 12.01-16.00 น.	53	13.25
3) 16.01-20.00 น.	93	23.25
4) 20.01-24.00 น.	205	51.25
5) 00.01-04.00 น.	27	6.75
6) 04.01-08.00 น.	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเล่นเกมในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และเล่นเกมในช่วงเวลา 04.01-08.00 น. น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์

ความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ทุกวัน วันละหลายครั้ง	110	27.50
2) ทุกวัน วันละครั้ง	119	29.75
3) 2-3 วันครั้ง	96	24.00
4) 4-5 วันครั้ง	39	9.75
5) สัปดาห์ละครั้ง	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ทุกวัน วันละครั้ง มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 รองลงมาที่มีความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ทุกวัน วันละหลายครั้ง มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ สัปดาห์ละครั้ง น้อยที่สุด มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่เล่นเกมด้วยกัน

บุคคลที่เล่นเกมด้วยกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) เล่นคนเดียว	258	64.50
2) เพื่อน	306	76.50
3) แฟน	55	13.75
4) พี่/น้อง	98	24.50
5) พ่อ/แม่	10	2.50
6) บุคคลอื่นๆ	8	2.00

*กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมกับเพื่อน มีจำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาเล่นเกมคนเดียว มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 และเล่นเกมกับบุคคลอื่นๆ น้อยที่สุด โดยระบุว่า เล่นกับบอท, เพื่อนทางออนไลน์ และคนที่ไม่รู้จัก มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

พฤติกรรม รูปแบบ และลักษณะการเล่นเกม

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่น โดยเล่นเกมที่บ้านเป็นประจำ มีรูปแบบเล่นกันเป็นกลุ่ม โดยเล่นร่วมกันกับเพื่อนเป็นทีม มีการช้อมทีมกัน และมีลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสังคมในเกมที่เรียกว่า กิลด์ หรือแคลน โดยมีจิวตัวร่วมกัน แชร์ประสบการณ์กันในเกมเป็นประจำ

"ส่วนใหญ่จะเล่นกับทีม แล้วก็ช้อมทีมกัน" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ผมไม่ใส่แว่นนะ แต่ถ้าเล่นเกมนานๆ ก็มีเมื่อยมือบ้าง ก็ลุก เดินแป๊บหนึ่ง ไปเข้าห้องน้ำบ้าง ไปล้างหน้า ก็มาเล่นต่อได้" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ผมเล่นสายซัพพอร์ต" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ผมไม่ได้เล่นเกมในไทย เล่นเซิฟนอกหมดเลย ยกเว้น LOL ที่เล่นเซิฟไทย เพราะมันต้องเล่นในเซิฟไทย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เพื่อนผมอยู่ต่างประเทศ เขาอยู่อเมริกา เวลาชวนเล่นบางทีผมหลับอยู่ ตีสองอยู่เลย แต่ที่นั่นบ่ายสอง" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ทั้งกลุ่ม มี 4 คน แล้วก็ไม่มีใครไม่รู้มา 1 คน มาหนึ่งคุยเป็นภาษาอังกฤษ ก็ไปไล่เกรียนคนอื่นเขา แบบสนุกๆ ขำๆ ครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ปกติเล่นกับเพื่อนอยู่แล้ว" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ตอนที่เล่นกับคนใหม่ๆ ก็ต้องทำความรู้จัก แต่ก็หวัร้อนไม่ได้เท่าอยู่กับเพื่อน ต้องเกรงใจเขานิดหนึ่ง"

"ในแคลนที่เล่นอยู่ด้วยกันก็มีหลายวัย ตั้งแต่ 40 ปี มีลูก จนถึงเด็กๆ อายุ 13 ปี" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ปกติเล่นกับเพื่อนนะคะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"ก็เล่นกับเพื่อนทุกอาทิตย์ ที่ร้านเกมครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ปกติก็เล่นคนเดียวครับ แต่ถ้าเพื่อนชวนก็เล่นครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ช่วงโควิดนี้เล่นอยู่บ้าน มีแต่คนเล่นกันโหดๆ ทั้งนั้นเลยครับ โอ้โห! แบบเครียดมากเลย คือตัวเองกำลังจะเล่น rank กำลังจะถึงจุดสูงสุด แล้วเจอคนที่เก่งกว่า ก็ดรอปเรตตกลงมา เราก็ต้องพัฒนาตัวเองเรื่อยๆ เพื่อให้ชนะเขา" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ตอนแรกๆ ผมก็ไม่ได้ติดเกมนะ ปกติเล่นแต่เกม PS2 เพราะมันออฟไลน์ เล่นคนเดียว เราได้ทำสมาธิ ไม่ได้ไปเจอคน" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

การเข้าร่วมแข่งขันเกมออนไลน์

การแข่งขันเกมออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเล่นเกมออนไลน์ โดยมีทั้งจัดแข่งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ให้ผู้เล่นทำการแข่งขันในงานอีเวนต์ โดยผู้เล่นสามารถลงแข่งขันได้แบบเดี่ยวหรือแบบทีม

"ตอนแข่งนี้ตื่นเต้นนะ ก็ไปเป็นทีม เวลาเจอคนก็ตกใจนิดหน่อย กลัวตาย (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"บางทีผมก็ไปแข่งเกมในงานเล็กๆ แคชิ่งของรางวัล เคยแข่ง MOBA เฉพาะผู้เล่นมือใหม่ แล้วก็ Counter Strike Global ก็เป็นเหมือนจัดแข่งลายปีน ผมก็ไปเล่น แต่เป็นทางฝั่งอเมริกาหมดเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เคยเข้ารอบ 8 ทีมสุดท้าย แต่ไม่ได้ที่ 1 นะครับ โหดเกิน (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"สู้เขาไม่ได้เลย โหดเกินอะ ผมก็เป็นมือใหม่ อารมณ์ประมาณว่ามีมือใหม่ แต่ผมว่าเขาใหม่ไม่จริง โคตรโหดเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เคย แต่เป็นแข่งย่อยๆ ตอนนั้นก็ไมชนะนะคะ มันไม่มีทีมเป็นของตัวเองด้วยค่ะ ไปหาคนมา มันก็เลยไม่เข้ากัน มันต้องหาดีเป็นของตัวเองให้ได้ถึงจะรอด" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ถ้าเป็นเมื่อก่อน เคยลงแข่งทัวร์นาเมนต์ เป็นคอมมิชชันตอนประมาณ ม.4 หนูแข่งจนได้เข้ารอบ 16 คนสุดท้ายของภาคเหนือ แล้วจะต้องไปแข่งต่อที่กรุงเทพฯ แต่ตอนนั้นหนูเล่นเกมแบบไม่ให้พ่อแม่รู้ ก็เลยไม่ได้ไป สละสิทธิ์ตรงนั้นไป" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่เคยลงแข่งครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมเคยแข่งทัวร์นาเมนต์ประจำจังหวัดครับ คือเล่นเพื่อจะให้ได้รางวัลแต่ก็ไปไม่ถึงระดับจังหวัดนะครับ ก็เล่นกับเพื่อน 5 คน แล้วก็มียิมสำรอง เล่นกันไป" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

มูลค่า และรางวัลจากการเล่นเกม/แข่งเกม

กิจกรรมการแข่งขันเกมออนไลน์ จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันชิงของรางวัลจากสปอนเซอร์และผู้จัดงานแข่งขัน โดยรางวัลที่ผู้ชนะจะได้รับจะอยู่ในรูปแบบของเงินจริง หรือสิ่งของ ไอเทมที่เป็นสินค้าเสมือนในเกม

"ตอนแข่ง ผมก็ได้เงินนะ ได้เป็นเงินจริงๆ เขาโอนให้ ก็คือจะมีคนหนึ่งที่เป็นคนติดต่อเป็นคนสมัครให้ แล้วพอได้เงินที่โอนมา ก็มาแบ่งกัน 4 คน" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ได้เงินมาจากตอนแข่งทัวร์นาเมนต์ของเกม 2,000 บาท ครับ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ผมมีรายได้มาจากการเล่นเกมครับ เมื่อก่อนเล่น Counter Strike Global ครับ แล้วเปิดกล่อง เอาไปเทรด พวกลายปืนครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่ได้รางวัลอะไรเลย แม้แต่ไอเทมก็ไม่ได้ค่ะ มันเป็นรายการย่อยจริงๆ แบบจัดกันเอง" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ตอนนั้น ได้รางวัลเป็นไอเทมในเกม" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เคยได้รางวัลจากการเล่นเกมครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เพื่อนของผมคือเล่นเกมได้ที่ 1 กันทุกคนเลยครับ ขึ้น Legendary" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"รางวัลที่ได้มาก็ได้ของมาประมาณ 5-6 อย่างก็เป็นพวกแรร์ไอเทม และก็เงินจริงทุกคนครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ในการเล่นเกม

สถานที่ในการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) โรงเรียน	61	15.25
2) มหาวิทยาลัย	94	23.50
3) สถาบันเทีง/ผับ/บาร์	14	3.50
4) ห้างสรรพสินค้า	19	4.75
5) ร้านเกม/อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	31	7.75
6) บ้าน	302	75.50
7) หอพัก	185	46.25
8) สถานที่อื่นๆ	5	1.25

*กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บ้านเป็นสถานที่ในการเล่นเกม มีจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาใช้หอพักเป็นสถานที่ในการเล่นเกม มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 และใช้สถานที่อื่นๆ เป็นสถานที่ในการเล่นเกมน้อยที่สุด โดยระบุว่าป็นร้านกาแฟ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

อุปกรณ์ในการเล่นเกม

จากการสัมภาษณ์และการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกม

"ใช้มือถือเล่นเกมล้นๆ ครับ ผมใช้ หัวเว่ย ปีกว่าเอง ตอนนีหน้าจอมันเริ่มขีดแล้วครับ ด้วยความที่ผมเล่นเยอะ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ในการเล่นเกม

อุปกรณ์ในการเล่นเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) สมาร์ทโฟน	356	89.67
2) ไอแพด/แท็บเล็ต	54	13.60
3) โน้ตบุ๊ก/แมคบุ๊ก	106	26.70
4) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ/ไอแมค	105	26.45
5) อุปกรณ์อื่นๆ	3	0.76

*กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมนี้นับจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.67 รองลงมาใช้โน้ตบุ๊ก/แมคบุ๊กเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมนี้นับจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และใช้อุปกรณ์อื่นๆ เป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมนี้น้อยที่สุด โดยระบุว่า เป็น EarPod มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.76

ทัศนคติที่มีต่อผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน

ในสังคมของผู้เล่นเกมออนไลน์นี้มีผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่น อุปกรณ์ ไอเทม สิ่งของในเกมแตกต่างกัน ในบางกลุ่มมีการทะเลาะเบาะแว้งกัน ความอยากได้ อยากมี อยากเป็น ในขณะที่บางกลุ่มมีความชื่นชม ฝึกฝน เพื่อพัฒนาตนเอง

"ส่วนใหญ่จะเจอคนที่เล่นเก่งพอบ๊วๆ กัน ถ้าเจอคนเก่งกว่า ก็จะไปเล่นเป็นทีม" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ก็มีทะเลาะกันในทีมนะครับ มีด่ากัน หัวร้อนกัน แต่ก็ปกตินะ บางทีก็บอกเพื่อนใจเย็นๆ พูดดีๆ กันก็ได้ แต่ผมไม่ได้ไปทะเลาะกับเขาอะ เพื่อนผมเขาทะเลาะกันเองในทีม" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ผมเป็นคนกลาง คอยห้ามแทน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ก็จะแบบ เอ้อ! เขาเก่งจังเลย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนใหญ่ถ้าเจอคนที่เล่นเก่งกว่า จะนับถือเขา แบบฝากตัวเป็นลูกศิษย์ได้ไหม" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"หนูก็ไม่ได้โอ้อะไรเขา แต่ก็อยากได้เหมือนกัน (หัวเราะ) ก็แบบ เอ๊ะ! ทำไมเขาได้ของดีจังนะ บางทีหนูก็ทักไปถามเขาว่า ของนี้ได้จากไหน ก็ถามแหล่งว่า ยังมีของนี้ขายที่ไหนไหม ยังขายอยู่ไหม เขาก็จะบอกมา" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เคยเจอคนที่เก่งกว่าเราครับ ตอนนั้นก็หัวร้อนสิครับ เพราะว่าสู้ไม่ได้เลย เราทำอะไรเขาไม่ได้เลย เก่งกว่าเราทุกอย่าง สุดท้ายก็ควบคุมอารมณ์ไม่อยู่ ก็แพ้อับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"พอหัวร้อนมากๆ ก็ควบคุมอารมณ์ตัวเองไม่ได้ ก็ตั้งสติครับ เลยต้องฝึกควบคุมอารมณ์ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"มันก็ธรรมชาติอยู่แล้วครับเรื่องพวกนี้ เวลาที่มีเพื่อนเล่นด้วยกัน แล้วยิ่งพากันหัวร้อนกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่ก็ชินๆ กันครับ ก็ดักทางกันได้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ได้มาเจอคนมีฝีมือเท่าเทียมกัน บางคนฝีมือสูงกว่า บางคนก็น้อยกว่า ก็เล่นตามอารมณ์ของตัวเองไปนะครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"บางทีเจอคนที่เขาเก่งกว่าเราก็อาจจะเครียดหน่อย แต่ว่าพยายามฝึกให้ฝีมือเท่าเทียมเขา ถ้าเขาเก่งกลยุทธ์ เช่น วางระเบิดไว้ตรงที่ๆ เราจะวิ่งไปบ่อย เราก็ต้องพยายามจับจุดให้ได้ว่า"

เขาจะวางตรงไหน ทำอย่างไรถึงจะเข้าถึงตัวเขาได้ ประชิตตัวเขาได้ ไม่ให้ตัวเองเลือดสดจนตัวเองตาย" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"บางตัวละครมันมีพลังพิเศษที่ดีกว่าเรา ก็รู้สึกว่าเขาเก่งกว่าเรา" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ความแตกต่างของ ทศนคติ อุปนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก การใช้ชีวิตกับครอบครัว/เพื่อน ก่อนและหลังการเล่นเกมนออนไลน์

วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมการแสดงตัวตนหลากหลายในก่อนและหลังการเล่นเกมนออนไลน์ บางกลุ่มอุปนิสัยไม่แตกต่างจากเดิม เป็นตัวของตัวเอง สามารถแยกแยะเรื่องในเกมและเรื่องจริงได้ ในขณะที่บางกลุ่มอุปนิสัยที่แตกต่างกับตัวตนจริงเมื่อเข้าสู่โลกของเกมออนไลน์ มีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีการแสดงอารมณ์ที่รุนแรงเพิ่มขึ้น

"ช่วงตอนเล่นเกม ก็ไม่มีใครเคยบอกนะว่าผมพฤติกรรมเปลี่ยนไปจากเดิม ผมว่าผมเองก็แยกแยะได้" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ผมเล่นเกม เวลาอยู่ในเกมก็คืออยู่ในเกม แต่ตอนอยู่ในชีวิตจริง ไม่ได้เอามาเกี่ยวข้องกัน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ไม่เคยมีใครมาทัก มาว่าผมว่าผมรุนแรง หรือผมเปลี่ยนไปเลยนะ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ตัวตนตอนเล่นเกมกับตอนปกติไม่เหมือนกันนะ ในเกมหนูจะพูดง่ายกว่า แต่ถ้าหัวร้อน เวลามีคนมากรียน มาพูด มาด่า แต่หนูก็ไม่กรียนกลับนะ ปิดไมค์เลย เจอบ่อยค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ตอนเล่นเกมจะหัวร้อนกว่า แล้วก็เปิดเผย อาจจะเพราะคนในเกมหรือช่วงเกมตอนนั้นเลยหัวร้อน เวลาเจอเด็ก ๆ เวลาเขาพูด เวลาเรารำคาญก็จะบอกให้เขาปิดเสียงไป" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ก็ไม่นะคะ เพราะหนูแยกแยะได้ แบ่งเวลาได้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่นะคะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"ไม่ค่อยมีคนมาทักมาบอกนะครับว่านิสัยเราเปลี่ยนไป ส่วนใหญ่ก็คือเล่นเกมกับเพื่อนกลุ่มเดียวกันอยู่แล้ว (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่มีนะครับที่เพื่อนบางคน พอเล่นเกมแล้วนิสัยเปลี่ยนไปเป็นคนละคนกัน หัวร้อนจัดแบบบางคนหน้าหนึ่ง ๆ แต่พอเล่นเกมแล้วเปลี่ยนไปเลย ไม่ใช่คนเดิม" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เกม ROV เนี่ยครับ ตัวทำหัวร้อนเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตอนปกติผมก็ไม่ได้แตกต่างไปนะจากตอนที่เล่นเกม" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมของวัยรุ่นไทยมากที่สุด คือด้านบุคลิกภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านจิตสังคม และปัจจัยด้านการเสพติด ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
1) ด้านจิตสังคม	2.89	0.78	ปานกลาง
2) ด้านบุคลิกภาพ	3.11	1.03	ปานกลาง
3) ด้านการเสพติด	2.38	0.88	น้อย
รวม	2.79	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (2.79) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมากที่สุด คือด้านบุคลิกภาพ (3.11) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านจิตสังคม (2.89) และปัจจัยด้านการเสพติด (2.38) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแยกรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านจิตสังคมปัจจัยมากที่สุด คือเล่นเกมเพื่อระบายความเครียด ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านบุคลิกภาพมากที่สุด คือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติดมากที่สุด คือ ความคาดหวังในการเล่น ได้แก่ ความคาดหวังต่อการชนะในเกม ความหวังในการซื้อ/สุมไอเทมที่ต้องการ ความคาดหวังเงิน และการความคาดหวังจากเพื่อน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านจิตสังคม

ปัจจัยที่มีผล ต่อการเล่นเกม ด้านจิตสังคม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1) การระบาย ความเครียด	158 (39.50)	113 (28.25)	111 (27.75)	11 (2.75)	7 (1.75)	400 (100.00)	4.01	0.97	มาก
2) ความต้องการ การยอมรับ จากเพื่อน	15 (3.75)	48 (12.00)	112 (28.00)	108 (27.00)	117 (29.25)	400 (100.00)	2.34	1.13	น้อย
3) การแข่งขันกับ เพื่อน/ผู้อื่น	49 (12.25)	57 (14.25)	129 (32.25)	73 (18.25)	92 (23.00)	400 (100.00)	2.75	1.29	ปานกลาง
4) การมีกลุ่มเพื่อน ที่เล่นด้วยกัน เป็นประจำ	87 (21.75)	101 (25.25)	104 (26.00)	54 (13.50)	54 (13.50)	400 (100.00)	3.28	1.31	มาก
5) ความต้องการ ชื่อเสียงในโลก ของเกม	18 (4.50)	33 (8.25)	79 (19.75)	97 (24.25)	173 (43.25)	400 (100.00)	2.07	1.17	น้อย
รวม							2.89	0.78	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านจิตสังคมของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.89) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย “การระบายความเครียด” (4.01) และ “การมีกลุ่มเพื่อนที่เล่นด้วยกันเป็นประจำ” (3.28) ในระดับมาก ปัจจัย “การแข่งขันกับเพื่อน/ผู้อื่น” (2.75) ในระดับปานกลาง และ ปัจจัย “ความต้องการการยอมรับจากเพื่อน” (2.34) และ “ความต้องการชื่อเสียงในโลกของเกม” (2.07) ในระดับน้อย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านบุคลิกภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านบุคลิกภาพ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1) การสร้างความมั่นใจในตนเอง	40 (10.00)	83 (20.75)	137 (34.25)	70 (17.50)	70 (17.50)	400 (100.00)	2.88	1.21	ปานกลาง
2) การสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย	39 (9.75)	72 (18.00)	136 (34.00)	73 (18.25)	80 (20.00)	400 (100.00)	2.79	1.23	ปานกลาง
3) การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน	90 (22.50)	125 (31.25)	93 (23.25)	56 (14.00)	36 (9.00)	400 (100.00)	3.44	1.23	มาก
4) ความต้องการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น	73 (18.25)	116 (29.00)	98 (24.50)	64 (16.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	3.25	1.27	ปานกลาง
5) การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น	88 (22.00)	92 (23.00)	92 (23.00)	66 (16.50)	62 (15.50)	400 (100.00)	3.20	1.37	ปานกลาง
รวม							3.11	1.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.11) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย “การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน” (3.44) ในระดับปานกลาง ปัจจัย “ความต้องการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น” (3.25), “การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น” (3.20), “การสร้างความมั่นใจในตนเอง” (2.88) และ “การสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย” (2.79) ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติด	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1) ความคาดหวังในการเล่นเกมน (ชนะ, ได้ไอเทม, เงิน, ได้เพื่อน ฯลฯ)	91 (22.75)	106 (26.50)	94 (23.50)	49 (12.25)	60 (15.00)	400 (100.00)	3.30	1.35	มาก
2) ความกระวนกระวายเมื่อไม่ได้เล่น	8 (2.00)	28 (7.00)	57 (14.25)	118 (29.50)	189 (47.30)	400 (100.00)	1.87	1.03	น้อยที่สุด
3) อาการลงแดงเมื่อไม่ได้เล่น	11 (2.75)	19 (4.75)	55 (13.75)	87 (21.75)	228 (57.00)	400 (100.00)	1.75	1.04	น้อยที่สุด
4) การใช้เวลานานกว่าที่กำหนด	29 (7.25)	69 (17.25)	119 (29.75)	90 (22.50)	93 (23.25)	400 (100.00)	2.63	1.22	ปานกลาง
5) ความต้องการเล่นมากกว่าปกติ	22 (5.50)	50 (12.50)	109 (27.25)	93 (23.25)	126 (31.50)	400 (100.00)	2.37	1.20	น้อย
รวม							2.38	0.88	น้อย

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติดของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.38) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อบัจจัย “ความคาดหวังในการเล่นเกมน (ชนะ, ได้ไอเทม, เงิน, ได้เพื่อน ฯลฯ)” (3.30) ในระดับมาก บัจจัย “การใช้เวลานานกว่าที่กำหนด” (2.37) ในระดับปานกลาง บัจจัย “ความต้องการเล่นมากกว่าปกติ” (2.37) ในระดับน้อย บัจจัย “ความกระวนกระวายเมื่อไม่ได้เล่น” (1.87) และ “อาการลงแดงเมื่อไม่ได้เล่น” (1.75) ในระดับน้อยที่สุด

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของกลุ่มตัวอย่างจากการประเมินจากแบบทดสอบการติดเกมฉบับเด็กและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อคำถาม ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale (ไม่ใช่เลย (0), ไม่น่าใช่ (1), น่าจะใช่ (2) และใช่เลย (3)) โดยจะประมวลผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม แยกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชาย

คะแนนรวมของแบบทดสอบ GAST	กลุ่ม	ระดับความรุนแรงของปัญหา
คะแนนน้อยกว่า 24	ปกติ	ยังไม่มีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนระหว่าง 24-32	คลั่งไคล้	เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 33	น่าจะติดเกม	มีปัญหาในการเล่นเกมมาก

เพศหญิง

คะแนนรวมของแบบทดสอบ GAST	กลุ่ม	ระดับความรุนแรงของปัญหา
คะแนนน้อยกว่า 16	ปกติ	ยังไม่มีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนระหว่าง 16-22	คลั่งไคล้	เริ่มมีปัญหาในการเล่นเกม
คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 23	น่าจะติดเกม	มีปัญหาในการเล่นเกมมาก

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ จัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งไคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกมตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชาย

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ปกติ	171	85.50
2) คลั่งไคล้	25	12.50
3) น่าจะติดเกม	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นชายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลังโคล้ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดยาเสพติดน้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นหญิง

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา ของวัยรุ่นหญิง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ปกติ	147	73.50
2) คลังโคล้	37	18.50
3) น่าจะติดยา	16	8.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลังโคล้ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดยาเสพติดน้อยที่สุด มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

3.1.3 การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

ข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนในเกม จะศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม, ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ), วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม และช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม ซึ่งข้อมูลในส่วนดังกล่าวจะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็น จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม

ความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ทุกครั้งที่เล่นเกม	17	4.25
2) ทุกวัน	9	2.25
3) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	88	22.00
4) เดือนละ 1-2 ครั้ง	286	71.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกมเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด มีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมา ความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และมีความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม ทุกวัน น้อยที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ค่าใช้จ่ายและวิธีการใช้เงินในการเล่นเกมน

ส่วนใหญ่วัยรุ่นไทย เล่นเกมในลักษณะแบบ pay to win มีการเติมเงินเพื่อใช้ในการเล่นเกมเมื่อมีความต้องการซื้อไอเทม หรือสินค้าเสมือนในเกมแทบทุกเกมที่เล่น โดยเฉพาะ “สกิน” ของตัวละครในเกม จากข้อมูลที่พบ พบว่ามีค่าใช้จ่าย 1,000-100,000 บาท ในการใช้เงินในการเล่นเกมน โดยเป็นเงินเก็บที่สะสมมาจากค่าขนมที่ได้รับ

"เวลาเล่นเกมผมก็เติมเงินนะ เติมไป 40,000 กว่าบาท ภายในระยะเวลา 3 ปี" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เงินเติมเกมผมก็แบ่งมาจากค่าขนม" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ถ้าเติมหนัก ๆ ก็เติมซื้อสกิน เพราะว่ามันแพงมาก" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ถ้าเปย์เติมเกม หลายเกมมากเลยนะ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"มีช่วงหลัง ๆ นี้แหละไม่เติม (หัวเราะ) ที่เริ่มไม่เติมเกม รู้สึกว่าก็ บางที บางเกมเล่นฟรี มันก็ไม่ต้องเติมก็ได้ มันโหดอยู่แล้ว" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าเป็นเมื่อก่อนนี่ มีสกินใหม่ๆ มา ผมก็ซื้อตลอด ยิ่งถ้าเป็น limited นี่เติมตลอดเลย ไม่พลาด ผมมีสกินที่เป็น limited เยอะอยู่" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"หมดไปหลายหมื่นเหมือนกัน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เกมไหนที่ชอบ ก็คือจะเติมคะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ไม่แน่ใจ อาจจะเหี้ยมๆ 100,000 บาท ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"จะเติมเกมที่ชอบคะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก) "เติมคะ ไม่มีเกมไหนที่เล่นเป็นสายฟรี" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"หมดไปประมาณหลักหมื่น เพราะเล่นมา เกือบ 5 ปี แล้วคะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ก็มีเปย์บ้าง ส่วนมากจะมันจะมีโปรโมชัน เติมครั้งละประมาณ 100 บาท จะได้ของถาวรเิงคะ จะมีมาครั้งละครั้งเดือน หนูก็เก็บเงินค่าขนมส่วนหนึ่งมาเติมเกมตรงนี้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เดี๋ยวนี้หนูยังใช้ตัดเงินจากธนาคาร ใช้ QR code" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"หุว! เคยเปย์เกมมากที่สุด เดือนหนึ่งก็ประมาณ 3,000 บาท ได้คะ เพราะว่าเล่นหลายเกมด้วย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ก็เติมบ้างถ้าอยากได้ของคะ" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"เคยเติมหนักที่สุดตั้งแต่เคยเติมมา ครั้งเดียวก็ประมาณ 5,000 บาท ครับ เติมเงินสดครับที่เติมไป ตอนนั้นเป็นโปรโมชันฉลองเกมครบรอบครับ ก็ครบทุกอย่างที่ต้องการ มันก็จะมีเงินในเกมแถมมาให้เราไปซื้อไอเทมอื่นอีกที่ต้องการ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เป็นคนที่ชอบอะไรแล้วซื้อเลยครับ ไม่ค่อยวิเคราะห์ครับ คือถ้าชอบปั๊บ จบเลย ซื้อเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เวลาเล่นเกมผมซื้อของในเกมนะ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"ช่วงแรกๆ ที่ผมเล่น Call of Duty ก็เหมือนเล่นแบบ pay to win เหมือนกันนะ ได้ปืนมาปั๊บ มันก็จะมี PERK มาให้ติดตัวเลย คือแบบ ยิ่งไกลได้ ยิ่งปืนนิ่งขึ้น แต่ตอนนี้เขาเปลี่ยนไปแล้วคือ จัดปืนเองแล้วมันจะไปส่งผลต่อเกม" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"ตอนที่ผมเติมครั้งแรก ที่ทำให้ผมอยากได้ก็คือ ตัวละครที่ผมชอบในเกม เพราะเคยเล่นตั้งแต่ช่วงเด็กๆ แล้วจำตัวละครนี้ได้เลยอยากได้แล้วบวกกับพวกปืนมันดูสวย ลายเส้นมันแปลกๆ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"ซื้อเพชร ซื้อเซลล์คะ เอามาซื้อของในเกม" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"ตอนแรก ของมันจะไต่เยอะ เพราะมันเป็นต้นเกม เลยอยากได้" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"แต่เติมครั้งแรก มันก็จะมีครั้งต่อไป ต้องพอก่อนแค่นี้ ต้องดูเป็นระยะๆ ไป"

"เติมเกมมากที่สุดเกือบ 3,000 บาท ครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ไม่เติมเงิน/ไม่เสียค่าใช้จ่าย	70	17.50
2) 35-99 บาท	106	26.50
3) 100-499 บาท	153	38.25
4) 500-999 บาท	50	12.50
5) 1,000-1,499 บาท	14	3.50
6) 1,500 บาท ขึ้นไป	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ) 100-499 บาท มากที่สุด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมา 35-99 บาท มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และ 1,500 บาท ขึ้นไป น้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

จากข้อมูลที่พบ วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ใช้บัตรเติมเงินและใช้ E-wallet เพื่อชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

"เติมผ่าน True Wallet แล้วก็ผ่านธนาคารค่ะ ไม่ใช่แอปพลิเคชันนะคะ เป็นเติมผ่านคนกลาง คือซื้อของในเกม แต่ว่ามีคนกลาง" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"มันเป็นเกมหลักที่ถูกกฎหมายด้วย คือมันได้เงินจริงๆ ด้วย คือเงินเข้ามาเป็น wallet แล้ว wallet ก็สามารถเอาไปซื้ออะไรก็ได้ถ้าเรามี app" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"บางทีก็ฝากเพื่อนเติมที่ AirPay บ้างก็มี" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"garena บางทีเติมเกมแล้วมีโปรแถมให้ด้วย แถมเซลล์ให้บ้างก็มีครับ เรื่องความปลอดภัยคือระบบป้องกันเขาก็มีครับ เราต้องใส่รหัส garena ของเราก่อนถึงจะเติมได้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ส่วนใหญ่เติมเงินผ่าน garena กับ True wallet ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่ถ้าเรื่องความคุ้มค่า Airpay ดีกว่าครับ เพราะมันได้ส่วนลดนู่นนี่นั่นด้วยครับ"
(วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) บัตรเติมเงิน	81	20.25
2) บัตรเดบิต	54	13.50
3) บัตรเครดิต	38	9.50
4) เคาน์เตอร์เซอร์วิส	21	5.25
5) การีนาเซลล์	43	10.75
6) E-wallets	80	20.00
7) PAY PAL	9	2.25
8) M-pay	1	0.25
9) BLUEpay Wallet	8	2.00
10) Prompt Pay	13	3.25
11) AirPay	24	6.00
12) Shopee	2	0.50
13) วิธีการอื่นๆ	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกมด้วยบัตรเติมเงิน มากที่สุด มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาใช้ E-wallet มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และใช้ M-pay น้อยที่สุด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

การซื้อขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และ ID ในเกม

นอกจากการซื้อขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และบริการในเกมระหว่างผู้เล่นกับผู้ให้บริการเกมแล้ว ยังมีการซื้อขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และ ID ในเกม ระหว่างผู้เล่นด้วยกันด้วย ทั้งวิธีการซื้อผ่านคนรู้จัก ผ่านคนกลาง ผ่านนายหน้า และผ่านระบบซื้อ-ขายออนไลน์ ด้วยวิธีการเทรด โดยพบว่า Facebook เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากที่สุด ซึ่งการกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าเสมือน ไอเทมนั้นๆ ยิ่งเป็นของที่

หายาก (แรร์ไอเทม) จะยังมีความต้องการจากผู้เล่นสูง และมีราคาซื้อ-ขายสูงตามไปด้วย ในขณะที่การซื้อ-ขาย ID เกม จะขึ้นอยู่กับเลเวล ความสามารถของตัวละคร และจำนวนสิ่งของ ไอเทมที่ติดตัวใน ID นั้นๆ ว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด

"ผมไม่เคยซื้อขายในเกมนะ แต่เคยเป็นตัวกลางให้เขา ก็คือ สมมติว่า มีคนจะมาซื้อรหัสของเพื่อนผม ก็คือให้ผมเป็นคนกลางให้ เพื่อนก็เอารหัสเกมให้ผม อีกคนที่ซื้อก็เอาเงินมาให้ผม ผมก็เอาเงินให้เพื่อน เอารหัสเกมให้เขา" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ตอนนั้นก็มีส่วนแบ่งจากเพื่อน เพื่อนให้มา เหมือนเป็นค่านายหน้านิดหน่อย ถ้าไม่ได้ก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อน ก็ต้องมีตกลงกันก่อน" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ถ้าจะซื้อขายไอดี รหัสตัวละคร มันจะมีหลายราคาครับ มีเรตกลางอยู่ แต่ก็แล้วแต่นะ ถ้ามันมีของในตัวเยอะมาก ราคา ก็จะสูง แต่ถ้ารหัสเพิ่งจะเล่นได้ 3-4 เดือนแล้วเอามาขาย ราคา ก็ไม่ก็ร้อยครับ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ที่ผมเคยเป็นตัวกลางขาย เยอะสุดก็ 9,000 กว่าบาท" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"แต่ราคาที่เขาขาย ไม่คุ้มกับที่เติม ผมเติมไปเกือบ 40,000 บาท ผมเอาไปตีราคาขายมันก็ได้ไม่ถึง 8,000 บาท" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนใหญ่ที่ขายไอดี ก็คือจะเลิกเล่น" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ในระบบ steam คือระบบซื้อ-ขายเกมที่ใหญ่ที่สุดของโลกเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ผมไม่ค่อยเติมเกมนะ เอาจริง ๆ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าจะเติมจริงๆ คือผมเสียเงินซื้อเกมเยอะ เพราะรวมๆ กัน ก็ 120 เกม เกมละ 1,000 บาท ก็เป็น 100,000 บาท แล้ว" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ก็ใช้ระบบนี้เทรดกัน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"บางครั้งก็มีการเทรดกัน 40,000-50,000 บาท 100,000 บาท 1,000,000 บาท ก็มีครับ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"มันก็ได้ไม่ได้แปลกอะไรสำหรับเกมสมัยนี้ เพราะเกมมันมีอะไรให้คนเล่นอยู่ อย่าง Counter Strike Global ถ้าไม่มีระบบเทรด บางคนก็อาจจะไม่เล่นก็ได้เพราะมันก็ไม่รู้จะเล่นไปทำไม มันไม่ได้อะไรเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"แต่ถ้าเกมมีระบบเทรด ช่วงไหนที่มีของที่คนอยากได้ ของขาดตลาด เพราะขายป็นถ้าใช้ไปแล้วมันก็จะเริ่มจางไปเรื่อยๆ มันถลอก เวลาเราไปยิงในเกม มันก็จะเริ่มถลอก คนเขาก็จะเริ่มหายากใหม่กัน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"อย่างพวก Pro Player เขาจะมีลายของเขาอยู่แล้ว มีสติ๊กเกอร์ลายเซ็น แล้วเขาขายป็น ก็จะมีป็นลายเซ็นของพวกเขา Pro Player ด้วย คือเป็นจุดขายที่ดีนะ ก็มีสะสมได้ มันหายาก" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"มันมีคนที่ต้องการด้วย เขาก็หารายได้จากช่องทางพวกนี้" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"พี่ผมก็ทำนะ แต่พี่ผมจะเล่นเป็นพวกเกมเก็บเวล เกม MU" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"หนูมีประสบการณ์ซื้อขายแลกเปลี่ยนเยอะ ซื้อง่ายดีวณะคะ ไม่ขาย" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ซื้อเพชรคะ เอามาซื้อของในเกม เพราะซื้อคนกลางมันถูกกว่า มันเป็นเว็บของเขา ตอนนั้นเต็มเรื่อย ๆ ส่วนใหญ่จะเต็มกับคนกลางมากกว่า" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"หนูก็เคยลงขายไอเทมอยู่ เขาก็ทักมา ก็ซื้อขายไอเทมกันเหมือนขายของออนไลน์ ปกติเลยคะ เขาก็ให้หนูเอาเลขบัญชีให้แล้วเขาก็โอนเงินมา หนูก็ไปตั้งห้องให้เขา เทรดของกัน" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่เคยซื้อขายไอตี้ครับ แต่มีเพื่อนเคยทำอยู่ คนที่ไม่เล่นแล้วก็เอาไอตี้ไปขายแล้วเอาเงินมา ก็ได้เงินมาพอสมควรครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตอนนี้ก็เริ่มเพล่าๆ เดิมเกมลงบ้างแล้วครับ เก็บเงินไว้ทำอย่างอื่นบ้าง เดิมก็เดิมนานๆ ครั้ง" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมไม่ซื้อไม่ขายไอตี้ในเกมครับ ถ้าเราขายให้เขามันก็เหมือนว่าเราเสียแรงเล่นเกมเราไปทำไม เงินเราเอาลงไปเกือบ 3,000 กว่าบาท เราก็เล่นไปเรื่อยๆ จนกว่าเราจะเบื่อแล้วเราก็หาเกมอื่นมาเล่นแทน สลับกันไปเพื่อไม่ให้เบื่อดีกว่า" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เพื่อนใน Facebook มีซื้อไอตี้มาเล่น เพราะรู้สึกที่ไม่เสียเวลามาบีบเวล แล้วก็มิของติดตัวมาเยอะด้วย แต่ว่าเพราะเขาไม่เคยได้เล่น ได้มาก็ยังเล่นไม่เป็น ก็ต้องมาถามผมอยู่ดี เหมือนเสียเงินแล้วต้องเสียเวลามาดูอีกว่าต้องทำยังไง เล่นยังไง" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"ตอนนี้เทรดบีน ก็จะไปดูที่เว็บมัน มันก็เหมือนเว็บหุ้นเลยครับ ก็มีราคาขึ้น-ลง ตามนั้นเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางติดต่อสื่อสาร/
ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) Line	50	12.50
2) Discord	43	10.75
3) Twitter	5	1.25
4) Instagram	13	3.25
5) Facebook	97	24.25
6) Mobile phone	65	16.25
7) Website	79	19.75
8) Call center	13	3.25
9) ช่องทางอื่นๆ	35	8.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร/
ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากที่สุด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25
รองลงมาใช้ Website มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และใช้ Twitter น้อยที่สุด มีจำนวน
5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และ บริการในเกม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านความต้องการส่วนตัว									
1) เพิ่มความสนุกในการเล่นเกม	124 (31.00)	134 (33.50)	117 (29.25)	17 (4.25)	8 (2.00)	400 (100.00)	3.87	0.97	มาก
2) เพิ่มเลเวล/อัปเกรดความสามารถ	99 (24.75)	112 (28.00)	122 (30.50)	40 (10.00)	27 (6.75)	400 (100.00)	3.54	1.16	มาก
3) เสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีในสายตาผู้อื่น	66 (16.50)	89 (22.25)	109 (27.25)	74 (18.50)	62 (15.50)	400 (100.00)	3.06	1.30	ปานกลาง
รวม							3.49	0.91	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์									
4) ความหลากหลายของสินค้า/ไอเทม	87 (21.75)	128 (32.00)	128 (32.00)	41 (10.25)	16 (4.00)	400 (100.00)	3.57	1.06	มาก
5) ความสวยงามของสินค้า/ไอเทม	103 (25.75)	125 (31.25)	105 (26.25)	45 (11.25)	22 (5.50)	400 (100.00)	3.61	1.15	มาก
6) รูปแบบของสินค้า/ไอเทม	82 (20.50)	124 (31.00)	136 (34.00)	41 (10.25)	17 (4.25)	400 (100.00)	3.53	1.06	มาก
รวม							3.57	0.99	มาก

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และ บริการในเกม (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้า ไอเทม และบริการ ในเกม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ด้านราคา									
7) ความเหมาะสม ของราคาสินค้า/ ไอเทม	79 (19.75)	94 (23.50)	146 (36.50)	43 (10.75)	38 (9.50)	400 (100.00)	3.33	1.19	ปานกลาง
8) มีการแสดง ราคาสินค้า/ ไอเทมไว้ชัดเจน	108 (27.00)	116 (29.00)	119 (29.75)	35 (8.75)	22 (5.50)	400 (100.00)	3.63	1.13	มาก
9) ระบบซื้อ-ขาย/ เติมเงินใช้ง่าย/ สะดวก	109 (27.25)	119 (29.75)	117 (29.25)	35 (8.75)	20 (5.00)	400 (100.00)	3.66	1.12	มาก
รวม							3.54	0.99	มาก
ด้านการบริการและช่องทางการให้บริการ									
10) ช่องทางการ ติดต่อบริการ หลากหลาย	77 (19.25)	145 (36.25)	123 (30.75)	32 (8.00)	23 (5.75)	400 (100.00)	3.55	1.07	มาก
11) ติดต่อผู้ ให้บริการได้ ทันที	67 (16.75)	109 (27.25)	130 (32.50)	59 (14.75)	35 (8.75)	400 (100.00)	3.29	1.17	ปานกลาง
12) มีการอัปเดต แพทช์เกม สม่ำเสมอ	123 (30.75)	106 (26.50)	106 (26.50)	41 (10.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	3.66	1.19	มาก
รวม							3.50	1.01	มาก

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และ บริการในเกม (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านส่งเสริมการตลาด									
13) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	103 (25.75)	133 (33.25)	83 (20.75)	46 (11.50)	35 (8.75)	400 (100.00)	3.56	1.23	มาก
14) กระแสความนิยมของสินค้า/ไอเทม	86 (21.50)	140 (35.00)	113 (28.25)	38 (9.50)	23 (5.75)	400 (100.00)	3.57	1.10	มาก
15) กิจกรรมแจกไอเทม/โปรโมชันพิเศษ	116 (29.00)	140 (35.00)	85 (21.25)	39 (9.75)	20 (5.00)	400 (100.00)	3.73	1.23	มาก
รวม							3.62	0.99	มาก
ภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม							3.54	0.81	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมภาพรวมทุกด้านของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (3.54) โดย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (3.62) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.57), ปัจจัยด้านราคา (3.54), ปัจจัยด้านบริการ (3.50) และ ปัจจัยด้านความต้องการส่วนตัว (3.49) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมในด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

ปัจจัยด้านความต้องการส่วนตัว (3.49) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “เพิ่มความสนุกในการเล่นเกม” (3.87) ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.50 มีความคิดเห็นในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.57) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “ความสวยงามของสินค้า/ไอเทม” (3.61) ส่วนใหญ่ร้อยละ 31.25 มีความคิดเห็นในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา (3.54) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “ระบบซื้อ-ขาย/เติมเงินง่ายดาย/สะดวก” (3.66) ส่วนใหญ่ร้อยละ 29.75 มีความคิดเห็นในระดับมาก

ปัจจัยด้านการบริการและช่องทางการให้บริการ (3.50) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “มีการอัปเดตแพทช์เกมสม่ำเสมอ” (3.66) ส่วนใหญ่ร้อยละ 30.75 มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (3.62) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “กิจกรรมแจกไอเทม/โปรโมชั่นพิเศษ” (3.73) ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.00 มีความคิดเห็นในระดับมาก

การตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกม

จากข้อมูลพบว่า วัยรุ่นมีตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมจากความพึงพอใจ ความต้องการ โดยสินค้าที่ซื้อมักเป็นสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาวุธ เพื่อตกแต่งให้ตัวละครในเกมมีความสวยงาม ดูดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสำคัญ นอกจากนี้ แพคเกจและโปรโมชั่นในแต่ละเดือนที่มีราคาไม่แพงจนเกินไปจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วย

"เวลาเกมมีแพคเกจใหม่ๆ ผมก็ซื้อตลอด ก็คือจะมีเงินเก็บอยู่ เอาไว้เติมเกม" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ไอเทมที่ภูมิใจที่สุดนี่จะเป็น ลายปืน ตอนนั้นคือกระบอกเดี่ยวเกือบ 3,000 บาท เป็นแบบ rare item ไม่ใช่ไอเทมจำกัดเวลา คือซื้อแล้วใช้ได้ตลอด" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ถ้าไม่เติมเงินเกมจริงๆ ถ้ามว่าเล่นได้ใหม่ ก็เล่นได้ ตอนลงแข่งก็แข่งไป ก็เล่นได้นะ แต่มันก็เป็นกิเลสของเราเอง มันอยากได้" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เติมเกมจะไม่เกิน 400 บาท ต่อครั้งค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"เติมผ่านแค่ True Wallet ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ถ้ามีโปรโมชันออกมา ก็เปย์ตลอด เสื้อผ้า สกินคือไม่ซ้ำเลยคะ ถ้ายังลดยอะก็จะยอมเปย์" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ไอเทมที่จะซื้อ ของที่จะเลือก เสื้อผ้า เน้นสวยงาม ไม่เน้นการใช้งานคะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"ส่วนใหญ่เปย์ไปกับเสื้อผ้า สกิน พวกแฟชั่น ของมันต้องมีคะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เรตต่ำสุดสุดที่จะเติมเกมก็ตั้งแต่ 10 บาท สูงสุดก็เป็น 1,000 บาท ต่อครั้งคะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ไอเทมในเกมที่ตัดสินใจซื้อ ต้องสวยเท่านั้นคะ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ตัวจริงไม่มีเสื้อผ้าไม่เป็นไร ไม่เคยสนใจแฟชั่นเลย แต่ตัวในเกมต้องดูดีคะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"หนูเป็นพวกเน้นไอเทมสวยงาม ไม่เน้นการใช้งาน" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ราคา 100 บาทต้นๆ หนูก็พอจะซื้อได้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เพื่อนหนูบางคนเล่นเกมแบบสายฟรี ไม่เติมเงินเลย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าอันไหนที่มันแพงเกิน หนูก็ไม่เอา" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"เป็นสายเปย์เติมเงินซื้อเกม ครับ ก็แบบว่าแต่ละเกมมันจะมีแพคเกจ มีโปรโมชันเข้ามาแต่ละเดือน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"บางทีเราก็อยากได้ โปรโมชันนั้นนานๆ มันจะมาครั้ง ก็เติมไปเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

ในขณะที่มีวัยรุ่นบางกลุ่มก็ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมที่เป็นสินค้าแฟชั่น และจะอาศัยการศึกษาจากผู้เล่นเกมที่เป็นสตรีมเมอร์ก่อน

"บางทีก็ไม่เติมนะครับ เราจะดูพวกสตรีมเมอร์เขาเติมก่อน เดียวนี้เวลาจะเติมโปรไหนก็จะดูพวกสตรีมเมอร์ เพราะสตรีมเมอร์เขาเติมทุกโปรอยู่แล้วนะครับ ก็จะดูว่ากิจกรรมนี้คุ้มไหม ถ้าคุ้มก็จะเติม ไม่คุ้มก็ไม่เติมครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมก็เป็นพวกที่เติมเอาพอประมาณก็พอ ไม่ใช่เอาแบบต้องให้เก่งกว่าเขา พอเติมแล้วเก่งกว่า ก็ขายทิ้งๆ มันเหมือนกันว่าไปข่มคนที่อ่อนแอกว่าด้วย" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"PUBG เติมเงินเกมแล้วมันก็ไม่ส่งผลอะไรกับคนเล่นนะ เหมือนแค่ได้ชุดสวย อารูสสวย แต่มันไม่ได้เพิ่มความสามารถอะไรเลย" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"Free Fire ถ้าเติมเงินเกม ก็จะได้คุณสมบัตินึ่งที่ใช้ได้ในโหมด Multiplayer ซึ่งก็คือ "PERK" มันไม่ใช่แนว pay to win มันก็เล่นแบบฝีมือตัวเองล้วนๆ เลยครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

3.1.4 รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

ข้อมูลรูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์ จะศึกษาเกี่ยวกับราคาเติมเงินที่ซื้อเป็นประจำ และราคาแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ ซึ่งข้อมูลในส่วนดังกล่าวจะนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และประเภทของโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ และทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็น จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงรายละเอียด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาเติมเงินที่ซื้อเป็นประจำ

ราคาเติมเงินที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) 30 บาท	60	15.00
2) 50 บาท	48	12.00
3) 100 บาท	159	39.75
4) 500 บาท	75	18.75
5) 1,500 บาท	8	2.00
6) ราคาอื่นๆ	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อราคาเติมเงิน 100 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา ซื้อราคาเติมเงิน 500 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และซื้อราคาเติมเงิน 8 บาท เป็นประจำ น้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาแพ็คเกจ/
กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ

ราคาแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 59 บาท	111	27.75
2) 99 บาท	133	33.25
3) 399 บาท	64	16.00
4) 499 บาท	32	8.00
5) 999 บาท	5	1.25
6) มากกว่า 1,000 บาท	6	1.50
7) ราคาอื่นๆ	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 99 บาทเป็นประจำ มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา ซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคาน้อยกว่า 59 บาทเป็นประจำ มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 999 บาทเป็นประจำ น้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อประเภทของโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ประเภทของ โปรโมชั่นและ รูปแบบลูทบ็อกซ์ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1) การให้สิทธิ์ซื้อ ของภายในเกม เพื่อลุ้นรางวัล	32 (8.00)	64 (16.00)	138 (34.50)	71 (17.75)	95 (23.75)	400 (100.00)	2.67	1.23	ปานกลาง
2) การเพิ่มอัตรา เรทกาซาปอง	46 (11.50)	94 (23.50)	138 (34.50)	55 (13.75)	67 (16.75)	400 (100.00)	2.99	1.23	ปานกลาง
3) การลดราคา สินค้า	98 (24.50)	126 (31.50)	99 (24.75)	57 (14.25)	20 (5.00)	400 (100.00)	3.56	1.15	มาก
4) การได้โบนัส เพิ่ม	102 (25.50)	115 (28.75)	12 (25.50)	60 (15.00)	21 (5.25)	400 (100.00)	3.54	1.17	มาก
5) แคมเปญจาก สินค้าต่างๆ	51 (12.75)	95 (23.75)	125 (31.25)	66 (16.50)	63 (15.75)	400 (100.00)	3.01	1.24	ปานกลาง
6) การสะสม คะแนนรับของ รางวัล	60 (15.00)	94 (23.50)	114 (28.50)	66 (16.50)	66 (16.50)	400 (100.00)	3.04	1.24	ปานกลาง
7) การสะสมไอ เทมจากกาซา หลายๆ ชิ้นให้ ครบชุดเพื่อรวม เป็นไอเทมหา ยาก/รางวัลใหญ่	64 (16.00)	92 (23.00)	113 (28.25)	70 (17.50)	61 (15.25)	400 (100.00)	3.07	1.29	ปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อประเภทของโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ (ต่อ)

ประเภทของ โปรโมชั่นและ รูปแบบลูทบ็อกซ์ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
8) การผ่านด่าน พิเศษเพื่อสะสม เงิน/โบนัส	59 (14.75)	104 (26.00)	120 (30.00)	49 (12.25)	68 (17.00)	400 (100.00)	3.09	1.28	ปานกลาง
9) การ refund ไอเทมนั้นๆ เมื่อไม่ต้องการ	57 (14.25)	85 (21.25)	125 (31.25)	68 (17.00)	65 (16.25)	400 (100.00)	3.00	1.27	ปานกลาง
รวม							3.11	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อประเภทของโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.11) โดยโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ประเภท “การลดราคาสินค้า” (3.56) มีผลต่อการตัดสินใจ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “การได้โบนัสเพิ่ม” (3.54), “การผ่านด่านพิเศษเพื่อสะสมเงิน/โบนัส” (3.09), “การสะสมไอเทมจากกาชาหลายๆ ชิ้นให้ครบชุดเพื่อรวมเป็นไอเทมหายาก” (3.07), “การสะสมคะแนนรับของรางวัล” (3.04), “แคมเปญจากสินค้าต่างๆ” (3.01), “การ refund ไอเทม นั้นๆ เมื่อไม่ต้องการ” (3.00), “การเพิ่มอัตราเรทกาชาปอง” (2.99) และ “การให้สิทธิ์ซื้อของ ภายในเกมเพื่อลุ้นรางวัล” (2.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม

ทัศนคติที่มี ต่อลูทบ็อกซ์ ในเกม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1) การเปิดส่ม กล่องทำให้ฉัน รู้สึกตื่นเต้น	144 (36.00)	129 (32.25)	97 (24.25)	16 (4.00)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.93	1.04	มาก
2) การเปิดส่ม กล่องทำให้ฉัน มีปัญหา	41 (10.25)	49 (12.25)	119 (29.75)	100 (25.00)	91 (22.75)	400 (100.00)	2.62	1.25	ปานกลาง
3) คำเชิญชวนให้ เปิดส่มกล่อง จากตัวละคร ใดๆ ที่ไม่ได้ถูก ควบคุมโดยผู้ เล่น(NPC) หรือ pop-up กระตุ้น ให้ฉันอยากส่ม กล่องมากขึ้น	26 (6.50)	66 (16.50)	136 (34.00)	86 (21.50)	86 (21.50)	400 (100.00)	2.65	1.16	ปานกลาง
4) การส่มภาษา บางครั้งทำให้ รู้สึกเหมือนเป็น การ เติมพิน	85 (21.25)	99 (24.75)	109 (27.25)	48 (12.00)	59 (14.75)	400 (100.00)	3.26	1.32	ปานกลาง
5) การส่มภาษา เป็นรูปแบบ หนึ่งของ การพิน	146 (36.50)	92 (23.00)	95 (23.75)	41 (10.25)	26 (6.50)	400 (100.00)	3.14	1.30	ปานกลาง

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม (ต่อ)

ทัศนคติที่มี ต่อลูทบ็อกซ์ ในเกม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
6) ฉันเปิดสุมกล่อง โดยหวังว่าจะ ได้รับไอเทมที่ ต้องการ	146 (36.50)	92 (23.00)	95 (23.75)	41 (10.25)	26 (6.50)	400 (100.00)	3.73	1.24	มาก
7) ฉันเชื่อว่าการ ได้รับไอเทม จากการเปิด สุมกล่อง เป็นวิธีที่ดีใน การสร้างรายได้	49 (12.25)	71 (17.75)	121 (30.25)	72 (18.00)	87 (21.75)	400 (100.00)	2.81	1.30	ปานกลาง
8) สามารถซื้อ/ ขายภายนอก เกมเพื่อ แลกเปลี่ยนเป็น เงินจริงได้	78 (19.50)	68 (17.00)	109 (27.25)	72 (18.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	3.02	1.37	ปานกลาง
9) ฉันสนุกกับเกม ที่ต้องอาศัยการ เปิดสุมกล่อง เพื่อให้ได้มาซึ่ง ไอเทมที่ ต้องการ	64 (16.00)	91 (22.75)	130 (32.50)	70 (17.50)	45 (11.25)	400 (100.00)	3.15	1.21	ปานกลาง
10) ฉันเชื่อว่ การเสี่ยงโชค จากกาซาเป็น เรื่องดี	31 (7.75)	61 (15.25)	136 (34.00)	86 (21.50)	86 (21.50)	400 (100.00)	2.66	1.20	ปานกลาง
รวม							3.09	0.80	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกมของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.09) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อ “การเปิดสุมกล่องทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น” (3.93) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ฉันเปิดสุมกล่องโดยหวังว่าจะได้รับไอเทมที่ต้องการ” (3.73), “การสุมกาชาบางครั้งทำให้รู้สึกเหมือนเป็นการเดิมพัน” (3.73), “การสุมกาชาบางครั้งทำให้รู้สึกเหมือนเป็นการเดิมพัน” (3.26), “ฉันสนุกกับเกมที่ต้องอาศัยการเปิดสุมกล่องเพื่อให้ได้มาซึ่งไอเทมที่ต้องการ” (3.15), “การสุมกาชาเป็นรูปแบบหนึ่งของการพนัน” (3.14), “สามารถซื้อ/ขายภายนอกเกมเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงินจริงได้” (3.02), “ฉันเชื่อว่าการได้รับไอเทมจากการเปิดสุมกล่องเป็นวิธีที่ดีในการสร้างรายได้” (2.81), “ฉันเชื่อว่าการเสียโชคจากกาชาเป็นเรื่องดี” (2.66), “คำเชิญชวนให้เปิดสุมกล่องจาก NPC/pop-up กระตุ้นให้ฉันอยากสุมกล่องมากขึ้น” (2.65) และ “การเปิดสุมกล่องทำให้ฉันมีปัญหา” (2.62) ตามลำดับ

รูปแบบการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในปัจจุบัน

รูปแบบของการขายสินค้าเสมือน ไอเทมในเกมออนไลน์ เป็นโมเดลหนึ่งทางธุรกิจที่ทำให้บริษัทมีโอกาสแสวงหาผลกำไรจากการให้บริการเกมได้ โดยสินค้า ไอเทมที่นำมาขาย จะเป็นสินค้าเสมือนในเกมที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยให้ผู้เล่นสามารถซื้อเพื่อเพิ่มพลังได้ เพื่ออัปเลเวลได้ หรือเป็นสินค้าแฟชั่นฟุ่มเฟือยที่เน้นความสวยงามเพื่อการประดับตกแต่งตัวละครในเกม ส่วนใหญ่จะมีราคาที่กำหนดอยู่แล้วตามแต่ละผู้ให้บริการเกม การเล่นเกมออนไลน์กับการเติมเงิน สิ่งเหล่านี้ เป็นเรื่องของลูทบ็อกซ์เข้ามาด้วยในแง่ของพฤติกรรมเติมเงิน ซื้อของในเกม และระบบสุมไอเทมในเกม เป็นระบบที่ตั้งใจให้เกิดความอยากโดยเล่นกับกิเลสของผู้เล่นที่ต้องการสินค้าเสมือนนั้นๆ เป็น item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชา กล่องสุม โปรโมชัน แพคเกจต่างๆ เพื่อเพิ่มการลุ้นและสร้างความตื่นเต้นในการเปิดกล่องสุม โดยมีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อจากวิจารณ์ของผู้เล่นเกม

"แน่นอนว่าคุณทำเกมเป็นบริษัทที่แสวงหาผลกำไร ก็จะมีรูปแบบของการขายสินค้า ขายไอเทมบนเกม เพื่อให้ผู้เล่นสามารถซื้อเพื่อเพิ่มพลังได้ เพื่ออัปเลเวลได้ พี่มองว่าสิ่งนี้มันคือธุรกิจ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ใช่ครับ มีการขายไอเทม บริษัทมีการออกไอเทมใหม่ๆ มา มันคือวงจรของธุรกิจ และมีการซื้อไอเทมพวกนั้นมา resale ต่อ มันก็คือวงจรธุรกิจ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เป็น item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชาทั้งหลาย เพื่อที่จะเอาของ นี่คือรูปแบบการซื้อไอเทมในเกมออนไลน์ในปัจจุบัน" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"แพกเกจเล่นไม่อั้น มันเป็นการโฆษณาแบบ over claiming เล่นไม่อั้นแปลว่าอะไร แปลว่าเล่นได้ทั้งวันทั้งคืนเธอ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ความพอดีมันอยู่ที่ความพอใจของคนซื้อขาย ถ้าเราไม่มองว่ามันคือ accessories ทางดิจิทัลนะ มันก็คือสินค้าตัวหนึ่ง ถ้าคุณพอใจในราคานี้คุณก็ซื้อ ถ้าคุณไม่พอใจคุณก็ไม่ต้องซื้อ ไม่มีใครมาบังคับ เพราะฉะนั้นมันอยู่ที่วิจารณญาณของคนซื้อ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ประเด็นที่พูดกัน แล้วเกิดปัญหาก็คือ วิจารณญาณตรงนี้สำหรับเด็กอาจจะยังมีไม่พอ มันถึงเกิดปัญหา แต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่ คุณมีเงิน มีกำลังทรัพย์ แล้วไปว่าเขาไม่มีวิจารณญาณ มันก็ไม่ถูกหรอก เพราะเขารู้ข้อมูล เขาศึกษามาแล้วอย่างดี แต่เขายินดีที่จะจ่ายในราคานี้ เพียงแต่ว่าสินค้าพวกนี้เป็นไอเทมที่ไม่สามารถหยิบออกไปไหนได้เพราะมันอยู่ในเกมแค่นั้นเอง" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เราจะทำอย่างไรให้เด็กมีวิจารณญาณในการเลือกซื้อสินค้าพวกนี้" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ระบบสุมไอเทมในเกม เขาตั้งใจให้มันเกิดขึ้นอย่างนั้นอยู่แล้ว ให้เกิดความอยาก เขาเล่นกับกิเลสของคนนะ เพียงแต่ว่ามันต้องไปแก้ที่ตัวเด็กมากกว่า ไปเน้นที่การศึกษาให้เขาเข้าใจ ว่าควรพอแล้วไหม มันเกินกำลังซื้อไปไหม" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เพราะว่าปัญหาที่เกิดคือ มองว่ามันเป็นเกมใจ แต่มันไม่ได้ต่างจากไอเทมอื่นๆ นะ เหมือนกับการขายรองเท้าคู่หนึ่งอย่างอาดิดาส รองเท้ารุ่นนี้เขาผลิตมา 100 คู่ ถ้ามองว่าเขาผลิตมา 100 คู่จริงหรือเปล่า มีใครไปเช็คจากโรงงานได้ไหม แล้วก็เขาตั้งราคามาเท่านี้แล้วมีคนบันราคา มีเด็กไปซื้อ แล้วบอกว่า เด็กไม่มีวิจารณญาณในการไปซื้อ คำถามก็คือ เขาก็ไม่ได้บังคับให้ไปซื้อนี่นา ไม่ได้ต่างจากไอเทมในเกมออนไลน์เลยนะ ถูกไหม ผู้ผลิตเขาก็บอกว่ามีไอเทมจำกัดอยู่เท่านี้ คือมันเป็นเรื่องของเศรษฐศาสตร์ เป็นเรื่องของกลไกการตลาด" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ส่วนใหญ่จะมี ราคาตั้งอยู่แล้วแต่ละบริษัท แต่ก็จะมีลักษณะของการซื้อไปเพื่อไปปั่นราคาต่อ บริษัทก็จะปล่อยอาวุธตัวนี้ออกมาด้วยราคานี้ แต่เป็นไอเทมที่ไม่เเยอะนะ ก็เหมือนหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไป คือ มีคนไปซื้อตักไว้เพื่อมาขายต่อ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ผมไม่เคยเติมเกม ไม่เคยซื้อของเลย หลักของผมคือ ไม่ซื้อของใดๆ ทั้งสิ้น ก็คือเราไม่ได้เล่นเพื่อเอาที่หนึ่งไป บางทีไอเทมที่ขายก็มีความยั่วยวนเราเหมือนกัน ช่วงแรกๆ นะมี ที่แบบว่า อีกรุ่นหนึ่งๆ แต่ด้วยความกึ่งงั้นเผลอกว่า...ก็ไม่ซื้อ แต่ถ้าเป็นไอเทมแจกฟรี ก็กดรับ อาศัยการเข้าไปดูโฆษณาเพื่อที่จะได้รับของแจกฟรี ก็ใช้วิธีแบบงๆ ไปแบบนี้ ผมรู้สึกว่ถ้าเราซื้อครั้งแรกแล้ว มันต้องมีครั้งต่อๆ ไป แล้วมันก็จะไม่จบใจ" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สมัยก่อนมันก็ไม่มีระบบซื้อขายไอเทม อับเกรดของเหมือนสมัยนี้ สมัยก่อนมันมีแค่สูตร อย่าง Contra ที่มีสูตรเพิ่มชีวิตเป็น 30 ตัว ก็เล่นสบายหน่อย" (วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สมัยก่อนก็เน้นแค่ขายคอนโซล ขายตลับ ขายเกม ทำเป็นภาคหลายๆ ภาค อย่างมากมันก็มีแค่เครื่องอะไรมาประกบ แล้วก็ทำให้กดเร็วขึ้น อะไรทำนองนี้ แต่ไม่ได้มีไอเทมที่ซื้อออนไลน์ได้ แล้วก็อาจจะ split of ไปขายเสื้อ ขายลิขสิทธิ์ อย่าง Mario" (วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ปัจจุบันนี้ระบบซื้อขายมีขายกันในเกมเลย ก็เป็นโมเดลหนึ่งที่ทำให้มีโอกาสในการเกิดผลกระทบเรื่องเศรษฐกิจ เรื่องเงินทองมากขึ้น แล้วยิ่งผูกกับ Google ผูกกับบัตรเครดิต บางทีก็เด็ก ๆ ก็ขอพ่อแม่ พ่อแม่เองบางทีก็ไม่ว่า ก็ซื้อให้ สิ่งที่เกิดขึ้นมันก็เป็นผลกระทบที่น่าเป็นห่วง" (วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"การเล่นเกมนอนไลน์กับการเติมเงิน สิ่งเหล่านี้ ก็มีเรื่องของลูทบ็อกซ์เข้ามาด้วยในแง่ของพฤติกรรมเติมเงิน ซื้อของในเกม เด็กก็จะบอกได้ชัดเลยว่าซื้อกาชา รั้งนะว่าเกมเนี่ยเล่นแล้วต้องซื้อของ ต้องเอาเงินลงไป หลายๆ รายก็เพิ่งจะรู้ว่าทำไมต้องซื้อหลายๆ ครั้ง ถึงจะได้ของหรือไอเทมตามที่ต้องการ บางคนมีถึงขั้นพฤติกรรมการซื้อซ้ำๆ การเติมเงินซ้ำๆ บางคนรู้ตัวว่าเริ่มจะติด เริ่มจะออกไม่ได้แต่มันอดใจไม่ไหว บางคนก็ทุ่มเงินเพื่อหวังว่าจะได้เก่งในเกมนั้นๆ และมีโอกาสไปลงแข่งในทัวร์นาเมนต์ อันนี้ก็จะ เป็นปัญหาพฤติกรรมที่เจอบ่อยในวัยรุ่น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เติมเยอะที่สุดคือ 70,000 บาท ในครั้งเดียวจากการเล่นเกมเป็นกลุ่มเพื่อที่จะลงแข่ง คือเด็ก ๆ เขาจะเล่นกันเป็นทีม จับกลุ่มกันเล่น ทีมละ 5 คน แต่ว่าการที่จะชนะในครั้งนั้นนั้นแหละ ลงเงินไป 70,000 บาท" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"คนที่ผู้ปกครองพามา คือ เงินทองหายหมด แล้วก็มีการเติมเกมซ้ำๆ เด็กทราบดีว่าซื้อกาชา คุณแม่ก็พยายามดูว่าใช้เงินมากแค่ไหน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ล่าสุดที่เจอเป็นเด็กประถมปลายต่อมัธยมต้น เติมเงิน 16,800 บาท ต่อ 1 เกม ฉะนั้นจำนวนที่ใช้ไม่ใช่ 10-20 บาท เป็นหมื่นๆ เด็กจะไปหาเงินจำนวนมากขนาดนี้ด้วยวิธีอะไรก็ต้องค่อนข้างดีพอสมควร" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

กาชา: การเสี่ยงโชค สุ่มของ และการพนันในการเล่นเกม

กาชา (gacha) หรือ กาชาปอง (gachapon) เป็นระบบสุ่มไอเทมในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งของภายในเกม เป็นรูปแบบลักษณะหนึ่งที่นิยมกันในเกมมากในระบบเกมฟรีและเสียเงิน อาจเป็นการสุ่มตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ภายในเกม โดยจะมี ตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ที่ดีและมีความต้องการสูงมาล่อใจ ซึ่งระบบกาชา จะสุ่มของหลังจากเปิดกล่องหรือรูปแบบอื่นๆ ที่ทางเกมนั้นๆ จัดขึ้น และไม่มีทางรู้ได้เลยว่าจะสุ่มของที่ต้องการได้จริงหรือไม่

"พวกกาซา คือ อยากได้ผมก็เอา มันขึ้นอยู่กับของนะครับ ของบางอย่างมันไม่ดี แต่ว่า มันสู้มได้ยาก ราคามันสูงผมก็ไม่เอา" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"พวกกาซานี้ก็ไม่ได้เล่นทุกอันนะ ช่วงไหนที่ไม่ค่อยมีเงินก็ปล่อยให้พอมีเงินแล้วค่อยเอา" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ตอนสู้มไอเทมของนี่ ถ้าดีจริงๆ ผมก็จะพยายามเอาให้ได้ ต้องได้ ถ้าไม่ได้ก็เติมอีก" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ผมก็ยังไม่เคยเปิดได้นะ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"แต่มีคนไทยเปิดได้ 10 คน มั้ง ที่แบบเปิดกล่องได้แล้วเอาไอเทมไปขายให้ฝรั่ง" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"อย่างเกมเก็บเวล ที่เล่นจนเวลตัน ก็จะมีของมาเรื่อยๆ เวลาเราซื้อของอะ มันไม่ได้ซื้อแล้วถาวรด้วย มันเหมือนเอาเปรียบไปหน่อยอะ ถ้าจะซื้อถาวรเลยคือโคตรแพงอะ ไอเทมชิ้นเดียว 300 บาท ซื้อไปทำไม แต่ถามว่าซื้อไหม ซื้อ! (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่มีไอเทมพวกนั้นมันเล่นได้ไหม ก็เล่นได้ แต่มันก็เหมือนเป็นส่วนเสริมช่วย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เวลาไป PVP เขาก็ไม่ได้ใช้ สกิน สู้กัน ก็ต้องใช้ สมองอยู่ดี" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เวลาไปสู้กัน ถ้ามีชุดไป เดินเข้าไปตาย มันก็ไม่ได้เก่งอะไรเลย แคไปตายแบบสวยๆ เพื่อนผมนี่ตลอดเลย ผมก็ถาม เติมทำไม มันตอบ จะได้ตายแบบสวยๆ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ที่ผมสังเกตเห็นก็จะให้เราซื้อแล้วปลดล็อกไปเรื่อยๆ ก็คือ ไม่คุ้ม ยังไงก็ไม่คุ้มเลยที่เราเติมแล้วไปสู้มได้ของอะไรก็ไม่รู้ แทนที่เราจะเอาเงินที่สู้มได้อะไรก็ไม่รู้ไปซื้ออันที่เราอยากได้เลยดีกว่า" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ผมไม่ค่อยชอบสู้มของ จะชอบอะไรที่เห็นแล้วเรารู้ว่าได้แน่ๆ มาดีกว่า" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"อย่างของที่ผมสตรีมเกม ผมก็เชื่อมกับรหัสบัตร คือกดกริ่งเดียวก็ได้เลย เติมเงินเลยลักษณะนี้ มันก็มีผลที่ทำให้ผมตัดสินใจเติมเงินง่ายขึ้น" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าเติมเงินเกมในมือถือส่วนใหญ่ เริ่มเล่นช่วงแรก มันจะมีโปรโมชันมาลดให้ 90% พอเล่นไปเรื่อยๆ มันก็ลดลง 80% 70% ถ้าเราไม่ซื้อ มันก็จะแพงขึ้นเรื่อยๆ เหมือนเขาเอาใจคนเล่นใหม่ๆ มากกว่า" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"พวกชุดเสื้อผ้า เขาก็มีจัดเป็นระบบสู้มกล่องคะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนใหญ่จะเกลื่อน แต่ก็เติมเอาต่อ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"บางที่ต้องยอมตัดใจ ไม่เอาก็ได้คะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"จะเลิกเล่นก็เสียตายนะคะ เพราะก็เติมไปตั้งเยอะ" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"สู่มของนี้ นับครั้งได้เลยว่าจะได้" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"แต่ก็ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าไม่เกินเท่านี้ ไม่งั้นหมดตัว" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"สู่มไม่ได้นี้ก็ทำใจละ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"พวกสู่มไอเทมนี้บ่อยเลยละที่ไม่ได้อันที่ต้องการ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ก็รู้สึกเสียดายนะคะที่เราไม่ได้ แต่มันก็จะมีคนที่เขาสู่มได้แล้วก็เอามาขาย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าบางครั้งหนูอยากเสี่ยงดวงเอง หนูก็จะซื้อสู่ม แต่ว่าถ้ารู้สึกว่าจะ หนูไปอ่านคอมเมนต์เขาแล้ว เปอร์เซนต์สู่มของมันได้น้อย หนูก็จะไปซื้อจากอีกคนที่เขาสู่มได้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าสู่มไอเทมครั้งหนึ่งมันอยู่ที่ 35 บาท แต่ถ้าไปซื้อจากคนที่สู่มได้ ราคามันจะอยู่ที่ราวๆ 200 บาท มันก็เป็นจำนวนครั้งที่ประมาณว่าจะสู่มได้ ถ้าไปซื้อจากเขาเลยมันก็มั่นใจได้ว่าเราจะได้อิเทมนั้นจริงๆ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ตอนนั้นหนูสู่มของเป็นดาบที่เอาไว้แต่งตัวละคร คือหนูอยากได้ ก็เลยลองเสี่ยงดวงดู ตอนนั้นเสียเงินไปประมาณ 800 บาท เพราะว่าหนูสู่มแล้วไม่ได้ ก็พักก่อน แล้วก็สู่มใหม่ มันก็ยังไม่ได้อ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"มีคนทีสู่มของได้แล้วเอามาขาย มัน 300 บาท เอง หนูก็แบบ โอ๊ย เสียหายเงิน" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้ามันมีของออกใหม่เรื่อยๆ คนก็อยากจะอยู่ดูว่า ของอะไรจะเข้ามาใหม่ แล้วยังเป็นเกมที่มาจากต่างประเทศ เขาก็จะไปเห็นจากเซฟเวอร์ต่างประเทศ ก็อยากได้ แล้วก็รอให้ของมันเข้ามาเซฟเวอร์ของไทยเรา" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"มันจะมีไอเทมที่เป็น limited เฉพาะ ก็จะรออยู่เอาของให้ได้ มันเห็นแล้วน่ารัก คือมันต้องได้ละ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"รูปแบบการจัดโปรโมชันในเกม ก็มีผลให้เราตัดสินใจเติมเงินนะคะ พวกโปรโมชันเติมเกมแล้วแถมของ ก็จะเลื่อนไปดูด้านล่างสุดเลยละว่า ราคาที่แพงที่สุดคือเท่าไร แล้วก็เติมเลย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าโปรโมชันที่แพงที่สุด มันก็จะได้ของทั้งหมดตั้งแต่อันแรกจนอันสุดท้าย คนก็อยากได้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"สายฟรี ถ้าก้าวข้ามมาเป็นสายเปย์แล้ว ก็จะกลับไปเป็นสายฟรียากแล้วละ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ส่วนใหญ่ก็เอามาซื้อสกิน ซื้อไอเทมเอาไว้อัปเกรดตัวเองละ ต้องดูดี" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"ระบบเติมเกมเป็นรูปแบบการเสพติดอย่างหนึ่งนะครับ เพราะเติมแล้ว เราอยากเติมอีก ๆ เรื่อย ๆ แล้วมันจะเสพติด ไม่เติมอีกก็ไม่ได้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่ถ้าถ้าเราควบคุมจุดนี้ มันก็ทำได้ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"อย่างเพื่อนผม แทงบอลทุกวัน ทั้งแทงออนไลน์ แทงโต๊ะ ก็เดือนมัน แต่หยุดมันไม่ได้แล้วครับตอนนี้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมก็มีเว็บของผมนะ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมก็เป็นคนแทงบอลคนหนึ่งนะครับ แต่ว่าผมไม่ได้แทงถึงขั้นเสพติดนะครับขนาดที่ว่าต้องแทงทุกวัน แบบแทงแค่เอาสนุก ๆ ชำ ๆ เอาเงิน แค่นี้ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"นาน ๆ จะแทงบอลทีสักครั้ง แทงไม่ได้ก็จบครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่เพื่อนบางคน พอแทงบอลไม่ได้แล้วก็หิวร้อน มันจะแทงต่อเรื่อย ๆ แล้วมันก็จะเสียเงินเรื่อย ๆ ครับ เวลาเราเกิดอาการหิวร้อน มันจะเสียต่อเนื่องครับ เพราะผมเคยเป็นมาก่อน ผมก็เลยต้องควบคุมตัวเองครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตอนนั้นที่เสีย คือ สมมติเราแทงไป 200 ครับ เสียปั๊บ หิวร้อน ต้องต่อ ลงเพิ่มไปอีก 500 เพราะเราอยากได้ทุนคืนด้วยครับ แล้วทีนี้เราก็เสียเพิ่มอีกไปเรื่อย ๆ สุดท้ายหยุดไม่อยู่ครับ เสียหมดเลย ไม่มีเงินกินข้าว" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมหมดเงินไปแค่หลักพัน แต่เพื่อนผมแทงทุกวันครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เดี๋ยวนี้ก็มีแทงอีสปอร์ตเหมือนกันนะครับ แต่ไม่ค่อยแทงครับ เพราะไม่รู้เรตของมันว่ามันแทงอย่างไร แทงมั่วไปเดี๋ยวเสียเงินอีกครับ ก็เลยไม่เสียดีกว่าครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ส่วนใหญ่ที่แทง ก็มีแทงบอล กับแทงบาสครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ที่แทงเยอะ ๆ ส่วนใหญ่ที่หนักไปทางเสียนะครับ ไม่ค่อยได้ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ถามว่ามีได้ไหม ก็มีได้นะ แต่ที่ได้มากที่สุดนี้ก็เมื่อวานขึ้นเลยครับ 19,000 บาท ครับ เป็นเงินจริง ๆ โอนเข้าบัญชีเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เพื่อน ๆ ผมลงแทงกันที่ไม่เยอะครับ มากสุดก็ 100 บาทครับ ชำ ๆ กันไป เอาเงินมากินข้าวครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ส่วนใหญ่จะแทงกันก็ต่อเมื่อ ไม่มีเงิน ร้อนเงินจริง ๆ มันจะเป็นช่วงสิ้นเดือนครับ ที่ไม่ค่อยมีเงินกัน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ระบบส่ม ครั้งเดียวมันไม่ได้ของครับ มันต้องส่มมากขึ้นกว่าเดิม" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เหมือนว่าเราจองตัวละครนี้ไว้แล้วไม่ได้ ครั้งแรกมันส่มไม่ได้ เราก็ต้องส่มไปเรื่อย ๆ จนกว่าเราจะได้ มันเปลืองเงินนะครับ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"ผมคิดว่าถ้าสุ่มครั้งเดียว มันไม่ได้หรอก ผมว่าสุ่มทีละ 10, 20 ครั้ง เลียดีกว่าเพราะมันการันตีมากกว่า" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"Call of duty ช่วงต้นเกมมันไม่มีการันตีให้เลยว่าเราจะได้ของชิ้นนี้ๆ คือเราสุ่มบู๊บมันก็จะมีของที่เราได้มาแล้ว แล้วมันก็ได้ของซ้ำๆ มาอีก ก็ไม่อยากจะเลย เพราะยังได้มามันก็ไม่ได้เอามาทำอะไร" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เงินที่เตรียมไว้เติมเกมสุ่มของ ถ้ายังไม่พอ ผมก็ต้องเบรคการสุ่มของไว้ก่อน" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"พอระบบสุ่มภาษา สำหรับคนที่มั่งงานทำ มีเงิน ผมว่าเขาอาจจะติดเหมือนกัน แต่อย่างผม ผมก็เก็บเงินไปเรื่อยๆ ก็สุ่มบางครั้งก็ได้ ไม่ต้องสุ่มทุกครั้งที่เล่นเกม บางอย่างมันให้ราคา ตีราคามาน้อยแต่ให้ของเยอะ อะ เราก็กู้" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"แต่ถ้ามันเป็นแรร์ไอเทมจริงๆ เราไปเจอ เราอยากได้ แต่เราต้องเติมเป็น 1,000 เป็น 10,000 กว่าบาท เราไม่ไหว เราอย่าเติมเลย" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ลูทบ็อกซ์: การเสี่ยงโชค สุ่มของ และการพนันในการเล่นเกม

ลูทบ็อกซ์ (loot box) คือระบบกล่องสุ่มไอเทมหรือกล่องปริศนาในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งของการเล่นเกม อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการออกแบบเกม ในแง่ของการลุ้นเพื่อความตื่นเต้น โดบอาศัยเรื่องของดวงในการเสี่ยงโชค โดยสุ่มของจากการซื้อในเกมแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้ไอเทมพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่น และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ได้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง ลูทบ็อกซ์มีลักษณะของ item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องภาษา เพื่อที่จะเอาของ สกิน หรือไอเทม (skin betting behavior) เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อจะกระตุ้นให้ผู้เล่นเกม-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ ซื้อเรื่อยๆ เติมเงินเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ มีลักษณะของความเป็นการเล่น (gambling) คือมีได้และมีเสีย เมื่อเสียเงินสุ่มของแล้ว ไม่สามารถการันตีได้ว่าจะได้รับไอเทมนั้นจริง

"ระบบลูทบ็อกซ์ เป็นระบบที่เขาสร้างมาเพื่อจะให้เราติด ซื้อเรื่อยๆ เติมเงินเรื่อยๆ ค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"รูปแบบการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ไอเทม การพนัน มี 3 แบบ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"แบบแรกคือ gambling คือ เราลงไปเล่นเอง เหมือนเป็นนักพนันด้วย ก็คือ เด็กๆ เข้าไปเล่น เด็กเกือบ 100% ที่เล่นเกมรู้ว่ามันพนันอยู่ โดยที่ไม่ต้องรู้ว่านิยามพนันคืออะไร คือเหมือนกับแทง แทงแล้วเสีย แล้วเอาของมีค่า แค่นี้ก็รู้แล้วว่าเป็นการเล่น เขาบอกเราเอง แต่ผู้ใหญ่ยังงอยู่เลย มันคือพนันเธอ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"แบบที่สองคือ betting คือเราเป็นผู้ดู เหมือนกับการแทงบอล, ม้าแข่ง, ชกมวย เราแค่ไปทายผลแพ้-ชนะ เราไม่ต้องไปแข่งบอลเอง ไม่ต้องแข่งม้าเอง ไม่ต้องชกเอง" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"แบบสุดท้ายคือ item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชาทั้งหลาย เพื่อที่จะเอาของ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การพนันผิดกฎหมายตามมาตรา 12 บัญญัติพระราชกฤษฎีกา พ.ศ. 2478 เขาไม่ได้โฆษณา ล่อลวง จูงใจ ชักจูง ผ่านสื่อ แต่ทุกวันนี้ก็ต้องยอมรับว่าเกมคือสื่อหนึ่งบนมือถือ แอปพลิเคชันใดที่มันมีการสื่อสารให้เล่นเกม เล่นพนัน มันต้องผิดกฎหมายสิ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ทุกแพลตฟอร์มถ้ามีลักษณะนี้คือการพนันหมด ทั้งตู้ม้า กาชา" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การพนันมันเกิดขึ้นได้หมดเลย เพราะฉะนั้นคุณไม่สามารถจัดการปัจจัยเสี่ยงด้วยการปราบปรามจับกุม และไม่ใช่ว่าบอกว่าเป็นอบายมุข" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การพนันถูกกฎหมายมีหลายประเทศ ของเราการพนันถูกกฎหมายคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล"

"เทคโนโลยีมันทำให้การพนันไปแฝงอยู่ในตรงนั้น" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"McGill University ของ Canada มีงานวิจัยที่พบว่า ผู้ใหญ่ที่ติดพนันเล่นพนันมาตั้งแต่เด็ก เพราะฉะนั้นถ้าจะหยุดวงจรนี้ต้องหยุดที่เด็ก เพราะจะไปจัดการผู้ใหญ่ที่ส่องส่วนหน้าถูกทำลายมันสายไปแล้ว ความยับยั้งชั่งใจมันหายไป ต้องรีบจัดการ (early intervention) ในวัยที่เขายังไม่ติดอะไร" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ในญี่ปุ่น ในไต้หวัน มีร้านที่ขายไอเทมพวกนี้เยอะ หมายความว่า ก๊อตซิลล่ามี 4 แบบ ถ้าคุณหยุดตู้กาชา คุณมีโอกาสเจอ 1 ใน 4 พี่ก็อาจจะบ้าหยอดๆ จนนเจอ 4 ตัวครบ หรือบางทีพี่หยอดที่ไรพี่ก็ได้แค่ 2 อัน พี่เอา 2 อันนี้ไปแลก ไปขายกับร้านนี้ แล้วร้านนี้เค้าก็มีตัวที่พี่ไม่มี ก็เทรดกัน ซื้อขายกัน" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"มันขึ้นอยู่กับความพอใจ เพียงแต่ว่าผู้บริโภคเนี่ย รับรู้ข้อมูลแค่ไหนว่า มันมี 4 ตัว จริงหรือเปล่า ปัญหาคือ มันอาจจะแค่ตัวเดียวก็ได้ ถูกไหม ทีนี้ ถ้ากฎกติกา หรือผู้ผลิตบอกว่า มีแค่ 4 ตัว ในตู้กาชานี้มีครบทุกตัว แบบนี้ก็ถือว่าแฟร์ ถ้าพี่มีเงินพี่ก็หยอดหมดตู้ พี่ก็มีโอกาสได้ครบ 4 ตัว เพราะมันแรนดอมมา ตรงนี้มันก็ไม่มีใครมากำหนดมาตรฐานนะเนอะว่า คุณจะต้องให้ข้อมูลได้เวลาเราไปกดตู้กาชาว่ามันมี 4 แบบ แต่ว่าในตู้มันมีครบ 4 แบบ หรือไม่ เขาไม่การันตีปัญหามันอยู่ตรงนี้แหละ ใครเป็นคนเข้ามากำหนดมาตรฐาน" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"มันไม่มีคนมาบังคับให้คุณมาซื้ออะ ถ้าคุณอยากได้ตัวที่คุณอยากได้ คุณก็ต้องไปร้านพวกนั้นสิ ที่เขาตั้งราคาอยู่แล้วว่าตัวนี้ราคาเท่าไร คุณก็ต้องไปจ่ายเงินซื้อตัวนั้นมา แต่นี่คือรูปแบบของเกมเกมหนึ่ง มันก็จะย้อนกลับไปทีเรื่องของวิจรรณญาณของคนเล่นเกมหนึ่งแหละ ว่าเขามีมากน้อยแค่ไหน ถ้าเป็นผู้ใหญ่เขาอาจจะบอกว่ามันก็แค่สนุกๆ ไม่ซีเรียส แต่ถ้าเป็นเด็กซีเรียส แล้วต้องไปบังคับให้เขาเปลี่ยนวิธีการทำ business model พี่ก็มองว่ามันไม่แฟร์นะ เขาก็อาจจะบอกกลับมาว่าก็ไม่ได้มีใครบังคับให้มาเล่นนะ"(นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"พนันมันคือ gambling คือมีได้และมีเสีย แต่ว่าไอเทมในเกมพวกนี้เนี่ย มันไม่น่าจะเหมือนการพนันไปซะทีเดียวถูกไหม ถ้าเปรียบเทียบกับการเล่น พี่ว่ามันไม่น่าจะตรงซะทีเดียว"(นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"การพนันคือคุณลงเงินไป คุณมีสิทธิ์ที่จะไม่ได้ ถูกไหม แต่ว่าการซื้อไอเทมในเกมเนี่ย ยังไงก็ได้เราจ่ายเงินไป เพียงแต่มันจะราคาเท่าไร แพง มาก น้อย เท่าไร แพงแบบ make sense หรือเปล่า"(นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เว็บเกมพนันออนไลน์พวกนี้ มันก็คือการพนันจริงๆ มีแบงก์ โอนเงินเข้าไปแล้วก็มีชิปให้ แล้วก็ไปเล่น ซึ่งตรงนี้มันก็ผิดกฎหมายชัดเจน ก็มีการเทรดเงินจริงๆ"(นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ผมคิดว่ามันเป็นทริกหนึ่งของการเล่นเกม การออกแบบเกม คือเกมนะ ข้อหนึ่งของมันก็คือ เรื่องของดวง เพราะว่ามันไม่สามารถจะให้คนเล่นเก่งแล้วจะชนะได้อย่างเดียว มันต้องพึ่งดวงด้วย เป็นองค์ประกอบของ game design"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ซึ่งส่วนนี้มันก็ไปผูกกับจิตวิทยาคนที่อยากได้ ชอบเสียงโชค แล้วก็เข้าข้างตัวเอง"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เช่น สมมติว่า เราต้องซื้ออันนี้เท่านี้ เราก็ต้องซื้อเพชร เพื่อที่จะมาซื้ออันนี้ แต่อันนี้เนี่ย มันบอกว่าจะได้บางอย่าง ในนี้มันไม่ได้หมด แต่จะได้แค่บางอัน เป็นการสุ่มของออกจากอันที่เราซื้อ ซึ่งเราก็คิดว่า เอ๊ย! มันมีของอันนี้ด้วย เราอยากได้อันนี้ เราขาดอยู่พอดี ก็นั่นแหละ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่แบบว่าเข้าข้างตัวเอง"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ก็เหมือนการเล่นหวยนะ ก็เป็นรูปแบบของการเสี่ยงโชคแบบหนึ่ง"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ถามว่าเป็นพนันไหม มันก็ต้อง define ก่อนว่า "พนัน" คืออะไร "พนันกับใคร" กับเพื่อนหรืออะไร"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ก็เป็นโมเดลที่หลายๆ เกมนำมาใช้เพราะมันใช้ได้ผล"(วรรษญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"มันล่อใจเรา ด้วยสิ่งที่เรามีความต้องการ อยากได้ อยากมี เช่น ถ้าเราซื้อเท่านี้ แล้วมี set 10 อันนี้ แล้วเราไม่ได้สนใจ 10 อันนี้ แล้วเราไม่สนใจเลย พอประเมินคุณค่าแล้วเรามองว่าไม่

คุ้ม เราก็ไม่เอาใช่ไหม แต่ว่าถ้าเกิดมันมี 30 แล้วสุ่ม 10 เราก็คิดว่า เอ๊ย! ถ้าเราได้อันนี้ เราคุ้ม แต่
ว่าถ้าไม่ได้ก็คือเราชวยเอง ฉะนั้นมันก็เป็น การเพิ่มคุณค่าให้กับสิ่งเดิมที่นั่นแหละ" (วรรษญ์ คุรุจิต,
14 สิงหาคม 2563)

"มันก็เหมือนการจับฉลาก เหมือนชิงโชค คือถ้าคิดว่าสิ่งเหล่านี้เป็นพนัน การชิงโชค
เสี่ยงโชค ก็เป็นการพนันเหมือนกัน" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

การยับยั้งชั่งในการเล่นเกม-ชื่อของในเกม จากระบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ผู้ทรงคุณวุฒิสะท้อนให้เห็นถึง อายุ ช่วงวัย ความยับยั้งชั่งใจ การเล็งดู
การได้รับการสอน และวิจรณ์ญานของเด็กและวัยรุ่นนั้นมีความแตกต่างกัน เกมออนไลน์ใน
ปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของลูทบ็อกซ์ โดยที่ผู้เล่นเองอาจจะยังไม่เข้าใจ

"เด็กแต่ละคน มีความแตกต่างกันในช่วงวัย ความยับยั้งชั่งใจก็แตกต่างกัน การเล็งดู
การได้รับการสอนก็แตกต่างกัน ครอบครัวพื้นฐาน ฐานะครอบครัวที่แตกต่างกัน คงต้องแล้วแต่
เคส" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ว่าอายุก็น่าจะเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่ง การเล็งดูของครอบครัว" (วรรษญ์ คุรุจิต,
14 สิงหาคม 2563)

"อย่างลูกผมก็เล่นเกม ก็ค่อนข้างงกเหมือนกันนะ หรือว่าอยากซื้อแต่ก็ไม่ค่อยจะมาขอ
เท่าไรนะ เคยมีบ้างที่ต้องสมัครสมาชิก สมมติจะขอเล่นเกมเนี่ยก็ยากอยู่แล้ว ก็อาจจะรู้ตัวเองว่า
ถ้าจะเล่นเกมก็ซื้อได้เท่านั้นก็ดีแล้ว แต่ถ้าจะขอเพิ่มก็อาจจะโดนดู หรืออาจจะไม่ได้เล่นด้วยซ้ำ
อันนั้นคงขึ้นอยู่กับ การควบคุม การตั้งกฎด้วย" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"รูปแบบของการติดเกมด้วย ถ้าติดเกมมากคงต้องทำให้ได้" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม
2563)

"ในกลุ่มเพื่อนด้วย ถ้ากลุ่มเพื่อนเดียวกันมีกันหมด มันก็เหมือนกับมือถือ ทุกคนมี เราก็
ต้องมี เหมือนไอโฟน หรือทุกคนมีเครื่องประดับอะไรเต็มตัวหมด เราก็แบบกลายเป็นตัวถ่วงทีม
ถ้าเราไม่มี ชวยอีก ถูกกอดตันจากคนในทีม" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ว่าแน่นอน ถ้าเกิดมันมีความเสี่ยง สมมติมีความเสี่ยง 10 ข้อ ที่เป็นปัจจัย คนที่มี
ความเสี่ยง 1, 2, 3, 4, 5 มันก็แน่นอนว่าต้องมีความเสี่ยงเพิ่มไปเรื่อยๆ แต่ว่าแต่ละข้อปัจจัยมัน
ก็มีน้ำหนักไม่เท่ากัน เช่น อายุ ก็มีน้ำหนักสูง ฐานะครอบครัวก็สูง หรือว่า margin ที่ได้ สมมติ
ว่า เด็กคนนี้ได้เงิน 1,000 บาท แบบเป็นลูกเศรษฐี ก็ไม่ได้คิดอะไรมาก" (วรรษญ์ คุรุจิต, 14
สิงหาคม 2563)

"เด็กที่เล่นเกมส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะติดเกม เพราะเกมสมัยนี้สร้างมาเพื่อให้ติด เชื่อ
ใหม่ว่าหมอชาญวิทย์ที่เขาทำเรื่องติดเกม เขาบอกผมเองเลยว่า สมัยก่อนเขาติดเกม Tertis,
Minesweeper อะไรพวกนี้ เกมไฟสมัยก่อนผมก็เล่นเยอะนะ พวก Solitaire เนี่ย พวกนี้คือเกมที่

ถูกสร้างมาเพื่อให้ติด เพราะฉะนั้นมันไม่แปลกเลยถ้าเล่นแล้วจะติด" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ต้องบอกก่อนว่าเกมออนไลน์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของลูทบ็อกซ์โดยที่ผู้เล่นเองก็อาจจะยังไม่เข้าใจ แต่ว่าเล่นไปแล้วชอบ เพลิดเพลิน ในต่างประเทศก็จะคล้ายๆ กัน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"การเติมเงินแบบสุ่มซื้อของ จำนวนคนใช้ที่ติดเกม เยอะนะ ร้อยละ 80 เติมเกม ส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก ๆ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"พอมีการแข่งขันเกมก็จะมี การเติมพันในหมู่เพื่อนตามมา ซึ่งเป็นออฟไลน์หรืออาจจะ เป็นจากแชทตั้งในกลุ่มที่เขาสงใจเช่นเดียวกัน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"การเล่นพนันไม่ได้มีแค่การเติมเงิน ไม่ได้มีแค่เว็บพนันออนไลน์เข้ามา ยังมีการพนัน อื่นๆ ที่เด็กก็จะเข้าอีสปอร์ตคาเฟ่ ซึ่งก็น่าตกใจสำหรับคนที่ได้ดูแล ก็เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นเด็กประถมด้วยซ้ำ เด็กก็รู้จักการโยกสล็อตแล้ว ทั้งสล็อตแมชชีนในร้านเกม" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เด็กเคยเห็นโฆษณาพนันออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เกมที่สนใจ หรือแม้แต่ การพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน เป็นต้น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในแง่ของภาวะแทรกซ้อนจากการติดตามใน 3 ปีงบประมาณ ก็จะพบปัญหาที่พบร่วม คือ เพศไม่เหมาะสม การพนัน ความรุนแรง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในจำนวนปัญหาพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมคือมีเป็นเคสคดีเกิดขึ้น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ส่วนในเรื่องการพนัน หรือพนันแฝง จากปีงบประมาณ 2561-2562 พบว่าส่วนใหญ่ จะ เป็น skin betting behavior ซื้อของ ไอเทม ก๊าซ แต่ปีงบประมาณ 2563 เรื่องพนันค่อนข้างชัดเจน บางคนเข้าสู่การเป็นนักพนันหน้าใหม่ เริ่มจะ gambling เริ่มจะรู้จักคาสิโน บาคาร่า มากขึ้น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"และที่สำคัญก็คือเรื่องของการพนันมีปัญหา ร่วมกับการติดเกมออนไลน์" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

3.1.5 แนวโน้มจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ

ข้อมูลแนวโน้มจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ จะศึกษาเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม ซึ่งข้อมูลในส่วนดังกล่าว จะนำเสนอ เป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และแนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือ การพนันในเกมออนไลน์ และผลกระทบจากการพนันในเกม ข้อมูลในส่วนนี้จะนำเสนอเป็น

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงรายละเอียด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม

ประสบการณ์ถูกโกง จากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) เคย	90	22.50
2) ไม่เคย	310	77.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม มีจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 และเคยมีประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

กลไก วิธี การจัดการ การโกงในการซื้อขายสินค้าเสมือน ไอเทม ในเกม

ในการซื้อขายสินค้าเสมือน ไอเทม ในเกม วัยรุ่นไทยมีทั้งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์และเสียผลประโยชน์จากการโกง ผู้ซื้อ-ขาย ต้องทำการตรวจสอบและศึกษาระบบการซื้อขายแต่ละแหล่ง แต่ละช่องทางการติดต่อสื่อสารก่อนจึงจะสามารถมั่นใจได้ว่าการซื้อ-ขายครั้งนั้นจะไม่มีปัญหา

"เคยโดนโกงไหม ไม่ครับ เพราะถ้าจะซื้อหรือจะขาย ผมก็จะดูเครดิตเขาว่าเขาเคยมีการซื้อขายอะไรกับคนอื่นไหม เยอะน้อยแค่ไหน ถึงจะตัดสินใจ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ไม่เคยโดนโกงนะ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"แต่โดยปกติที่มันมีโกงกัน บางที สมมติของการ์นาไทยแลนด์ มีเว็บปลอมประมาณ 10 เว็บ เขาก็ไปกดเข้าเว็บปลอมบ้างบางที่ไม่ทันอ่านชื่อ ชื่อมันจะเพี้ยนๆ นิดหนึ่งนะ" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"บางทีผมโดนทักมาใน messenger หวัดดี ฉันทการ์นาไทยแลนด์ แล้วไอ่การ์นาข้างบนอีกแชตหนึ่งก็บอกว่า อย่าหลงเชื่อบุคคลที่แอบอ้างเป็นพนักงาน" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ผมก็เคยโดยแฉีก ID เหมือนกันนะ เพราะเคยโดยหลอกให้ใส่เลขไอดี พอโดนจับก็โดนแฉีกไปเลย หายไปหมดทั้ง ID เลย ผมก็ไปแจ้ง report แล้วทางนั้นก็ไปบล็อก user นั้น" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"steam ก็เป็นไปไม่ได้ที่จะโกง เพราะว่า ถ้าจะแฉีกไอดี steam อย่งไรก็โดนจับได้แน่นอน ระบบดีมาก" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เคยมีข่าวที่มีเด็กขโมยเอาไอดีเกม Point Blank คนอื่นมาขาย แล้วโดนเจ้าของจับได้ว่า เป็นไอดีตัวเอง" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"แต่ถ้าเป็นในเซิร์ฟเวอร์ไทย ส่วนใหญ่จะเป็นพวกเว็บขายไอดีที่ชอบไปขโมยไอดีคนอื่นมาขาย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"แต่ก็ไม่เคยโดนโกง เพราะเป็นคนรู้จักในเกมตั้งแต่แรกแล้ว เป็นหัวแกลน แก่แล้วถูกโตแล้ว แต่เขาเล่นเกม ก็เล่น Free Fire นี่แหละคะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"มีเพื่อนที่โดนโกงตอนซื้อขายไอเทมจากผู้เล่นรายอื่นนะ แต่หนูยังไม่เคยโดนโกง" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เคยโดนโกงอยู่ครั้งหนึ่งตอนมัธยมต้นครับ ตอนนั้นเติมเกมไปได้สัก 5,000 บาท แล้วครับ แล้วแบบตัวผมนี่คือ top มากครับ แล้วมีใครเข้าไปแฉีกระบบไม่รู้จักครับ หายหมดเลยครับ ทั้งตัวทั้งเงินทั้งของในเกม" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตอนนั้นก็ทำอะไรไม่ได้ครับ ต้องตั้งใจเลิกเล่นไปช่วงหนึ่ง แล้วก็กลับมาเล่นใหม่" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ตอนนั้นไม่ได้ report ไปที่ GM ครับ เพราะตอนนั้นผมเด็กครับ แล้วยังไม่รู้อะไร ก็แบบง ว่าของหายไปไหน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"มันก็เหมือนเราพลาดเองด้วยครับ เพราะเราเปิดระบบทิ้งไว้ ตอนนั้นเล่นเกมที่ร้าน ทุกวันนี้ก็เลยเช็คทุกอย่างให้เรียบร้อยก่อนเลิกเล่นเลยครับ ก่อนที่จะออกจากเกม ออกจากร้าน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เมื่อก่อนมันสามารถแฉีกเข้าไปได้อยู่ คนที่ไม่มีเงิน เติมเกมไม่ได้ ก็จะแฉีกระบบเข้าไป มันจะมีโค้ดสำหรับแฉีก สามารถเข้าไปเติมเงินจำนวนนี้ มีเซลล์ให้เติมได้ไม่อัน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่ว่าปัจจุบันนี้ ระบบของ FIFA มันพัฒนาขึ้นนะครับ เขาจับคนโกงพวกนี้มาลงโทษแล้วครับ หรือแม้แต่พวก Pro Player พวกสายสตรีมเมอร์พวกนี้ก็เหมือนกัน บางคนเติมแล้วขายอะไหล่ทิ้ง เอารายได้ พวกนี้ก็มีการจับ ก็โดนจับแบน user ไปแล้วก็มีครับ มันก็มีพวกที่โดนแบนแล้วกลับมาใหม่ะครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

พฤติกรรมกาการติดพนัน

ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการพนัน ก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล และผู้เล่นไม่ได้มีส่วนที่ทำให้แพ้หรือชนะเลย หรือถ้ามีก็เป็นส่วนน้อย หากเล่นชนะได้รางวัล คือเป็นเรื่องของโชคหรือความบังเอิญ ซึ่งมีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (prize) โดยมีการลุ้นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้อะไรที่ต้องการหรือไม่ เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่จะเล่นพนัน (gambling decision making) เมื่อมีความเสี่ยงสูง การลุ้นมากขึ้น และเมื่อได้ของรางวัลที่ต้องการ จะเกิดความรู้สึกมีความสุข ฟุ้งพอใจ ซึ่งเป็นระบบการให้รางวัลของสมอง (the brain reward system) คือ ระบบการให้ความรู้สึก "พึงพอใจ" หรือ "มีความสุข" เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และจะทำให้เกิด "ความต้องการ" ที่จะได้รับสิ่งนั้นอีก ซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งเป็นพฤติกรรมกาการติดพนัน กล่าวคือ มีอาการขาดไม่ได้ คิดถึงอยู่เสมอว่าจะต้องทำ เพราะฉะนั้นก็คือถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำอีกเรื่อยๆ ซ้ำๆ จนมีอาการเสพติด

"องค์ประกอบของการพนัน มี 3 ข้อ 1.มีการวางเดิมพัน (consideration) คือต้องมีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง มันเป็นความบังเอิญ (chance) และมีของมีค่ารออยู่ (prize) ซึ่งเราอาจจะได้หรือไม่ได้ เพราะอยู่ที่ chance ของเรา" (ธีรวัฒน์ พันทวี วงศ์ระณะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การติดพนัน ก็คือ ขาดไม่ได้ คือคิดถึงอยู่เสมอว่าจะต้องไปทำ เพราะฉะนั้นก็คือถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำไปเล่นพนัน หลักๆ ก็คือ มีความอยาก ที่บังคับตัวเองให้ไม่ให้เลิกเล่นไม่ได้" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"การที่เราเล่นเกมทุกวันๆ รูปแบบนี้คือการกาการติดเกมด้วยหรือไม่/การเข้าไปกดรับไอเทมฟรีในเกมเป็นเวลาทุกวันๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของการติดพนันหรือไม่ อย่างไร" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"คำว่า "ติด" กับคำว่า "ชอบ" มันก็ต่างกันนะ ตั้งแต่เล่นไปเรื่อยๆ หรือว่า ชอบ หรือติด คำว่า "ติด" เนี่ย มันคือทึ่งไม่ได้เลย ถ้าเมื่อไรที่แบบว่า เราจะนอนอยู่แล้วแล้วแบบว่าลืม ต้องลุกขึ้นมา อันนี้มันก็เป็นอีกขั้นหนึ่งแล้ว หรือว่า ไม่ได้เลย คิดถึงตลอดเวลาจนไม่เป็นอันกินอันนอน ไม่ทำงาน แอบเล่นในห้องเรียน" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่คำว่า "ชอบเล่น" มันก็จะอีกระดับหนึ่ง ซ่างมัน ไม่เป็นไร ถ้าไม่ได้เล่นตอนนั้น" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"มันก็อาจจะระบุยาก ว่าการที่ เล่นทุกวันถือว่าติดเกมหรือไม่ ผมมองว่า ลักษณะนี้ไม่ใช่การติดเกมนะ มันคืองานอดิเรก มันก็เหมือนกับการที่เราติดละคร คือถามว่าติดไหม มันก็เหมือนกับการชอบดูนะ แต่ถ้าถามว่าเราอยู่ได้โดยไม่มีมันได้ไหม เราก็อยู่ได้ แต่ถ้าติดจริงๆ มัน

จะอยู่ไม่ได้ คือมันจะลงแดง มีอาการทางกาย ก็จะมีความเสี่ยงขึ้นมาแล้ว เสี่ยงต่อการมีผลในการดำเนินชีวิตแล้วหรือไม่ เช่น ถ้าผมสอนๆ อยู่แล้วผมขอเล่นเกมก่อน แบบนี้ มันก็คงไม่ได้นะ" (วรวิทย์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ในเรื่องของการเสพติดเนี่ย หมอว่ามันมองเป็นสองอย่าง หนึ่งก็คือ ตัดใจในเนื้อหา สนุกสนาน ได้เป็นผู้เล่นเอง ได้ลงมือต่อสู้ หรืออะไรก็ตาม อีกส่วนหนึ่งก็คือมันได้ลุ้น" (ทิพาพรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"การลุ้นเนี่ยจะเป็นเรื่องของ *gambling decision making* ยิ่งเสี่ยงสูง ยิ่งลุ้นมาก แล้วถ้าได้สักครั้งหนึ่งเนี่ยมันก็เหมือนกับ สมองก็ได้เรียนรู้เกี่ยวกับ *brain reward system* แล้ว" (ทิพาพรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในการทดลองวิจัยของต่างประเทศ เขาอธิบายในเรื่องของ *model of gambling decision making* ทดลองในหนูนะคะ หนูเนี่ยจะทำพฤติกรรมเสี่ยงมากขึ้นเพื่อให้ได้รางวัลที่ต้องการเยอะขึ้น สิ่งเหล่านี้เกิดการทำลายจากบริเวณสมองส่วนหน้าในส่วนของ *orbitofrontal cortex* ส่วนในคนคล้ายๆ กัน เกิดการทำลายที่ *ventromedial prefrontal cortex* จึงทำให้เกิดมีพฤติกรรมซ้ำๆ (*compulsive behavior*) จนเกิดการติด" (ทิพาพรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

ความเสี่ยงของการติดพนัน

ความเสี่ยงของการติดพนัน คือ มีโอกาส มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดผลเสีย การใช้เวลาว่างไปในการเล่นพนันเสี่ยงโชคอาจนำไปสู่การติดพนัน ซึ่งทุกคนที่เล่นมีโอกาสเป็นติดการพนัน เนื่องจากตัดใจในเนื้อหา ตัดใจที่ได้ลุ้น เสี่ยงโชค แล้วมีการกระทำซ้ำๆ จนเป็นพฤติกรรมเสพติด

"ความเสี่ยง (*risk*) ก็คือ มีโอกาส มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดผลเสีย" (วรวิทย์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ในเกมออนไลน์มีพนัน ในอีสปอร์ตมีพนัน บางประเทศมองเป็นเรื่องเดียวกัน สหราชอาณาจักรให้ *gaming* อยู่ในแผนก *gambling act* / นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย แยกแผนก *gambling* กับ *gaming*" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"มันควบคู่กัน ตัดใจในเนื้อหาด้วย ตัดใจที่ได้ลุ้นด้วย แล้วยังทำซ้ำๆ จนเป็นพฤติกรรมเสพติดด้วย สิ่งเหล่านี้มันเกิดขึ้นควบคู่กัน" (ทิพาพรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในแง่ของสารเสพติดก็ยังมีงานวิจัยอื่นๆ ที่เปรียบเทียบพยาธิสภาพของสมองกับสารระหว่าง *addictive behavior* ก็คือเล่นเกมที่มีเนื้อหารุนแรงค่อนข้างเยอะ กับสารอะไร ก็ได้ความใกล้เคียงกับโคเคน กับสุรา ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เพราะฉะนั้นผลของการเสพติดก็จะมีทั้งเคลิบเคลิ้ม สนุก ตื่นเต้น เ้าใจ ยับยั้งความรู้สึกเจ็บปวดในชั่วขณะ เด็กอาจจะถูกตำหนิ ถูกว่า การเรียนยิ่งยาก หรือเด็กสมาธิสั้นทำไมจึงเข้าสู่เกมได้ง่าย แล้วทำไมติดง่าย เลิกยาก มันก็จะมีผลเกี่ยวกับสมอง การเปลี่ยนแปลงของสารสื่อประสาท การทำพฤติกรรมซ้ำๆ เกิดการเรียนรู้

ใหม่ ๆ การตัดสินใจสุดท้ายแล้วก็จะเป็นลักษณะที่ขาดความยับยั้งชั่งใจ หุนหันพลันแล่น ใช้อารมณ์มากกว่า ในขณะที่คิดวิเคราะห์ก็จะน้อยลง ด้อยลง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"มีความเสี่ยงเข้าสู่เว็บพนันสูงมาก ส่วนใหญ่เป็นความเสี่ยงจากการได้รับ ได้เห็นโฆษณา แล้วการจัดแข่งแต่ละครั้ง เจ้ามือหรือเจ้าภาพเนี่ย ไม่ทราบว่าเป็นกลุ่มไหน ไม่มีใครบอกได้" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์

ในการวิเคราะห์แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) ของกลุ่มตัวอย่างจากการประเมินจาก Problem Gambling Severity Index (PGSI) จำนวน 9 ข้อคำถาม ใช้เกณฑ์ระดับการวัดแบบ Likert Scale (ไม่เคย (0), บางครั้ง (1), บ่อยครั้ง (2) และประจำ (3)) มีระดับคะแนนตั้งแต่ 0-27 คะแนน ในการจัดกลุ่มของนักพนัน โดยจะประมวลผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนน้อยกว่า 2 คะแนน ลงไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน กลุ่มที่ 2) นักพนันที่เป็นปัญหา (problem gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนระหว่าง 3-7 คะแนน เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติดพนัน และกลุ่มที่ 3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) หมายถึง กลุ่มที่มีผลคะแนนมากกว่า 8 คะแนน ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers)	289	72.25
2) นักพนันที่มีปัญหา (problem gamblers)	70	17.50
3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers)	4	10.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) มีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา เป็นนักพนันที่มีปัญหา (problem gamblers) มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ เป็นผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมด้านสุขภาพจิต

ผลกระทบจาก การพนันในเกม ด้านสุขภาพจิต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1) หงุดหงิดง่าย หัวร้อน	52 (13.00)	91 (22.75)	129 (32.25)	75 (18.75)	53 (13.25)	400 (100.00)	3.04	1.21	ปานกลาง
2) สมาธิสั้น	34 (8.50)	72 (18.00)	118 (29.50)	106 (26.50)	70 (17.50)	400 (100.00)	2.74	1.91	ปานกลาง
3) มีความเครียด	34 (8.50)	74 (18.50)	152 (38.00)	78 (19.50)	62 (15.50)	400 (100.00)	2.85	1.15	ปานกลาง
4) อารมณ์ แปรปรวนง่าย	36 (9.00)	77 (19.25)	123 (30.75)	114 (28.50)	50 (12.50)	400 (100.00)	2.84	1.14	ปานกลาง
5) รู้สึกซึมเศร้า	23 (5.75)	31 (7.75)	93 (23.25)	120 (30.00)	133 (33.25)	400 (100.00)	2.23	1.16	น้อย
รวม							2.74	0.96	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการพนันในเกมด้านสุขภาพจิตของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.74) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบประเด็น “หงุดหงิดง่าย หัวร้อน” (3.04) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “มีความเครียด” (2.85), “อารมณ์แปรปรวนง่าย” (2.84), “สมาธิสั้น” (2.74), และ “รู้สึกซึมเศร้า” (2.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมหาด้านสุขภาพกาย

ผลกระทบจาก การพนันในเกมหาด้านสุขภาพกาย	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1) แสบตา ตาพลา แพ้แสง	107 (26.75)	110 (27.50)	94 (23.50)	61 (15.25)	28 (7.00)	400 (100.00)	3.52	1.23	มาก
2) ปวดหลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อ	121 (30.25)	128 (32.00)	96 (24.00)	28 (7.00)	27 (6.75)	400 (100.00)	3.72	1.16	มาก
3) กล้ามเนื้อไม่ ค่อยมีแรง/ไม่ แข็งแรง	45 (11.25)	71 (17.75)	104 (26.00)	97 (24.25)	83 (20.75)	400 (100.00)	2.75	1.28	ปานกลาง
4) ทานอาหาร น้อยลง/ผอม/ น้ำหนักลดลง	33 (8.25)	36 (9.00)	92 (23.00)	95 (23.75)	144 (36.00)	400 (100.00)	2.30	1.27	น้อย
5) ทานอาหารมาก ขึ้น/อ้วน/ น้ำหนักเพิ่มขึ้น	41 (10.25)	52 (13.00)	117 (29.25)	82 (20.50)	108 (27.00)	400 (100.00)	2.59	1.29	น้อย
รวม							2.97	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการพนันในเกมหาด้านสุขภาพกายของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.97) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อประเด็น “ปวดหลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อ” (3.72) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “แสบตา ตาพลา แพ้แสง” (3.52), “กล้ามเนื้อไม่ค่อยมีแรง/ไม่แข็งแรง” (2.75), “ทานอาหารมากขึ้น/อ้วน/น้ำหนักเพิ่มขึ้น” (2.59), และ “ทานอาหารน้อยลง/ผอม/น้ำหนักลดลง” (2.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมห้านสมอง

ผลกระทบจาก การพนันในเกมห้านสมอง	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1) ความสามารถในการตัดสินใจลดลง	30 (7.50)	60 (15.00)	97 (24.25)	119 (29.75)	94 (23.50)	400 (100.00)	2.53	1.21	น้อย
2) ควบคุมการใช้จ่ายเงินลำบาก/ใช้เงินเกินขึ้น	51 (12.75)	59 (14.75)	101 (25.25)	96 (24.00)	93 (23.25)	400 (100.00)	2.70	1.31	ปานกลาง
3) มีอาการย้ำคิดย้ำทำ	50 (12.50)	58 (14.50)	131 (32.75)	75 (18.75)	86 (21.50)	400 (100.00)	2.78	1.28	ปานกลาง
4) มีภาวะวิตกกังวล หดหู่	28 (7.00)	50 (12.50)	76 (19.00)	110 (27.50)	136 (34.00)	400 (100.00)	2.31	1.25	น้อย
5) ผลการเรียนลดลง	39 (9.75)	35 (8.75)	87 (21.75)	89 (22.25)	150 (37.50)	400 (100.00)	2.31	1.31	น้อย
รวม							2.53	1.00	น้อย

จากตารางที่ 32 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการพนันในเกมห้านสมองของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.53) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อประเด็น “มีอาการย้ำคิดย้ำทำ” (2.78) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ควบคุมการใช้จ่ายเงินลำบาก/ใช้เงินเกินขึ้น” (2.70), “ความสามารถในการตัดสินใจลดลง” (2.53), “มีภาวะวิตกกังวล หดหู่” (2.31), และ “ผลการเรียนลดลง” (2.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมนด้านพฤติกรรม

ผลกระทบจาก การพนันในเกมน ด้านพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่า เฉลี่ย	SD	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1) ควาร์ับผิดชอบ ต่อหน้าที่ลดลง	38 (9.50)	62 (15.50)	135 (33.75)	94 (23.50)	71 (17.75)	400 (100.00)	2.76	1.19	ปานกลาง
2) เหนื่อยหน่าย เฉื่อยชา ไม่ กระตือรือร้น	36 (9.00)	77 (19.25)	124 (31.00)	95 (23.75)	68 (17.00)	400 (100.00)	2.80	1.20	ปานกลาง
3) มีพฤติกรรมใช้ ความรุนแรง	31 (7.75)	59 (14.75)	107 (26.75)	103 (25.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	2.55	1.23	น้อย
4) หมกมุ่นกับเกม, มีโอกาสจะเล่น เกมทันที	47 (11.75)	63 (15.75)	97 (24.25)	115 (28.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	2.72	1.27	ปานกลาง
5) โทหกคนใกล้ตัว/ คนในครอบครัว	30 (7.50)	39 (9.75)	66 (16.50)	82 (20.50)	183 (45.75)	400 (100.00)	2.13	1.30	น้อย
6) ต้องพึ่งพาผู้อื่น เรื่องเงิน	29 (7.25)	32 (8.00)	48 (12.00)	65 (16.25)	226 (56.50)	400 (100.00)	1.93	1.29	น้อย
7) อยากดื่มเหล้า/ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	15 (3.75)	30 (7.50)	45 (11.25)	76 (19.00)	234 (58.50)	400 (100.00)	1.79	1.14	น้อยที่สุด
8) อยากสูบบุหรี่/ สารเสพติดต่างๆ	16 (4.00)	16 (4.00)	42 (10.50)	42 (15.00)	266 (66.50)	400 (100.00)	1.64	10.8	น้อยที่สุด
9) อยากค้าขาย/ใช้ การค่าบริการ ทางเพศ	15 (3.75)	15 (3.75)	36 (9.00)	49 (12.25)	285 (71.25)	400 (100.00)	1.57	1.05	น้อยที่สุด
10) คิดฆ่าตัวตาย/ พยายามฆ่าตัว ตาย	14 (3.50)	18 (4.50)	33 (8.25)	54 (13.50)	281 (70.25)	400 (100.00)	1.58	1.05	น้อยที่สุด
รวม							2.10	0.95	น้อย

จากตารางที่ 33 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการพนันในเกมด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.10) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อประเด็น “เหนื่อยหน่าย เจื่อยซา ไม่กระตือรือร้น” (2.80) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ควรรับผิดชอบต่อหน้าที่ลดลง” (2.76), “หมกมุ่นกับเกม, มีโอกาสจะเล่นเกมทันที” (2.72), “มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรง” (2.55), “โกหกคนใกล้ตัว/คนในครอบครัว” (2.13), “ต้องพึ่งพาผู้อื่นเรื่องเงิน” (1.93), “อยากดื่มเหล้า/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” (1.79), “อยากสูบบุหรี่/สารเสพติดต่างๆ” (1.64), “คิดฆ่าตัวตาย/พยายามฆ่าตัวตาย” (1.58) และ “อยากค้าขาย/ใช้การค่าบริการทางเพศ” (1.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลกระทบจากการพนันในเกมในภาพรวม

ผลกระทบจากการพนันในเกมในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมาย
1) ด้านสุขภาพจิต	2.74	0.96	ปานกลาง
2) ด้านสุขภาพกาย	2.97	0.90	ปานกลาง
3) ด้านสมอง	2.53	1.00	น้อย
4) ด้านพฤติกรรม	2.10	0.95	น้อย
รวม	2.58	0.82	น้อย

จากตารางที่ 34 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการพนันในเกมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย (2.58) โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นผลกระทบจากการพนันในเกม “ด้านสุขภาพกาย” (2.97) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ด้านสุขภาพจิต” (2.74), “ด้านสมอง” (2.53) และ “ด้านพฤติกรรม” (2.10) ตามลำดับ

ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการพนันในเกม

ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับเกมออนไลน์ที่ปรากฏในสื่อ

ข้อมูล ข่าวสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ พบได้ทั้งสื่อมวลชน สื่อกระแสหลัก สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อเกมออนไลน์ โดยมีลักษณะของข้อมูล ข่าวสารที่ปรากฏผ่านสื่อหลายรูปแบบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ได้แก่ ข่าวการจัดงานแข่งเกม การโปรโมตเกมโฆษณาเชิญชวนเล่นเกม รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับเกม พฤติกรรมที่เกิดจากการเล่นเกม ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเกม และความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากการเล่นเกม

"youtuber, influencer เขามีวิธีที่จะเชิญชวน ชักจูงให้คนมาเล่นเกม และก็จะเล่นเกมเนื้อหาแปลกๆ ที่ไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรง เรื่องเพศ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ข่าวที่สื่อมวลชนนำไปนำเสนอ มีหลายมิตินะ เช่น ข่าวการจัดงานเกม หรือเป็นข่าวพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากเกม คนแพ้ในเกมไป bully คนชนะ แล้วก็กรณีที่ถูกแทงแม่ 12 แผล" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"สื่อออนไลน์ สื่อกระแสหลัก ก็จะมีทั้งข่าวเด็กติดเกม ข่าวคอมพิวเตอร์ ข้อมูลทัวร์นาเมนต์การแข่งขันอีสปอร์ต หลายๆ อย่างปนๆ กัน" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"สื่อมวลชน ที่วี วิทย์ แต่น่าจะเป็นสื่อออนไลน์เป็นหลัก พวก Facebook, Line, Youtube และพวก Game ที่เล่นด้วย คือตัวเองก็เล่นเกมด้วย ก็จะมีโฆษณาเกมที่มีทั้งรูปแบบของสปอต และก็เป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกม" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับเกมจะมาจากสื่อหลัก เป็นพวกข่าว" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ส่วนใหญ่แล้วถ้าเป็นข่าวทางจะเป็นโทนกลางๆ" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"โทนทางบวก ถ้าเป็นรูปแบบของข่าว ก็จะเป็นเรื่องของการเปิดตัวเกม การโปรโมตเกม หรือว่าข้อมูลเกี่ยวกับการเล่นเกม เช่น ช่วงโควิดก็จะมีการเล่นเกมมากขึ้น และ switch จะขายดีขึ้นหลาย 100% ซึ่งเป็นเรื่องของเชิงพาณิชย์" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"โทนทางลบ ก็มีบ้าง คือจะไม่ได้อยู่ในข่าว แต่จะเป็นการส่งต่อกันมาในเครือข่ายของการเล่นเกมมากกว่า อย่างผมทำงานอยู่ในเกี่ยวกับด้านผลกระทบ ก็จะมีนักวิชาการเฉพาะกลุ่ม ฉะนั้นคนอาจจะไม่ได้เห็นเชิงกว้าง ซึ่งส่วนใหญ่ที่คนเห็นกันเชิง mass จะเป็นข่าวข้อมูลเชิงบวกมากกว่า" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ส่วนน้อยที่เห็นเรื่องผลกระทบของการเล่นเกม โดยมากจะเป็นเรื่องของวิจัย หรือเป็นเรื่องของเกมเมอร์/แคสสเตอร์ถูก bully ก็มีบ้างในข่าว ยกเว้นเรื่องของการก่อเหตุฆาตกรรม หรือ

มีเรื่องของความรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับเกม แล้วมีการเชื่อมโยงประเด็นเหล่านี้เข้ากับเกม เหล่านี้ ก็จะเป็นโทณลบทที่พบเห็น" (วรวิทย์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

ผลกระทบเชิงบวกของเกมออนไลน์

เกมออนไลน์เป็นกิจกรรมหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับการออกแบบมาด้วยความตั้งใจที่ทำให้ผู้เล่น เล่นแล้วมีความสุข ในด้านปัจเจกบุคคล ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ คลายเครียด เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ การฝึกฝนทักษะ การวางแผน ประสาทตา ประสาทสัมผัส ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเลือกรูปแบบของเกมและประเภทเกมที่ผู้เล่นทำการเล่น ในด้านอุตสาหกรรมเกม ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเกม การเกิดอาชีพที่หลากหลายเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเกม เช่น แคสเตอร์ สตรีมเมอร์ เกมดีไซเนอร์ และอินฟลูเอนเซอร์

"เกมดี ๆ ก็มี ในส่วนที่ต้องสนับสนุน ส่งเสริม เราก็เห็นด้วย" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะ เอนก, 19 กันยายน 2563)

"ถามว่าเกมดีใหม่ เกมดี อย่างที่พี่บอกคือต้องสร้างสรรค์ เกมหนึ่งเกมไม่ได้แปลว่าเด็กทุกคน เด็กทุกวัย เล่นเกมนี้ได้หมด ผู้ใหญ่ต้องช่วยจัดการเรื่องเนื้อหา ความรุนแรง" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ถามว่ามีงานวิจัยที่บ่งบอกว่าเกมมีประโยชน์ใหม่ คำตอบคือ มี แต่ว่าเขาซึ่งนำหนักกันใหม่ว่ามันเทียบกับผลเสียหายไม่ได้" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมมีประโยชน์ใหม่ มี ก็คือเพื่อออกแบบให้คนได้ใช้สมอง เกมวางแผนก็มี แต่ต้องมี screen time management คือการบริหารจัดการเวลาในการเล่นที่ดี" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมเป็นกิจกรรมหนึ่งบนโลกออนไลน์ในแพลตฟอร์มที่ได้รับการออกแบบมาด้วยความตั้งใจที่ทำให้เล่นแล้วมีความสุข เล่นได้นานๆ พอเล่นนานๆ กลายเป็นเล่นต่อเนื่อง ก็นำไปสู่การติดเกม มันมีการไปค้นคว้าข้อมูลหลายสำนักที่ยืนยันว่า การออกแบบเกมแต่ละเกมต้องใช้นักจิตวิทยาการออกแบบทางโปรแกรม คนที่ศึกษาด้านพฤติกรรมเด็ก พฤติกรรมของคน ว่าต้องทำอะไรให้เล่นแล้วมีความสุข เล่นต่อแล้วยังอยากเล่น มีการออกแบบไอเทมทั้งหลายให้เป็นตัวดึงดูด เพื่อจะให้มีการซื้อเพิ่ม เพื่อให้ชนะภารกิจในเกมนี้ ในขั้นนี้ และก็ซื้อเพิ่มเพื่อจะไปต่อเรื่อยๆ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมกับเรื่องเศรษฐกิจ เรายอมรับว่ามีเงินหมุนเวียน และมีอาชีพที่หลากหลายเกิดขึ้นมาก เช่น แคสเตอร์ สตรีมเมอร์ ดีไซเนอร์ มีสถาบันการศึกษา มีอินฟลูเอนเซอร์ มีคอมมิวนิตี มีกิจกรรมเยอะแยะเลย" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เรามองอีสปอร์ตว่าเป็นอะไร เป็นกีฬาหรือเปล่า ถ้ามองว่าเป็นกีฬา มันก็เริ่มใกล้เคียงกับความเป็นกีฬาขึ้นมาทุกที มันก็จะเป็นปิรามิด เปรียบเทียบกับฟุตบอล แต่คนที่จะติดทีมชาติ มันก็มีจำนวนน้อย คนเล่นเยอะไหม เยอะนะ เพราะเราก็อยู่ในวงการนี้ ก็มีคนเล่นเกมเยอะ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"อีกมุมหนึ่ง อุตสาหกรรมเกมไม่ได้มีเฉพาะคนเล่นเกมอย่างเดียว มันมีผู้สร้างเกม มีอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากเกม เช่น อาชีพใหม่ นักสร้างเกม คนจัดอีเวนต์เกี่ยวกับเกม ซึ่งมันทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ในมุมมองของพีค่อนข้างบวกนะ ไม่ได้ติดลบมากในเรื่องของเกม" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เกมออนไลน์เป็นเรื่องที่มีทั้งสองด้าน แน่แน่นอนว่ามีเชิงบวกเชิงลบ" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ถ้าเล่นอยู่ในระดับที่พอดี ผมก็มองว่ามันยังมีประโยชน์ในแบบของมันนะ แต่มันก็มีการดึงดูดให้ชวนเล่นจากการออกแบบให้สามารถเกิดการติดได้ ซึ่งถ้าเราไม่ตระหนักตรงนี้ เช่นในกลุ่มคนที่มีวุฒิภาวะที่ขาดการยั้งคิด ตรงนี้ไม่ได้โทษใครนะ แต่มันเป็นเรื่องทางกายภาพด้วยสมองส่วนการยั้งคิดเนี่ยมันยังพัฒนาไม่เต็มที่" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ผมคิดว่าเกมเนี่ยมี potential ในเชิงบวกมากเหมือนกันนะ แต่ว่าพอมันมีศักยภาพในการติด เรื่องที่เป็นพฤติกรรมเสพติดเนี่ย มันก็แทบจะไม่ดีทั้งนั้น เพราะเสพติดเนี่ยเป็นเรื่องของความสุดขั้วใจ" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"วันหนึ่งผมก็เล่น 10-30 นาที เหมือนกับการ reset สมอง" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"อย่างผมเล่นเกมเนี่ย ก็เพื่อคลายเครียด ใช้คำว่า unwind แล้วกัน เหมือนเราไขลานมาทั้งวัน อยู่กับอะไรมาทั้งวัน อย่างผมก็เล่นเกมเดิมๆ เล่นมาหลายเดือนละ ผมเล่นเกม shadow fight เป็นเกมต่ออยมวย คล้ายๆ street fighter ซึ่งตอนแรกๆ ก็ยอมรับว่าติดเกมเหมือนกันนะ แต่พอเล่นมาหลังๆ มันก็ไม่มีอะไร จากต่อไปอะไรแล้ว คือผมว่ามันเล่นแบบโง่ๆ นะ ผมรู้สึกว่ามันเล่นแล้วแบบไม่ต้องใช้อะไรมากนักนะ ก็สู้ไปเรื่อยๆ" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่เดี๋ยวนี้ตัวเกมมันมี chapter ใหม่ไปเรื่อยๆ แล้วมันก็จะดึงดูดเราทุกวัน มันจะมีรางวัลให้เราทุกวัน แล้วเราก็เข้ามาเก็บไอเทมไป มันก็ค่อนข้าง simple นะ ก็เลยรู้สึกว่าการเล่นแล้วผ่อนคลาย แต่บางเกมเนี่ยมันมีอะไรให้เราต้องซื้อมากมาย" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"หนึ่ง คือ คลายเครียด อันนี้ผมเชื่อว่ามันทำได้จริง เหมือนกับเราทำงานมาทั้งวันเนอะ เราก็ไม่ได้เล่นเกมในเวลาทำงาน แต่พอก่อนนอนก็เป็นช่วงเวลาที่เรา relax ก็เล่นให้มันผ่อนคลาย เหมือนกับที่เราเข้าไปอีกโลกหนึ่งที่มันไม่มีงาน ซึ่งเราไม่ต้องไปสนใจเรื่องอื่นๆ มันเหมือนการ reset สมอง เหมือนการที่เรานั่งเฉยๆ แล้วฟังเพลง" (วรรษัญญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สอง คือ เศรษฐกิจ/ธุรกิจ มันก็เป็นโอกาส มันสามารถทำในเรื่องของเศรษฐกิจได้ และเรื่องของศักยภาพการแข่งขัน" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"คิดว่ามันน่าจะมีประโยชน์ในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ด้วยนะ เพราะว่าเกมรูปแบบใหม่มันก็ทำให้เราเห็นอะไรๆ มากขึ้น" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"อีกข้อหนึ่งคือ เป็นเรื่องของการฝึกฝน เช่น เกมที่ฝึกขับเครื่องบิน ขับรถ แต่ก่อนมี out run นะ ทำให้เราฝึกประสาทตา ประสาทสัมผัส" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"อีกข้อหนึ่งในเชิง marketing ก็ทำเรื่องเกมได้ ก็เป็นเรื่องของ gamification" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

ผลกระทบเชิงลบของเกมออนไลน์

เกมออนไลน์ในปัจจุบันเข้าถึงง่าย มีการออกแบบโดยอาศัยหลักจิตวิทยาดึงดูดให้ผู้เล่นเพลิดเพลิน ทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ในกลุ่มคนที่เล่นเกมมากกว่าปกติ จะมีความเสี่ยงติดเกม โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น มีผลเชิงลบในด้านพฤติกรรม มีอาการสมาธิสั้น มีพฤติกรรมติดจอ มีการติดต่อสังคมออนไลน์ การเสพติดการเล่นแบบกลุ่ม มีปฏิสัมพันธ์หรือการใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนไป การแยกแยะโลกจริงและโลกเสมือนในเกมเปลี่ยนไป นำไปสู่ปัญหา พุดคุยเรื่องเพศ มีความเสี่ยงเรื่องการถูกล่อลวง การใช้จ่ายเงิน สำหรับเกมที่มีการพนันแฝงซ่อนอยู่ จะมีความเสี่ยงในการเข้าสู่เว็บพนันออนไลน์

"ต้องยอมรับก่อนว่า การเล่นเกมมีผลกระทบ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"แต่ว่า ไม่ว่าจะไรก็ตาม การเล่นเกม ถ้ามันไม่สร้างสรรค์เสีย มันก็มีปัญหาจริงๆ อย่างที่องค์การอนามัยโลก โดย 194 ประเทศ คงไม่รับรองหรือกว่า ให้อาการเล่นเกม 4-5 ชั่วโมงต่อวันนั้น นานติดต่อกันนานถึง 12 เดือน แล้วมีอาการทางกาย ทางจิต ตามนี้ 1..2..3..4 เขาเรียก Gaming Disorder" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"จากกรณีที่เกิดขึ้น พี่ไปรวบรวมองค์กรมาได้ 88 องค์กร ไปที่สภาในอีก 2 วันนี้ เราแค่รู้สึกว่ ทำไมไม่มีใครสนใจปัญหาแบบนี้ แล้วมันก็จะเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีก แล้วผู้ประกอบการก็บอกว่ามีเงินหมุนเวียน 4-5 หมื่นล้าน ตกลงเงินใครล่ะ เงินเด็ก เงินพ่อแม่" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เด็กเล่นเกมทุกคนเสี่ยงติดเกม และในเกมก็มีการพนัน ถ้ามว่าเสี่ยงติดเกมใหม่ ก็คงเสี่ยง เพราะมีการพนันซ่อนอยู่" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมเป็นสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็น เด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบางที่ไม่พร้อมจะตัดสินใจอะไรได้ด้วยตัวเอง" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"จริงๆ ในภาษาหมอ เด็กทุกคนที่เล่นเกมเสียงติดเกม เหมือนคนที่เสพยา ทุกคนเสียงติด ยา ฎุกใหม่ เพราะเราก็ไม่รู้ว่าจะเมื่อไรจะติด แต่ครั้งเดียวก็เป็นความเสี่ยงแล้ว มันไม่มีระดับที่ปลอดภัย เพราะฉะนั้นเรื่องนี้จึงเป็นเรื่องวิวาทะในสังคม" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ถามว่าโทษพ่อแม่ได้ไหม โทษได้ แต่โทษพ่อแม่ฝ่ายเดียวไม่ได้" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เกมออนไลน์เป็นกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ เด็ก วัยรุ่น และคนวัยทำงานช่วงต้นๆ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เล่นเกมมาก เล่นหนัก และมีความเสี่ยงติดเกม ส่วนคนวัยทำงานและผู้ใหญ่ จะไม่มีเวลาเล่นมากเท่าคนกลุ่มแรก" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เด็กประถมยังแยกแยะไม่ได้ ซ้อมเล่นเกม ซ้อมฆ่า กลายเป็นว่าไปฝังหัวว่าการทำลายล้าง การฆ่าคนแม่ในโลกเสมือนจริงไม่เป็นไร ถึงมีเหตุไฉนว่า เด็ก 7 ขวบ ฆ่าเด็ก 5 ขวบ แล้วไม่หนีไปไหนเพราะรอให้เด็ก 5 ขวบ พี่ขึ้นมา มีคนถามว่าทำไมไม่หนี เด็ก 7 ขวบ บอกว่า รอให้น้อง พี่ ฆ่าไม่หนีเหมือนในเกม" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"คนที่เล่นเกมเป็นอาชีพ เป็นนักเล่นเกมเลยก็ยังมีไม่เยอะ แต่มีอาชีพนี้จริงๆ มีการบริหารจัดการที่เป็นลักษณะนักกีฬาอาชีพจริง ยกตัวอย่างคือ ทีมของบุรีรัมย์ ที่มีบุรีรัมย์อีสปอร์ต แล้วก็จะมีทีมภายในย่อยๆ เขามีการจ้างเด็กพวกนี้ มีเงินเดือนให้ มีเปอร์เซ็นต์จากการได้รับรางวัลในการลงแข่งขัน บริหารจัดการเหมือนกับนักฟุตบอลคนหนึ่งเลย เด็กที่เป็นกลุ่มยอดปิรามิดก็มี เด็กที่เป็นกลุ่มฐานปิรามิดก็มี เป็นเด็กที่เล่นเกมโดยที่สนุกสนาน ก็มีทั้งสองแบบ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"มีแน่นอน ผมเล่นเกมมาตั้งแต่เด็ก" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เกมสมัยก่อนมันไม่ได้ดึงดูดให้เราเล่นทุกวันขนาดนั้นไง" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่เราก็เป็นสิ่งที่ต้องระวัง มันสามารถก่อให้เกิดอาการติดได้ มันก็เหมือนสิ่งเสพติดประเภทหนึ่งแต่ก็ยังอ่อนกว่าประเภทอื่น สมมติว่าบุรี สุบบุรีมีวอนหนึ่งมันก็ไม่ดี การกินเหล้าแก้วหนึ่งก็ไม่ดีแล้ว" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สมมติเราจะเล่นเกมเนี่ย ถ้าเป็นคนวัยทำงาน เกิดเราเล่นทั้งคืน พรุ่งนี้คงจะไปทำงานไม่ไหว แต่ถ้าเป็นวัยเด็กเนี่ยเป็นวัยที่ไม่ได้คิดอะไร ก็คงเล่นไปเรื่อยๆ" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"คือ หนึ่ง มันอาจจะเข้าถึงยากกว่า" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ก่อนผมเริ่มเล่นตั้งแต่เกม Prince of Persia คือกว่าจะได้เล่นที่ มันต้องเปิดเครื่อง ต้องเซตเครื่อง มันยากไง แล้วก็มาเล่นอาตารี (Atari) ก็เกมก็ไม่เท่าไรนะ คือมันเข้าถึงจริง เรามีเครื่องอยู่จริง แต่เล่นไปปุ๊บ มันก็จบ แล้วก็เบื่อแล้ว มันไม่ได้สนุกมากขนาดนั้น เหมือนเกมกด

มันก็แบบ แค่หนดปลาหมึกขยับไปมา ดองก็คอง มันไม่ได้มีหัตถกรรมพันลึกให้เล่นต่อไป นานๆ" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ก่อนนี่ชื่อของ ก็แพง เกมตลับหนึ่ง แพงมาก เนี่ย! ผมเคยยืมเพื่อนมาตลับหนึ่ง แล้ว ทำหาย โอโห! ตอนนั้นเก็บเงินเป็นเดือนนะกว่าจะซื้อคืนมันได้ หรือว่ากว่าพ่อแม่จะซื้อให้เรา นี่คือ มันยากมาก อ่อนอ่อนกันเท่าไร ต้องทำดี ไซ้ใหม่" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่สมัยนี้เกมมันเข้าถึงได้ง่ายมากไป เด็กทุกคนก็มีมือถือ แล้วในมือถือนั้นก็สามารถ โหลดเกมได้ และมันไม่ใช่เกมเดียว มันโหลดได้ทุกเกม" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เกมมันเข้าถึงง่ายกว่าเดิมเยอะมาก และมันก็มีการ์ตูนดีไซน์โดยจิตวิทยาของผู้เล่น ทำ UX, UI ให้มันโคตรจะน่าเล่นเลย คุณไม่ชอบเกมนี้ คุณก็เปลี่ยน" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ผลกระทบที่มันเกิดขึ้นคือ ทำให้คนเกิดสมาธิสั้น หรือว่าการจดจ่อสั้น โดยเฉพาะเด็ก และวัยรุ่น คือมันก็เป็นทุกอย่าง แต่ผมว่าสื่อดิจิทัล ซึ่งเกมก็เป็นส่วนหนึ่งในนั้น มันทำให้แบบ แต่ ก่อน ถึงแม้เราไม่ชอบ แต่เราก็ต้องเล่นไปจนจบ ไซ้ใหม่ หรือแบบถ้ามันยากจริงๆ เราก็เลิกเล่น ไปเอง มันทำให้ความอดทนของคนเรามันต่ำลงด้วยนะ คือแบบยากแล้ว เริ่มไม่ชอบแล้ว ก็ เปลี่ยนเกม อะไรแบบนี้ คือจริงๆ มันก็เป็นมานานแล้ว แต่ว่ามันเหมือนกับดีไซน์เกมที่ค่อนข้าง ง่ายไปจนถึงกลางๆ แล้วพอยากปุ๊บ ที่นี้มันไม่ใช่แค่สูตร ขึ้นๆ ลงๆ ซ้ายขวาๆ แต่ว่ามันจะเป็นไอเทม คือมันขึ้นอยู่กับไอเทม" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"มันเป็นเรื่องของการซื้อขายไอเทมในเกม บางเกมผมเข้าไปอ่านรีวิว มีคนบอกเลยว่า เนี่ย! คือตั้งใจขายไอเทมเลยไซ้ใหม่ ก็รู้แกว่ากัน" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"พฤติกรรมการเล่นเกมของวัยรุ่นในปัจจุบัน เป็น 1 ใน 10 ภัยออนไลน์จากข้อมูลสำรวจ ของมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย ปี พ.ศ.2563" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"จากรายงานเฝ้าระวังโรคติดเกมและภาวะแทรกซ้อนในคลินิกจิตเวชเด็กและวัยรุ่น ปีงบประมาณ 2563 พบว่าจำนวนผู้ป่วยที่เป็นเด็กและวัยรุ่นเพิ่มสูงขึ้นมาก ปัจจุบันมีผู้ป่วยได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคติดเกมแล้ว 211 คน เพิ่มจากปีงบประมาณ 2562 ถึง 40 คน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในแง่ของรายละเอียด เช่น อายุ เราพบอายุที่น้อยที่สุด คือ 8 ปี เป็นวัยเด็ก อายุมากที่สุด คือ 24 ปี เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น แต่ว่าช่วงอายุสำคัญที่จำนวนผู้ป่วยหนาแน่นมากที่สุด คือ 13-17 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ผลกระทบในวัยเด็ก จะเจอปัญหาพฤติกรรมติดจ่อร่วมด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นจากการใช้ สมาร์ทโฟนแทบทุกราย รองลงมาคือเล่นเกมในอุปกรณ์แท็บเล็ตของบิดามารดา" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ผลกระทบในวัยรุ่น จะเป็นปัญหาการติดสื่อสังคมออนไลน์ การเสพติดการเล่นแบบ กลุ่ม หรือไลฟ์สตรีมมิ่ง ความพยายามในการลงแข่งแบบทัวร์นาเมนต์หรือที่เด็กๆ เรียกกันว่า อี สปอร์ต" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เด็กบางคนมีพฤติกรรมตามมาจากาการที่เขารูกรรรมทางการเงิน หรือการใช้เงินจำนวน มาก เช่น ลักขโมยบัตรเครดิตผู้ปกครอง ขโมยเงิน เติมเงิน หรือบางคนก็ไปเป็นหนี้ในร้านเกม" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ที่นี่ยังมีปัญหาคะทอนอื่น ๆ เช่น ก้าวร้าวรุนแรงมากขึ้น ถึงขั้นทำร้ายตัวเอง ทำร้ายผู้อื่น พยายามฆ่าตัวตาย พยายามฆ่าผู้อื่น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"มีปัญหาคารดำเนินชีวิตตามมา เช่น ใช้บุหรื บุหรืไฟฟ้า ไซ้เหล้า หรือแม้แต่สารเสพติด อื่น ๆ ที่ผิดกฎหมายอีก" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ส่วนใหญ่จะเรียนไม่ค่อยไหว ปรับตัวที่โรงเรียนไม่ได้ ออกจากระบบการศึกษาภาค บังคับก็มี นะคะ อย่างของไทย ภาคบังคับคือ ม.3 หรือออกกลางทางระหว่างนั้น หรือไปจนถึงชั้น ระดับมหาวิทยาลัยที่ออกกลางคันก็มีมาแล้ว" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในเรื่องของปฏิสัมพันธ์หรือการใช้ชีวิตในสังคม เด็กก็จะแยกตัวในชีวิตจริง แต่ในโลก ออนไลน์อาจจะเป็นบุคลิกที่ตรงกันข้าม" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ปัญหาพฤติกรรมอื่น ๆ ในวัยรุ่นที่พบ เช่น สารเสพติด และพฤติกรรม เสี่ยงอันตราย การลงแข่ง การเข้าสู่เว็บพนันออนไลน์ หรือบางทีเล่นเกมอยู่แล้วมีการพนันแฝง หรือมีการลง betting นะคะ betting behavior และมี chatting behavior ซึ่งนำไปสู่ปัญหา พุดคุย เรื่องเพศ มีความเสี่ยงเรื่องของการถูกล่อลวง และบางรายก็ถูกล่อลวง เกิดขึ้นจริง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ที่สำคัญก็คือ ส่วนใหญ่ผู้ปกครองมารู้ทีหลัง ไม่รู้ว่าเกมสมัยนี้เล่นกับเพื่อนเป็นกลุ่ม แชนทกันได้ อาจจะไม่ว่านเกมสมัยนี้ใช้ความพยายามมากในการเล่นแต่ละครั้ง ต้องใช้เงินจำนวน มาก เสียเวลาไปมาก แต่จะรู้แค่ว่า หมกมุ่นกับเกม ไม่ออกจากเกมเลย ไม่ช่วยงานบ้าน ฟังก์ชัน ในชีวิตเสียไป แต่ไม่ว่านเกมออนไลน์มันมีเอฟเฟกต์มากต่อเด็กขนาดนี้" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

ในขณะที่วัยรุ่นไทยนั้นส่วนใหญ่รับรู้ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการ พนันในเกมจากสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล ได้แก่ ข่าวและบุคคลใกล้ตัว โดยติดตามข่าวสาร การอัปเดตเกี่ยวกับเกม ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

เชิงลบ

"ถ้าเป็นข่าวที่ออกในทีวี มันก็จะเป็นด้านลบของเกม หนูก็รับรู้แหละ แต่ว่าหนูก็จะไม่ไป ยุ่งเกี่ยวกับตรงนั้น" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"รู้สึกว่ ในมุมมองที่เขานำเสนอข่าวเกี่ยวกับเกม เป็นมุมมองด้านเดียวของเกมที่เขา ได้รับฟังมาจากคนที่ประสบจริง แต่ไม่ได้มาถามอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังเล่นเกมอยู่ว่ามันเป็นอย่างไร จริงไหม คือเขาเสนอแค่ ว่า เกมมันไม่ได้ ทำให้คนกลายเป็นอย่างนี้ๆ แต่ไม่ได้มองดูสาเหตุอื่นว่า

คนที่เขากลายเป็นอย่างนั้น เขาไม่ได้เล่นเกมอย่างเดียว เขาอาจจะมีสาเหตุอื่นด้วยค่ะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"คิดว่าสมัยนี้มันไม่ได้เกี่ยวกับเกมซะทีเดียวนะ น่าจะเป็นที่พ่อแม่ ให้เด็ก ๆ ที่เลิกมาก เล่นโทรศัพท์ เล่นเกมตั้งแต่เด็ก" (วัยรุ่นหญิง 18 ปี ภาคตะวันออก)

"มุมมองจากภายนอกต่อคนเล่นเกมที่รับรู้มาคือ แย่มาก แบบชอบว่า พวกเด็กติดเกม ไม่ว่าจะ เป็นข่าวอาชญากรรม หรือเด็กไปฆ่าตัวตาย ก็จะไม่โทษเกม ติดเกม เลียนแบบ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ส่วนใหญ่คิดว่า ชาวที่ออกมาจากเกมในประเทศไทยเนี่ย ทุกอย่างเป็นเพราะเกม อะไร ๆ ก็โทษเกม ซึ่งทั้ง ๆ ที่จริง ๆ แล้วมันอาจจะไม่ใช่ อาจจะเป็นที่ตัวเด็กเอง ตัวพ่อแม่เองก็ได้ อย่างเช่น เด็กมีปัญหา ชกต่อย" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ส่วนที่เสีย ๆ ก็มีครับ พวกที่ใช้โปรแกรมโกงในการแข่งขัน มันก็ไม่จบไม่สิ้นสักที ชาวที่ออกมาบ่อยมาก มีเกมเมอร์ใช้โปรแกรมโกงเข้าแข่งขัน แล้วโดนจับ หรือมีชาวที่เด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี เป็นสตรีมเมอร์ใน Twitch เพราะว่าทาง Twitch เขาจำกัดอายุตั้งแต่ 13 ปี ขึ้นไปถึงจะสตรีมได้ แต่นี่เขาโกงอายุเข้าไปทั้งที่จริง ๆ เขาอายุยังไม่ถึง ก็โดนจับไปแล้วตอนนี้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

เชิงบวก

"หนูจะติดตามแค่ว่าพวกชาวอัปเดตเกม มีเกมอะไรที่เขายังนิยมกันอยู่" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ชาวที่ดี ๆ เกี่ยวกับเกมก็มีนะครับ อย่าง Twitch เขาจะพัฒนาสตรีมเมอร์ของเขาให้ดีขึ้น ให้มีระบบจัดการสตรีมเมอร์หน้าใหม่" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"Twitch มันเป็นโปรแกรมที่สตรีมเมอร์เข้าไปมากที่สุดแล้วครับ ปัจจุบันก็มีคน 15 ล้านคนแล้วครับที่เข้าไปดู แล้วมีมีสตรีมเมอร์ 2 ล้านคนต่อเดือนครับ ไม่ซ้ำหน้าเลย" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"สังคมเกมตอนนี้มันก็มีคนยอมรับกันมากขึ้น ไม่งั้นคงไม่มีการสตรีมมิ่ง หรือการไลฟ์ สตรีมกันเยอะขึ้น" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"มันก็ต้องต้องแล้วแต่มุมมองความคิดคน" (วัยรุ่นหญิง 17 ปี ภาคใต้)

"แต่ถ้าเขามาว่า ๆ หนู หนูก็คงบอกเขาว่า มันมีอีกหลายเกมให้เขาได้ลองดูก่อนว่ามันมี เกมแนวไหนบ้าง" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าเกมไม่ดีจริง ม.กรุงเทพ คงไม่เอาเรื่องเกมมาทำ เป็นสาขาให้เรียนหรอกครับ เพราะ การศึกษาสมัยนี้ก็เริ่มจับมือกับพวกอีสปอร์ต การ์ตูน ในการผลิตเกม เต็มนี้ก็มีคณะเกมแล้ว ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

พฤติกรรมติดเกมและผลกระทบ

จากการสัมภาษณ์วัยรุ่นที่เล่นเกมและผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่นมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย, ด้านสุขภาพจิต, ด้านสมอง และด้านพฤติกรรม

ผลกระทบด้านสุขภาพกาย

ได้แก่ พักผ่อนไม่เพียงพอ, ปัญหาสายตา, ปัญหานิ้วล็อก, ปวดกล้ามเนื้อ, น้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์, น้ำหนักตัวเกินเกณฑ์, การเจริญเติบโตผิดปกติ, เนื้องอก, สุขอนามัยไม่เหมาะสม, อากาศหมกมุ่น, มีอาการถอน อยากเล่นเกมตลอดเวลา

ในวัยรุ่นที่เล่นเกม มีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพกายโดยได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยประสบการณ์ตรงและทางอ้อม

"ช่วงนี้จะเล่นน้อยลงเหลือ 6 ชั่วโมง ครบ ก็จะแบ่งเป็นเล่นบนมือถือ กับเล่นในคอมพิวเตอร์ครบ เหมือนว่าแบ่งปรับนิ้วมือนิ้วเท้า ไม่ให้นิ้วเป็นอะไรมากเกินไป เพราะปีที่แล้วผมมีอาการนิ้วล็อกครบ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เล่นเกมมากๆ แล้วมันสายตาเสียนะ ก็ไม่ดีนะ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เวลาดูข่าว ก็จะเจอผู้ปกครองมาบอกเด็กว่า เนี่ย เล่นเกมมากไปจนตาเกือบบอด บางคนก็บอกว่าเด็กเล่นเกมกันแล้วทะเลาะกัน ตีกัน พันแทงกัน" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

ในขณะที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมติดเกมจากที่มีต่อปัญหาสุขภาพกายในทิศทางเดียวกัน

"พฤติกรรมติดเกมส่งผลต่อสุขภาพแน่นอน ไม่น้ององค์การอนามัยโลก (WHO) คงไม่มองว่าเป็นโรค" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ก็ต้องทำความเข้าใจกับสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สุขภาวะ คือ สุขภาพทางกาย จิต สังคม มันต้องควบคู่กัน ไม่ใช่ เศรษฐกิจดี เทคโนโลยีไปไกลมาก แต่คนที่ได้ประโยชน์มีเพียงคนกลุ่มเดียว แต่คนเสียประโยชน์ไปก่อปัญหาสังคม พ่อแม่เสียเงินซื้อโทรศัพท์ให้ เสียเงินเติมเกมให้ แต่ลูกติดเกม เสียอะไรไม่รู้เนื้อรู้ตัว เผลอๆ จะเสียลูก" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"พฤติกรรมติดเกมเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ถูกมองว่าเป็นปัญหาสุขภาพเหมือนพนัน เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วเขาใช้ public health approach คือปัญหาสุขภาพแบบที่คนในสังคมต้องยอมรับและมองว่ามันมีผลกระทบต่อสุขภาพ กระทบต่อ กาย จิต ปัญญา สังคม สุขภาวะ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ในการทดลองวิจัยของต่างประเทศ เขาอธิบายในเรื่องของ model of gambling decision making ทดลองในหนูตะเภา หนูเหยี่ยวจะทำพฤติกรรมเสี่ยงมากขึ้นเพื่อให้ได้รางวัลที่ต้องการเยอะขึ้น สิ่งเหล่านี้เกิดการทำลายจากบริเวณสมองส่วนหน้าในส่วนของ orbitofrontal cortex ส่วนในคนคล้ายๆ กัน เกิดการทำลายที่ ventromedial prefrontal cortex จึงทำให้เกิดมีพฤติกรรมซ้ำๆ (compulsive behavior) จนเกิดการติด" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"สมองส่วนหน้า (cerebrum cortex) เป็นสมองส่วนเบรคที่ทำหน้าที่คิด วิเคราะห์ ยับยั้ง ชังใจ มีวินัย อดทน แต่สมองส่วนกลาง (central nervous system; ตัวย่อ : CNS) จะเกี่ยวกับปฏิกิริยาโต้ตอบ รวดเร็ว อารมณ์ร้อน โมโหร้าย มั่นกระตุน สนองทันที" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เมื่อเล่นเกม สมองส่วนหน้าจะทำงานน้อย อะไรที่ทำงานน้อยมันจะฝ่อ และการพัฒนาของสมองมันไม่เกิน 20 ปี ถ้าช่วงเวลาใน 20 ปี สมองไม่ได้ถูกพัฒนามันก็หมดเวลา พอโตขึ้นไปไม่มีโอกาสพัฒนาแล้ว ก็กลายเป็นผู้ใหญ่ที่สมองส่วนหน้าฝ่อ คิดไม่เป็น ยับยั้งชังใจไม่ได้ พร่อมจะเสพติดทุกอย่าง" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"คุยเรื่องสุขภาพกับเด็กไม่ได้ ต้องคุยเรื่องโอกาสที่เขาจะแพ้ จะเจ๊ง จะรู้ไม่เท่าทัน จะถูกโกง เขาจะฟัง เพราะมันเป็นเรื่องเขา" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ถ้าเล่นเกมจนถึงขั้นติดเกม ย่อมส่งผลต่อสุขภาพแน่นอน" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เมื่อไรที่ถูกวินิจฉัยว่าติด มันก็แน่นอน คนนอนน้อยกับคนนอนเยอะ ก็มีผลแตกต่างกันอยู่แล้ว อย่างแรกก็เรื่องของสายตา" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เด็ก ๆ ที่ติดเกมจะมีอาการหมกมุ่น อยากเล่นตลอดเวลา มีอาการถอน มีอาการทน คือ ทนเล่นทั้งวันทั้งคืน และเล่นนานขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลที่จะแข่งเกม อดหลับอดนอน บางคนถึงขั้นไม่นอน มีภาวะการรับรู้ที่ผิดปกติ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ผลของการติดเกมในระยะยาว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงทางพันธุกรรม เกิดการเปลี่ยนแปลงของยีนที่เกี่ยวข้องกับสารสื่อประสาทสองตัวที่เกี่ยวข้องกัน คือ โดปามีน (dopamine) และ เซโรโทนิน (serotonin transporter gene) เช่นเดียวกับผู้ที่ใช้สารเสพติด" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาโรคทางกายที่พบ บางคนเล่นจนติด เช่น น้ำหนักตัวมีทั้งสองแบบ คือ หนึ่ง น้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์ ก็มีผลกระทบเรื่องการเจริญเติบโต ความสูง เหนื่อยหนึ่ง ไม่ได้ออกไปทำอะไร อดข้าว อดค่าขนมเพื่อไปเติมเกม แบบสองจะเป็นน้ำหนักตัวเกินเกณฑ์ ซึ่งตรงนี้พบได้บ่อย" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"สุขลักษณะในชีวิตประจำวัน เช่น อาบน้ำ แปรงฟัน บางคนก็ไม่ค่อยทำ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาการนอน นอนไม่หลับ นอนไม่พอ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวบอกว่าทำไมเด็กไม่มีสมาธิกับการเรียน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"โรคทางกายแฝง ไม่ว่าจะเป็น โรคอ้วน เบาหวานในวัยรุ่น นอกจากนี้ก็มีโรคลมชัก มีให้เห็นประปรายส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับภาวะการอดนอนเรื้อรัง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหานิ้วล็อก กระดูกล็อกข้อ มีปวดต้นคอ ซึ่งเรื่องกระดูกล็อกข้อพวกนี้สามารถกลับคืนได้ถ้าคุณปรับไลฟ์สไตล์ มันก็ยังพอฟื้นฟูไหว" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาสายตา ถ้ามีปัญหาเรื่องจอประสาทตาเกิดขึ้น เป็นความผิดปกติที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงกลับได้" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

ผลกระทบด้านสุขภาพจิต

ได้แก่ หวาดระแวง, หูแว่ว, ภาพหลอน, มีเสียงในหัว, โรคสมาธิสั้น, โรคติดต่อต้าน, โรคบกพร่องทักษะการเรียนรู้, วิตกกังวล, อารมณ์ซึมเศร้า และอารมณ์แปรปรวน

ซึ่งในวัยรุ่นที่เล่นเกม มีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพจิตโดยได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยประสบการณ์ตรงและทางอ้อม

"มันอาจจะทำให้เด็กหัวร้อนง่ายเวลาที่เขาโตขึ้นมา" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ที่เคยเจอคือ เล่น แข่งกันแล้วแพ้ แพ้แต่ไม่ยอม ก็หัวร้อน ด่ากันไปด่ากันมา ขอ Facebook ขอที่อยู่กันไป เพื่อนที่โรงเรียนเก่าก็ไปต่อยกันหลังวัด" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"คือผมห้ามแล้วมันไม่ฟัง เล่นนะเล่นโหดได้ แต่ประเด็นคือ มันปากดีไง ต่างคนก็ต่างชิงกัน มา 1-1 กัน คนแพ้ก็น่าไม่ยอม ไอ้คนชนะก็เยาะเย้ย คนแพ้ก็น่าหัวร้อนสิ โดนเยาะเย้ย โดนล้อ" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"เกมทำให้สมาธิสั้นด้วย หนูสังเกตจากในเกมนะ เหมือนเขารออะไรไม่ได้นะ เด็กติดโทรศัพท์นะ เขาไม่รออะ อะไรช้านิดช้าหน่อย แบบตอนที่นางล้มแล้วให้เราไปชูป ก็เร่งๆๆ เรา มาชูปดิดีๆ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมติดเกมจากที่มีต่อปัญหาสุขภาพจิตในว่ามีผลกระทบที่มากกว่าสุขภาพกาย

"ปัญหาสุขภาพจิตต่างหากที่มันต่อเนื่องและเป็นปัญหาระยะยาว" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"มีอาการรุนแรงถึงขั้นมีโรคจิต เช่น หวาดระแวง หูแว่ว ภาพหลอน มีเสียงในหัว อันนี้ก็ปัญหาสุขภาพจิตที่พบ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในแง่ของโรคทางจิตเวชอื่นๆ สำหรับปัญหาการติดเกมออนไลน์ ในวัยเด็ก/วัยรุ่น พบว่ามี โรคสมาธิสั้น โรคดื้อต่อต้าน โรคบกพร่องทักษะการเรียนรู้ วิตกกังวล และอารมณ์ ซึมเศร้า ในขณะที่กลุ่มโรคอื่นๆ เช่น ออทิสติกหรือบกพร่องทางสติปัญญาอ่อนนะ มีร้อยละ 3" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในวัยรุ่น เจอโรคสมาธิสั้นมาเป็นอันดับหนึ่ง แต่เป็นสมาธิสั้นที่เริ่มจะมีปัญหา พฤติกรรมต่อต้านรุนแรง รองลงมาเป็นโรคเกี่ยวกับอารมณ์ เช่น โรคซึมเศร้า อารมณ์แปรปรวน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาโรคทางจิตเวช แบ่งตามกลุ่มวัย ก่อนวัยเรียน อย่างเช่น เด็กวัยอนุบาล 4-5 ปี ขวบ บางทีการที่เขาติดจอ หรือว่าเผลอไปเรื่อยๆ เพราะคุณพ่อคุณแม่ให้เขาอยู่กับสมาร์ตโฟน นอกจากจะซึมซับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมแล้ว บางทีการที่เด็กได้เห็นเนื้อหาที่มีความรุนแรงเกิน กว่าอายุก็จะไปกระตุ้นให้เกิดความวิตกกังวล เด็กจะมีอาการกลัว หรือมีปัญหาการนอนไม่หลับ ให้เห็น ซึ่งปกติกลุ่มนี้จะไม่" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาโรคทางจิตเวช กลุ่มเด็กวัยเรียน จะพบเรื่องของ อาการของโรคสมาธิสั้นได้ มากขึ้น และอาการวิตกกังวล กระวนกระวาย กลัว มีพฤติกรรมเล่นที่รุนแรง แผลงๆ โดยที่ไม่รู้ว่า ผลกระทบที่ตามมาคืออะไร" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาโรคทางจิตเวชอื่นๆ เช่น โรคทางอารมณ์ ปัญหาการเรียนจะมาเด่นชัดในช่วง ก่อนวัยรุ่น 9-12 ปี เจอบ่อยที่สุดในช่วงวัยรุ่น ช่วงมัธยม เด็กก็จะทั้ง tolerance เล่นนานขึ้น เด็กก็ เสียเวลาไปกับการเล่นเกม ก็ไม่มีจุดโฟกัสในเรื่องของการเรียน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เชิงจิตสังคม ในเรื่องของการเติมเงิน ลูทบ็อกซ์ เยอะมากน้อยแค่ไหน ณ ปัจจุบัน เทียบกับปีที่แล้ว 62 เนี่ย เฉลี่ยแล้วประมาณ 75% เด็กประถมเติมเงินน้อยกว่าเด็กมัธยม แต่ปีนี้ 63 เติมพอๆ กัน ช่วงอายุในการเติมเงินเกมส่วนใหญ่ก็จะประมาณ pre-teen ขึ้นไปจนถึงวัยรุ่น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ถามว่าวัยมหาวิทยาลัยเติมเกมใหม่ สำหรับประสบการณ์ที่เจอเนี่ยกลับเจอว่าเติม เงินน้อยลง อาจจะใช้เงินเป็นมากขึ้น แต่ถ้าเติมอย่างไม่บันยะบันยังก็จะเป็นวัยก่อนวัยรุ่น และ วัยรุ่น ร้อยละ 80 คือเพิ่มขึ้นประมาณ 5%" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

ผลกระทบด้านสมอง

อย่างไรก็ตามวัยรุ่นที่เล่นเกม สะท้อนปัญหาเกี่ยวกับสมอง โดยระบุว่าเมื่อผลต่อผลการ เรียน และอาการย้ำคิดย้ำทำ

"บางทีก็รู้สึกว่าจะทำไมเรามีอาการย้ำคิดย้ำทำ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ตัดสินใจยากอะ เลิกเล่นไม่ได้เพราะเติมไปเยอะแล้วอะ เสียหาย" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"อาจจะส่งผลกระทบต่อคนรุ่นเก่า ที่ไม่ยอมรับในจุดๆ นี้ะครับ เพราะเขาจะมองว่า เล่นเกมไม่ดีนะ ทำลายการเรียน ทำให้เรียนไม่เก่งนะ อย่าเล่นเยอะ ไม่ดี แล้วจะทำอาชีพพวก เกมได้หรือ คือผู้ใหญ่สมัยก่อนเขาไม่เห็นด้วยในเรื่องเกมครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"คนที่เป็นเด็กเรียน แบบเรียนอย่างเดียวไม่สนใจเรื่องเกมเลย ก็จะมองว่า เกมเป็นตัว แปรที่เข้ามาแทรกซ้อน ทำให้การเรียนของเขามันบั่นทอนลง หรือทำให้เขาเสียการเรียน" (วัยรุ่น ชาย 21 ปี ภาคใต้)

"เกมมันไม่ได้ทำร้ายใคร ถ้าเกิดเรารับผิดชอบตัวเองได้ ถ้าเรากำหนดจุดหนึ่งที่สามารถ กำหนดเวลาตัวเองได้ มันก็ไม่มีอะไรเสียหายถ้าควบคุมตัวเองได้" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

ผลกระทบด้านพฤติกรรม และความรุนแรงในเกม

เป็นที่น่าสังเกตว่าวัยรุ่นไทยให้ความสนใจกับประเด็นเรื่องความรุนแรงจากการเล่นเกม โดยเฉพาะเกมประเภท Shooting หรือ FPS มากกว่าประเด็นอื่นๆ สำหรับด้านพฤติกรรมความ รุนแรงจากการเล่นเกม มีกลุ่มวัยรุ่นที่มองว่าการเล่นเกมมีผลทำให้มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยเด็กและวัยรุ่น

"ส่วนตัวผม ผมเห็นด้วยนะเรื่องความรุนแรงในเกม เพราะบางทีน้องชาย 5 ขวบ ตอน แรกเห็นผมเล่นเกมแนว open world เปิดโลกกว้าง ผมก็ให้เล่น ตอนหลังเห็นผมเล่น FPS อารมณ์เขาก็เริ่มเปลี่ยน เขาเริ่มใช้ความรุนแรงมากขึ้น" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

ในขณะที่มีบางกลุ่มไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม

"เด็กมีพฤติกรรมรุนแรงจากเกมใหม่ หนูคิดว่าไม่นะ" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ)

"คนที่มองเกมเป็นภาพลพ เขาอาจจะไม่ค่อยได้เล่นเกมมากกว่า เขาอาจจะรู้จักแค่พวก เกมที่รุนแรง อย่างพวก Tales Runner ก็เป็นเกมวิ้ง แต่งตัวน่ารักๆ เขาก็คงไม่รู้จัก" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"เรื่องความรุนแรงในเกม ผมว่ามันอยู่ที่คนเล่นครับ ถ้าเกิดเล่นแล้วติดงอมแงม เอาเรื่อง ในเกมมาใช้ในชีวิตจริงมันก็ไม่ใช่" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ปัญหาความรุนแรงผมว่าไม่ได้อยู่ที่เกม มันอยู่ที่ตัวบุคคล แต่ว่าการเอาเกมเข้ามาแล้ว บอกว่ามีปัญหาความรุนแรง มันอาจจะดูเกินไปหน่อย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ)

"เกมสาย FPS จะโดนเรื่องความรุนแรงในเกม ส่วนใหญ่จะไปลงที่เกม GTA เลย ผมสงสัยเกมนี้มากเลย ผมก็ไม่รู้เหมือนกันเพราะอะไรถึงไปโทษเกมนี้ตลอด อาจจะเป็นเกมที่ดั่งก็ได้" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ที่จริงเกมที่รุนแรงกว่า GTA ก็มีนะ อย่าง Hades เป็นเกมแนวสวมบทบาทเป็นฆาตกรคือไล่ฆ่าคนทั้งเมืองเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"GTA เผลอมีคน คนก็ล้มบ้าง คือนั่นไม่ได้สมจริงขนาดนั้น แต่ Hades นี่คือเลือดทะลักกระจายเลย เลือดสาดเต็มเลย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"Hades เป็นเกมที่ถูกแบนในหลายๆ ประเทศด้วย แต่ประเทศไทยไม่โดน ไม่เห็นไปโทษเกมนี้เลย"

"ผมก็ลองไปซื้อ Hades มาเล่นนะ เพราะเขาวิจารณ์กันเยอะมาก ก็ลองเล่นดู ก็สนุกดี แต่มันก็แอบโหดนิดนึง โหดมากแหละ มีหน่วย SWAT มาไล่ตามฆ่า" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"เวลาผมเล่นเกม ผมก็ไม่เคยไปยิงใครจริงๆ ในชีวิตจริง" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

อย่างไรก็ตามผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุว่าเนื้อหาในเกมที่ไม่เหมาะสมกับช่วงอายุ เป็นปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม ซึ่งมีผลทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง และพฤติกรรมการระรานทางไซเบอร์ (cyberbully)

"เกมที่มีสัญลักษณ์แห่งความตายเยอะๆ มีเลือด มีมีด มีการเฉือนปาด บางรายก็มีพฤติกรรมทำร้ายตัวเองคล้ายในเกม บางรายใช้วิธีการเดียวกันทำร้ายคนอื่น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เกมบางเกมมีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับช่วงอายุ เช่น เกมที่มีการใช้อาวุธยิงต่อสู้ปะทะ เอาตัวรอด survival หรือเกมที่มีมันสมจริงมากๆ ทั้งออฟไลน์/ออนไลน์ เด็กก็มีทั้งพฤติกรรมเลียนแบบหรือบางทีก็มีอาการหลงผิด เหมือนชีวิตยังอยู่ในเกมที่เขาเล่น ก็มีอาการทางจิตให้เห็น มีความเสี่ยงหลายอย่าง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ปัญหาเชิงจิตสังคมอื่นๆ ก็จะเป็นผลการเรียนตกต่ำ พฤติกรรมก้าวร้าว เริ่มกระทำผิด ทะเลาะเบาะแว้ง และลามไปเป็น cyberbully นอกจากนี้ก็มีการถูกล่อลวง ซึ่งปัญหาพวกนี้พบเรียงลำดับจากมากไปน้อยลงมา" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” มีสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ 7 ข้อ ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยหากผลการทดสอบปรากฏว่า ปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) ยอมรับสมมติฐานทางเลือก (H_1) แสดงว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้เป็นจริง ในทางตรงกันข้าม หากผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก (H_1) แสดงว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้ไม่เป็นจริงดังที่คาดไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 7 ข้อ มีดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 1

ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานย่อย 1.1 เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

H_1 : เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
1) กลุ่มปกติ	152 (76.00)	166 (83.00)	318 (79.50)
2) กลุ่มคลั่งไคล้	37 (18.50)	25 (12.50)	62 (15.50)
3) กลุ่มน่าจะติดเกม	11 (5.50)	9 (4.50)	20 (5.00)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)
Chi-Square = 3.139, Sig = .208			

จากตารางที่ 35 พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยเป็นกลุ่มปกติมากที่สุด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมาได้แก่ กลุ่มคลั่งไคล้ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และกลุ่มน่าจะติดยา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

เมื่อใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละพิจารณาประกอบ พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของกลุ่มปกติ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.00) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 76.00) กลุ่มคลั่งไคล้ เป็นเพศชาย (ร้อยละ 18.50) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 12.50) และกลุ่มน่าจะติดยา เป็นเพศชาย (ร้อยละ 5.50) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 4.50)

ผลการวิเคราะห์ Chi-Square พบว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ เพศของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา

สมมติฐานย่อย 1.2 อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา

H_1 : อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยา จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเล่นเกม และความเสี่ยงติดยา	อายุ					
	น้อยกว่า 12 ปี	13-15 ปี	16-18 ปี	19-23 ปี	มากกว่า 24 ปี	รวม
1) กลุ่มปกติ	2 (100.00)	64 (84.21)	94 (77.69)	154 (80.21)	4 (44.44)	318 (79.50)
2) กลุ่มคลั่งไคล้	0 (0.00)	8 (10.53)	20 (16.53)	30 (15.63)	4 (44.44)	62 (15.50)
3) กลุ่มน่าจะติดยา	0 (0.00)	4 (5.26)	7 (5.79)	8 (4.71)	1 (11.11)	20 (5.00)
รวม	2 (100.00)	76 (100.00)	121 (100.00)	192 (100.00)	9 (100.00)	400 (100.00)
Chi-Square = 9.442, Sig = .306						

จากตารางที่ 36 เมื่อใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละพิจารณาประกอบ พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของกลุ่มปกติมีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 80.21) ส่วนกลุ่มคลังโคลัมมีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 15.63) และกลุ่มน่าจะติดเกมมีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 4.71)

ผลการวิเคราะห์ Chi-Square พบว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ อายุของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานการวิจัยข้อ 2

ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig
1) เพศชาย	200	3.65	0.74	2.571	.106
2) เพศหญิง	200	3.44	0.86		

จากตารางที่ 37 พบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.65 และการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.44

ผลการวิเคราะห์ T-Test พบว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig > 0.05)

สมมติฐานย่อย 2.2 วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ตารางที่ 38 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
น้อยกว่า 12 ปี	2	3.90	0.61	2.956	.020	
13-15 ปี	76	3.62	0.63			2>3
16-18 ปี	121	3.34	0.79			2, 4>3
19-23 ปี	192	3.63	0.87			
มากกว่า 24 ปี	9	3.67	0.77			

*Sig. < .05

จากตารางที่ 38 พบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมของวัยรุ่นอายุน้อยกว่า 12 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.90 อายุ 13-15 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.62 อายุ 16-18 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.34 อายุ 19-23 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.63 และอายุมากกว่า 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผลการวิเคราะห์ One - way ANOVA พบว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig < 0.05)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ สามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี และ

วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี, อายุ 19-23 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานการวิจัยข้อ 3

ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.1 วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig
1) เพศชาย	200	3.19	0.75	0.751	.387
2) เพศหญิง	200	3.00	0.83		

จากตารางที่ 39 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.19 และทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผลการวิเคราะห์ T-Test พบว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig > 0.05)

สมมติฐานย่อย 3.2 วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์ของวัยรุ่นไทยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
น้อยกว่า 12 ปี	2	2.95	0.21	7.771	.000	
13-15 ปี	76	2.95	0.66			4>2
16-18 ปี	121	2.84	0.75			4>3
19-23 ปี	192	3.31	0.82			4>2, 3
มากกว่า 24 ปี	9	3.03	0.76			

*Sig. < .05

จากตารางที่ 40 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์ของวัยรุ่นอายุน้อยกว่า 12 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.95 อายุ 13-15 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.95 อายุ 16-18 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.84 อายุ 19-23 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.31 และอายุมากกว่า 24 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.03

ผลการวิเคราะห์ One - way ANOVA พบว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig < 0.05)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ สามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีทัศนคติที่มีต่อลู่ทบ็อกซ์มากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี และวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานการวิจัยข้อ 4

ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในแกมออนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.1 เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในแกมออนไลน์

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในแกมออนไลน์

H_1 : เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในแกมออนไลน์

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์จำแนกตามเพศ

แนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers)	131 (65.50)	158 (79.00)	289 (72.25)
2) นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling)	49 (24.50)	21 (10.50)	70 (17.50)
3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers)	20 (10.00)	21 (10.50)	41 (10.25)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

Chi-Square = 0.182, Sig = .001

*Sig. < .05

จากตารางที่ 41 พบว่า แนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของวัยรุ่นไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยเป็นนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) มากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาได้แก่ นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า 1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 65.50 และเพศหญิง ร้อยละ 79.00 2) นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 24.50 และเพศหญิง ร้อยละ 10.50 และ 3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 10.00 และเพศหญิง ร้อยละ 10.50

ผลการวิเคราะห์ Chi-Square พบว่า ยอมรับ H_1 ปฏิเสธ H_0 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.2 อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

H_1 : อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์จำแนกตามอายุ

แนวโน้มติดพนัน ในเกมออนไลน์	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 12 ปี	13-15 ปี	16-18 ปี	19-23 ปี	มากกว่า 24 ปี	
1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers)	1 (50.00)	67 (88.16)	98 (80.99)	118 (61.46)	5 (55.56)	289 (72.25)
2) นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling)	1 (50.00)	7 (9.21)	13 (10.74)	45 (23.44)	4 (4.44)	70 (17.50)
3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers)	0 (0.00)	2 (2.63)	10 (8.26)	29 (15.10)	0 (0.00)	41 (10.25)
รวม	2 (100.00)	76 (100.00)	121 (100.00)	192 (100.00)	9 (100.00)	400 (100.00)
Chi-Square = 32.780, Sig = .000						

*Sig. < .05

จากตารางที่ 42 เมื่อใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละพิจารณาประกอบ พบว่า แนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ของนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) มีอายุ 13-15 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 88.16) ส่วนแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ของนักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 23.44) และแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ของผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 15.10)

ผลการวิเคราะห์ Chi-Square พบว่า ยอมรับ H_1 ปฏิเสธ H_0 ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานการวิจัยข้อ 5

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ตารางที่ 43 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยจำแนกการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
1) กลุ่มปกติ	318	3.52	0.83	0.652	.522	
2) กลุ่มคลังไคล้	62	3.65	0.70			-
3) กลุ่มน่าจะติดเกม	20	3.53	0.88			

จากตารางที่ 43 พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยกลุ่มปกติ มีค่าเฉลี่ย 3.52 กลุ่มคลังไคล้ มีค่าเฉลี่ย 3.65 กลุ่มน่าจะติดเกม มีค่าเฉลี่ย 3.53

ผลการวิเคราะห์ One - way ANOVA พบว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อ 6

ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ตารางที่ 44 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม	
	r	Sig.
ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์	.419	.000

*Sig. < .05

จากตารางที่ 44 พบว่า ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 คือยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งหมายความว่า วัยรุ่นที่มีทัศนคติต่อลูทบ็อกซ์มากก็จะมี การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยข้อ 7

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

โดยเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

H_1 : พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดยาของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์จำแนกตามพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

แนวโน้มติดพนัน ในเกมออนไลน์	พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม			
	กลุ่มปกติ	กลุ่มคลังโคล้	กลุ่มหน้าจะติดเกม	รวม
1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers)	230 (72.33)	42 (67.74)	17 (85.00)	289 (72.25)
2) นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling)	56 (17.61)	13 (20.97)	1 (5.00)	70 (17.50)
3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers)	32 (10.06)	7 (11.29)	2 (10.00)	41 (10.25)
รวม	318 (100.00)	62 (100.00)	20 (100.00)	400 (100.00)
Chi-Square = 2.916, Sig = .572				

*Sig. < .05

จากตารางที่ 45 เมื่อใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละพิจารณาประกอบ พบว่า แนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ของนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) เป็นกลุ่มปกติมากที่สุด (ร้อยละ 72.33) ส่วนนักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) เป็นกลุ่มคลังโคล้มากที่สุด (ร้อยละ 20.97) และผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) เป็นกลุ่มคลังโคล้มากที่สุด (ร้อยละ 11.29)

ผลการวิเคราะห์ Chi-Square พบว่า ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ดังนั้นจึงเป็นไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

3.3 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันใน เกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน พบว่า

เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ในขณะที่อายุของวัยรุ่นไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 3: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน พบว่า

วัยรุ่นไทยเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน โดยจากผลการสำรวจพบว่า การเปิดส่มกล่องทำให้มีความรู้สึกตื่นเต้น ในขณะที่อายุแตกต่างกันของวัยรุ่นไทยมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 5: พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน พบว่าพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มปกติ, กลุ่มคลั่งไคล้ และกลุ่มหน้าจะติดเกม มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทย ได้แก่ เพศ, อายุ และพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม (กลุ่มปกติ, กลุ่มคลั่งไคล้ และกลุ่มหน้าจะติดเกม) สามารถสรุปได้ว่า อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันใน เกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 4: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ พบว่า เพศและอายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 6: ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม พบว่า ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งหมายความว่า วัยรุ่นที่มีทัศนคติต่อลูทบ็อกซ์มากก็จะมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 7: พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

3.5 แนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

แนวทางการจัดการและมาตรการรองรับที่จำเป็นนั้นควรเกิดขึ้นมาจากความคิดเห็นของทั้งฝั่งผู้เล่นเกมออนไลน์ ผู้ให้บริการผู้ทรงคุณวุฒิจาก และผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ซึ่งโดยปัญหาที่เกิดขึ้นได้สะท้อนจากตัววัยรุ่นที่อยู่ในบริบทสังคมเกมออนไลน์ ดังนี้

ปัญหาและข้อควรระวังเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการติดพนัน

วัยรุ่นไทยได้สะท้อนวิธีการป้องกันปัญหา และข้อควรระวังเกี่ยวกับการเล่นเกม/ติดเกม/ติดพนัน อันได้แก่ การทะเลาะกันในเกม, การติดเกม, การใช้จ่ายเงินจำนวนมากในการซื้อไอเทมในเกม, การจำกัดอายุที่เหมาะสมและการเข้าถึงเกม, การจัดเรตติ้งเกม, การบูลลี่ในเกม, การควบคุม-จำกัดการซื้อขายสินค้าในเกม และการพนันในเกมออนไลน์

"เวลามีปัญหาทะเลาะกันในเกม ถ้าแนะนำได้ก็จะบอกให้ปล่อยวางมากกว่า ถ้าต่างฝ่ายต่างปล่อยวางได้มันก็จะจบ คือถ้าเล่นแพ้ ก็ไปฝึกเล่นให้เก่งขึ้น วันต่อไป มา 1-1 กัน ก็อาจจะเป็นฝ่ายชนะก็ได้" (วัยรุ่นชาย 13 ปี ภาคกลาง)

"ถ้าเหตุการณ์นี้เกิดกับผม ผมจะปล่อยเลย ไม่ยุ่ง จะไม่ไปด่าเขา ถ้าเขาด่ามา ก็จะเดินหนี จะไม่เข้าไปทะเลาะด้วย" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ผมว่าต้องใช้วิจารณญาณด้วยเวลาเล่นเกม ชื่อของ คือมันไม่ใช่เว็บสุมของอะ พอเราไปคลิกบู๊ป เราจ่ายเงินไปเท่านั้น แล้วของที่เราได้ มันเหมือนมันสุมออกมา มันเหมือนเป็นเว็บการพนันเว็บหนึ่งเลย เหมือนเป็นการพนันแบบเด็กเนิร์ดนะ ผมก็ดูไปสักพักแล้วก็ยังไม่กล้าสมัครเลย เว็บอะไรก็ไม่รู้ ไม่มีคนรับรองหรือมีคนรู้จัก แนะนำว่า เออ เว็บนี้ไม่โกงนะ ผมถึงจะเข้าไปใช้" (วัยรุ่นชาย 22 ปี ภาคเหนือ)

"ไม่น่าจะมีทางป้องกันได้ 100% เพราะว่ามันอยู่ที่คน แต่ละคนว่าเขาคิดอย่างไรที่จะต้องจ่ายเงินเพื่อเล่นเกม อยู่ที่เขาวัดมีความคิดอย่างไร เขามีประสบการณ์อะไรมา" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"บางคนก็เป็นสายเติมเกม คือเติมอย่างเดียว เติมตลอด บางทีหนูก็เตือนเขาจะคะว่า มันไม่คุ้มหรอก มันก็ไต่แค่ตรงนั้น" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ) "หนูเคยถามเขาว่า ทำไมเขาถึงเติมเกมหนักมาก เขาบอกว่า ก็ไม่รู้เหมือนกัน แค่อยากเติม อยากได้ของ"

"ต้องไปดูในกลุ่มเทรด ถ้าจะซื้อ-ขายไอเทมกันจริงๆ เพราะว่าบางทีเขาเติมเพื่อขายเยอะๆ เขาก็จะได้ไค้ดมาเยอะ เขาก็จะลดราคาบ้าง มีของแถมบ้าง มันก็จะประหยัดเงินเราไปเยอะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"ถ้าทำใจไม่ได้ที่จะซื้อของในเกม ก็แนะนำให้ปิดเกมไปก่อน (หัวเราะ) เพื่อจะได้ทำใจก่อนสัก 2-3 วันค่อยเปิดเกมมา ถ้ายังอยากได้ไอเทมนั้นจริงๆ ก็จะได้คิดก่อน ย้ำตัวเองก่อน อย่าเพิ่งนะ" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคเหนือ)

"มันก็ขึ้นกับตัวของเราเองด้วยครับว่าเราจะสามารถควบคุมตัวเองไม่ให้ติดได้มากน้อยแค่ไหน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"คนบางคนไม่สามารถควบคุมในจุดๆ นี้ได้ มันก็จะทำให้เสียเงินไปเรื่อยๆ ก็เข้าทางบริษัทเขาที่ได้เงินไปฟรีๆ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"พอช่วงมัธยมค่อยเริ่มเข้าสู่เกมออนไลน์ก็ได้ ค่อยๆ พัฒนาไปที่ละสเต็ปก่อนครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"การกำหนดเรตและกำหนดช่วงอายุ ในไทยผมคิดว่าทำได้ยากครับ เพราะเรื่องบางเรื่อง บางคนยังแอบทำเลยครับ ขนาดร้านเหล้า บางคนอายุไม่ถึง 20 ปี ยังแอบเข้าเลยครับ แล้วถ้าเอาเรื่องสิทธิเกม ผมว่าไม่รอด อย่งไรสุดท้ายก็ต้องมีเด็กที่อายุไม่ถึงแอบไปเล่นเกมอยู่ดีครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ขนาดเรื่องการ bully มีมาตรการตั้งเยอะตั้งแยะที่ให้ลดการ bully แต่สุดท้ายทุกวันนี้สังคมไทยก็ยังมีการ bully อยู่เลย" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ในสังคมเกมก็มีการ bully เยอะนะครับ แบบชอบด่ากันว่า กระจอก ไอ้ไก่ แบบนี้นะครับ ชอบด่ากัน ชอบขิงกันเวลานำเขามากกว่า 2-3 ลูก ไปด่าเขาว่าอ่อน กระจอก อะไรพวกนี้ครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมก็เป็นคนหนึ่งครับที่เคยไป bully คนอื่น ตอนนั้นยังเด็กครับ แต่ว่าตอนนี้พอโตขึ้นความคิดเริ่มเปลี่ยน ก็เล่นไปของเราครับ แต่ก็ มีเพื่อนบ้าง มีขิงบ้าง ฆ่าๆ ครับว่า ไอ้ไก่ บ้าง เวลาชนะเราต้องขิงขิงก่อนมันครับ (หัวเราะ)" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ผมก็เป็นคนหนึ่งครับที่เคยโดน bully ตั้งแต่เด็ก แบบชอบโดนเพื่อนแกล้ง ไม่รู้เพราะอะไรครับ แล้วตอน ม.ปลาย หนักสุดครับ คือ คนที่ไม่รู้จักมา bully ตอนนั้นผมเป็นจิตอาสาของ รด. ครับ คนนั้นก็มา bully ผมครับว่า เฮ้ย! ไอ้เหี้ย! ทำดีเอาหน้าเหรอะ!? ไอ้สัตว์! ประมาณนี้ครับ ตอนนั้นก็น้อยใจมากครับ เพราะเราโดนแกล้งอยู่ฝ่ายเดียว เราทำอะไรไม่ได้เลย เป็นคนไม่สู้ คนด้วยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แต่พออยู่มหาวิทยาลัย ความคิดก็เริ่มเปลี่ยนครับ เริ่มสู้คน เอาสิถ้ามีคนมา bully ก็ปล่อยไปเลยครับ ถ้าเราไป bully กลับ มันก็จะไม่จบไม่สิ้นสักทีครับ เราอยู่เฉยๆ แล้วเขา bully เราก็อ้างเขา ถ้าเราไม่ได้ทำอะไรผิด เขาก็ไม่ต้องสนใจเขาครับ สุดท้ายคนที่ bully เรา วันหนึ่งก็จะได้รับผลกระทบที่มันทำกับเราไว้เองครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"คนที่ bully คนอื่นนี่เขาน่าสงสารนะครับ คนนั้นเอาผิดอะไรถึงไป bully เขา" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"แพกเกจแบบจำกัดการซื้อ มันก็มีนะครับ บางอาทิตย์จะมีแพกเกจที่แบบว่า เดิม 2,000 บาท ได้อาวุธแรร์ที่เป็นสีม่วงอันแรกในเกม พวกมันดีสวยๆ แต่เอาจริง ๆ มันก็ไม่ได้ใช้ แค่เอามาประดับตัว จริงๆ ก็ไม่เอาดีกว่า คือเดิมไปแล้วได้ของแค่นี้มันไม่คุ้มครับ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เกมคือสิ่งที่จำลองมาให้เราเล่น แต่นี่คือชีวิตจริง มันไม่สามารถทำอย่างเกมได้" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

การได้รับการส่งเสริมเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ การแข่งขัน จากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้ทรงคุณวุฒิได้สะท้อนถึงสภาวะการณ์ของอุตสาหกรรมเกมที่เกิดขึ้นในสังคมไทย พบว่ามีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์เพียงพอแล้ว แต่ยังคงขาดการควบคุมและป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นจากบริบทของเกมออนไลน์ อาทิ ปัญหาเด็กติดเกม ปัญหาการเรียน การจัดการแบบบูรณาการในอุตสาหกรรมเกมของผู้ที่ประกอบอาชีพ

และมีรายได้จากการเล่นเกมออนไลน์/การแข่งขันเกมออนไลน์ และแนวทางในการส่งเสริมอาชีพที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมเกมอย่างเหมาะสม

"เด็กอายุ 13 ปี พ่อแม่พามาพบแพทย์เพราะผลการเรียนตกต่ำ มีหนี้ออกจากบ้าน สมาธิสั้น มีอาการทางจิต เป็นต้น ทำให้เรารู้สึกว่า ไม่ใช่แค่คนในครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบกันเอง เป็นปัญหาที่ทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบ มันไม่แฟร์ ทำไมภาครัฐไม่รู้เห็นอะไรเลย แล้วทำไมผู้ประกอบการถึงได้ประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ส่งเสริมตามหน้าที่ มี พรบ.การกีฬาแห่งประเทศไทย ก็ส่งเสริมโดยตัวบทกฎหมาย และสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย ก็มีสมาชิก มีนักธุรกิจเข้ามาดูแลตรงนี้ อุตสาหกรรมเทเลคอม โทรคมนาคม TRUE, AIS, DTAC ก็มีกิจกรรม มีเงินมหาศาล กระโดดเข้ามาแย่งเค้ก เพราะเขามองว่าโทรศัพท์มือถือ ถ้าแค่โทรเข้าโทรออก เดือนละ 50 บาท แต่ถ้ามีกิจกรรมให้เล่น มีเกม มันก็เดือนละ 300 บาท ขึ้นไป แปลว่ามันมีมูลค่าเพิ่มขึ้น มีผลประโยชน์มหาศาล ใครจะไม่เข้ามาแย่ง อันนี้เขาพูดเองนะ DTAC พูด เหตุผลออกข่าวเลย จึงเป็นปรากฏการณ์ที่ในส่วนของการส่งเสริมไม่ค่อยห่วง เงินมันเยอะ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ปัญหาติดเกมเป็นอะไรที่มีทุกภาค และเป็นส่วนที่มันกระทบหลายอย่าง อย่างเด็กเนี่ย ปัญหาการเรียนคือมาเป็นอันดับหนึ่ง ต้องออกจากระบบโรงเรียน เด็กเริ่มเกเร ผู้ปกครองก็อยู่ไม่เป็นสุข อันนี้เป็นเสียงจากผู้ปกครอง จากสภาเด็กยังมองเป็นปัญหาเลย ต้องมองให้รอบด้าน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"มองจากยอดปีรามิตลงมา ทุกคนบอก โห! เป็นนักกีฬาอีสปอร์ต คุณมีเงินเดือน คุณแข่งต่างประเทศ เกมนี้ DOTA2 เงินระดับร้อยล้าน เงินรางวัลสูงที่สุดกว่ากีฬาใดๆ ถ้าจริง ๆ ว่ามีกีเปอร์ตชนิดที่ไปถึงจุดตรงนั้นได้" (นิธิพัทธ์ ประวิณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"เหมือนนักฟุตบอล นักบาสเก็ตบอล มีกีเปอร์ตที่ผู้เล่นติดทีมชาติ ฉะนั้นต้องดูไม่ใช่ว่าไม่ให้ลองเล่นนะ ทุกคนมีฝัน ทุกคนอยากลอง อยากเป็นนักกีฬา อยากฝึกซ้อม แต่เมื่อไรถึงจะหยุด เมื่อไรถึงจะรู้ว่ามันไม่ใช่ ไปไม่ถึง" (นิธิพัทธ์ ประวิณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ไปต่อไม่ได้ ทำอย่างไร ก็เลิกเล่น หรือจะเล่นต่อเพื่อเป็นงานอดิเรก หรือมีอาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง ไปสมัครเป็นผู้ช่วยโค้ช ไปเป็นโค้ช อะไรก็ว่าไป อีสปอร์ตก็ไม่ต่างกัน วันนี้ยังไม่มีคนฉายภาพให้เห็นเลย โห! กว่าคุณจะเป็นนักกีฬาระดับนั้น เด็กกลุ่มนี้มีกีเปอร์ตแต่ในขณะที่อุตสาหกรรมต่อเนื่อง คุณเล่นไม่เก่ง แต่คุณวิเคราะห์เกมเก่ง คุณไปเป็นผู้จัดการทีมได้นะ แสดงว่าประสาทคุณไม่ไวเท่าเพื่อนแค่นั้นเอง แต่คุณรู้แพทเทิร์นในการเล่น และคุณก็สามารถฟอร์มทีมได้ เป็นหัวหน้าทีมได้ หรือคนเล่นเกมไม่เก่ง แต่มีศิลปะในการพูด ในการพากย์ ในการใช้ภาษา คุณไปเป็นนักพากย์เกมได้ หรือคุณเป็นคนเขียนเกมได้ ไปเรียนเลย animation 2D 3D

กราฟิก เพื่อที่จะจบออกมาไปสมัครงานบริษัทเกม เขียนเกม หรือไปจัดเป็นออแกไนเซอร์แข่ง เกมก็ได้ นี่คือนสิ่งที่เด็กควรเห็นองคภาพทั้งหมดว่า ถ้าคุณยังรักในอุตสาหกรรมเกมนี้ คุณมีจ๊ิก ซอร์ตังหลายตัว และก็ไปหยิบคนที่ประสบความสำเร็จตรงจุดนั้นๆ มาแชร์ นี่น่าจะเป็นวิธีบริหาร จัดการที่ดีกว่าการไปบล็อก ไปห้าม" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ผมก็ยังเห็นว่ามันควรต้องมีการทำทั้งสองขานะ ส่วนคนที่ในชาติที่เป็น professional ก็ สนับสนุนได้เต็มที่แล้ว เพียงแต่ว่าการคัดกรองเข้ามา กลไก ก็จะต้องให้ทางสมาคม หรือทางใด เป็นผู้ดูแล ว่ากว่าจะเข้ามาได้เนี่ย ต้องมีอะไรบ้าง" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"มีการรองรับคนที่พยายามจะเข้ามาแต่เข้ามาไม่ได้ แล้วเขาไปไหนต่อ อย่างกีฬา เขาก็ไปเป็นโค้ช ถ้าไม่ติดทีมชาติ แต่ถ้าถ้าเป็นเกม เกมเมอร์ แล้วจะมีวิธีอย่างไรต่อ บางคน อาจจะดึงเอามาช่วยในการรณรงค์ให้การเล่นเกมเป็น healthy gamer, รู้เท่าทันเกม, balance อย่างไร เพราะตอนนี้ยังไม่มี guideline จะส่งเสริม หรือจะอย่างไร" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

กฎ ระเบียบของร้านเกม กฎหมาย ที่ออกมา ในการควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกม

ในประเทศไทยไม่มีกฎหมายที่มากำกับดูแลเกมโดยเฉพาะ มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ ต้องมีการร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติการกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม กำกับที่ตัวเกม และกำกับที่การประกอบกิจการเกม และให้ความสำคัญกับเด็กและวัยรุ่นเป็น สำคัญ โดยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ได้แก่ ครอบครัว ครู เพื่อน ผู้ประกอบกิจการเกม ร้านเกม หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สำหรับการกฎหมายจำเป็นต้อง ใช้ 3 หลัก อย่างมีความสมดุล ได้แก่ 1) ป้องกัน คุ่มครองเด็ก (Child Protection) 2) ธรรมาภิบาล (Good Governance) โปร่งใส ปลอดภัย ตรวจสอบได้ และ 3) ความรับผิดชอบร่วม (Collective Responsibility) ใน 2 มิติ มิติแรกคือ การ จัดตั้งเป็นกองทุน มิติที่สอง คือ ต้องประกอบกิจการอยู่ในขอบเขต โดยใช้หลักการผู้ก่อมลพิษ เป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle: PPP)

"ในเรื่องของกฎหมายเกี่ยวกับเกมยังไม่มีเลยในประเทศไทย ต่างจากต่างประเทศที่จะ มีในเรื่องของมาตรการทางสังคมหรือเชิงสังคม ไม่ว่าจะเป็น การจัดเรตติ้งออนไลน์ กับอีกอันก็คือ พระราชบัญญัติ ก็จะมีในหลายๆ กฎหมาย อย่างพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการพนัน, สุขภาพ, การ กีฬา, ถ้าเกี่ยวกับเกมออนไลน์ก็จะเป็นพระราชบัญญัติเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์, การคุ้มครองเด็ก ซึ่งถามว่า ปี พ.ศ. กับความก้าวไกลของเทคโนโลยีมันก็ไม่สัมพันธ์กัน บางพระราชบัญญัตียัง 2400 กว่า ก็คิดว่าสิ่งเหล่านี้ก็คงกำลังมีการบูรณาการและเป็นการขับเคลื่อนงานด้านกฎหมาย เพื่อให้มีความทันสมัยมากขึ้น" (ทิพาวรรณ บุราณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"จริงๆ กฎหมายก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ ถ้าคุยกับนักกฎหมาย นักกฎหมายก็จะบอกว่า นักกฎหมายก็เปรียบเหมือนกับสถาปนิกสังคม ทำให้สังคมปราศจากอาชญากรรม ความรุนแรง อยู่ร่วมกันได้อย่างผาสุก แต่จริงๆ แล้วก็อาจจะมีการจัดการอย่างอื่นที่เป็นเชิงรุก เช่น การควบคุมเกี่ยวกับผู้ประกอบการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต ร้านเกม หรือผู้ให้บริการเซิร์ฟเวอร์ต่างๆ ให้มีความรับผิดชอบร่วมกันมากขึ้น" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ในไทยไม่มีกฎหมายที่มากำกับดูแลเกมโดยเฉพาะ ต้องมีการร่างกฎหมายเกม" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"พระราชบัญญัติการกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม กำกับที่ตัวเกม และกำกับที่การประกอบกิจการเกม เพราะไม่มีกฎหมายดูแลผู้ประกอบการเกม" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมาย มันต้องมีกฎหมายที่กำกับดูแลเกม ต้องจัดเรตติ้ง นี่คือประเด็นสำคัญ" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"item trading ในประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นเรื่องการพนัน ใช้กฎหมายพนันในการกำกับ" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"กฎหมายต้อง ใช้ 3 หลัก ต้องมีความสมดุล คือ 1. ป้องกันคุ้มครองเด็ก (Child Protection) 2. ธรรมภิบาล (Good Governance) ต้องโปร่งใส ปลอดภัย ตรวจสอบได้ เพื่อที่จะบอกว่ากิจการเกมคุณพร้อมที่จะประกาศรายได้ รายจ่ายนะ เด็กเล่นเกมเสียเงินไปประมาณไหน ต้องประกาศออกมา พ่อแม่จะได้รู้ ไม่ใช่เสียเงินไป 5 แสนแล้วยังไม่รู้ การจัดแข่งขันต้องมีประกาศกติกา ทำอย่างไรถึงจะรู้ว่าไม่โกง 3. ความรับผิดชอบร่วม (Collective Responsibility) ความรับผิดชอบร่วม คือ หนึ่ง เป็นกองทุน สอง คือ ต้องประกอบกิจการอยู่ในขอบเขต ใช้หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle: PPP) ใครสร้างความเสียหาย คุณต้องจ่าย จะให้คนอื่นมาแบกรับค่าใช้จ่ายตรงนี้ได้ยังไง คนที่ก่อมลพิษต้องเป็นผู้รับผิดชอบ" (ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"Ideal ที่ดีที่สุด ก็คือ ต้องเริ่มจากในบ้าน ต้องมีคนดูแล ต้องถามก่อนว่าปัญหามาจากไหน ถ้าปัญหาจากการยับยั้งชั่งใจ ก็ต้องหาคนที่มาช่วยยับยั้งชั่งใจเขา ซึ่งหน่วยที่เล็กที่สุดก็คือ ครอบครัว ผู้ปกครอง ที่มายับยั้งชั่งใจ" (วรรษชัย ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ถ้าขยายกรอบออกจากครอบครัว จะเป็นเพื่อน ครู" (วรรษชัย ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ถ้าเป็นร้านเกม ต้องมีกลไกที่จะมาช่วยให้เขายับยั้งชั่งใจ อันนี้พูดถึง เวลาในการเล่น" (วรรษชัย ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ร้านเกม ต้องมีผู้ควบคุม กลไก ต่างๆ การจัดระเบียบควรเป็นอย่างไรจึงจะเหมาะสม มีการควบคุมเวลาที่เหมาะสมในการเล่นของเด็กได้หรือไม่ ควบคุมการใช้จ่ายเงินได้หรือไม่" (วรรษชัย ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

แนวทางการบริหารจัดการ พฤติกรรมการเล่นเกมที่เหมาะสม การส่งเสริม การป้องกัน และการแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยต่อวัยรุ่น

การควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเล่นเกมน (Control)

เด็กและวัยรุ่นควรมีสติธิเสรีภาพในการเล่นเกมนบนความรับผิดชอบ โดยมีการสร้างต้นแบบที่มาตรฐาน (Role Model) เพื่อเป็นข้อกำหนด ข้อตกลง เพื่อการควบคุมที่ชัดเจน และไม่ใช้การบังคับ

"เด็กทุกคนควรมีสติธิเสรีภาพในการเล่นเกมน อย่าไปริดรอนเสรีภาพในการเล่นเกมนของเด็ก สติธิเสรีภาพเป็นเรื่องหอมหวาน แต่ต้องมีสติธิเสรีภาพบนความรับผิดชอบ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ผู้ปกครองต้องมีกฎระเบียบ ดูแล เอาใจใส่" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ต้องสร้างลิมิต มีกรอบ มีการควบคุม" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เกมออนไลน์อยู่ที่ไหนมันก็เล่นได้ มันไม่เหมือนเล่นสนุกเกอร์ ถ้าปิดสี่ทุ่ม ก็เล่นไม่ได้แล้ว แต่เกมเนี่ยมันเป็น global เนอะ คุณเล่นตอนไหนก็มีคนเล่นกับคุณได้ทั่วโลก ฉะนั้นวิธีการบังคับเนี่ย พี่คิดว่าไม่ใช่วิธีที่ได้ผล 100% คิดว่าวิธีการที่จะควบคุม ควรจะมีลักษณะการสร้าง Role Model ที่ชัดเจนขึ้นมาเป็นแบบให้เห็นมากกว่า" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

การจัดการระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับเล่นเกม (screen time management)

ต้องมีการสื่อสารด้วยการตกลงพูดคุยกับผู้เล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดกติกา ข้อตกลง การจัดการหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และระยะเวลาที่เหมาะสมร่วมกันในการเล่นเกมนอย่างปลอดภัยที่จะไม่เข้าสู่ภาวะเกิดโรคติดเกม ควรใช้เวลาหน้าจอ 1-2 ชั่วโมง ต่อวัน โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) สำหรับวัยเด็ก อายุ 6-12 ปี ไม่ควรเกิน 1 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) สำหรับวัยรุ่นที่เล่นเกมเพื่อการผ่อนคลาย ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน
- 3) สำหรับวัยรุ่นที่เล่นเกมเป็นอาชีพ ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีตารางฝึกซ้อม และการพักผ่อนที่ชัดเจน

"การคุยกับเด็กและวัยรุ่นไม่เหมือนคุยกับผู้ใหญ่ เพราะฉะนั้นต้องสร้างกติกาที่มีการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ต่อกัน คุยกับนักเรียน หรือพ่อแม่กับลูก ก็ต้องมีการคุยกันตั้งแต่แรกเริ่ม เช่น ตกลงกันว่า เล่นเกมได้วันหนึ่งไม่เกินเท่านี้ๆ แต่ถ้ามีกิจกรรมอื่นๆ ต้องพักการเล่นนะ เป็น

ต้น คือต้องมีการวางแผน ถ้าไม่ได้ตกลงกันตั้งแต่แรกเริ่ม แล้วมีการแก้เราก็จะถูกต่อต้าน" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ออสเตอเรเลีย การจำกัดเวลาหน้าจอ ไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน และต้องรับชมแต่เนื้อหาสร้างสรรค์ซึ่งบวก เขาให้ความสำคัญกับพฤติกรรมเนือยนิ่งหรือ sedentary behavior ไม่ว่าจะ เป็นนั่งนิ่ง นอนดูโทรทัศน์ นั่งทำงานนิ่งๆ ซึ่งก็จะส่งผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาวโดยเฉพาะ การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวาน ความดัน มะเร็ง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ถ้าเป็นเด็กๆ เล่นเกม พ่อแม่ควรจะควบคุมเวลาให้ลูก เวลาอยู่หน้าจอ สัก 2 ชั่วโมงนะ ให้ Fix เวลาเขาไว้ อย่าใช้การหักดิบ ยึดโทรศัพท์ ไม่ให้เด็กเล่น มันก็ไม่ดีเนอะ ทำให้เด็กต่อต้าน" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"ถ้าเป็นวัยรุ่น ก็ต้องให้เขาบอกตัวเอง ให้ห้ามใจตัวเองให้ได้ เพราะเขาก็โตแล้ว จะให้พ่อแม่มาบอกตลอดเวลา มันก็ไม่ได้" (วัยรุ่นหญิง 21 ปี ภาคกลาง)

"อย่าให้การเล่นเกมกินเวลาชีวิตไปมากเกินไปจนกระทบกับชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องงาน เรื่องเรียน เล่นให้เหมาะสม เวลาเล่นให้ตั้งสติ ก็แค่คนในเกม เรื่องราวในเกมอย่าเอา มาปนกัน" (วัยรุ่นหญิง 22 ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"ข้อมูลของการศึกษาวิจัยที่ได้ตีพิมพ์ในสมาคมจิตแพทย์ ของกุมารแพทย์ประเทศไทย เนอะ วัยเรียน 6-12 ปี ไม่ควรเกิน 1 ชั่วโมงต่อวัน วัยรุ่นขึ้นไป ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน แต่ทั้งนี้ ทั้งนั้น screen time ก็คือจำนวนเวลาที่ปลอดภัย ที่จะไม่เข้าสู่ภาวะเกิดโรคติดเกม" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เล่นคลายเครียดจริงๆ เล่นวันละ 1-2 ชั่วโมง ก็น่าจะเหมาะสมแล้ว" (นิธิพัทธ์ ประวีณ วงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"แต่ถ้าเล่นเกมเป็นอาชีพ ก็จะมีแพทเทิร์นในการฝึกซ้อม มีวิธีบริหารจัดการเหมือนกีฬา ประเภทหนึ่ง เล่นต่อวันก็ประมาณ 1-2 ชั่วโมงนะ แต่ว่าจะมีตารางกำหนดการฝึกซ้อมที่แน่นอน บางเกมที่เล่นเป็นทีม ก็จะมีการทำแคมป์ของสโมสรอยู่ ซึ่งแคมป์เนี่ยจะเก็บตัววันที่ซ้อมทีม ต้องมานั่งเรียงกัน คนนี้ทำอะไรๆ ช่วงที่ไม่ใช่วันที่ซ้อมทีมก็ซ้อมอยู่ที่บ้าน" (นิธิพัทธ์ ประวีณ วงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ที่บ้านก็มีการตั้งกฎหลวมๆ ก็คือต้องมีความรับผิดชอบตัวเองในการทำงาน เรื่อง เรียน มีการจำกัดเวลาเล่น เวลาเล่นก็ควรมี station ให้เห็นเขา แต่บางทีก็มีเล่นในมือถือบ้าง ก็มี เราก็พยายามต้องพูดบ่อยๆ คือ เด็กเนี่ย เราก็ต้องพูดบ่อยๆ เนอะผมว่า เพราะเรื่องนี้มันก็พูด ยาก คงไม่สามารถพูดทีเดียวแล้วจะเชื่อ เพราะมันเป็นธรรมชาติเด็ก เขาไม่ใช่หุ่นยนต์ที่พูด ทีเดียวแล้วจะทำตามคำเราทุกอย่าง" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ว่าถ้ายังพูด ก็ยิ่งกดดันให้เด็กรู้ว่าพ่อแม่อยากได้อย่างนี้ๆ นะ ถ้าเด็กทำให้ได้ พ่อแม่ก็ต้องให้กำลังใจ ชื่นชมเขาเวลาที่เขาควบคุมตัวเองได้ เราบอกให้เลิก เขาก็เลิก แบบนี้โอเค"

ถ้าอย่างนี้เราก็ให้เล่นเกมได้ แต่ถ้าเมื่อไรที่พูดแล้วไม่เลิก แสดงว่าเริ่มติดเกมแล้ว เพราะฉะนั้น พ่อจะไม่ให้เล่นแล้ว เขาก็จะรู้ว่าขอบเขต boundary ของเขาคืออะไร" (วรวิญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"แต่ในฐานะที่เราเป็นคนเล่นเกมมาก่อน เราก็รู้ว่ามันก็แบบ เดียวต่อไปเขาไปอยู่ หอพัก เขาก็คงเล่นเกมทั้งคืน มันก็มีได้ เราก็ไม่ได้แบบจะต้องไปตกอกตกใจอะไร คนติดเกมเขาก็เป็นผู้เป็นคนได้เหมือนกัน ไม่ใช่แบบติดเกมปั๊บ เสียคนปั๊บ" (วรวิญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"มันถึงจุดหนึ่ง คือบางที่ต้องให้เขาคิดเอง ว่าถ้าเกิดเขาเล่นเกมทั้งคืน วันรุ่งขึ้นเขาไม่รู้เรื่องเลย ทำอะไรไม่ได้ เขาก็คงเซ็งเหมือนกัน" (วรวิญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

การซื้อขาย ไอเทม สินค้าเสมือนในเกม และการพนันในเกมออนไลน์ (Item trading and virtual goods)

ต้องมีการร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการเกมออนไลน์ในการกำหนดมาตรฐานกลางร่วมกันโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม เพื่อคุ้มครองผู้เล่น กำหนดจำนวนซื้อของในระบบเกมที่เหมาะสม จำกัดดวงเงินในการเล่น โดยจัดทำและพัฒนาเป็นซอฟต์แวร์ โปรแกรม หรือแอปพลิเคชันสำหรับใช้จัดการการซื้อขาย ไอเทม สินค้าเสมือนในเกม และการพนันในเกมออนไลน์โดยเฉพาะ

"ต้องเข้าใจและตระหนักตรงกันก่อนว่า เกมมันมีผล ผลในด้านลบด้วย มันไม่ใช่สนุก บันเทิงอย่างเดียว แล้วได้เงินจำนวนมาก จริงๆ จากเคสที่ลงแข่ง หมอได้คุยในเชิงลึกทุกเคสนะ ไม่ได้เงินเลยสักบาท ได้เสื้อตัวเดียว เด็กที่ลงแข่งเกมจริงๆ เนี่ยที่เขามาแล้ว ต้องออกจากระบบ การศึกษา" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ถามว่าเขาได้เงินรางวัลอย่างที่อีสปอร์ตสากลได้เป็นล้านบาทไหม ไม่มีเลย แต่ถามว่า ในการลงแข่ง เด็กเสียอะไรบ้าง เสียค่าโทรศัพท์แน่ๆ แพกเกจต่างๆ อันลิมิตเนอะ เติมเงิน เติมเพื่อลุ้น เพื่อให้เก่งขึ้น เพื่อให้ได้ไปแข่ง พอแข่งจริงๆ ไม่เป็นไปตามที่หวังไว้ ก็จบ เกมนั้นก็จบไป แต่ผลเสียที่ตามมา ก็ขาดเรียนไปแล้ว เวลาไม่พอ ไปเรียนไม่ได้ ไม่อยากไปโรงเรียน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ให้พยายามเติมน้อยลง ยับยั้งจิตใจในตอนที่กำลังเล่นเกมบ้าง ถ้าเติมมากเกินไป ผมว่าเขา ก็จะเสียเงินมากไปด้วย" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

"เรื่องการพนันกับกฎหมาย เว็บพนันที่ถูกกฎหมายก็มีนะครับ แต่ต้องทำให้ชัดเจนครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ถ้าเป็นเรื่องของการซื้อไอเทม การพนัน ก็คือ ผู้ปกครองก็ต้องดูแลอยู่ดี เพราะเงินก็เป็นของผู้ปกครอง ต้องดูแลการใช้จ่ายของเด็กในปกครอง ถึงแม้จะมีเงินแต่ก็ไม่ใช่ว่าเราควรจะสนับสนุน เพราะว่ามันก็จะกลายเป็นว่าไม่มีขอบเขต" (วรวิญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ส่วนตัวเอง ควรต้องมีการคัดกรอง สมมติว่า การใช้จ่ายเงินซื้อของในเกม ควร กำหนดให้ซื้อของได้มากที่สุดวันหนึ่งๆ เท่าไร ควรมีลิมิตเท่าไร Operator ตอนนี้องที่มีข่าว คุณก็ รั้น ก็จะทำอะไรได้บ้าง นี่หมายถึงเชิงเทคนิคนะ ว่าแบบซื้อได้วันหนึ่งไม่เกินเท่านี้ๆ ซึ่งอันนี้ไม่ แน่ใจว่าใครทำได้ในทางกฎหมาย ต้องมี software อะไรใหม่" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"การห้ามซื้ออาจจะยากเนอะ แต่ว่าอาจจะเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่ทำได้อีกคือ การทำ Software เข้ามาครอบไว้ จำกัดการซื้อที่เหมาะสม ถ้าเป็น web base ก็คงทำได้ หรือ application ที่เข้ามาเพื่อจำกัดเวลา จำกัดดวงเงินในการเล่น" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ทางรัฐควรสร้าง software อะไรขึ้นมาที่ไม่ใช่แค่เป็นการเตือนนะ แต่เป็นการห้าม เลย หมายถึง การจำกัดดวงเงิน จริงๆ ก็เป็นการสมัครใจก็น่าจะได้นะ ให้ผู้ปกครองโหลดแล้วมีการ ผูกบัญชี เหมือนกับ ATM ที่มีการห้ามกดเงินเกินเท่าไรต่อวัน" (วรชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

การจำกัดเรตติ้ง เนื้อหา และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงเกม (Rating, Content and Age)

ในประเทศไทยยังไม่มีการจัดการโดยเฉพาะเรตติ้ง และเนื้อหาที่มีความรุนแรง เพศ ภาษา ที่เป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการเกมมีการกำหนดเรตติ้ง อายุ และจำกัดการเข้าถึงเกม ของผู้เล่นแล้ว แต่ต้องมีระบบที่สามารถตรวจสอบการยืนยันตัวตนผ่านระบบเกม และสามารถ ตรวจสอบได้จริง นอกจากนี้ผู้ปกครองต้องมีการตรวจสอบเรตติ้ง เนื้อหา และอายุที่เหมาะสมใน การเข้าถึงเกมออนไลน์ของเด็กและวัยรุ่นในปกครองด้วย

"ผมว่าทางบริษัทควรป้องกันเรื่องพวกนี้ใหม่ ก็ควรจะป้องกันเรื่องอายุนะครับ อย่าเพิ่ง ให้เด็กเข้ามายุ่งเรื่องการพนันก่อน" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"บริษัทก็เป็นส่วนหนึ่งที่ต้องจำกัดสิทธิ และควบคุมในจุดๆ นี้ แต่ว่ามากกว่าบริษัท ก็คือ ตัวของเราครับที่ต้องควบคุมให้ได้ อย่าให้เสพติดการพนัน และเสพติดการเติมเกมมากเกินไป" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ช่วงอายุที่เหมาะสมน่าจะเป็นช่วง มัธยมต้นขึ้นไป ช่วงประถมก็เล่นได้ นะครับ แต่ เด็กนะครับ น่าจะยังไม่ถึงกับขั้นเติมเกม เพราะยังไม่น่าจะมีเงินมาก" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ช่วงประถมเริ่มเล่นจากเกมออฟไลน์ก็ได้ ยังไม่ต้องเสียเงิน ฝึกสมาธิ ฝึกความรู้" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"rating หรือ content ที่เหมาะกับช่วงอายุ จริงๆ แล้วถ้าในของบริษัทเกมเองก็จะมี rating บอกเอาไว้" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"สหรัฐอเมริกา มีกฎหมาย Children's Online Privacy Protection Rule (COPPA) เขา ค่อนข้าง concern เรื่อง rating ซึ่งแตกต่างจากคนไทย คนไทยไม่รู้เลยมันมี rating ด้วย เล่น

ตามความนิยม ตามที่เขาโฆษณาโดยที่ไม่ทันได้นึกถึง rating" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เรื่อง rating เกม เว็บ commonsensemedia.org สิ่งเหล่านี้ก็สามารถ search ดูได้ โดยสามารถใส่ชื่อเกมเข้าไป ก็จะมีค่า เด็กคิดว่า อายุนี้ควรจะเหมาะ ผู้ปกครองคิดว่าอายุเท่านี้ จึงจะเหมาะ แล้วผู้เชี่ยวชาญคิดว่าอย่างไร" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ส่วนใหญ่เกมที่โฆษณาแพร่หลายในบ้านเรา หรือเกมที่มีลักษณะเล่นเป็นกลุ่ม ก็จะมี rating 12+ นะ ก็คือ ต้องมีความ brain maturity ความสมบูรณ์ของสมองในการแยกแยะผิดชอบชั่วดีที่ 12 ปี ขึ้นไป คล้ายๆ ในทางกฎหมายเนอะที่จะกำหนดการรับรู้ความผิดชอบชั่วดี ก็คือจะ 10-12 ปี เช่นเดียวกัน ก็อธิบายด้วยเรื่องของความสามารถในการรับรู้ความเข้าใจตามศักยภาพของสมอง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"เรื่องอีสปอร์ต ในหลายๆ ประเทศ แทบจะ adult only นะ คือ 18 ปี ขึ้นไปในเรื่องของการที่จะลงแข่งชิงเงินรางวัลหรืออะไรต่างๆ ก็ยังไม่ใช่เรื่องของเด็กเนอะ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"screen time อย่างเดียวไม่พอ ในบางวัย เช่น วัยรุ่น คุณพ่อคุณแม่ต้องใส่ใจ ยังจำเป็นต้อง screen content หรือว่าเนื้อหา โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีความรุนแรง เพศ ภาษา ขัดต่อศีลธรรมหรือกฎหมาย อย่างเกมบางเกมเป็นเกมก่ออาชญากรรม ยกตัวอย่างเช่น GTA หรือ แม้แต่การที่มีนักแคสเกมนี้มาแสดงให้ดู มาสอนวิธีการเล่น สอนวิธีการหาเงินจากเกม สิ่งเหล่านี้เด็กเลียนแบบ ซึมซับ และตามมาด้วยความก้าวร้าว รุนแรงได้ค่อนข้างเยอะ" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"พยายามดรอปลการเล่นลงมา ถ้าเล่นมากเกินไป ไม่อินเกินไป มันอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรม ความคิด ถ้าเอาสิ่งที่อยู่ในเกมมาทำจริง ๆ มันจะส่งผลร้าย ยิ่งเด็ก ๆ เขายังไม่รู้เรื่องจะซึมซับความรุนแรงได้ง่าย มีเลียนแบบ ทำตาม มีถือไม้ไล่ฟาดพี่น้อง" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

การทะเลาะกันและการระรานในเกม (Cyberbullying)

ในการดูแลระบบเกมของผู้ให้บริการเกมยังไม่สามารถควบคุมและจัดการการทะเลาะกันและการระรานในเกมได้ ควรมีการพัฒนาระบบตรวจจับ ตรวจสอบ และมีมาตรการจัดการกำหนดบทลงโทษที่เหมาะสม

"อยากให้เหตุการณ์ bully มันจบสักทีครับ ถ้าเป็นไปได้ก็อยากให้มีการควบคุมเรื่องการ bully อย่างเช่น ติดเครื่องตรวจสอบ ระบบตรวจจับ มาตรการเด็ดขาด ปรับ จำคุกก็ปีอะไรก็ว่าไปครับ ให้ทำเป็นกฎหมายไปเลยครับ" (วัยรุ่นชาย 21 ปี ภาคใต้)

"ต้องพยายามให้เด็ก ๆ อยู่ในสายตาของผู้ปกครอง เพราะว่าถ้าเขาเล่นมากเกินไป อาจเกิดความรุนแรงขึ้นมาได้นะคะ" (วัยรุ่นชาย 15 ปี ภาคตะวันออก)

การนอนหลับ-พักผ่อน

การนอนหลับ-พักผ่อนที่เหมาะสม ในวัยเด็ก ควรนอน 9-12 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่วัยรุ่น ควรนอน 8-10 ชั่วโมง

"ข้อมูลจากสาธารณสุขของออสเตรเลีย การนอนในเด็กที่อยู่ในวัยเรียน 5-13 ปี ควรนอนหลับ 9-11 ชั่วโมงต่อวัน สำหรับวัยรุ่น 14-17 ปี ควรนอนหลับ 8-10 ชั่วโมงต่อวัน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"ค่าเฉลี่ยการนอนจากข้อมูลวิจัยของ รศ.นพ.วีระศักดิ์ ชลไชยะ ภาควิชากุมารเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นไทย นอน 7-7.5 ชั่วโมงต่อวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การบ้าน กิจกรรมทางสังคมออนไลน์ ข้อเสนอแนะของอาจารย์ ช่วงวัยเรียน ควรนอน 9-12 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงวัยรุ่นควรนอน 8-10 ชั่วโมง และควรนอนก่อน 22.00 น. เพื่อให้ growth hormone หลัง" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

การออกกำลังกาย

เด็กและวัยรุ่นควรมีการเคลื่อนไหวร่างกาย โดยออกกำลังกายแบบแอโรบิกอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน และมีการบริหารกล้ามเนื้ออย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์

"จะมีข้อมูลที่เป็นของ Australian Government Department of Health นะคะ เป็นข้อเสนอแนะการเคลื่อนไหวร่างกายในเด็กและวัยรุ่น 5-17 ปี ทางสาธารณสุขของออสเตรเลีย แนะนำให้ออกกำลังกายแบบแอโรบิกอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน ต้องมีกิจกรรมกลางแจ้งสม่ำเสมอ ต้องมีการบริหารกล้ามเนื้ออย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการเด็กและวัยรุ่น ต้องใช้ศิลปะ และสร้างสรรค์ ใช้ความรัก และหวังดี ใช้การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

โดยหน่วยงานที่ทำงานด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว ต้องใส่ใจกับปัญหาพฤติกรรม การติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม การติดพนันในเกมออนไลน์ ต้องมีการบูรณาการทำงานกันทั้งระบบทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยสร้างภูมิคุ้มกัน สร้างการรู้เท่าทัน มีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม

"หน่วยงานที่ทำงานด้านเด็กและครอบครัว ต้องใส่ใจกับปัญหานี้ และสร้างการรู้เท่าทัน สร้างภูมิคุ้มกันให้เขาอยู่กับสินค้าชนิดนี้อย่างมีความสุขทุกฝ่าย อย่างไม่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ไม่เป็นภาระกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ครู เป็นองค์กรที่มีหน้าที่โดยตรง และทำงานอย่างเป็นระบบในการถ่ายทอดให้เด็ก แต่ต้องมีการอบรมครูก่อน ถ้าไปเริ่มที่พ่อแม่ เราก็คงไม่มีความมั่นใจว่าเมื่อไรพ่อแม่จะสอนเด็ก" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การบริหารจัดการเด็กและวัยรุ่น ต้องใช้ศิลปะ และสร้างสรรค์ ใช้ความรัก และหวังดี" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การสื่อสารกับเด็กต้องคุยกันด้วยกติกา คุยเรื่องชีวิตของเขาว่ายังมีอะไรให้อีกเยอะนะ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"การยืนยันตัวตนของเด็กก่อนจะซื้อของในเกมควรต้องมีอยู่แล้วนะ ควรจะมีการกำหนดอายุ ซึ่งต้องทำให้ได้จริงก่อน" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ร้านเกม จะควบคุมอย่างไร มีข้อจำกัด มีกรอบให้ชัดเจน" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สมมติว่าบริษัทเอกชนจะเข้ามาเป็นสปอนเซอร์ มันเหมือนรู้เท่าทันสื่อนะ คุณสนับสนุนเกม แต่ว่าคุณก็ต้องมี part ที่รับผิดชอบเรื่องของสังคมด้วย" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"อย่าง Garena Thailand คุณทำอะไรเกี่ยวกับเรื่องพวกนี้ใหม่ มีเงื่อนไข หรือมีอะไรสักอย่าง เพราะว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบทั้งสองด้าน" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เหมือนกับกรมสรรพสามิต หรือโรงงานยาสูบ คือคุณผลิตบุหรี่ แต่คุณก็ต้องทำ CSR คุณก็ต้องแบ่งเงินไปให้กับรัฐ เพราะว่าคุณไทยก็ต้องติดโรค ติดเชื้อกัน อะไรทำนองนี้ หรือแม้แต่เรื่องของการติดเหล้า" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เกมก็มีลักษณะเดียวกัน สมมติว่า สมาคมหรือองค์กรหน่วยงานใดที่เขาได้เงินจากการเล่นเกมของคนไทยมา มันก็ควรต้องตัดแบ่งเปอร์เซ็นต์ไปเลย สมมตินะ ที่เขาให้ สสส. เนี่ย ได้ทีหนึ่งก็ หลายพันล้าน คนไทยเนี่ยกินเหล้าเพิ่มขึ้นทุกปี" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"ถ้าเกิดคุณรู้ว่าเด็กไทยที่เล่นเกมเนี่ย จะส่งเสริมเนี่ย คนไทยจะเล่นเกมเพิ่มมากขึ้น มันก็ต้องมีผลกระทบเพิ่มมากขึ้น คนที่ติดเกมมากขึ้นแน่นอน เพราะฉะนั้นเงินส่วนหนึ่งที่เป็นภาษี คนเล่นเกมก็ต้องยอมจ่ายเงินมากขึ้น สมมตินะ คือต้องแบ่งเอามาทำตรงนี้ ก็เปอร์เซ็นต์ก็เข้าไปในการเอามาทำเป็นกองทุนเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการเล่นเกม หรือการสร้างอาชีพจากการเล่นเกม เป็นต้น" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"สมมตินะ มาผูกกับกองทุนสื่อ 2 เปอร์เซ็นต์ หรือว่าก็เปอร์เซ็นต์มาเข้ากองทุนสื่อ แล้วกองทุนสื่อก็ต้องมีโจทย์ทุกปี ให้ผู้กองทุนมาทำเรื่องการแก้การติดเกม หรือการรับผลกระทบจากการติดเกม" (วรรษชัย คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

การส่งเสริม

ส่งเสริมให้เด็กและวัยรุ่นที่เล่นเกมออนไลน์ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้เล่น แต่ให้ใช้เทคโนโลยีใช้เกมอย่างรู้เท่าทัน ในขณะที่ต้องส่งเสริมผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมที่ดี ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม

"สำหรับเกม มันไม่ต้องส่งเสริมมาก มันไปได้ด้วยตัวของมันเองอยู่แล้ว เพราะเกมเป็นสินค้าที่สนุก ขายได้ดี แล้วก็ยังมีกลุ่มเป้าหมายกว้าง และนับวันมันจะโตขึ้นเรื่อยๆ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ต้องส่งเสริมกิจการที่ดี ที่มีความรับผิดชอบต่อ และสร้างสรรค์มากกว่า ผู้ประกอบการที่ดีคือมีแรงจูงใจที่ทำให้เขาทำธุรกิจดี มีความสมดุล มีความรับผิดชอบต่อสังคม" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม สร้างนวัตกรรมจากเทคโนโลยี" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ส่งเสริมให้เขาไม่ใช่แค่ผู้เล่น ส่งเสริมให้ผู้คนในสังคม ใช้เทคโนโลยี ใช้เกมอย่างรู้เท่าทัน" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

การป้องกัน

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกม หน่วยงานที่รับผิดชอบ และสื่อที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ ต้องใช้วิธีการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เป็นกลาง และเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้จริง ไม่ชี้นำ หรือทำการบิดเบือนประเด็น

"วิธีการป้องกัน แทนที่จะบล็อก หรือให้ตัวอย่างเชิงลบ เด็กติดเกมแล้วไปฆ่าคนโน้นคนนี้ แล้วเอามาเล่นเกม เราคิดว่าปัจจุบันนี้มีตัวอย่างเชิงลบพอสมควรแล้วเนอะ เราเห็นสื่อต่างๆ พยายามโยนให้เป็น negative แต่ตัวอย่างที่เป็น positive พี่ไม่เคยเห็นเลย" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ตอนนี้มีหน่วยงานภาคอื่นๆ กำลังห่วงเด็ก เขาก็จะทำ ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient : DQ) อย่าง AIS ขายเรื่องนี้ ก็ไปเอาหลักสูตรจากสิงคโปร์มา แล้วก็กำลังจะเข้ากระทรวงศึกษาธิการ จะทำการจัดแข่งเกม ต้องห่วงอะไรบ้าง ต้องมีมาตรฐานนะ ในการปกป้องคุ้มครองเด็ก เรื่องพนัน เรื่องยาเสพติด เครื่องดื่มชูกำลัง และอายุ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"คือถ้ามีผู้ประกอบการที่คิดก่อนทำแบบนี้มันก็ดี ฉะนั้นต้องมีคน หน่วยงานที่เขามาดูแล ตรงนี้กันเยอะๆ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

การแก้ปัญหา

สร้างนักพนันที่ฉลาดขึ้น (smart gambler) และสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (active citizen) ด้วยการรณรงค์ทั้ง เด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน

"ต้องยอมรับว่ามันไม่มีนักพนันหมดไปจากโลก เพราะฉะนั้นต้องสร้าง smart gambler ให้เขาฉลาดขึ้น" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เราต้องเป็น active citizen" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ที่นี่เรื่องของกาจำกัดการซื้อในเกม คิดว่ายังไม่มีคนทำนะ ถ้าจะทำขึ้นมาต้องมีการคุยกันทั้งระบบ" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"การกำหนดจำนวนครั้งในการซื้อต่อวัน มันเป็นเรื่องของความพึงพอใจในการซื้อ คนที่หมดเนื้อหมดตัวกับการซื้อของพวกนี้ก็ไม่ใช่แค่ในไทย แต่ต่างประเทศก็มีนะ เพียงแต่ว่าการเทียบเคียงก็ไม่ต่างกับเคสการซื้อไอเทมหลายๆ เคสในอเมริกา ซึ่งเด็กเป็นหนี้บัตรเครดิต เพราะยังไม่มีการพิจารณา"

"ประเด็นอยู่ที่ว่าพอเป็นไอเทมในเกมแล้ว มันกลายเป็น negative ทันที ทั้งๆ ที่พฤติกรรมผู้บริโภคก็ไม่ได้ต่างกันในการซื้อของต่างๆ ไปที่ไมใช่ของในเกม" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ซึ่งผลกระทบมันก็มีทั้งทางกาย ทางใจ ทางสังคม" (วรรษัญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"เรื่องการเยียวยา ทางกายก็เป็นทางการแพทย์ ก็ต้องมีคลินิกแก้การติดเกม แต่อีกด้านหนึ่งก็คือทางสังคม การเรียน การเข้าสังคม ก็ต้องเป็นการรณรงค์" (วรรษัญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"การเยียวยา เช่น การให้การปรึกษา ให้การปรึกษา ลด ละ เลิก พฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะไม่ใช่ปัจจัยได้ปัจจัยหนึ่งทั้งหมด แต่ถ้ารวมๆ กันแล้ว แล้วถามว่ามีเกมออนไลน์เป็นปัจจัยใช่ไหม คำตอบคือ ใช่ ก็ต้องเฝ้าระวังในจุดนี้อยู่" (ทิพาพรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"นอกเหนือจากนี้ก็เป็นกาการรณรงค์ที่ทำให้ ารณรงค์ทั้งตัวเด็ก พ่อแม่ ผู้ปกครอง แต่มันก็ยาก อย่างที่บอกว่าเรื่องนี้มันเป็นเรื่องของสมองที่ยังพัฒนาไม่เต็มที่" (วรรษัญญ์ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

มาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับการติดเกม/การพนันในเกม

1. สร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media, Information & Digital Literacy - MIDL) โดยการส่งเสริมในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ เกมออนไลน์ การติดเกม การพนันในเกม และภัยออนไลน์ในทุกๆ วัย ทั้งเด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู-อาจารย์ บุคคลใกล้ชิด

ตลอดจนผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกม เพื่อสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (active citizen)

"ในแง่อื่นๆ ต้องมีการส่งเสริมในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ และภัยออนไลน์ในทุกๆ วัย เพราะจากประสบการณ์ก็คือ ผู้ปกครองรู้ทีหลังจากเกิดปัญหาแล้ว ซึ่งเขาไม่ได้ป้องกันทุกๆ ที่ การดูแลก็ไม่ได้ปล่อยปละละเลย เพียงแต่สมาร์ทโฟนอยู่ในมือลูก แต่ไม่รู้ว่าจะลูกใช้ทำอะไรบ้าง" (ทิพวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"บางอย่างก็เขียนในกฎหมายได้ เช่น ส่งเสริมให้มีการเอาเงินจากกองทุนไปสร้างการรู้เท่าทัน แต่ถามว่าพอไหม ก็ไม่พออยู่แล้วละ มันต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เพื่อไปทำให้บุคคลแวดล้อมรอบตัวเด็ก สร้างการรู้เท่าทันสื่อ ถ้ามันเกิดได้ตั้งแต่ตัวเรา และเราไม่นิ่งดูตายกับปัญหา มันก็จะทำให้ลดผลกระทบได้มากขึ้น" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"เราต้องเป็น active citizen" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

2. จัดตั้งกองทุน โดยจัดให้เป็นภาษี หมายถึง ภาษีหรือค่าธรรมเนียมประเภทหนึ่ง โดยรายได้ที่จัดเก็บได้จาก Earmarked tax จะต้องนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เท่านั้น รัฐบาลไม่สามารถนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้ นอกจากนำมาบริหารจัดการเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกม

"จัดให้มีกองทุนในกฎหมายเกม ส่งเสริม สนับสนุน เราต้องให้มี Earmarked tax หรือภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เหมือน สสส. เพื่อไปดูแล เยียวยา" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ถ้ามีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ ก็ต้องมีแหล่งทุน ซึ่งตรงนี้จะมีการตัดแบ่งงบประมาณมาจากส่วนไหน อย่างที่บอก หนึ่งในก็คือ มาจากภาษี (Tax) จากอุปกรณ์เกม การเล่นเกม โน่นนี่นั่น สองก็คือ งบประมาณจากรัฐ หรือการบริจาคของกองทุน หรือหน่วยงานเอกชน ถ้าคุณเป็นสปอนเซอร์เกม คุณก็ต้องมีเรื่องของการรับผิดชอบต่อส่วนหนึ่งของผลกระทบจากเกม" (วรัชญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

3. ทำเป็นนโยบาย โดยทำการขับเคลื่อนเรื่องพฤติกรรมติดเกม การพนันในเกมนอนไลน์ การโฆษณาแฝง และภัยออนไลน์ ให้เป็นวาระเร่งด่วนในระดับชาติ

"การที่จะพูดเพื่อให้คนยอมรับต้องเป็นนโยบาย โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาในระดับนโยบาย การตกลงในสังคมเรื่องระดับนโยบายเป็นเรื่องสำคัญมากที่จะขับเคลื่อนเรื่องเกมให้สำเร็จ" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ต้องใช้ทั้ง hard power และ soft power คือ hard power ใช้ในกรณีที่เราพูดไม่รู้เรื่องแล้ว ส่วน soft power ส่วนอื่น มาตรการอื่นๆ ก็ต้องทำไป" (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ระเอนก, 19 กันยายน 2563)

"ต้องมีมาตรการในการสกัดกั้นสิ่งผิดกฎหมาย อบรมฯ การพนันออนไลน์" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

"โฆษณาแฝงเกี่ยวกับการพนันออนไลน์ในโลกโซเชียลเน็ท ยิ่งบล็อก พี่ว่ามันไม่ใช้การแก้ปัญหาที่ถูกจุด มันต้อง educate ตัวอย่างที่ดีและตัวอย่างที่ไม่ดีออกมาให้ชัดเจน ตัวอย่างที่ไม่ดี เด็กติดเกม ติดการพนัน เราสามารถออกเป็นข่าวตามสื่อได้ แต่ต้อง make sure นะว่ามันออกมาจากเกมจริงๆ ไม่งั้นจะกลายเป็นว่าโยนความผิดไปที่เกม แต่ว่าตัวอย่างที่ดีไม่เห็นมีเคสไหนออกมาเลย" (นิธิพัทธ์ ประวีณวงศ์วุฒิ, 23 กันยายน 2563)

"ต้องสกัดกั้นในบางเรื่อง เช่น โฆษณาต่างๆ ที่ต้องไม่พยายามให้เรื่องการพนันกลายเป็นความปกติในสังคม เพราะผลกระทบที่ตามมา มันก็จะมีผลกระทบทางเศรษฐกิจจะเป็นหนี้ พอเป็นหนี้ ความกลุ้มใจก็มหาศาล หน้าที่ฟังก์ชันในการทำงาน ในการใช้ชีวิต ก็ถูกกระทบ สุดท้ายจะเป็นอาชญากรรมหรือเปล่านั้น จากที่ตามดูในข่าว ก็มี มีถึงขั้นแทงกัน ชกกัน" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

4. การจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยกำหนดเจ้าภาพหลักที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละด้านในการดำเนินการโดยตรง

"น่าจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องนี้โดยตรง อย่างเช่น สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะว่าอุตสาหกรรมเกมมีมูลค่าหลายพันล้าน การส่งเสริมหรือการผลักดัน ป้องกัน หรือการกระทำใดๆ จะได้มีเจ้าภาพหลักที่ชัดเจน จะเอานักกีฬาไปแข่ง จะไปในนามใคร ในนามบุรีรัมย์หรือแล้วทีมชาติไทย ใครเป็นคนส่ง ใช่ไหม" (วรัชญ์ ครุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"การที่จะทำเรื่องการรองรับผลกระทบ ไม่ใช่ว่ามีหลายเจ้าภาพ กรมสุขภาพจิตหรือศิริราช ฯลฯ มันอยู่ที่คลีนิกแล้วจบไปหรือ ใช่ไหม เกมมันอยู่กับเราไปตลอด มันต้องมีหน่วยงานถาวรที่มาช่วยรองรับเกี่ยวกับเรื่องของการติดเกม ถ้าติดเหล่าติดบุหรินี่ โอเค ก็เป็นเรื่องของ

กระทรวงสาธารณสุข แต่เรื่องเกมนี้จะเป็นอะไรอย่างไร ในกระทรวงไหน ต้อง set ขึ้นมา ควรจะมี" (วรรษัญ คุรุจิต, 14 สิงหาคม 2563)

"กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กระทรวงวัฒนธรรม, กระทรวงศึกษาธิการ หรือ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ช่วยเอาไปใส่ในหลักสูตรว่า ช่วยทำให้คนในสังคมเข้มแข็ง มันต้องทำคู่กัน " (ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก, 19 กันยายน 2563)

"มาตรการทางปกครอง เช่น การทำงานระหว่างหน่วยงานเพื่อปกป้องคุ้มครองเด็ก ไม่ให้เข้าสู่ในเรื่องของการพนันที่ผิดกฎหมาย" (ทิพาวรรณ บุรณสิน, 27 ตุลาคม 2563)

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยในส่วนของวิธีการวิจัยเชิงปริมาณนั้น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Approach) ด้วยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (cross-sectional study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และในส่วนของวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 4 ข้อ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

4.1 พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

ลักษณะทางประชากร

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนเท่ากัน โดยเป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-23 ปี มากที่สุด มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 16-18 ปี มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และมีอายุน้อยกว่า 12 ปี น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นน้อยที่สุด มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75

เกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 มากที่สุด มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมามีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.51-3.00

มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมีเกรดเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 2.00 น้อยที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

รายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท น้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

พฤติกรรมการเล่นเกม พฤติกรรมติดเกมและผลกระทบ

เกมออนไลน์ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นสินค้าและเป็นธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ประเภทหนึ่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ มีเงินหมุนเวียนจากการที่ผู้เล่นเข้าไปใช้บริการผ่านเครือข่ายของผู้ให้บริการเกม โดยผู้เล่นต้องทำการดาวน์โหลดเกมนั้นๆ มาบนระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตดีไวซ์หรือแพลตฟอร์มต่างๆ เล่น สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต คอนโซล บ็อกซ์ และคอมพิวเตอร์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์ สามารถเล่นร่วมกับคนอื่นที่อยู่ต่างสถานที่กันได้ โดยมีเสียค่าบริการตามจำนวนชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่เล่น บางเกมผู้เล่นสามารถเข้าเล่นได้ฟรีหรือบางเกมต้องเสียค่าบริการก่อนจึงจะสามารถทำการเข้าเล่นเกมได้ ทั้งนี้อัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับทางผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด โดยเกมนั้นมีเนื้อหา รูปแบบ วิธีการเล่นที่หลากหลาย และมีหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและความต้องการของผู้เล่น

เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นไทยนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภท Shooting Game มากที่สุด โดยเฉพาะเกม Free Fire ซึ่งเป็นเกมแนว FPS (ย่อมาจาก First-person shooter) เป็นเกมยิงมุมมองของบุคคลหนึ่ง มีลักษณะเกมโดยใช้อาวุธหรือการจู่โจมผ่านมุมมองบุคคลอันดับแรก ผู้เล่นจะเห็นการกระทำต่างๆ ได้โดยผ่านดวงตาของตัวละครในเกมที่เล่นหรือควบคุมอยู่ การเล่นเกมนี้จะนำเสนอความเหมือนจริงในการเล่นด้วยมุมมองกล้องถ่ายรูป จึงให้อารมณ์ที่รู้สึกราวกับแสดงบทบาทเป็นตัวละครนั้นอยู่จริงๆ ไม่ว่าจะเป็นการประจันหน้ากับศัตรู หรือความรู้สึก

ประเภทเกมที่ชอบเล่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเล่นเกมประเภท Shooting Game มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาชอบเล่นเกมประเภท MOBA มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และชอบเล่นเกมประเภทอื่นๆ น้อยที่สุด มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 โดยระบุว่าเป็นเกม Audition, Dead by Daylight, CS:GO, Rust, GTA V, Five M, Sky Children of the Light, Café, DragonRaJa, SuperstarSM, Lord & Beauties, Dress up games, 3D dree up game และ The Sims

วัตถุประสงค์ในการเล่น พบว่า เล่นเพื่อความสนุก ผ่อนคลาย แก้เครียด นอกจากนี้ยังมีวัยรุ่นบางกลุ่มที่เล่นเพื่อสตรีมเกม และลงแข่งขันเกม

แนวคิดในการตั้งชื่อ เลือกตัวละคร/ฮีโร่ พบว่า วัยรุ่นไทยมักใช้ชื่อของตัวเองในการตั้งชื่อตัวละครในเกม โดยมีทั้งชื่อเล่น ชื่อจริง ฉายา และความชื่นชอบในหนังหรือการ์ตูน เพื่อใช้ระบุตัวตนในการเล่นเกมน

การจัดสรรช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ พบว่า วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน โดยใช้เวลาเล่นเกมหลังจากที่ทำกิจวัตรประจำวันเสร็จแล้ว ซึ่งในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. เป็นช่วงที่พบการเล่นเกมนออนไลน์มากที่สุด ใช้เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง แต่ในกรณีที่เป็นวันหยุด เช่น เสาร์-อาทิตย์ จะมีการใช้เวลาเล่นเกมมากกว่าปกติ

ช่วงเวลาที่เล่นเกมเป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเล่นเกมในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และเล่นเกมในช่วงเวลา 04.01-08.00 น. น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 วัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 วัน 1-3 ชั่วโมง มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาใช้เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 วัน 3-5 ชั่วโมง มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และใช้เวลาในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 วัน มากกว่า 8 ชั่วโมง น้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ความถี่ในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ทุกวัน วันละครั้ง มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 รองลงมามีความถี่ในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ทุกวัน วันละหลายครั้ง มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีความถี่ในการเล่นเกมนโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ สัปดาห์ละครั้ง น้อยที่สุด มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

บุคคลที่เล่นเกมด้วยกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมกับเพื่อน มีจำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาเล่นเกมคนเดียว มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 และเล่นเกมกับบุคคลอื่นๆ น้อยที่สุด โดยระบุว่า เล่นกับบอท, เพื่อนทางออนไลน์ และคนที่ไม่รู้จัก มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

รูปแบบ และลักษณะการเล่นเกมน พบว่า มีรูปแบบเล่นกันเป็นกลุ่ม โดยเล่นร่วมกันกับเพื่อนเป็นทีม มีการซ้อมทีมกัน และมีลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสังคมในเกมที่เรียกว่า กิลด์ หรือแคลน โดยมีกิจวัตรร่วมกัน แชร์ประสบการณ์กันในเกมเป็นประจำ

การเข้าร่วมแข่งขันเกมออนไลน์ พบว่า การแข่งขันเกมออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเล่นเกมนออนไลน์ โดยมีทั้งจัดแข่งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ให้ผู้เล่นทำการแข่งขันในงานอีเวนต์ โดยผู้เล่นสามารถลงแข่งขันได้แบบเดี่ยวหรือแบบทีม

มูลค่า และรางวัลจากการเล่นเกม/แข่งเกม พบว่า การแข่งเกมจัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันชิงของรางวัลจากสปอนเซอร์และผู้จัดงานแข่งขัน โดยรางวัลที่ผู้ชนะจะได้รับจะอยู่ในรูปแบบของเงินจริง หรือสิ่งของ ไอเทม ที่เป็นสินค้าเสมือนในเกม

สถานที่ในการเล่นเกม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บ้านเป็นสถานที่ที่ในการเล่นเกม มีจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาใช้หอพักเป็นสถานที่ที่ในการเล่นเกม มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 และใช้สถานที่อื่นๆ เป็นสถานที่ที่ในการเล่นเกมน้อยที่สุด โดยระบุว่า เป็นร้านกาแฟ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

อุปกรณ์ในการเล่นเกม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกม มีจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.67 รองลงมาใช้โน้ตบุ๊ก/แมคบุ๊กเป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และใช้อุปกรณ์อื่นๆ เป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมน้อยที่สุด โดยระบุว่า เป็น EarPod มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.76

ทัศนคติที่มีต่อผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน พบว่า ในสังคมของผู้เล่นเกมออนไลน์มีผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่น อุปกรณ์ ไอเทม สิ่งของในเกมแตกต่างกัน ในบางกลุ่มมีการทะเลาะเบาะแว้งกัน ความอยากได้ อยากมี อยากเป็น ในขณะที่บางกลุ่มมีความชื่นชม ผูกพัน เพื่อพัฒนาตนเอง

ความแตกต่างของ ทัศนคติ อุปนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก การใช้ชีวิตกับครอบครัว/เพื่อน ก่อนและหลังการเล่นเกมออนไลน์ พบว่า วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมการแสดงตัวตนหลากหลายในก่อนและหลังการเล่นเกมออนไลน์ บางกลุ่มอุปนิสัยไม่แตกต่างจากเดิม เป็นตัวของตัวเอง สามารถแยกแยะเรื่องในเกมและเรื่องจริงได้ ในขณะที่บางกลุ่มอุปนิสัยที่แตกต่างกับตัวตนจริงเมื่อเข้าสู่โลกของเกมออนไลน์ มีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีการแสดงอารมณ์ที่รุนแรงเพิ่มขึ้น

ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (2.79) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมากที่สุด คือด้านบุคลิกภาพ (3.11) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านจิตสังคม (2.89) และปัจจัยด้านการเสพติด (2.38) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแยกรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านจิตสังคมปัจจัยมากที่สุด คือเล่นเกมเพื่อระบายความเครียด (4.01) ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านบุคลิกภาพมากที่สุด คือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน (3.44) และปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติดมากที่สุด คือ ความคาดหวังในการเล่นเกม ได้แก่ ความคาดหวังต่อการชนะในเกม คาดหวังในการซื้อ/สุมไอเทมที่ต้องการ ความคาดหวังเงิน และการความคาดหวังจากเพื่อน (3.30)

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม (GAST)

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของกลุ่มตัวอย่างด้วยการประเมินจากแบบทดสอบการติดเกมฉบับเด็กและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อคำถาม

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชาย พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกมน้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นหญิง พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกมน้อยที่สุด มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน โดยรวมจัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมาเป็นกลุ่มคลั่งใคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกม ตามลำดับ

การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

ความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกมเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด มีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และมีความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม ทุกวัน น้อยที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

วิธีการใช้เงินในการเล่นเกม พบว่า ส่วนใหญ่วัยรุ่นไทย เล่นเกมในลักษณะแบบ pay to win มีการเติมเงินเพื่อใช้ในการเล่นเกมเมื่อมีความต้องการซื้อไอเทม หรือสินค้าเสมือนในเกมแทบทุกเกมที่เล่น โดยเฉพาะ “สกิน” ของตัวละครในเกม จากข้อมูลที่พบพบว่า มีค่าใช้จ่าย 1,000-100,000 บาท ในการใช้เงินในการเล่นเกม โดยเป็นเงินเก็บที่สะสมมาจากค่าขนมที่ได้รับ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ) 100-499 บาท มากที่สุด มีจำนวน 153 คน

คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมา 35-99 บาท มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และ 1,500 บาท ขึ้นไป น้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกมด้วยบัตรเครดิตเติมเงิน มากที่สุด มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาใช้ E-wallet มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และใช้ M-pay น้อยที่สุด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากที่สุด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมาใช้ Website มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และใช้ Twitter น้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

การซื้อ-ขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และ ID ในเกม พบว่า นอกจากการซื้อขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และบริการในเกมระหว่างผู้เล่นกับผู้ให้บริการเกมแล้ว ยังมีการซื้อ-ขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และ ID ในเกม ระหว่างผู้เล่นด้วยกันด้วย ทั้งวิธีการซื้อผ่านคนรู้จัก ผ่านคนกลาง ผ่านนายหน้า และผ่านระบบซื้อ-ขายออนไลน์ ด้วยวิธีการเทรด โดยพบว่า Facebook เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากที่สุด ซึ่งการกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าเสมือน ไอเทมนั้นๆ ยิ่งเป็นของที่หายาก (แรร์ไอเทม) จะยิ่งมีความต้องการจากผู้เล่นสูง และมีราคาซื้อ-ขายสูงตามไปด้วย ในขณะที่การซื้อ-ขาย ID เกม จะขึ้นอยู่กับเลเวล ความสามารถของตัวละคร และจำนวนสิ่งของ ไอเทมที่ติดตัวใน ID นั้นๆ ว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมในภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (3.62) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.57), ปัจจัยด้านราคา (3.54), ปัจจัยด้านบริการ (3.50) และ ปัจจัยด้านความต้องการส่วนตัว (3.49) ตามลำดับ

เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า

ปัจจัยด้านความต้องการส่วนตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “เพิ่มความสนุกในการเล่นเกมน” (3.87)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “ความสวยงามของสินค้า/ไอเทม” (3.61)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “ระบบซื้อ-ขาย/เติมเงินใช้ง่าย/สะดวก” (3.66)

ปัจจัยด้านการบริการและช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “มีการอัปเดตแพทช์เกมสม่ำเสมอ” (3.66)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม มากที่สุด คือ “กิจกรรมแจกไอเทม/โปรโมชันพิเศษ” (3.73)

การตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกม พบว่า วัยรุ่นมีตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกม จากความพึงพอใจ ความต้องการ โดยสินค้าที่ซื้อมักเป็นสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาวุธ เพื่อตกแต่งให้ตัวละครในเกมมีความสวยงาม ดูดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสำคัญ นอกจากนี้ แพกเกจและโปรโมชันในแต่ละเดือนที่มีราคาไม่แพงจนเกินไปจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วย ในขณะที่มีวัยรุ่นบางกลุ่มก็ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมที่เป็นสินค้าแฟชั่น และจะอาศัยการศึกษาจากผู้เล่นเกมที่เป็นสตรีมเมอร์ก่อน

รูปแบบการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในปัจจุบัน

รูปแบบของการขายสินค้าเสมือน ไอเทมในเกมออนไลน์ พบว่า เป็นโมเดลหนึ่งทางธุรกิจที่ทำให้บริษัทมีโอกาสแสวงหาผลกำไรจากการให้บริการเกมได้ โดยสินค้า ไอเทมที่นำมาขาย จะเป็นสินค้าเสมือนในเกมที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยให้ผู้เล่นสามารถซื้อเพื่อเพิ่มพลังได้ เพื่ออัปเดตได้ หรือเป็นสินค้าแฟชั่นฟุ่มเฟือยที่เน้นความสวยงามเพื่อการประดับตกแต่งตัวละครในเกม ส่วนใหญ่จะมีราคาที่กำหนดอยู่แล้วตามแต่ละผู้ให้บริการเกม การเล่นเกมออนไลน์กับการเติมเงิน สิ่งเหล่านี้ เป็นเรื่องของลูทบ็อกซ์เข้ามาด้วยในแง่ของพฤติกรรมเติมเงินซื้อของในเกม และระบบสุมไอเทมในเกม เป็นระบบที่ตั้งใจให้เกิดความอยากโดยเล่นกับกิเลสของผู้เล่นที่ต้องการสินค้าเสมือนนั้นๆ เป็น item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชา กล่องสุม โปรโมชัน แพกเกจต่างๆ เพื่อเพิ่มการลุ้นและสร้างความตื่นเต้นในการเปิดกล่องสุม โดยมีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อจากวิจารณ์ของผู้เล่นเกม

กาชา (gacha) หรือ กาชาปอง (gachapon) เป็นระบบสุมไอเทมในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งของภายในเกม เป็นรูปแบบลักษณะหนึ่งที่นิยมกันในเกมมากในระบบเกมฟรีและเสียเงิน อาจเป็นการสุมตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ภายในเกม โดยจะมี ตัวละคร ไอเทม สิ่งของ หรืออื่นๆ ที่ดีและมีความต้องการสูงมาล่อใจ ซึ่งระบบกาชา จะสุมของหลังจากเปิดกล่องหรือรูปแบบอื่นๆ ที่ทางเกมนั้นๆ จัดขึ้น และไม่มีทางรู้ได้เลยว่าจะสุมของที่ต้องการได้จริงหรือไม่

ลูทบ็อกซ์ (loot box) คือระบบกล่องสุมไอเทมหรือกล่องปริศนาในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งของการเล่นเกม อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการออกแบบเกม ในแง่ของการลุ้นเพื่อความตื่นเต้น โดบอาศัยเรื่องของดวงในการเสี่ยงโชค โดยสุมของจากการซื้อในเกมแต่ละครั้ง

เพื่อให้ได้ไอเทมพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่น และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ได้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง ลูทบ็อกซ์มีลักษณะของ item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชา เพื่อที่จะเอาของ สกิน หรือไอเทม (skin betting behavior) เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อจะกระตุ้นให้ผู้เล่นเกม-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ ซื้อเรื่อยๆ เติมนเงินเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ มีลักษณะของความเป็นการเล่นพนัน (gambling) คือ มีได้และมีเสีย เมื่อเสียเงินสุ่มของแล้ว ไม่สามารถการันตีได้ว่าจะได้รับไอเทมนั้นจริง

การยับยั้งชั่งใจในการเล่นเกม-ซื้อของในเกม จากระบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์
พบว่า อายุ ช่วงวัย ความยับยั้งชั่งใจ การเลี้ยงดู การได้รับการสอน และวิจารณญาณของเด็ก และวัยรุ่นนั้นมีความแตกต่างกัน เกมออนไลน์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของลูทบ็อกซ์ โดยที่ผู้เล่นเองอาจจะยังไม่เข้าใจ

รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

ราคาเติมนเงินที่ซื้อเป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อราคาเติมนเงิน 100 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา ซื้อราคาเติมนเงิน 500 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และซื้อราคาเติมนเงิน 8 บาท เป็นประจำ น้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ราคาแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 99 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา ซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคาต่ำกว่า 59 บาท เป็นประจำ มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และซื้อแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ราคา 999 บาท เป็นประจำ น้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ประเภทของโปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า โปรโมชั่นและรูปแบบลูทบ็อกซ์ประเภท “การลดราคาสินค้า” (3.56) มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม พบว่า “การเปิดสุ่มกล่องทำให้รู้สึกตื่นเต้น” (3.93) มากที่สุด

แนวโน้มจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ

ประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 และเคยมีประสบการณ์ถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกม มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

กลไก วิธี การจัดการ การโกงในการซื้อขายสินค้าเสมือน ไอเทม ในเกม พบว่า ในการซื้อขายสินค้าเสมือน ไอเทม ในเกม วัยรุ่นไทยมีทั้งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์และเสียผลประโยชน์จากการโกง ผู้ซื้อ-ขาย ต้องทำการตรวจสอบและศึกษาระบบการซื้อขายแต่ละแหล่ง แต่ละช่องทางการติดต่อสื่อสารก่อนจึงจะสามารถมั่นใจได้ว่าการซื้อ-ขายครั้งนั้นจะไม่มีปัญหา

พฤติกรรมกาการติดพนันในเกมออนไลน์ พบว่า ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการพนัน ก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล และผู้เล่นไม่ได้มีส่วนที่ทำให้แพ้หรือชนะเลย หรือถ้ามีก็เป็นส่วนน้อย หากเล่นชนะได้รางวัล คือเป็นเรื่องของโชคหรือความบังเอิญ ซึ่งมีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (prize) โดยมีการลุ้นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้อะไรที่ต้องการหรือไม่ เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่จะเล่นพนัน (gambling decision making) เมื่อมีความเสี่ยงสูง การลุ้นมากขึ้น และเมื่อได้ของรางวัลที่ต้องการ จะเกิดความรู้สึกมีความสุข พึงพอใจ ซึ่งเป็นระบบการให้รางวัลของสมอง (the brain reward system) คือ ระบบการให้ความรู้สึก "พึงพอใจ" หรือ "มีความสุข" เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และจะทำให้เกิด "ความต้องการ" ที่จะได้รับสิ่งนั้นอีก ซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งเป็นพฤติกรรมกาการติดพนัน กล่าวคือ มีอาการขาดไม่ได้ คิดถึงอยู่เสมอว่าจะต้องทำ เพราะฉะนั้นก็คือถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำเล่นอีกเรื่อยๆ ซ้ำๆ จนมีอาการเสพติด

ความเสี่ยงของการติดพนัน พบว่า มีโอกาส มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดผลเสีย การใช้เวลาวางไปในการเล่นพนันเสี่ยงโชคอาจนำไปสู่การติดพนัน ซึ่งทุกคนที่เล่นมีโอกาสติดการพนันเนื่องจากติดใจในเนื้อหา ติดใจที่ได้ลุ้น เสี่ยงโชค แล้วมีการกระทำซ้ำๆ จนเป็นพฤติกรรมเสพติด

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (PGSI)

ในการวิเคราะห์แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) ของกลุ่มตัวอย่างจากการประเมินจาก Problem Gambling Severity Index (PGSI) จำนวน 9 ข้อคำถาม แบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1) นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน กลุ่มที่ 2) นักพนันที่เป็นปัญหา (problem gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติดพนัน และกลุ่มที่ 3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) มีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา เป็นนักพนันที่มีปัญหา (problem gamblers) มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ เป็นผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) เป็น

เพศชาย ร้อยละ 65.50 และเพศหญิง ร้อยละ 79.00 นักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) เป็นเพศชาย ร้อยละ 24.50 และเพศหญิง ร้อยละ 10.50 และผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) เป็นเพศชาย ร้อยละ 10.00 และเพศหญิง ร้อยละ 10.50

เมื่อพิจารณาตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) มีอายุ 13-15 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 88.16) ส่วนแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของนักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 23.44) และแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 15.10)

ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการพนันในเกม

ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับเกมนอนไลน์ที่ปรากฏในสื่อ พบว่า ข้อมูล ข่าวสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ พบได้ทั้งสื่อมวลชน สื่อกระแสหลัก สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อเกมนอนไลน์ โดยมีลักษณะของข้อมูล ข่าวสารที่ปรากฏผ่านสื่อ หลายรูปแบบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ได้แก่ ข่าวการจัดงานแข่งเกม การโปรโมตเกม โฆษณาเชิญชวนเล่นเกม รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับเกม พฤติกรรมที่เกิดจากการเล่นเกม ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเกม และความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากการเล่นเกม

ผลกระทบเชิงบวกของเกมนอนไลน์ พบว่า เกมออนไลน์เป็นกิจกรรมหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับการออกแบบมาด้วยความตั้งใจที่ทำให้ผู้เล่น เล่นแล้วมีความสุข ในด้านปัจเจกบุคคล ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ คลายเครียด เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ การฝึกฝนทักษะ การวางแผน ประสาทตา ประสาทสัมผัส ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเลือกรูปแบบของเกมและประเภทเกมที่ผู้เล่นทำการเล่น ในด้านอุตสาหกรรมเกม ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเกม การเกิดอาชีพที่หลากหลายเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเกม เช่น แคสเตอร์ สตรีมเมอร์ เกมดีไซเนอร์ และอินฟลูเอนเซอร์

ผลกระทบเชิงลบของเกมนอนไลน์ พบว่า เกมออนไลน์ในปัจจุบันเข้าถึงง่าย มีการออกแบบโดยอาศัยหลักจิตวิทยาดึงดูดให้ผู้เล่นเพลิดเพลิน ทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ในกลุ่มคนที่เล่นเกมมากกว่าปกติ จะมีความเสี่ยงติดเกม โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น มีผลเชิงลบในด้านพฤติกรรม มีอาการสมาธิสั้น มีพฤติกรรมติดจอ มีการติดสื่อสังคมออนไลน์ การเสพติดการเล่นแบบกลุ่ม มีปฏิสัมพันธ์หรือการใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนไป การแยกแยะโลกจริงและโลกเสมือนในเกมเปลี่ยนไป นำไปสู่ปัญหา พุดคุยเรื่องเพศ มีความเสี่ยงเรื่องการถูกล่อลวง การใช้จ่ายเงิน สำหรับเกมที่มีการพนันแฝงซ่อนอยู่ จะมีความเสี่ยงในการเข้าสู่เว็บพนันออนไลน์ ในขณะที่วัยรุ่นไทยนั้นส่วนใหญ่รับรู้ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการพนันในเกมจากสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล ได้แก่ ข่าวและบุคคลใกล้ตัว โดยติดตามข่าวสาร การอัปเดตเกี่ยวกับเกม

ผลกระทบจากการพนันในเกมในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลกระทบจากการพนันในเกม “ด้านสุขภาพกาย” (2.97) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ด้านสุขภาพจิต” (2.74), “ด้านสมอง” (2.53) และ “ด้านพฤติกรรม” (2.10) ตามลำดับ

เมื่อแยกเป็นผลกระทบรายด้าน พบว่า

ผลกระทบจากการพนันในเกกด้านสุขภาพกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง “ปวดหลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อ” (3.72) มากที่สุด

ผลกระทบจากการพนันในเกกด้านสุขภาพจิต พบว่า กลุ่มตัวอย่าง “หงุดหงิดง่าย หัวร้อน” (3.04) มากที่สุด

ผลกระทบจากการพนันในเกกด้านสมอง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง “มีอาการย้ำคิดย้ำทำ” (2.78) มากที่สุด

ผลกระทบจากการพนันในเกกด้านพฤติกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง “เหนื่อยหน่าย เฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น” (2.80) มากที่สุด

พฤติกรรมติดเกมและผลกระทบ พบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย, ด้านสุขภาพจิต, ด้านสมอง และด้านพฤติกรรม

ผลกระทบด้านสุขภาพกาย ได้แก่ พักผ่อนไม่เพียงพอ, ปัญหาสายตา, ปัญหาน้ำวิลออก, ปวดกล้ามเนื้อ, น้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์, น้ำหนักตัวเกินเกณฑ์, การเจริญเติบโตผิดปกติ, เหนื่อยง่าย, สุขอนามัยไม่เหมาะสม, อากาศหมกมุ่น, มีอาการถอน อยากเล่นเกมตลอดเวลา

ผลกระทบด้านสุขภาพจิต ได้แก่ หวาดระแวง, หูแว่ว, ภาพหลอน, มีเสียงในหัว, โรควิตกกังวล, โรคตื่นตระหนก, โรคซึมเศร้า, โรคเครียดเรื้อรัง, โรควิตกกังวล, วิตกกังวล, อารมณ์ซึมเศร้า และอารมณ์แปรปรวน

ผลกระทบด้านสมอง ได้แก่ มีผลการเรียนลดลง และอาการย้ำคิดย้ำทำ

ผลกระทบด้านพฤติกรรม และความรุนแรงในเกม เป็นที่น่าสังเกตว่าวัยรุ่นไทยให้ความสนใจกับประเด็นเรื่องความรุนแรงจากการเล่นเกม โดยเฉพาะเกมประเภท Shooting หรือ FPS มากกว่าประเด็นอื่นๆ สำหรับด้านพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม มีกลุ่มวัยรุ่นที่มองว่าการเล่นเกมมีผลทำให้มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยเด็กและวัยรุ่น อย่างไรก็ตามผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุว่าเนื้อหาในเกมที่ไม่เหมาะสมกับช่วงอายุ เป็นปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม ซึ่งมีผลทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง และพฤติกรรมการระรานทางไซเบอร์ (cyberbully)

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อ 1 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานย่อย 1.1 เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

ผลการวิจัยพบว่า เพศของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานย่อย 1.2 อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

ผลการวิจัยพบว่า อายุของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานการวิจัยข้อ 2 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($Sig > 0.05$)

สมมติฐานย่อย 2.2 วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($Sig < 0.05$)

สมมติฐานการวิจัยข้อ 3 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.1 วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($Sig > 0.05$)

สมมติฐานย่อย 3.2 วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์

แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทูป็อกซ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig < 0.05)

สมมติฐานการวิจัยข้อ 4 ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.1 เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า เพศของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.2 อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า อายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

สมมติฐานการวิจัยข้อ 5 พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อ 6 ทัศนคติที่มีต่อลูทูป็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อลูทูป็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งหมายความว่า วัยรุ่นที่มีทัศนคติต่อลูทูป็อกซ์มากก็จะมี การตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยข้อ 7 พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมนออนไลน์

4.3 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันใน เกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน พบว่า

เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

ในขณะที่อายุของวัยรุ่นไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 3: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน พบว่า

วัยรุ่นไทยเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน โดยจากผลการสำรวจพบว่า การเปิดส่มกล่องทำให้มีความรู้สึกตื่นเต้น ในขณะที่อายุแตกต่างกันของวัยรุ่นไทยมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 5: พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน พบว่าพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มปกติ, กลุ่มคลั่งไคล้ และกลุ่มหน้าจะติดเกม มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทย ได้แก่ เพศ, อายุ และพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม (กลุ่มปกติ, กลุ่มคลั่งไคล้ และกลุ่มหน้าจะติดเกม) สามารถสรุปได้ว่า อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันใน เกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 4: ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ พบว่า เพศและอายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 6: ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม พบว่า ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งหมายความว่า วัยรุ่นที่มีทัศนคติต่อลูทบ็อกซ์มากก็จะมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 7: พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์

4.5 แนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนใน เกม ลูทบ็อกซ์และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

ปัญหาและข้อควรระวังเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการติดพนัน

ปัญหา และข้อควรระวังเกี่ยวกับการเล่นเกม/ติดเกม/ติดพนัน ได้แก่ การทะเลาะกันในเกม, การติดเกม, การใช้จ่ายเงินจำนวนมากในการซื้อไอเทมในเกม, การจำกัดอายุที่เหมาะสมและการเข้าถึงเกม, การจัดเรตติ้งเกม, การบูลลี่ในเกม, การควบคุม-จำกัดการซื้อขายสินค้าในเกม และการพนันในเกมออนไลน์

การได้รับการส่งเสริมเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ การแข่งขัน จากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมเกมที่เกิดขึ้นในสังคมไทย พบว่า มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์เพียงพอแล้ว แต่ยังขาดการควบคุม

และป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นจากบริบทของเกมออนไลน์ อาทิ ปัญหาเด็กติดเกม ปัญหาการกรรเรียน การจัดการแบบบูรณาการในอุตสาหกรรมเกมของผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้จากการเล่นเกมออนไลน์/การแข่งขันเกมออนไลน์ และแนวทางในการส่งเสริมอาชีพที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมเกมอย่างเหมาะสม

กฎระเบียบของร้านเกม กฎหมาย ที่ออกมา ในการควบคุมพฤติกรรมกรรมการเล่นเกม

ในประเทศไทยไม่มีกฎหมายที่มากำกับดูแลเกมโดยเฉพาะ มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องมีการยกร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติการกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม กำกับที่ตัวเกม และกำกับที่การประกอบกิจการเกม และให้ความสำคัญกับเด็กและวัยรุ่นเป็นพิเศษ โดยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ได้แก่ ครอบครัว ครู เพื่อน ผู้ประกอบกิจการเกม ร้านเกม หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สำหรับการกฎหมายจำเป็นต้อง ใช้ 3 หลัก อย่างมีความสมดุล ได้แก่ 1) ป้องกันคุ้มครองเด็ก (Child Protection) 2) ธรรมาภิบาล (Good Governance) โปร่งใส ปลอดภัย ตรวจสอบได้ และ 3) ความรับผิดชอบร่วม (Collective Responsibility) ใน 2 มิติ มิติแรกคือ การจัดตั้งเป็นกองทุน มิติที่สอง คือ ต้องประกอบกิจการอยู่ในขอบเขต โดยใช้หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle: PPP)

แนวทางการบริหารจัดการ พฤติกรรมการเล่นเกมที่เหมาะสม การส่งเสริม การป้องกัน และการแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยต่อวัยรุ่น

1. การควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเล่นเกมน (Control)

เด็กและวัยรุ่นควรมีสติสิทธิเสรีภาพในการเล่นเกมนบนความรับผิดชอบ โดยมีการสร้างต้นแบบที่มาตรฐาน (Role Model) เพื่อเป็นข้อกำหนด ข้อตกลง เพื่อการควบคุมที่ชัดเจน และไม่ใช้การบังคับ

2. การจัดการระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับเล่นเกม (screen time management)

ต้องมีการสื่อสารด้วยการตกลงพูดคุยกับผู้เล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดกติกา ข้อตกลง การจัดการหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และระยะเวลาที่เหมาะสมร่วมกันในการเล่นเกมนอย่างปลอดภัยที่จะไม่เข้าสู่ภาวะเกิดโรคติดเกม ควรใช้เวลาหน้าจอ 1-2 ชั่วโมง ต่อวัน โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) สำหรับวัยเด็ก อายุ 6-12 ปี ไม่ควรเกิน 1 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) สำหรับวัยรุ่นที่เล่นเกมเพื่อการผ่อนคลาย ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน
- 3) สำหรับวัยรุ่นที่เล่นเกมเป็นอาชีพ ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีตารางฝึกซ้อม และการพักผ่อนที่ชัดเจน

3. การซื้อ-ขาย ไอเทม สินค้าเสมือนในเกม และการพนันในเกมออนไลน์ (Item trading and virtual goods)

ต้องมีการร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการเกมออนไลน์ในการกำหนดมาตรฐานกลางร่วมกันโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม เพื่อคุ้มครองผู้เล่น กำหนดจำนวนซื้อของในระบบเกมที่เหมาะสม จำกัดวงเงินในการเล่น โดยจัดทำและพัฒนาเป็นซอฟต์แวร์ โปรแกรม หรือแอปพลิเคชันสำหรับใช้จัดการการซื้อขาย ไอเทม สินค้าเสมือนในเกม และการพนันในเกมออนไลน์โดยเฉพาะ

4. การจำกัดเรตติ้ง เนื้อหา และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงเกม (Rating, Content and Age)

ในประเทศไทยยังไม่มีจัดการโดยเฉพาะเรตติ้ง และเนื้อหาที่มีความรุนแรง เพศ ภาษา ที่เป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการเกมมีการกำหนดเรตติ้ง อายุ และจำกัดการเข้าถึงเกมของผู้เล่นแล้ว แต่ต้องมีระบบที่สามารถตรวจสอบการยืนยันตัวตนผ่านระบบเกม และสามารถตรวจสอบได้จริง นอกจากนี้ผู้ปกครองต้องมีการตรวจสอบเรตติ้ง เนื้อหา และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงเกมออนไลน์ของเด็กและวัยรุ่นในปกครองด้วย

5. การทะเลาะกันและการระรานในเกม (Cyberbullying)

ในการดูแลระบบเกมของผู้ให้บริการเกมยังไม่สามารถควบคุมและจัดการการทะเลาะกันและการระรานในเกมได้ ควรมีการพัฒนาระบบตรวจจับ ตรวจสอบ และมีมาตรการจัดการ กำหนดบทลงโทษที่เหมาะสม

6. การนอนหลับ-พักผ่อน

การนอนหลับ-พักผ่อนที่เหมาะสม ในวัยเด็ก ควรนอน 9-12 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่วัยรุ่น ควรนอน 8-10 ชั่วโมง

7. การออกกำลังกาย

เด็กและวัยรุ่นควรมีการเคลื่อนไหวร่างกาย โดยออกกำลังกายแบบแอโรบิกอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน และมีการบริหารกล้ามเนื้ออย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์

8. การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการเด็กและวัยรุ่น ต้องใช้ศิลปะ และสร้างสรรค์ ใช้ความรัก และหวังดี ใช้การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ โดยหน่วยงานที่ทำงานด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว ต้องใส่ใจกับปัญหาพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม การติดพนันในเกมออนไลน์ ต้องมีการบูรณาการทำงานกันทั้งระบบทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยสร้างภูมิคุ้มกัน สร้างการรู้เท่าทัน มีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม

9. การส่งเสริม

ส่งเสริมให้เด็กและวัยรุ่นที่เล่นเกมออนไลน์ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้เล่น แต่ให้ใช้เทคโนโลยี ใช้เกมอย่างรู้เท่าทัน ในขณะที่ต้องส่งเสริมผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมที่ดี ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม

10. การป้องกัน

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกม หน่วยงานที่รับผิดชอบ และสื่อที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ ต้องใช้วิธีการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เป็นกลาง และเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ไม่ชี้นำ หรือทำการบิดเบือนประเด็น

11. การแก้ปัญหา

สร้างนักพนันที่ฉลาดขึ้น (smart gambler) และสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (active citizen) ด้วยการรณรงค์ทั้ง เด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน

มาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับการติดเกม/การพนันในเกม

1. สร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media, Information & Digital Literacy - MIDL)

โดยการส่งเสริมในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ เกมออนไลน์ การติดเกม การพนันใน เกม และภัยออนไลน์ในทุกๆ วัย ทั้งเด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู-อาจารย์ บุคคลใกล้ชิด ตลอดจนผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกม เพื่อสร้างคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (active citizen)

2. จัดตั้งกองทุน

โดยจัดให้เป็นภาษี หมายถึง ภาษีหรือค่าธรรมเนียมประเภทหนึ่ง โดยรายได้ที่จัดเก็บได้จาก Earmarked tax จะต้องนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เท่านั้น รัฐบาลไม่สามารถนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้ นอกจากนำมาบริหารจัดการเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเกม

3. ทำเป็นนโยบาย

โดยทำการขับเคลื่อนเรื่องพฤติกรรมติดเกม การพนันในเกมออนไลน์ การโฆษณา แฝง และภัยออนไลน์ ให้เป็นวาระเร่งด่วนในระดับชาติ

4. การจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

โดยกำหนดเจ้าภาพหลักที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละด้านในการดำเนินการ โดยตรง

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

วัยรุ่นไทยนิยมเล่นเกมออนไลน์ประเภท Shooting Game มากที่สุด โดยเฉพาะเกม Free Fire ซึ่งเป็นเกมแนว FPS มีรูปแบบเล่นกันเป็นกลุ่ม โดยเล่นร่วมกันกับเพื่อนเป็นทีม มีการซ้อมทีมกัน และมีลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสังคมในเกมที่เรียกว่า กิลด์ หรือ แคลน โดยมีกิจกรรมร่วมกัน แชร์ประสบการณ์กันในเกมเป็นประจำ และแข่งขันเกมออนไลน์ มีพฤติกรรมแสดงตัวตนหลากหลายทั้งก่อนและหลังการเล่นเกมออนไลน์ บางกลุ่มอุปนิสัยไม่แตกต่างจากเดิม เป็นตัวของตัวเอง สามารถแยกแยะเรื่องในเกมและเรื่องจริงได้ ในขณะที่บางกลุ่มอุปนิสัยที่แตกต่างกับตัวตนจริงเมื่อเข้าสู่โลกของเกมออนไลน์ มีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีการแสดงอารมณ์ที่รุนแรงเพิ่มขึ้น

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม (GAST)

จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม (GAST) ของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมจัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมาเป็นกลุ่มคลังไคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติดเกมตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามลักษณะประชากร คือ เพศ, อายุ และพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม (กลุ่มปกติ, กลุ่มคลังไคล้ และกลุ่มน่าจะติดเกม) สามารถสรุปได้ว่า อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย นอกจากนี้ยังพบว่า เพศและอายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติดพนันในเกมออนไลน์ สอดคล้องกับ ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน และคณะ (2556) ที่ศึกษาการสำรวจสถานการณ์ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมในนักเรียน โรงเรียนนำร่องระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมพบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา (13-18 ปี) เสี่ยงต่อการมีปัญหาพฤติกรรมและติดเกมมากกว่านักเรียนระดับชั้นประถม (7-12 ปี) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนที่มีพฤติกรรมเสี่ยงและไม่มีความเสี่ยงกับการติดเกมและไม่ติดเกมพบว่า ผู้มีปัญหามีโอกาสติดเกม ร้อยละ 48.40 และมีโอกาสไม่ติด ร้อยละ 23.90 ส่วนผู้ไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงมีโอกาสไม่ติด ร้อยละ 76.1

เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจของต่างประเทศเช่นประเทศอังกฤษ โดย Internet Advertising Bureau (2014) พบว่า เพศหญิงเล่นเกมมากกว่าเพศชาย คือเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 52 ในขณะที่ผลการสำรวจของ Newzoo (2019) ในสหรัฐอเมริกาพบว่าวัยรุ่นร้อยละ 46.00 ของผู้ที่เล่นเกมออนไลน์นั้นเป็นเพศหญิง ซึ่งคาดว่าจะมีมากกว่า 1,000,000,0000 คน โดยกลุ่มที่พบเพศหญิงมากที่สุดคือกลุ่มคนที่ชอบเล่นเกมเพื่อรอให้เวลาผ่านไป (time filler) ส่วนใหญ่

พบว่าเล่นเกมบนสมาร์ตโฟนเป็นหลัก ซึ่งในกลุ่มนี้พบว่า เป็นเพศหญิงอยู่มากถึงร้อยละ 36.00 ในขณะที่เพศชายมีเพียงร้อยละ 19.00 เท่านั้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างปี 2011 กับ 2014 แล้ว พบว่าจำนวนผู้เล่นเกมที่เป็นหญิงนั้นเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 70 เช่นเดียวกับสถานการณ์ปัจจุบันของวัยรุ่นไทยที่พบว่าเพศหญิงเล่นเกมมากขึ้นกว่าข้อมูลที่พบในอดีต หากพิจารณาถึงความชุกของความเสี่ยงติดเกม (ในกลุ่มคลังใจและกลุ่มน่าจะติดเกม) ของวัยรุ่นไทยจะพบว่าวัยรุ่นหญิงมีความชุกของความเสี่ยงติดเกมถึงกว่าร้อยละ 25.00 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นชาย (ร้อยละ 15.00) ซึ่งสอดคล้องกับทวิศิลป์ วิษณุโยธิน และคณะ (2556) ที่พบว่า เพศเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเกม โดยเพศหญิงมีความเสี่ยงติดเกมมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 3.80, ร้อยละ 2.70)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม

จากผลวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ คือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านจิตสังคมปัจจัยมากที่สุด คือเล่นเกมเพื่อระบายความเครียด และปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมด้านการเสพติดมากที่สุด คือ ความคาดหวังในการเล่น เกม อันหมายถึง ความคาดหวังต่อการชนะในเกม คาดหวังในการซื้อ/สุมไอเทมที่ต้องการ ความคาดหวังเงิน และการความคาดหวังจากเพื่อน สอดคล้องกับภคกร ลุ่มเพชรมงคล (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก พบว่า ปัจจัยด้านความเบิกบานใจ ในการเล่น และปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น เกม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสอดคล้องกับ นารีรัตน์ โพธิ์สุวรรณ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดเกมของวัยรุ่น พบว่า ปัจจัยด้านจิตลักษณะประกอบด้วย ความเชื่ออำนาจในตน ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน และเจตคติต่อการเล่นเกมอยู่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดู การสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน และสภาพแวดล้อมทางสังคม

การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

วัยรุ่นไทยกลุ่มปกติ, กลุ่มคลังใจ และกลุ่มน่าจะติดเกม ทั้ง 3 กลุ่ม มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมไม่แตกต่างกัน วัยรุ่นไทยเล่นเกมในลักษณะแบบ pay to win มีการเติมเงินเพื่อใช้ในการเล่นเกมเมื่อมีความต้องการซื้อไอเทม หรือสินค้าเสมือนในเกมแทบทุกเกมที่เล่น โดยเฉพาะ “สกิน” ของตัวละครในเกม จากข้อมูลที่พบ พบว่ามีค่าใช้จ่าย 1,000-100,000 บาท ในการใช้เงินในการเล่น เกม โดยเป็นเงินเก็บที่สะสมมาจากค่าขนมที่ได้รับ ใช้วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกมด้วยบัตรเติมเงิน นอกจากการซื้อขาย สินค้าเสมือน ไอเทม และบริการในเกมระหว่างผู้เล่นกับผู้ที่ให้บริการเกมแล้ว ยังมีการซื้อ-ขาย สินค้า

เสมือน ไอเทม และ ID ในเกม ระหว่างผู้เล่นด้วยกันด้วย ทั้งวิธีการซื้อผ่านคนรู้จัก ผ่านคนกลาง ผ่านนายหน้า และผ่านระบบซื้อ-ขายออนไลน์ ด้วยวิธีการเทรด โดยพบว่า Facebook เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากที่สุด ซึ่งการกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าเสมือน ไอเทมนั้นๆ ยิ่งเป็นของที่หายาก (แรร์ไอเทม) จะยังมีความต้องการจากผู้เล่นสูง และมีราคาซื้อ-ขายสูงตามไปด้วย ในขณะที่การซื้อ-ขาย ID เกม จะขึ้นอยู่กับเลเวล ความสามารถของตัวละคร และจำนวนสิ่งของ ไอเทมที่ติดตัวใน ID นั้นๆ ว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมในภาพรวม คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ “กิจกรรมแจกไอเทม/โปรโมชันพิเศษ” วัยรุ่นมีตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมจากความพึงพอใจ ความต้องการ โดยสินค้าที่ซื้อมักเป็นสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาวุธ เพื่อตกแต่งให้ตัวละครในเกมมีความสวยงาม ดูดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ แพกเกจและโปรโมชันในแต่ละเดือนที่มีราคาไม่แพงจนเกินไปจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วย ซึ่งประเภทของโปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า โปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ประเภท “การลดราคาสินค้า” มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด จากผลสำรวจพบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม ในขณะที่อายุของวัยรุ่นไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี มีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 16-18 ปี สอดคล้องกับ พงศกร เพชรเจริญ (2557) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อระดับการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์มากที่สุด และสอดคล้องกับสรารุณี สักเทวิน (2560) ที่ศึกษาแรงจูงใจและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV) พบว่า การสื่อสารการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกมมากที่สุด

รูปแบบของการขายสินค้าเสมือน ไอเทมในเกมออนไลน์

เป็นโมเดลหนึ่งทางธุรกิจที่ทำให้บริษัทมีโอกาสแสวงหาผลกำไรจากการให้บริการเกมได้ โดยสินค้า ไอเทมที่นำมาขาย จะเป็นสินค้าเสมือนในเกมที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยให้ผู้เล่นสามารถซื้อเพื่อเพิ่มพลังได้ เพื่ออัปเลเวลได้ หรือเป็นสินค้าแฟชั่นฟุ่มเฟือยที่เน้นความสวยงามเพื่อการประดับตกแต่งตัวละครในเกม ส่วนใหญ่จะมีราคาที่กำหนดอยู่แล้วตามแต่ละผู้ให้บริการ เกม การเล่นเกมออนไลน์กับการเติมเงิน สิ่งเหล่านี้ เป็นเรื่องของลูทบ็อกซ์เข้ามาด้วยในแง่ของพฤติกรรมเติมเงิน ซื้อของในเกม และระบบสุ่มไอเทมในเกม เป็นระบบที่ตั้งใจให้เกิดความอยากร โดยเล่นกับกิเลสของผู้เล่นที่ต้องการสินค้าเสมือนนั้นๆ เป็น item trading ในลูทบ็อกซ์ ในกล่องกาชา กล่องสุ่ม โปรโมชัน แพกเกจต่างๆ เพื่อเพิ่มการลุ้นและสร้างความตื่นเต้นในการเปิดกล่อง

สุม โดยมีความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อจากวิจารณ์ของผู้เล่นเกม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกมของวัยรุ่นไทยนั้น “การเปิดสุมกล่องทำให้รู้สึกตื่นเต้นมากที่สุด” โดยวัยรุ่นไทยเพศชายและเพศหญิงมีทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุแตกต่างกันของวัยรุ่นไทยมีทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน โดยพบว่า วัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1978) ที่มีข้อค้นพบว่า ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและทศนคติ ซึ่งจากผลการวิจัยอาจคาดคะเนแนวโน้มได้ว่า ทศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกมนั้นมีความสัมพันธ์หรืออาจส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม และนำไปสู่การติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

ลูทบ็อกซ์ (loot box)

คือระบบกล่องสุมไอเทมหรือกล่องปริศนาในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งของการเล่นเกม อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการออกแบบเกม ในแง่ของการลุ้นเพื่อความตื่นเต้น โดยอาศัยเรื่องของดวงในการเสี่ยงโชค โดยสุมของจากการซื้อในเกมแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้ไอเทมพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่น และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง ลูทบ็อกซ์มีลักษณะของ item trading ในลูทบ็อกซ์ในกล่องกาษา เพื่อที่จะเอาของ สกิน หรือไอเทม (skin betting behavior) เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อจะกระตุ้นให้ผู้เล่นเกม-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ ซื้อเรื่อยๆ เติมเงินเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ มีลักษณะของความเป็นกาพนัน (gambling) คือมีได้และมีเสีย เมื่อเสียเงินสุมของแล้ว ไม่สามารถการันตีได้ว่าจะได้รับไอเทมนั้นจริง สอดคล้องกับ พงศกร เรื่องเดชขจร (2560) ที่กล่าวว่าลูทบ็อกซ์คือโมเดลธุรกิจหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเกม ซึ่งเป็นลักษณะของกล่องที่บรรจุของหรือไอเทมภายในเกม โดยอาจเป็นเครื่องแต่งกายพิเศษ อาวุธพิเศษ ของใช้แปลกตา อุปกรณ์เพิ่มความสามารถ เป็นต้น เมื่อผู้เล่นเปิดกล่อง ระบบเกมจะทำการสุมของให้ผู้เล่นหนึ่งชิ้นหรือตามจำนวนเกมที่กำหนดไว้ ผู้เล่นจะมีโอกาสได้รับลูทบ็อกซ์จากการเล่นเกม เช่น ได้รับรางวัลจากการชนะการแข่งขัน สะสมเงินภายในเกมมาซื้อ แต่ส่วนใหญ่มักใช้เงินจริงเพื่อจะมีโอกาสได้ของที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ David and Paul (2019) ที่ศึกษา Correction: Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey พบว่าลูทบ็อกซ์นั้นมีผลทางจิตวิทยาคล้ายคลึงเกี่ยวพันกับการพนัน และด้วยเกณฑ์ทางจิตวิทยาก็สามารถตัดสินใจได้ว่าตัวของมันเองก็คือการพนันเช่นกัน นอกจากนั้น การใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อนำไปเปิดลูทบ็อกซ์นั้นมีระดับการเป็นปัญหาเท่าเทียมกับการพนัน ซึ่งความตื่นเต้นในการเปิดหาสิ่งที่ต้องการโดยใช้เงิน

จำนวนมากนั้นอาจจะนำพาไปสู่ปัญหาเดียวกันกับการพนันได้ด้วย โดยเกมใดก็ตามที่ระบบคล้ายคลึงกับการพนันนี้ควรถูกกำหนดเรตและให้ขายได้เฉพาะผู้เล่นอายุเกิน 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น

พฤติกรรมกาการติดพนันในเกมออนไลน์

ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการพนัน ก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล และผู้เล่นไม่ได้มีส่วนที่ทำให้แพ้หรือชนะเลย หรือถ้ามีก็เป็นส่วนน้อย หากเล่นชนะได้รางวัล คือเป็นเรื่องของโชคหรือความบังเอิญ ซึ่งมีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (prize) โดยมีการลุ้นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้ของที่ต้องการหรือไม่ เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่จะเล่นพนัน (gambling decision making) จากการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ไอเทมในรูปแบบลูทบ็อกซ์นั่นเอง จากข้อมูลประเภทของพนันออนไลน์ของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2562) พบว่า คนไทยนิยมพนันสกิน, อีสปอร์ต (skin betting) ถึงร้อยละ 5.90 เมื่อมีความเสี่ยงสูง การลุ้นมากขึ้น และเมื่อได้ของรางวัลที่ต้องการ จะเกิดความรู้สึกมีความสุข ฟุ้งพ้อใจ ซึ่งเป็นระบบการให้รางวัลของสมอง (the brain reward system) คือ ระบบการให้ความรู้สึก "ฟุ้งพ้อใจ" หรือ "มีความสุข" เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และจะทำให้เกิด "ความต้องการ" ที่จะได้รับสิ่งนั้นอีก ซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งเป็นพฤติกรรมกาการติดพนัน กล่าวคือ มีอาการขาดไม่ได้ คิดถึงอยู่เสมอว่าจะต้องทำ เพราะฉะนั้นก็คือถ้ามีโอกาสก็อยากจะทำอีกเรื่อยๆ ซ้ำๆ จนมีอาการเสพติด สอดคล้องกับจีระพันธ์ การะเกด (2553) ที่ศึกษาเครือข่ายเกมออนไลน์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสี่ยงโชคในเยาวชน กรณีศึกษา: สามก๊กออนไลน์ (3 Kingdoms Online) และสเปเชียล ฟอर्स (Special Force) พบว่าสาเหตุที่ทำให้เยาวชนเข้าร่วมและเลิกเสี่ยงโชคภายในเกมออนไลน์เกิดขึ้นจากบริบทต่างๆ ที่อยู่ในสังคมรอบตัวของเยาวชนผู้เล่นเกมออนไลน์ อาทิเช่น ความสนุก ผลตอบแทนจากการเสี่ยงโชค ความอยากรู้ อยากลอง เพื่อน เนื้อหาของเกมออนไลน์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดการเข้าร่วมเสี่ยงโชคในเกมออนไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Brooks and Clark (2019) ที่ศึกษา Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบลูทบ็อกซ์และการพนัน โดยได้ทำการดัดแปลงการวิจัยมาจากพฤติกรรมกาการพนันที่เกิดปัญหาจากการเสี่ยงของรางวัลในลูทบ็อกซ์ พบว่า เกมเมอร์วัยผู้ใหญ่และเกมเมอร์วัยนักศึกษาในระดับปริญญาตรี เคยจ่ายเงินเพื่อเปิดลูทบ็อกซ์ โดยสองกลุ่มมองว่าลูทบ็อกซ์เป็นการพนัน, ทำกาการซื้อและทำกาไรจากลูทบ็อกซ์เป็นเงินจริง

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (PGSI)

จากผลการประเมินการวัดโรคติดพนัน Problem Gambling Severity Index (PGSI) พบว่า วัยรุ่นไทยที่เล่นเกมออนไลน์ มีพฤติกรรมการติดเกม ซื้อสินค้าเสมือนในเกม ส่วนมากจัดอยู่ในกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) ร้อยละ 72.25 ซึ่งยังเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน รองลงมา อยู่ในกลุ่มนักพนันที่มีปัญหา (problem gamblers) ร้อยละ 17.50 ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติดพนัน และอยู่ในกลุ่มผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) ร้อยละ 10.25 ซึ่งกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน

หากพิจารณาถึงความชุกของความเสี่ยงติดเกมในกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ (new gamblers) ของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิง อันเป็นกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติดพนัน จะพบว่า วัยรุ่นหญิงมีความชุกของความเสี่ยงติดพนันในเกมออนไลน์ถึงร้อยละ 79.00 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นชาย (ร้อยละ 65.50) ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2561, 2562) ที่พบว่าจำนวนคนไทยที่เล่นการพนันอันเป็นกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ใน ปี พ.ศ.2560 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2558 คือเป็นเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง 14.607 ล้านคน (เพิ่มขึ้น 1.307 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 9.80) และเพศชาย 14.322 ล้านคน (เพิ่มขึ้น 0.229 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 1.60) และมีนักพนันหน้าใหม่ หรือคนที่ไม่เคยเล่นมาก่อนแต่เพิ่งเริ่มเล่นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2562 ถึง 719,567 คน ซึ่งมากกว่านักพนันหน้าใหม่ในปี พ.ศ.2560 ที่มีจำนวน 628,801 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 ในขณะที่ความชุกของความเสี่ยงติดพนันในเกมออนไลน์ในกลุ่มนักพนันที่มีปัญหา (problem gambling) และกลุ่มผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) อันเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงปานกลางและมีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน จะพบว่าในวัยรุ่น เกือบร้อยละ 30.00 มีความเสี่ยงติดพนันในเกมออนไลน์ และพบว่าวัยรุ่นชายมีความชุกของความเสี่ยงติดพนันในเกมออนไลน์ ถึงกว่าร้อยละ 34.00 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นหญิง (ร้อยละ 21.00) สอดคล้องกับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2562) ที่พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมเข้าข่ายว่าเป็นนักพนันที่มีปัญหา 210,090 คน ในจำนวนนี้เป็นเด็กและเยาวชน อายุ 15-25 ปี 38,953 คน เป็นเพศชาย (2.667 ล้านคน) ซึ่งสูงกว่าเพศหญิง (2.563 ล้านคน)

เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจ/สรุปรองค้ความรู้เรื่องจิตวิทยาของการพนันแบบมีปัญหา (วิทยาการ เชียงกุล, 2562) ในสัดส่วนของผู้ติดการพนัน (Problem Gambling) ต่อประชากรวัย 15 ปีขึ้นไป เฉลี่ยทั่วโลกอยู่ราวร้อยละ 2.30 แต่มีความแตกต่างกันไปในประเทศต่างๆ ตั้งแต่ระหว่างร้อยละ 0.50 (ในเดนมาร์คและเนเธอร์แลนด์) ถึงร้อยละ 7.60 ในฮ่องกง ประเทศในเอเชียตะวันออก (มาเก๊า, ญี่ปุ่น, สิงคโปร์) และตะวันออกเฉียงใต้และยุโรปตะวันออกบาง ประเทศ เช่น เอสโทเนีย มีสัดส่วนค่อนข้างสูง ขณะที่ประเทศพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ออสเตรเลีย ฯลฯ อยู่ระดับกลางๆ ราวร้อยละ 2.00-3.00 นอกจากนี้จากผลสำรวจพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนกับการใช้สื่อออนไลน์ในช่วง “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” และการเฝ้าระวังเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดและการโฆษณาของธุรกิจพนันออนไลน์ (ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2563) พบว่า เมื่อเห็นโฆษณาการพนันออนไลน์แล้ว มีเด็กและเยาวชนตามเข้า

ไปเล่นพนัน ร้อยละ 13.24 โดยพบว่าการพนันประเภทที่เล่นมากที่สุด ได้แก่ เกมยิงปลา ร้อยละ 31.68 **เพราะมีลักษณะไม่เหมือนการพนัน** ผลการเล่นพนันส่วนใหญ่คือร้อยละ 82.18 เสียมากกว่าได้ และน่าสังเกตว่าจำนวนเงินที่เสียสูงสุดมากถึง 100,000 บาท น้อยที่สุดอยู่ที่ 7,000 บาท จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นไทยที่เล่นเกมออนไลน์ทุกคน มีโอกาสที่จะถูกกระตุ้นจากระบบลูทบ็อกซ์ในการซื้อสินค้า ไอเทม ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายของการพนันในเกมออนไลน์จากระบบลูทบ็อกซ์ที่แฝงตัวอยู่ในเกมออนไลน์นี้ ผู้เล่นที่ขาดวิจารณญาณจะยังไม่สามารถยับยั้งชั่งใจในการซื้อสินค้านั้นๆ ต้องเสียเงินเป็นจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งไอเทมและของที่ต้องการ ทั้งนี้ตัวของผู้เล่นเองอาจไม่รู้่วาวิธีการเช่นนี้คือการพนันนั่นเอง สอดคล้องกับ สุระชัย ภูผา (2558) ที่ศึกษามายาคติในการสื่อสารออนไลน์ในเว็บไซต์การพนัน โดยศึกษารูปแบบความสัมพันธ์การสื่อสารสัญญาณของเว็บไซต์พนันออนไลน์กับมายาคติและอุดมการณ์ต่างๆ ที่แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง พบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์สามารถยุบสัญลักษณ์ ภาพตัวแทน และตัวบ่งชี้ที่กระจายอยู่ในสังคมมาจัดวางสลับตำแหน่งจนสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของการพนันกลายเป็นภาพมายาเหมือนเกมที่นำเสนอที่ตื่นเต้น ที่ไปก่อตัวเป็นสภาวะเหนือจริงครอบงำความคิดของผู้รับสารภายใต้จินตนาการแห่งความชอบธรรม และความสุขในการเล่นพนันได้อย่างไม่รู้จบ

ผลกระทบของพฤติกรรมติดเกม การติดพนันในเกมออนไลน์

ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย, ด้านสุขภาพจิต, ด้านสมอง และด้านพฤติกรรม โดยมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

ผลกระทบเชิงบวกของเกมออนไลน์ พบว่า เกมออนไลน์ เป็นกิจกรรมหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับการออกแบบมาด้วยความตั้งใจที่ทำให้ผู้เล่น เล่นแล้วมีความสุข ในด้านปัจเจกบุคคล ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ คลายเครียด เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ การฝึกฝนทักษะ การวางแผน ประสาทตา ประสาทสัมผัส ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเลือกรูปแบบของเกมและประเภทเกม ที่ผู้เล่นทำการเล่น สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมในการเล่นเกมกระดานและองค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ของวราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และกันตภณ ธรรมวัฒนา (2560) ที่พบว่าผลกระทบทางด้านบวกในด้านอารมณ์ และความรู้สึก ทำให้ความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด สนุกสนาน เพลิดเพลิน ในด้านอุตสาหกรรมเกม ผลเชิงบวกที่เกิดขึ้น ได้แก่ การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเกม การเกิดอาชีพที่หลากหลายเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเกม เช่น แคสเตอร์ สตรีมเมอร์ เกมดีไซเนอร์ และอินฟลูเอนเซอร์

ผลกระทบเชิงลบของเกมออนไลน์ พบว่า เกมออนไลน์ในปัจจุบันเข้าถึงง่าย มีการออกแบบโดยอาศัยหลักจิตวิทยาดึงดูดให้ผู้เล่นเพลิดเพลิน ทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ในกลุ่มคนที่เล่นเกมมากกว่าปกติ จะมีความเสี่ยงติดเกม โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น มีผลเชิงลบในด้าน

พฤติกรรม มีอาการสมาธิสั้น มีพฤติกรรมติดจอ มีการติดสื่อสังคมออนไลน์ การเสพติดการเล่น เกมแบบกลุ่ม มีปฏิสัมพันธ์หรือการใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนไป การแยกแยะโลกจริงและโลก เสมือนในเกมเปลี่ยนไป นำไปสู่ปัญหา พุดคุยเรื่องเพศ มีความเสี่ยงเรื่องของการถูกล่อลวง การ ใช้จ่ายเงิน สำหรับเกมที่มีการพนันแฝงซ่อนอยู่ จะมีความเสี่ยงในการเข้าสู่เว็บพนันออนไลน์ ในขณะที่วัยรุ่นไทยนั้นส่วนใหญ่รับรู้ผลกระทบเกี่ยวกับการเล่นเกม การติดเกม และการพนันใน เกมจากสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล ได้แก่ ข่าวและบุคคลใกล้ชิด โดยติดตามข่าวสาร การอัปเดต เกี่ยวกับเกม หากพิจารณาพฤติกรรมการติดเกม การติดพนันในเกมออนไลน์ ในภาพรวม จะ พบว่า วัยรุ่นไทย มีผลกระทบจากการพนันในเกม “ด้านสุขภาพกาย” มากที่สุด คือ มีอาการปวด หลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อสอดคล้องกับ ชลลดา บุญโท (2554) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเล่น เกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชภัฏนครปฐมบุรีและผลกระทบจากเกม พบว่า ผลกระทบจากเกมออนไลน์ พบว่าด้านสุขภาพร่างกายมีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา ด้าน การเงิน ทำให้ผู้เล่นมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ด้านการศึกษาและสติปัญญา ทำให้ผู้เล่นเกิดความคิด สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว และกลุ่มเพื่อนเกมออนไลน์ ทำให้ผู้เล่นรู้จัก กับเพื่อนใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ด้านอารมณ์ ทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึก ผ่อนคลายจากความตึงเครียด

ในขณะที่ผลการวิจัยสะท้อนว่าวัยรุ่นไทยให้ความสนใจกับประเด็นเรื่องความรุนแรงจาก การเล่นเกม โดยเฉพาะเกมประเภท Shooting หรือ FPS มากกว่าประเด็นอื่นๆ มีกลุ่มวัยรุ่นที่ มองว่าการเล่นเกมนำให้มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยเด็กและวัยรุ่น อย่างไรก็ตามเนื้อหาในเกมที่ไม่เหมาะกับช่วงอายุ เป็นปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่น เกม ซึ่งมีผลทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง และพฤติกรรมการกระทำความรุนแรงทางไซเบอร์ (cyberbully)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานที่ทำงานด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว ต้องให้ความสำคัญ กับปัญหาพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม การติดพนันในเกมออนไลน์ โดย ต้องมีการบูรณาการทำงานร่วมกันทั้งระบบ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม องค์กร ภาคีเครือข่ายภายในและภายนอก ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ โดยสร้างภูมิคุ้มกัน สร้างการรู้เท่าทัน อยู่บนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพ และความ รับผิดชอบต่อสังคม

1.2 จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยกำหนดเจ้าภาพหลักที่เป็น หน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละด้านในการดำเนินการโดยในเรื่องของการติดเกมและการพนันใน เกมออนไลน์ โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบ โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วน เพื่อเร่งจัดทำแผนงาน และมาตรการป้องกันวัยรุ่น โดยเฉพาะการพนันผ่านช่องทางทางการซื้อขายสินค้าเสมือนในเกม

ออนไลน์ในรูปแบบลูทบุ๊กซ์ที่กำลังเป็นโมเดลธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและเข้าถึงวัยรุ่นได้ง่าย

1.3 สร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media, Information & Digital Literacy - MIDL) โดยส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องของ เกมออนไลน์ การติดเกม การพนันในเกม และภัยออนไลน์ในทุกวัย

1.4 ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนป้องกันและลดผลกระทบจากติดเกมและการพนันในเกมนออนไลน์ โดยนำรายได้จากผลประโยชน์ของการของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกมมาจัดสรรงบประมาณสนับสนุนมาตรการป้องกันปัญหาการติดเกมและการพนันในเกมนออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น

1.5 ส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการพนัน สาเหตุและผลกระทบจากการพนัน รวมทั้งมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวกับการพนัน

1.6 ส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการพนัน สร้างการรู้เท่าทัน และการเสริมสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อป้องกันการติดการพนันรวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมป้องกันและลดผลกระทบจากการพนัน

1.7 ต้องมีการขับเคลื่อนนโยบายและผลักดันให้มีการยกร่างกฎหมายและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกมนออนไลน์ การติดเกม การพนันในเกมนออนไลน์ การโฆษณาแฝง และภัยออนไลน์ ให้เป็นวาระเร่งด่วนในระดับชาติ และปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพนัน เช่น พ.ร.บ. การพนัน พ.ศ. 2478 เป็นต้น โดยเฉพาะมาตรการป้องกันวัยรุ่นให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดในช่วงเฉพาะของวัยรุ่น จึงควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกัน แต่ศึกษาประชากรในกลุ่มอื่นๆ ด้วย

บรรณานุกรม

- Gabriel, A. B., & Luke, C. (2019). Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions. *Addictive Behaviors* 2019, 96, 26-34. Doi: 10.1016/j.addbeh.2019.04.009
- Gamingdose. (23 สิงหาคม 2562). นักการเมืองอังกฤษชี้! Loot box จะเปิดทางให้เกมมี “ระบบการพนัน” ในภายหลัง. สืบค้นจาก <https://www.gamingdose.com/news/นักการเมืองอังกฤษชี้-loot-box/>
- ProGaming. (3 กันยายน 2562). ผลการศึกษาเผย การเชื่อมโยงกันระหว่างระบบ Loot Boxes และการพนัน !! สืบค้นจาก <https://www.progaming.co.th/articles/ผลการศึกษาเผย-การเชื่อมโยง/>
- Rogers, D. (1978). *The psychology of adolescence*. New York: Appleton Century-Crofts.
- The Matter. (20 กันยายน 2562). ล้มละลายไปกับ ‘กาชา’ เหตุผลที่เรายอมซื้อกล่องปริศนาเพื่อไอเทมในเกม. สืบค้นจาก <https://thematter.co/brief/loots-box-gacha-gambling-controversy/40263>
- Zendle, D. & Cairns, P. (2019). Correction: Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE* 14(3): e0214167. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214167>
- โคอิชิ (ไทยแลนด์). (3 กันยายน 2562). ผู้เล่นใหม่ สุ่มกาชาป้องกันไหนดี?. สืบค้นจาก <https://kochii.me/ragnarok-m-eternal-ผู้เล่นใหม่-สุ่มกาชาป้องกัน/>
- จีระพันธ์ การะเกด. (2553). *เครือข่ายเกมออนไลน์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสี่ยงโชคในเยาวชนกรณีศึกษา: สามก๊กออนไลน์ (3 Kingdoms Online) และสเปเชียล ฟอर्स (Special Force)*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชลลดา บุญโท. (2554). *พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากเกมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
- ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน และคณะ. (2556). *การสำรวจสถานการณ์ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมในนักเรียนโรงเรียนนาร่อง ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน. สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข*.
- ไทยโพสต์. (12 กันยายน 2562). พบเด็ก 3.6 ล้านคนเกี่ยวข้องเล่นพนันออนไลน์ กว่าแสนคนติดหนี้ 335 ล้าน จิตแพทย์ชี้ อี-สปอร์ต อันตรายแฝงไม่แพ้เกมพนันอื่น ๆ. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/main/detail/45619>

- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2561). ข้อเสนอแนะในการกำกับดูแลการพนันที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการแข่งขันเล่นวิดีโอเกม/เกมออนไลน์เพื่อแข่งขันเงินหรือชิงเงินรางวัล (e-sport) ที่มีเด็กและเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรม. มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.).
- นาริรัตน์ โปธิสุวรรณ. (2552). ปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมของวัยรุ่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปิยอร เปลียนผดุง. (2560). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการพนันออนไลน์. จุลสารทันเกม ปีที่ 6 ฉบับที่ 18, หน้า 14.
- พงศกร เพชรเจริญ. (2557). พฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พงศกร เรืองเดชขจร. (2560). Loot Box กล่องรางวัล หรือ การพนันไอเทม?. จุลสารทันเกม ปีที่ 6 ฉบับที่ 18, หน้า 20-22.
- พัศกร คงสาคร, พิชญ์ โพธิ์กัน และแพรวผกา มุ่งกลาง. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางสังคม การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเองกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์. โครงการปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภคกร ลุ่มเพชรมงคล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภรณ์ยู แก้วกล้า. (2559). มาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- วารภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ กันตภณ ธรรมวัฒนา. (2560). พฤติกรรมในการเล่นเกมนิรดาและองค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่ 40 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560), หน้า 107-132.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทาบูกเจริญผล.
- วิทยากร เชียงกุล. (2562). รายงานการวิจัยเรื่อง สสำรวจ/สรุป องค์ความรู้เรื่องจิตวิทยาของการพนันแบบเป็นปัญหา. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2561). รายงานศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ปี 2561. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรารุณี สักเทวิน. (2560). แรงจูงใจและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเติมเงินเกม Arena of valor (ROV). การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุระชัย ภูผา. (2558). มายาคติในการสื่อสารออนไลน์ในเว็บไซต์การ์ตูน. คณะการ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

เอกสารรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

ที่อยู่เลขที่ 131 ถนนช่างหล่อ ตำบลห้วยยา อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50100


โทรศัพท์ 053 908500 ต่อ 60340

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่หนังสือรับรอง	: เลขที่ 5/2563	
ชื่อโครงการ	: พฤติกรรมการติตเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย	
เลขที่โครงการวิจัย	: SPH.IRB 001/2563 SCs_ful	
ผู้วิจัยหลัก	: นายณัฐพงษ์ สายพิณ	
สังกัดหน่วยงาน	: สาขาวิชานิติศาสตร์บูรณาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
ผู้สนับสนุนทุนวิจัย	: ศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.)	
ประเภทการทบทวน	: การพิจารณาโครงร่างการวิจัยแบบเต็ม (Full board review)	
เอกสารที่รับรอง : เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย		
1. โครงร่างการวิจัย ฉบับวันที่ 30 มีนาคม 2563		
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ฉบับวันที่ 8 เมษายน 2563		
3. เอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย ฉบับวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563		
4. เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับอาสาสมัครผู้รับการวิจัย ฉบับวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563		
วันที่ให้การรับรอง : 8 เมษายน 2563		วันที่หมดอายุการรับรอง : 7 เมษายน 2564
รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี		
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง ให้การรับรองเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, the Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)		
 ลงนาม..... (นายจักริน ปิงคลาศัย) รักษาการประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน	 ลงนาม..... (นางสุวรรณี เรืองเดช) ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสวนปรุง	
ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)		

ภาคผนวก ข.

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ด้านสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลสวนปรุง	AF 07.3
	เอกสารชี้แจงข้อมูลแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (Participant Information Sheet for Participants under 18)	เริ่มใช้

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย สำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (Participant Information Sheet for Participants under 18)

ที่ชื่อนายณัฐพงษ์ สายพิณ (ทีมอส) เป็นอาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เบอร์โทรศัพท์ 081-4462420 กำลังทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” ที่จะชวนน้องเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ เพราะท่าน้องเป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือระดับอุดมศึกษา ชอบเล่นเกมออนไลน์ อาจเสี่ยงต่อการติตพนัน หรือมีแนวโน้มการติตพนันในเกมออนไลน์

ถ้าท่าน้องยินดีเข้าร่วมโครงการนี้ พี่จะขอให้น้องช่วยที่ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถาม หรือถูกสังเกตพฤติกรรมระหว่างที่เราคุยกัน

งานวิจัยนี้อาจเกิดความเสี่ยง เช่น ระหว่างที่น้องกำลังทำแบบสอบถามหรือตอบคำถาม พี่จะคอยดูแลน้องอย่างดี ไม่ให้ท่าน้องรู้สึกไม่สบายใจ แต่ถ้าท่าน้องจะไม่เข้าร่วมโครงการนี้ หรือเข้าร่วมแล้วรู้สึกไม่สบายใจ อึดอัด อยกหยุด น้องสามารถบอกพี่ได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลใดๆ กับน้อง และถ้าท่าน้องหรือผู้ปกครองมีเรื่องสงสัย สามารถถามพี่ได้

พี่รับรองว่าจะเก็บเรื่องส่วนตัวของน้องเป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้ใครทราบเด็ดขาด

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวน หากได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ สามารถติดต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง โทร 0 5390 8500 ต่อ 60340 ในเวลาราชการ

ลงชื่อ.....

(นายณัฐพงษ์ สายพิณ)

วันที่.....

ผู้วิจัยหลัก

หากน้องไม่ได้รับการชดเชยอันควรต่อการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นโดยตรงจากการวิจัย หรือไม่ได้รับการปฏิบัติตามที่ปรากฏในเอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมในการวิจัย สามารถร้องเรียนได้ที่ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง โทร 0 5390 8500 ต่อ 60340 ในเวลาราชการ

- ขอขอบคุณในการร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ -

SPH-IRB

08 มี.ธ. 2563

p1.version2_Feb2020

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก ค.

เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัยสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ด้านสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลสวนปรุง	AF 07.4
	เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัย สำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (Informed Consent Form to Participate in a Research under 18)	เริ่มใช้

เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัย
สำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
(Informed Consent Form to Participate in a Research under 18)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

ข้าพเจ้า.....อายุ.....ปี
ที่อยู่.....

ขอแสดงความสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในแกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย”

ชื่อ-นามสกุล ผู้ปกครอง.....

ข้าพเจ้าและเด็กในปกครองของข้าพเจ้า ได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย รายละเอียดต่างๆ ในแบบสอบถาม/สัมภาษณ์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไข และของตอบแทนที่จะได้รับ โดยได้อ่านหรือรับทราบข้อความในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจาก นายณัฐพงษ์ สายพิน หัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้าและเด็กในปกครองของข้าพเจ้า ได้รับทราบถึงสิทธิ ข้อมูล ทั้งประโยชน์และความเสี่ยงจากการเข้าร่วมการวิจัย และสามารถถอนตัวหรืองดเข้าร่วมการวิจัยได้ทุกเมื่อ โดยจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผลการเรียนหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็กในปกครองของข้าพเจ้าในอนาคต และอนุญาตให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามและ/หรือสัมภาษณ์เด็กในปกครองของข้าพเจ้า แต่จะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอผลเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้น ดังนั้นข้าพเจ้าจึงสมัครใจให้เด็กในปกครองของข้าพเจ้าเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้

ข้าพเจ้าและเด็กในปกครองของข้าพเจ้า เข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และหนังสือแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัยโดยได้รับการบอกกล่าวนี้โดยตลอดแล้ว และมีสิทธิขอสำเนาเอกสารนี้จากนักวิจัยได้ จึงลงลายมือชื่อไว้

ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....
(.....) (.....)
ผู้เข้าร่วมการวิจัย/เด็กในปกครอง ผู้ปกครอง
วันที่.....เดือน.....พ.ศ..... วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ.....
(นายณัฐพงษ์ สายพิน)
ผู้วิจัย/ผู้ขอความยินยอม
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

- ขอขอบคุณในการร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ -

SPH-IRB


p1.version1_Feb2020

08 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก ง.

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยสำหรับผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป

	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ด้านสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลสวนปรุง	AF 07.5
	เอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป (Participant Information Sheet for Participants over 18)	เริ่มใช้

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยสำหรับผู้ที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป (Participant Information Sheet for Participants over 18)

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นายณัฐพงษ์ สายพิณ ผู้วิจัย สังกัดสาขาวิชาจิตศาสตร์บูรณาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมเกมการคิดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย” โดยมีที่มาของโครงการวิจัย คือ เกมออนไลน์ในปัจจุบันส่วนมากจะมีเรื่องพนันเข้ามาแอบแฝง สมงของวัยรุ่นเองมีธรรมชาติที่ชอบเข้าไปหาความเสี่ยงอยู่ตามธรรมชาติ หากว่าสมองของวัยรุ่นถูกกระตุ้นด้วยการพนันรูปแบบต่างๆ เพื่อชิงเงินรางวัล ของรางวัล หรือเพื่อเสริมความรู้สึทางจิตใจ อันมีความเสี่ยงที่จะชักนำนักเล่นรายใหม่ไปสู่การเล่นพนัน เช่นเดียวกับการขายผลกีฬาในโลกออนไลน์ ลักษณะการพนันในเกมออนไลน์มีการเชื่อมโยงเกมและอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกันสามารถกระทำผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ผ่านตัวโปรแกรม แอปพลิเคชัน เป็นกิจกรรมส่วนตัวที่ผู้เล่นสามารถทำได้ที่เล่นเกมซื้อของ สนทนา จ่ายเงินไปได้ทันที และผู้เล่นเกมส่วนมากที่ยังไม่รู้เท่าทัน โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดให้ติดการพนันเป็นความผิดปกติทางจิตชนิดหนึ่งเรียกว่า Pathological Gambling หรือโรคติดพนัน อาการคือแม้ผู้เล่นการพนันจะมีความทุกข์จาก การเล่นพนัน แต่ก็หยุดไม่ได้ยังคงต้องเล่นต่อไป ผู้ที่มีปัญหาจากการพนันหรือผู้ติดการพนัน คือผู้ที่ได้รับการวินิจฉัยตามเกณฑ์การวินิจฉัยของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ในทางการแพทย์เรียกว่าโรคติดพนัน (Gambling Disorder) จัดอยู่ในกลุ่มโรคเดียวกับโรคที่เกี่ยวกับสารเสพติด (Substance-related and Addictive Disorders)

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือระดับอุดมศึกษา ที่มีพฤติกรรมเล่นเกมและเสี่ยงต่อการติดเกม มีแนวโน้มการติดพนันในเกมออนไลน์ (online gambling) ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของผู้เล่นเกมที่มีความเสี่ยงที่จะติดพนันในเกมออนไลน์ในสถานภาพต่างๆ ได้มากขึ้น สร้างความเข้าใจ เข้าถึงปัญหาของการซื้อของในเกมที่เกิดขึ้นในบริบทของลูทบ็อกซ์อันเป็นความเสี่ยงต่อการพนัน รวมทั้งสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการจัดการ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความปลอดภัย การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเกมการคิดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

หากท่านยินดีเข้าร่วมโครงการนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ตอบคำถาม หรือถูกสังเกตพฤติกรรมระหว่างการสนทนากัน อนึ่งงานวิจัยนี้อาจเกิดความเสี่ยง เช่น ระหว่างที่ท่านกำลังทำแบบสอบถามหรือตอบคำถาม ผู้วิจัยจะคอยดูแลท่านอย่างดี ไม่ให้รู้สึกไม่สบายใจ แต่หากท่านจะไม่เข้าร่วมโครงการนี้ หรือเข้าร่วมแล้วรู้สึกไม่สบายใจ อึดอัด อยากหยุด ท่านสามารถแจ้งกับผู้วิจัยได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลใดๆ กับท่าน ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บเรื่องส่วนตัวของท่านเป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้ใครทราบเด็ดขาด

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง หากได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ สามารถติดต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง โทร 0 5390 8500 ต่อ 60340 ในเวลาราชการ

ลงชื่อ.....

(นายณัฐพงษ์ สายพิณ)

วันที่.....

ผู้วิจัยหลัก

- ขอขอบคุณในการร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ -

SPH-IRB

08 เม.ย. 2563

p1.version1_Feb2020

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก จ.

เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัย
สำหรับผู้ที่มียุ 18 ปี ขึ้นไป

	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ด้านสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลสวนปรุง	AF 07.6
	เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัย สำหรับผู้ที่มียุ 18 ปี ขึ้นไป (Informed Consent Form to Participate in a Research over 18)	เริ่มใช้

เอกสารแสดงความสมัครใจในการเข้าร่วมการวิจัยสำหรับผู้ที่มียุ 18 ปี ขึ้นไป
(Informed Consent Form to Participate in a Research over 18)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

ข้าพเจ้า.....อายุ.....ปี
ที่อยู่.....

ขอแสดงความสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการติตเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และ
การติตพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย”

โดยข้าพเจ้าได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย ประเด็นคำถามในแบบสอบถาม/การ
สัมภาษณ์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทาง
ป้องกันและแก้ไข และของตอบแทนที่จะได้รับ โดยได้อ่านหรือรับทราบข้อความในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยตลอด อีกทั้ง
ยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจาก นายณัฐพงษ์ สายพิณ หัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้าได้รับทราบถึงสิทธิ ข้อมูล ทั้งประโยชน์และความเสี่ยงจากการเข้าร่วมการวิจัย และสามารถถอนตัวหรือคิดเข้า
ร่วมการวิจัยได้ทุกเมื่อ โดยจะไม่มีการทบทใดๆ ต่อข้าพเจ้าในอนาคต

ข้าพเจ้านุญาตให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการจากการตอบแบบสอบถามและ/หรือสัมภาษณ์ โดยได้รับการรับรองจาก
ผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และจะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอผลเป็น
ข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และหนังสือแสดงความสมัครใจนี้โดยตลอดแล้ว และข้าพเจ้า
มีสิทธิขอสำเนาเอกสารนี้จากนักวิจัยได้ จึงลงลายมือชื่อไว้

ลงชื่อ.....
(.....)
ผู้เข้าร่วมการวิจัย/ผู้ให้ข้อมูล/ผู้แทน
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

ลงชื่อ.....
(นายณัฐพงษ์ สายพิณ)
ผู้วิจัย/ผู้ขอความยินยอม
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

- ขอขอบคุณในการร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้ -

SPH-IRB

p1.version1_Feb2020

08 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก จ.

แบบสอบถาม

ชุดที่	<input type="checkbox"/> เหนือ <input type="checkbox"/> ตะวันออกเฉียงเหนือ
.....	<input type="checkbox"/> กลาง <input type="checkbox"/> ตะวันออก <input type="checkbox"/> ใต้

แบบสอบถาม

เรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย”

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในฐานะที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญต่อการศึกษา ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่านนี้จะถือเป็นความลับ ไม่เปิดเผยและกระทบต่อท่านท่านมีสิทธิจะไม่ตอบคำถามข้อใดก็ได้ หรือยุติการตอบคำถามเมื่อใดก็ได้ โดยจะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ที่ท่านจะได้รับ ซึ่งผลที่ได้มานี้จะนำมาประมวลผลในภาพรวม และใช้เพื่อเป็นข้อมูลทางวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางประชากร

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเล่นเกมและผลกระทบ

ส่วนที่ 3: การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

ส่วนที่ 4: รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

ส่วนที่ 5: แนวโน้มจากการพันในเกมออนไลน์และผลกระทบ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมค่าในช่องว่างที่ตรงกับตัวเลือกและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำถามคัดกรอง

- screen1 1. ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยเล่นเกมออนไลน์หรือไม่
- 1) เคย 0) ไม่เคย (สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)
- screen2 2. ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยเติมเงินหรือซื้อของในเกมออนไลน์หรือไม่
- 1) เคย 0) ไม่เคย (สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางประชากร

- sex 1. เพศ
- 1) ชาย 2) หญิง
- age 2. อายุ
- 1) น้อยกว่า 12 ปี 2) 13-15 ปี 3) 16-18 ปี 4) 19-23 ปี 5) มากกว่า 24 ปี
- edu 3. ระดับการศึกษา
- 1) มัธยมศึกษาตอนต้น 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย 3) ปวช.
- 4) ปวส. 5) ปริญญาตรี
- gpa 4. เกรดเฉลี่ยสะสม
- 1) น้อยกว่า 2.00 2) 2.01-2.50 3) 2.51-3.00
- 4) 3.01-3.50 5) มากกว่า 3.51

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 1

SPH-IRB

08 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

- income 5. รายรับโดยเฉลี่ยต่อเดือน
- 1) น้อยกว่า 5,000 บาท 2) 5,001-10,000 บาท 3) 10,001-15,000 บาท
- 4) 15,001-20,000 บาท 5) 20,001-25,000 บาท 6) มากกว่า 25,001 บาท

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการติดเกมและผลกระทบ

- genre 1. ประเภทเกมที่ชอบเล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) **Action RPG** เช่น HIT, Darkness Rises, Evil Bane
- 2) **Adventure** เช่น Poke'mon Go
- 3) **Board Game** เช่น LINE Let's get rich, Armello, Exploding Kitten
- 4) **Card Game** เช่น Hearthstone, Poke'mon TCG, Yu-Gi-Oh
- 5) **Casino Online** เช่น 88 Fortunes, House of Fun, Texas Holdem, Poker: Pokerist
- 6) **Casual Game** เช่น Line Chef, Line Pixar Tower, Candy Crush
- 7) **Fighting** เช่น TAKKEN7, Street Fighter
- 8) **MMORPG** เช่น Ragnarok M, Black Desert, TS Online
- 9) **MOBA** เช่น ROV, DOTA2, League of Legends, MARVEL Super War
- 10) **Puzzle** เช่น Candy Crush Saga
- 11) **Racing Game** เช่น Garena Speed Drifters, Asphalt 9: Legends, CSR Racing 2
- 12) **RPG** เช่น Seven Knights, Dungeon Fighter Online, LINE Rangers
- 13) **Shooting Game** เช่น PubG, Free Fire, Call of Duty, OverWatch, Fornite
- 14) **Simulation Game** เช่น Hay Day, LINE Brown Farm
- 15) **Sport** เช่น PES, FIFA Online, NBA LIVE Mobile
- 16) **Strategy Game** เช่น Clash of Clans, Last Empire War Z, Rise of Kingdoms
- 17) **Turn Base RPG** เช่น saint seiya; awakening, OverHit, Digimon: Encounter
- 18) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
- one_day_avg 2. เวลาในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน
- 1) มากกว่า 8 ชั่วโมง 2) 5-7 ชั่วโมง 3) 3-5 ชั่วโมง
- 4) 1-3 ชั่วโมง 5) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
- period 3. ช่วงเวลาที่เล่นเกมเป็นประจำ
- 1) 08.00-12.00 น. 2) 12.01-16.00 น. 3) 16.01-20.00 น.
- 4) 20.01-24.00 น. 5) 00.01-04.00 น. 6) 04.01-08.00 น.
- one_week_avg 4. ความถี่ในการเล่นเกมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์
- 1) ทุกวัน วันละหลายครั้ง 2) ทุกวัน วันละครั้ง 3) 2-3 วันครั้ง
- 4) 4-5 วันครั้ง 5) สัปดาห์ละครั้ง

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

- person** 5. บุคคลที่เล่นเกมด้วยกัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) เล่นคนเดียว 2) เพื่อน 3) แฟน
 4) พี่/น้อง 5) พ่อ/แม่ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
- device** 6. อุปกรณ์ในการเล่นเกม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) สมาร์ทโฟน 2) ไอแพด/แท็บเล็ต 3) โน้ตบุ๊ก/แมคบุ๊ก
 4) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ/ไอแมค 5) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
- place** 7. สถานที่ที่ใช้เล่นเกม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) โรงเรียน 2) มหาวิทยาลัย 3) สถาบันเท칭/ผับ/บาร์
 4) ห้างสรรพสินค้า 5) ร้านเกม/อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ 6) บ้าน
 7) หอพัก 8) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
- GAST** 8. พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม

พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม	ความรู้สึก			
	ไม่ใช่เลย (0)	ไม่น่าใช่ (1)	น่าจะใช่ (2)	ใช่เลย (3)
1) ฉันสนใจหรือทำกิจกรรมอย่างอื่นน้อยลงมาก				
2) ฉันมักเล่นเกมจนลืมเวลา				
3) ความสัมพันธ์ระหว่างฉันกับคนในครอบครัวแย่ลง				
4) ฉันเคยเล่นเกมดึกมากจนทำให้ตื่นไปเรียนไม่ไหว				
5) ฉันมักเล่นเกมเกินเวลาที่ฉันได้รับอนุญาตให้เล่น				
6) ฉันมักอารมณ์เสียเวลามีใครมาบอกให้เลิกเล่นเกม				
7) ฉันเคยโดดเรียนเพื่อไปเล่นเกม				
8) เรื่องที่ฉันคุยกับเพื่อนๆ มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับเกม				
9) ฉันใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ไปกับการเล่นเกม				
10) การเรียนของฉันแย่ลงกว่าเดิมมาก				
11) กลุ่มเพื่อนที่ฉันคบด้วย ชอบเล่นเกมเหมือนกับฉัน				
12) ฉันหักห้ามใจตัวเองไม่เล่นเกมไม่ได้				
13) เงินของฉันส่วนใหญ่หมดไปกับเกม (เช่น ซื้อบัตร ชั่วโมง ซื้อไอเทมในเกม ซื้อสินค้าเกี่ยวกับเกม ฯลฯ)				
14) หลายคนบอกว่าอารมณ์ของฉันแปรปรวนง่าย (เบื่อง่าย หงุดหงิดง่าย ซีร่าคาญ ฯลฯ)				
15) หลายคนบอกว่าพฤติกรรมของฉันเปลี่ยนไป (เถียงเก่ง ไม่เชื่อฟัง ไม่รับผิดชอบ ฯลฯ)				
16) หลายคนบอกว่าฉันติดเกม				

SPH-IRB

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 3

วันที่รับรอง 08 เม.ย. 2563

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

game_factor	9. ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม	ระดับความคิดเห็น				
	ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
psycho	ด้านจิตสังคม					
	1) เล่นเพื่อระบายความเครียด					
	2) อยากได้รับการยอมรับจากเพื่อน					
	3) เพื่อแข่งขันกับเพื่อนผู้อื่น					
	4) มีกลุ่มเพื่อนที่เล่นเกมด้วยกันเป็นประจำ					
	5) ต้องการชื่อเสียงในโลกของเกม					
personality	ด้านบุคลิกภาพ					
	1) สร้างความมั่นใจในตนเอง					
	2) สร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย					
	3) สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นเกมด้วยกัน					
	4) ต้องการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น					
	5) เพื่อการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น					
addictive	ด้านสารเสพติด					
	1) มีความคาดหวังในการเล่น (ชนะ, ได้ไอเทม, เงิน, ได้เพื่อน ฯลฯ)					
	2) กระวนกระวายเมื่อไม่ได้เล่น					
	3) มีอาการถอนเมื่อไม่ได้เล่น					
	4) ใช้เวลาเล่นนานกว่าที่ตั้งใจไว้					
	5) ต้องการเล่นมากขึ้นเรื่อยๆ					

ส่วนที่ 3: การซื้อสินค้าเสมือนในเกม

purchase_frequency	1. ความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกม
	1) <input type="checkbox"/> ทุกครั้งที่เล่นเกม 2) <input type="checkbox"/> ทุกวัน 3) <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง 4) <input type="checkbox"/> เดือนละ 1-2 ครั้ง
game_cost	2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ)
	1) <input type="checkbox"/> ไม่เติมเงิน/ไม่เสียค่าใช้จ่าย 2) <input type="checkbox"/> 35-99 บาท 3) <input type="checkbox"/> 100-499 บาท
	4) <input type="checkbox"/> 500-999 บาท 5) <input type="checkbox"/> 1,000-1,499 บาท 6) <input type="checkbox"/> 1,500 บาท ขึ้นไป
payment_method	3. วิธีการชำระค่าสินค้า ไอเทม และบริการในเกม
	1) <input type="checkbox"/> บัตรเติมเงิน 2) <input type="checkbox"/> บัตรเดบิต 3) <input type="checkbox"/> บัตรเครดิต 4) <input type="checkbox"/> เคา์เน็ตเวิร์กเซอร์วิส
	5) <input type="checkbox"/> การ์รินาเชลล์ 6) <input type="checkbox"/> E-wallets 7) <input type="checkbox"/> pay pal 8) <input type="checkbox"/> M-pay
	9) <input type="checkbox"/> Bluepay Wallet 10) <input type="checkbox"/> Prompt pay 11) <input type="checkbox"/> Airpay 12) <input type="checkbox"/> Shopee
	13) <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 4

SPH-IRB

0 8 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

channel

4. ช่องทางติดต่อสื่อสาร/ซื้อ-ขาย สินค้า ไอเทม และบริการในเกม

- 1) Line 2) Discord 3) Twitter 4) Instagram
 5) Facebook 6) Mobile phone 7) Website 8) Call center
 9) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

purchase_
decision_factor

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม

	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกม	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
personal_factor	ด้านความต้องการส่วนตัว					
	1) เพิ่มความสนุกในการเล่นเกม					
	2) เพิ่มเลเวล/อัปเกรดความสามารถ					
	3) เสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีในสายตาผู้อื่น					
product_factor	ด้านผลิตภัณฑ์					
	1) ความหลากหลายของสินค้า/ไอเทม					
	2) ความสวยงามของสินค้า/ไอเทม					
	3) รูปแบบของสินค้า/ไอเทม					
cost_factor	ด้านราคา					
	1) ความเหมาะสมของราคาสินค้า/ไอเทม					
	2) มีการแสดงราคาสินค้า/ไอเทมไว้ชัดเจน					
	3) ระบบซื้อ-ขาย/เติมเงินใช้ง่าย/สะดวก					
service_factor	ด้านการบริการและช่องทางการให้บริการ					
	1) ช่องทางการติดต่อบริการหลากหลาย					
	2) ติดต่อผู้ให้บริการได้ทันที					
	3) มีการอัปเดตแพทช์เกมสม่ำเสมอ					
marketing_factor	ด้านส่งเสริมการตลาด					
	1) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
	2) กระแสความนิยมของสินค้า/ไอเทม					
	3) กิจกรรมแจกไอเทม/โปรโมชันพิเศษ					

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

****หมายเหตุ:** ลูทบ็อกซ์ (loot box) หรือกาชา (gacha) หมายถึง ระบบสุ่มไอเทมหรือกล่องสุ่มไอเทมในเกมออนไลน์ โดยสุ่มของการซื้อในเกมแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้อิเทม, ตัวละคร หรือสิ่งของพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่น และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง

ส่วนที่ 4: รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์

prepaid_price

1. ราคาเติมเงินที่ซื้อเป็นประจำ

- 1) 30 บาท 2) 50 บาท 3) 100 บาท 4) 500 บาท
5) 1,500 บาท 6) 3,000 บาท 7) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

package_price

2. ราคาแพ็คเกจ/กล่องไอเทม/กาชา ที่ซื้อเป็นประจำ

- 1) น้อยกว่า 59 บาท 2) 99 บาท 3) 399 บาท 4) 499 บาท
5) 999 บาท 6) มากกว่า 1,000 บาท 7) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

lootbox

3. ประเภทของโปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ประเภทของโปรโมชันและรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
1) การให้สิทธิ์ซื้อของภายในเกมเพื่อลุ้นรางวัล เช่น เติมเงินภายในเกม ลุ้นเป็นผู้โชคดี รับ iPhone					
2) การเพิ่มอัตราเรทกาชาปอง เช่น มีโอกาสเปิดได้อิเทมพิเศษเพิ่มขึ้น 30%					
3) การลดราคาสินค้า เช่น ลดราคาเพชร 70%					
4) การได้โบนัสเพิ่ม เช่น เติม 100 เพชร รับเพิ่มอีก 150 เพชร					
5) แคมเปญจากสินค้าต่างๆ เช่น ใช้ได้จากผ้าขาวเพียวริคูลแลกรับไอเทมพิเศษ					
6) การสะสมคะแนนรับของรางวัล เช่น ใช้เพชรครบ 500 ใน 1 วัน รับไอเทมพิเศษ					
7) การสะสมไอเทมจากกาชาหลายๆ ชิ้นให้ครบชุดเพื่อรวมเป็นไอเทมหายาก/รางวัลใหญ่ เช่น สะสมปีกแฟรี่, ปีกเดวิล, ปีกแองเจิ้ล เพื่อรวมเป็นปีกอาร์คเดมอนได้					
8) การผ่านด่านพิเศษเพื่อสะสมเงิน/โบนัส เช่น part time stage หรือ event bingo					
9) การ refund ไอเทมนั้นๆ เมื่อไม่ต้องการ เช่น หลังสิ้นสุดอีเวนต์พิเศษจะมีตู้กาชารับคืนไอเทมที่ซื้อไปโดยได้เงินคืน					

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 6

SPT-IRB

08 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

attitude	4. ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกม	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	1) การเปิดส่มกกล่องทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น					
	2) การเปิดส่มกกล่องทำให้ฉันมีปัญหา					
	3) คำเชิญชวนให้เปิดส่มกกล่องจากตัวละครใดๆ ที่ไม่ได้ถูกควบคุมโดยผู้เล่น(non-playable character; NPC) หรือ pop-up กระตุ้นให้ฉันอยากส่มกกล่องมากขึ้น					
	4) การส่มกภาษาบางครั้งทำให้รู้สึกเหมือนเป็นการเดิมพัน					
	5) การส่มกภาษาเป็นรูปแบบหนึ่งของการพนัน					
	6) ฉันเปิดส่มกกล่องโดยหวังว่าจะได้รับไอเทมที่ต้องการ					
	7) ฉันเชื่อว่าการได้รับไอเทมจากการเปิดส่มกกล่องเป็นวิธีที่ดีในการสร้างรายได้					
	8) สามารถซื้อ/ขายภายนอกเกมเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงินจริงได้					
	9) ฉันสนุกกับเกมที่ต้องอาศัยการเปิดส่มกกล่องเพื่อให้ได้มาซึ่งไอเทมที่ต้องการ					
	10) ฉันเชื่อว่าการเสียโชคจากภาษาเป็นเรื่องดี					

ส่วนที่ 5: แนวโน้มจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ

cheat	1. เคยถูกโกงจากการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมหรือไม่ 1) <input type="checkbox"/> เคย 0) <input type="checkbox"/> ไม่เคย	**หมายเหตุ: การพนันในเกม เช่น การใช้เงินซื้อสินค้า ตัวละคร ไอเทม ส่มกกล่องภาษา ฯลฯ ในเกมออนไลน์
PGSI	2. แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์	

แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์	ระดับความถี่			
	ไม่เคย (0)	บางครั้ง (1)	บ่อยครั้ง (2)	ประจำ (3)
1) เคยซื้อสินค้า ไอเทม โดยใช้เงินจำนวนมาก				
2) เคยต้องเพิ่มเงินซื้อสินค้า ไอเทม เพื่อเพิ่มความตื่นเต้น เร้าใจ				
3) เคยหวนกลับไปแก้มือเพราะหวังว่าจะส่มได้ของที่ต้องการ				
4) เคยยืมเงินหรือขายสิ่งของบางอย่างเพื่อให้ได้เงินมาเล่น				
5) เคยรู้สึกว่าตัวเองอาจมีปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้า ไอเทม				
6) เคยมีปัญหาสุขภาพ เช่น เครียดง่าย หงุดหงิด กังวล				
7) มีคนกล่าวหาว่าเป็นคนติดการพนัน				
8) มีปัญหาการเงินและทรัพย์สินจากการซื้อสินค้า ไอเทม				
9) รู้สึกผิดกับการซื้อสินค้า ไอเทม และสิ่งที่ตามมาภายหลังการซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนัน				

SPH-IRB

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 7

วันที่รับรอง 08 มิ.ย. 2563

ภาคผนวก จ. (ต่อ)

แบบสอบถาม

gambling_impact	3. ผลกระทบจากการพนันในเกม	ระดับความคิดเห็น				
	ผลกระทบจากการพนันในเกม	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
mental	ด้านสุขภาพจิต					
	1) หงุดหงิดง่าย หัวร้อน					
	2) สมาธิสั้น					
	3) มีความเครียด					
	4) อารมณ์แปรปรวนง่าย					
	5) รู้สึกซึมเศร้า					
physical	ด้านสุขภาพกาย					
	1) แสบตา ตาพลา แพ้แสง					
	2) ปวดหลัง ปวดคอ ปวดกล้ามเนื้อ					
	3) กล้ามเนื้อไม่ค่อยมีแรง/ไม่แข็งแรง					
	4) ทานอาหารน้อยลง/ผอม/น้ำหนักลดลง					
	5) ทานอาหารมากขึ้น/อ้วน/น้ำหนักเพิ่มขึ้น					
brain	ด้านสมอง					
	1) ความสามารถในการตัดสินใจลดลง					
	2) ควบคุมการใช้จ่ายเงินลำบาก/ใช้เงินเกิน					
	3) มีอาการย้ำคิดย้ำทำ					
	4) มีภาวะวิตกกังวล หดหู่					
	5) ผลการเรียนลดลง					
behavior	ด้านพฤติกรรม					
	1) ความรับผิดชอบหน้าที่ลดลง					
	2) เหนื่อยหน่าย เฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น					
	3) มีพฤติกรรมใช้ความรุนแรง					
	4) หมกมุ่นกับเกม, มีโอกาสจะเล่นเกมทันที					
	5) โทหกคนใกล้ตัว/คนในครอบครัว					
	6) ต้องพึ่งพาผู้อื่นเรื่องเงิน					
	7) อยากดื่มเหล้า/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
	8) อยากสูบบุหรี่/สารเสพติดต่างๆ					
	9) อยากค้าขาย/ใช้การค้ำบริการทางเพศ					
	10) คิดฆ่าตัวตาย/พยายามฆ่าตัวตาย					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

--ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครับ--

Version 3.0 date 08/04/63 หน้า 8

SPH-IRB

0 8 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

ภาคผนวก ข.

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

เรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการตีพิมพ์ในเกมนอนไลน์ของวัยรุ่นไทย”

สำหรับแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์ มีจำนวน 10-15 ข้อคำถาม ใช้เวลาประมาณ 30-60 นาที ในการสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชื่อ-สกุล, อายุ, อาชีพหรือตำแหน่ง และสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับเกม แยกตามกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยข้อคำถามจะเน้นเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติ

2) นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ โดยข้อคำถามจะเน้นเรื่องของผลกระทบ แนวทางการจัดการ จัดการส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหาเพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการตีพิมพ์ในเกมนอนไลน์

ภาคผนวก ข. (ต่อ)

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้เล่นเกมออนไลน์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ปี
2. สถานภาพ (นักเรียน/นักศึกษา).....
3. สถานศึกษา.....
4. เบอร์โทรศัพท์.....
5. Email/Facebook/Line ID.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติ

1. ท่านเล่นเกม อะไรบ้าง เกมใดที่ชอบ เพราะอะไร
2. วัตถุประสงค์ในการเล่นของท่านคืออะไร
3. ท่านมีแนวคิดในการตั้งชื่อ เลือกตัวละคร/ฮีโร่ อาชีพ อย่างไร เพราะอะไร
4. การเล่นเกมของท่านเป็นอย่างไร เล่นคนเดียว หรือเป็นกลุ่ม ร่วมกับเพื่อนกลุ่มเดิมหรือใหม่ ๆ หรือบุคคลอื่นด้วยหรือไม่ อย่างไร
5. ค่าใช้จ่ายในการเล่นของท่านเป็นอย่างไร และได้เงินมาใช้จ่ายอย่างไร
6. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรกับผู้ที่เล่นเกมชนิดเดียวกัน หรือเกมเดียวกัน และมีตัวละครที่เก่งกว่า ดีกว่า มีความสามารถมากกว่าของเรา
7. ทัศนคติ อุปนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก การใช้ชีวิตกับครอบครัว/เพื่อน แตกต่างไปจากเดิมหรือไม่ ก่อนและหลังจากการที่เล่นเกมออนไลน์
8. ท่านแบ่งเวลาในการเล่นอย่างไร ช่วงเวลาใดที่ท่านเล่นมากที่สุด อุปกรณ์อะไรที่ใช้เล่น
9. ท่านเคยเข้าร่วมแข่งขันเกมหรือไม่ อะไรบ้าง การแข่งขันครั้งนั้นเป็นอย่างไร
10. ท่านตัดสินใจซื้อของในเกมเพราะอะไร
11. ผู้ปกครองเห็นด้วยกับการเล่นเกมออนไลน์/ค่าใช้จ่ายในเกมของท่านหรือไม่ อย่างไร
12. ท่านเคยได้รางวัลจากการเล่นเกม ซื้อขายไอเทมในเกม หรือไม่ เป็นมูลค่าเท่าไร
13. ท่านเคยซื้อขาย ID ในเกม หรือไอเทมในเกมหรือไม่ อย่างไร
14. ท่านเคยถูกโกงในการเล่น เกม ซื้อขายไอเทมในเกม หรือไม่ อย่างไร / มีวิธีการรับมือจัดการ อย่างไร
15. ท่านเคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือพนันในการเล่น เกม หรือไม่ อย่างไร
16. ท่านเคยรับรู้ถึงผลกระทบเกี่ยวกับการติดเกม/ติดพนันหรือไม่ มีความรู้สึกเช่นไร
17. การป้องกันปัญหา/ข้อควรระวังเกี่ยวกับการติดเกม/ติดพนันควรเป็นอย่างไร

ภาคผนวก ข. (ต่อ)

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์สำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ปี
2. อาชีพ/ตำแหน่ง.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. เบอร์โทรศัพท์.....
5. Email/Facebook/Line ID.....

ส่วนที่ 2 ประเด็นและความคิดเห็น

1. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกมจากสื่อประเภทใดบ้าง อย่างไร
2. เกมออนไลน์ในมุมมองของท่านเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่าการเล่นเกมออนไลน์ มีประโยชน์อย่างไร เพราะเหตุใด
4. ท่านคิดว่าเกมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นอย่างไร เพราะเหตุใด
5. รูปแบบการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
6. ลูทบ็อกซ์คืออะไร เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย การเล่นเกม การพนัน หรือไม่ อย่างไร
7. พฤติกรรมติดเกมมีผลต่อปัญหาสุขภาพหรือไม่ อย่างไร
8. ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับเล่นเกมควรเป็นอย่างไร
9. ช่วงเวลาพักผ่อน/การผ่อนคลาย/การดูแลสุขภาพที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร
10. พฤติกรรมการติดพนันเป็นอย่างไร
11. ความเสี่ยงของการติดพนัน มีอะไรบ้าง
12. ในมุมมองของท่าน แนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ผู้เล่นเกมมีพฤติกรรมที่เหมาะสม สามารถจำกัด และควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมได้ควรเป็นอย่างไร
13. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎระเบียบของร้านเกม กฎหมายบ้านเมือง ที่ออกมา เพื่อควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกม เหมาะสมหรือไม่ ควรลดหรือเพิ่มกฎระเบียบอื่นๆ อีก อะไรบ้าง
14. ท่านคิดว่าในประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการแข่งขัน การเล่นเกมออนไลน์ จากรัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด
15. ในมุมมองของท่าน แนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ผู้เล่นเกมมีพฤติกรรมที่เหมาะสม สามารถจำกัด และควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมได้ควรเป็นอย่างไร
16. แนวทางการบริหารจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน และการแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัยต่อวัยรุ่นควรเป็นอย่างไร
17. มาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับการติดเกม/การพนันในเกม ควรเป็นอย่างไร

Version 2.0 date 28-02-63 หน้า 1

SPH-IRB

08 เม.ย. 2563

วันที่รับรอง.....

