



ผลกระทบของอินเตอร์เฟซของเกมต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน กรณีศึกษา เกม RoV Impact of Human-Computer Interaction on Flow Experience: Study on RoV

นฤนาท เสาะการ^{1*} และตำหนัก มะโฮฐาน²

Narunart Sohkan^{1*} and Tomnak Mahothan²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, การจัดการอีสปอร์ต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

¹ Bachelor of Administration in E-sport Management, Suan Sunandha Rajabhat University.

² วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University.

*Corresponding author, E-mail: S62127349008@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอินเตอร์เฟซของเกม (Human-Computer Interaction) ที่มีต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน (Flow Experience) รวมถึงความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อตัวแปรทั้งสอง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือสมาชิกของเว็บไซต์ Garena RoV Thailand ที่มีสมาชิกทั้งหมด 4,798,120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้สถิติการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) และ t-Test ในการทดสอบสมมติฐานทางวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 การศึกษาระดับต่ำกว่าชั้นปริญญาตรี 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และเป็นนักเรียนนักศึกษาจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 เพศไม่มีความแตกต่างบนตัวแปรอินเตอร์เฟซของเกมและประสบการณ์ความเพลิดเพลิน โดยอินเตอร์เฟซของเกมมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลินในทิศทางเดียวกันที่ความสัมพันธ์ 44.4% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: อีสปอร์ต, อินเตอร์เฟซของเกม, ประสบการณ์ความเพลิดเพลิน, เกม RoV



Abstract

The objective of this research is to study the impact of human-computer interaction on flow experience and sex differences affecting on both variables. The population and the sample are members of the Garena RoV Thailand website with a total of 4,798,120 members. The sample were collected by using questionnaires as a research instrument. The hypotheses were tested by Simple Linear Regression Analysis and t-Test.

The result showed that most of the samples were 300 males as 75.00%. Aged between 15-24 years were 293 people as 73.25%. Education below a bachelor degree were 190 people as 47.50%, and be students were 204 people as 51.00%. Gender had no difference on human-computer interaction and flow experience. The human computer interaction had a 44.4% correlation influence on the flow experience in the same direction statistically significant at 0.05.

Keywords: E-sport, Human-Computer Interaction, Flow Experience, Game “RoV”

บทนำ

อินเทอร์เน็ตเฟช คือ ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน หรือ ส่วนที่ใช้ในการเชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน กล่าวคือ ส่วนที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่เรื่องของหน้าตา การออกแบบ และการดีไซน์ ยกตัวอย่างเช่น หน้าจอ แพลตฟอร์ม เมนู รูปแบบต่าง ๆ การวางภาพ ขนาด ตัวอักษร ปุ่ม แป้นพิมพ์ เสียง หรือแม้แต่แสงไฟ เป็นต้น สิ่งสำคัญสำหรับอินเทอร์เน็ตเฟชคือการออกแบบที่ดูสะอาด สวยงาม ดึงดูดใจ อีกทั้งต้องเข้าใจง่าย ใช้งานง่าย มีมาตรฐานและเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน นอกจากนี้ยังต้องมีฟังก์ชันที่น่าสนใจ มีภาพภาพที่ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกอยากใช้งาน ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเฟชเป็นที่แพร่หลายในปัจจุบันจึงถูกนำมาใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ (Grover and Teng, 2001) หนึ่งในกิจกรรมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือเกม ในซึ่งบุคคลที่สามารถเล่นได้ดั้นนั้นไม่เพียงแต่เล่นคนเดียวบนคอมพิวเตอร์แต่ยังสามารถเล่นกับผู้อื่นได้ด้วยการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต (Gorritz and Medina, 2000) ยิ่งหากการเชื่อมต่อที่มีอินเทอร์เน็ตเฟชที่ดียอมทำให้การเล่นเกมนั้นยิ่งสนุกสนานเพลิดเพลินเกิดเป็นประสบการณ์ความเพลิดเพลิน (Flow Experience) ต่อตัวผู้เล่นเกม จากปรากฏการณ์ดังกล่าวมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ระบุว่าอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมก่อให้เกิดประสบการณ์ความเพลิดเพลิน (Choi D. and Kim J., 2004; Kim Oh and Lee H., 2005) แต่ในงานวิจัยไม่ได้ชี้ชัดว่าอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมมีขนาดของอิทธิพลเท่าไรต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

ดังนั้นแล้วการศึกษาเรื่องผลกระทบของอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลินจึงต้องการศึกษาและวิจัยถึงผลกระทบและขนาดของอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน อีกทั้งยังสนใจที่จะศึกษาว่าเพศมีความแตกต่างหรือไม่บนตัวแปรทั้งสอง และคาดหวังว่าผล

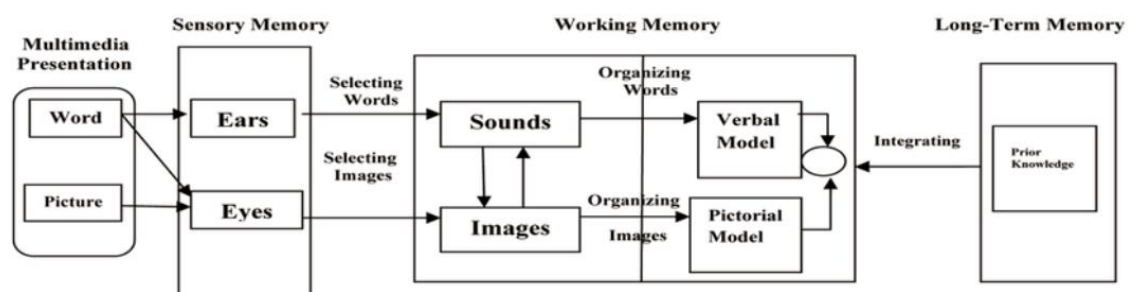
การศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการให้ภาคเอกชนและหน่วยงานต่าง ๆ นำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบและพัฒนาอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ความเพลิดเพลิน สามารถก่อผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทผู้ให้บริการเกมในเรื่องของจำนวนการดาวน์โหลดเกมและจำนวนผู้เล่นเกมส์อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับ “ผลกระทบของอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน กรณีศึกษา เกม RoV”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมที่ต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน
2. เพื่อศึกษาขนาดของผลกระทบที่อินเทอร์เน็ตเฟชของเกมที่ต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ยีน ภูสุวรรณ (1989) นิยามว่าอินเทอร์เน็ตเฟชคือการนำสื่อหลายประเภท อาทิเช่น ข้อมูล ตัวอักษร รูปภาพ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อเป็นตัวกลางเชื่อมความเข้าใจระหว่างคอมพิวเตอร์และมนุษย์ ส่วน อัจฉรา แก่งคำ (2011) ได้นิยามว่าอินเทอร์เน็ตเฟชคือสื่อที่ประกอบด้วย ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ใช้งานเกิดปฏิสัมพันธ์กับระบบ ดังนั้นอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมหมายถึงส่วนต่อประสานงานผู้ใช้ (Graphic User Interface) มีไว้เพื่อให้ผู้เล่นเกมกระทำหรือออกคำสั่งกับระบบผ่าน ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง แทนพิมพ์คำสั่งหรือชุดคำสั่งที่ยุ่งยากโดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ และผู้เล่นเกมสามารถใช้และควบคุมเกมและแสดงผลตามที่ต้องการและบรรลุวัตถุประสงค์การเล่นได้ตามต้องการ โดยอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมที่ดีต้องมีคุณสมบัติที่ประกอบด้วย (1) ง่ายต่อการเรียนรู้ (Ease of Learning) (2) มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน (Efficiency of Use) (3) มีความผิดพลาดน้อยที่สุด (Minimize Errors) (4) สสนองต่อความพึงพอใจต่อผู้ใช้ (Satisfy the Users) โดยทฤษฎี Cognitive theory of multimedia learning ของ Mayer (2005) กล่าวว่า ช่องทางสำหรับการประมวลผลข้อมูลมีอยู่ 2 ช่องทาง แยกกันคือการฟังเสียงกับการดูภาพ ดังภาพที่ 1



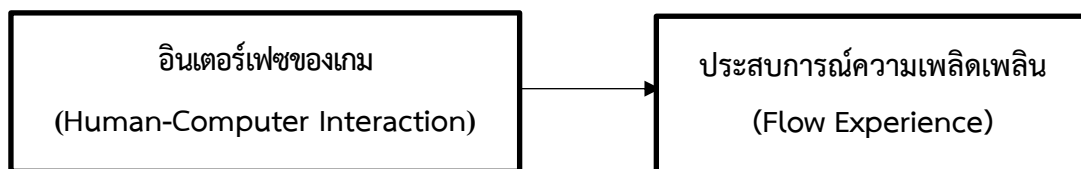
ภาพที่ 1 ทฤษฎี Cognitive theory of multimedia learning ของ Mayer (2005)

ที่มา: Multimedia Learning Handbook of Applied Cognition Santa Barbara: Cambridge University Press.

สำหรับประสบการณ์ความเพลิดเพลิน (Flow Experience) เป็นสภาวะความคิด ความรู้สึกทางบวกของ บุคคลที่เกิดขึ้นระหว่างการทำกิจกรรมอย่างจดจ่อได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน และเกิดความรู้สึกร่วมกับสิ่งที่กำลังทำอยู่ (Csikszentmihalyi, 1997) โดยแนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาให้ความสำคัญกับการสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตใจมากกว่าที่จะเน้นถึงการเยียวยารักษาโรคทางจิต (Snyder & Lopez, 2002) กล่าวคือ หากบุคคลมีต้นทุนทางจิตใจที่ดีก็น่าจะมีแนวโน้มมีสุขภาพจิตที่ดีตามไปด้วย และ ความเพลิดเพลิน (Flow) ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อที่จะเป็นพลังทางจิตใจสำคัญในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข โดยบุคคลที่เป็นคนสร้างแนวคิดทฤษฎีความเพลิดเพลิน คือ Mihaly Csikszentmihalyi (Furlong, Gilman & Huebner, 2014) ได้อธิบายว่า ความเพลิดเพลินเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถทำกิจกรรมด้วยความสุข ผ่อนคลาย สามารถอยู่กับกิจกรรมนั้น ๆ ได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยพยายามศึกษาว่าเหตุใดคนบางคนจึงสามารถทำกิจกรรมบางอย่างได้ต่อเนื่องโดยไม่รู้สึกเบื่อกับสิ่งที่กำลังทำอยู่ มากกว่านั้นยังรู้สึกมีความสุขกับสิ่งที่ทำจนอยากจะกลับไปทำกิจกรรมเหล่านั้นอีกโดยไม่รู้สึกเหนื่อยหรือรางวัลจากภายนอกมาจูงใจให้ทำ (Csikszentmihalyi, 1975) ทั้งนี้พบว่า มีเงื่อนไขบางประการที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ความเพลิดเพลิน และมีคุณลักษณะบางอย่างที่สะท้อนถึงความรู้สึกหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้น (Koehn, 2007) ไม่ว่าจะเป็นความสมดุลระหว่างความสามารถหรือศักยภาพของตนเองกับความยากง่ายของงาน กล่าวคือกิจกรรมหรืองานที่ทำไม่ควรง่ายหรือยากจนเกินไป เพราะว่างานที่ง่ายเกินไปก็อาจจะก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย ทำให้ไม่ยากที่จะเรียนรู้เพิ่มเติม ไม่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการใช้ศักยภาพ ไม่เกิดความรู้สึกท้าทายที่จะเอาชนะอุปสรรค ในทางตรงกันข้ามงานที่ยากจนเกินความสามารถที่จะส่งผลก่อให้เกิดความเครียด ความกดดัน ทำให้รู้สึกอึดอัด ไม่อยากทำ เพราะกลัวจะล้มเหลว ฤทธิพจน์วิจารณ์จนไม่กล้าจะทำ และล้มเลิกที่จะทำกิจกรรมนั้น ดังนั้นงานที่เหมาะสมก็คืองานที่ก่อให้เกิดความรู้สึกท้าทาย สามารถกระตุ้นให้เกิดการใช้ ศักยภาพและความสามารถที่จะเอาชนะอุปสรรคไปได้ ซึ่งก็จะไปเพิ่มความภาคภูมิใจในตนเองมากขึ้น จนเกิดเป็นความรู้สึกอยากจะกลับไปทำอีกเปรียบเสมือนเป็นแรงจูงใจหรือรางวัลที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตนเอง (Engeser, 2012) ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญในการก่อให้เกิดประสบการณ์ความเพลิดเพลิน เพราะเมื่อบุคคลได้ทำงานที่สอดคล้องกับความสามารถของตนเองก็จะนำไปสู่คุณลักษณะของประสบการณ์ ความเพลิดเพลินอย่างอื่นตามมาไม่ว่าจะเป็นการมีสมาธิ ความจดจ่อกับงานได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นคุณลักษณะที่มักปรากฏในประสบการณ์ความเพลิดเพลินของบุคคลที่มีต่อการทำงาน และภายหลังการมีสมาธิจดจ่ออาจนำไปสู่การหลอมรวมทางความคิด ความรู้สึกไปกับกิจกรรมที่ทำโดยที่ไม่มีความคิดคำนึงเกี่ยวกับ เรื่องราวของตนเอง คนรอบข้าง ความวิตกกังวลถึงผลที่เกิดขึ้น ความรู้สึกกลัว หรือการฤทธิพจน์วิจารณ์ มีแต่เพียงการจดจ่ออยู่กับงานตรงหน้าและทำด้วยความสบายใจ (Csikszentmihalyi and Csikszentmihalyi, 1988)

ดังนั้นจากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีดังกล่าว จึงสร้างเป็นสมมติฐานและกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังแสดงในภาพที่ 2 ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 อินเทอร์เน็ตของคอมพิวเตอร์มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน
- สมมติฐานที่ 2 มีความแตกต่างในด้านเพศบนอินเทอร์เน็ตของคอมพิวเตอร์
- สมมติฐานที่ 3 มีความแตกต่างในด้านเพศบนประสบการณ์ความเพลิดเพลิน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ สมาชิกของเว็บไซต์ Garena RoV Thailand ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีสมาชิกจำนวน 4,798,120 คน และใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณแบบทราปจำนวนประชากรของ ใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดให้ช่วงความเชื่อมั่นเป็น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ทำให้สามารถคำนวณขนาดตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนที่ใช้อธิบายลักษณะของประชากรทั้งหมดจำนวน 399.9666 หรือมีค่าเทียบเท่ากับ 400 ชุด ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ต้องการแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 420 ชุด เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและเพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มอีก 30 ชุด เพื่อใช้ในการทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) รวมเป็น 450 ชุด โดยเก็บข้อมูลแบบออนไลน์บนเว็บไซต์ของชมรม Garena RoV Thailand โดยส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ โดยมีรูปแบบคำถามปลายปิด ซึ่งแต่ละข้อคำถามแบบคำถามนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศ อาชีพ และคำถามเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ อายุ และ ระดับการศึกษา สำหรับส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับตัวแปรในการรอบการวิจัย โดยมีรูปแบบคำถามให้เลือกตอบแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 9 ข้อ โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตของคอมพิวเตอร์จำนวน 4 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ความเพลิดเพลินจำนวน 5 ข้อ ข้อคำถามพัฒนาจากวรรณกรรมเรื่อง Understanding the behavioral intention to play online games An extension of the theory of planned behavior ของ Ming-Chi Lee (2009) โดยคำถามในส่วนที่ 2 นี้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตรวัดแบบ Rating Scale ชนิด 5 ระดับ

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามอันมีข้อคำถามที่ปรับปรุงแล้วจากการค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ตำรา ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เป็นการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้สอดคล้อง มีประสิทธิภาพ

ครบถ้วนและตรงประเด็นของคำถาม โดยการพิจารณาและพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งผลการประเมินจะนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยให้ค่าเฉลี่ยของข้อคำถามแต่ละข้อของ IOC ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปจึงถือว่าข้อคำถามเหมาะสม แสดงว่าผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์สามารถนำไปใช้ในการวิจัย ได้โดยการวิจัยในครั้งนี้ใช้ข้อคำถาม 4 ข้อคำถามสำหรับตัวแปรอินเตอร์เฟซ และข้อคำถาม 5 ข้อคำถามสำหรับตัวแปรประสบการณ์ความเพลิดเพลิน พบว่าข้อคำถามทั้ง 9 ข้อคำถามนั้นมีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยให้ค่าเฉลี่ยเกินกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม จึงถือว่าทุกข้อคำถามสอดคล้อง มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนและตรงประเด็นของคำถาม จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการทดสอบใช้จริงกับ 30 ตัวอย่างที่คัดแยกไว้เพื่อทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสูตรสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วย SPSS ให้ได้ค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.7-1.0 เพื่อทดสอบคำถามในแบบสอบถามว่าคำถามแต่ละข้อสามารถสื่อสารได้ตรงตามที่ต้องการที่กำหนดไว้หรือไม่ และเมื่อได้ทำการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือพบว่าค่าครอนบาคแอลฟาจาก 4 คำถามของมาตรวัดตัวแปรอินเตอร์เฟซของเกมคือ 0.709 และค่าครอนบาคแอลฟาจาก 5 คำถามของมาตรวัดประสบการณ์ความเพลิดเพลินคือ 0.711 ดังนั้นจึงสามารถใช้ข้อคำถามทั้ง 9 ข้อได้โดยไม่ต้องตัดมาตรวัดข้อใดทิ้ง เมื่อทดสอบแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สำหรับการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บข้อมูลแบบออนไลน์เนื่องจากปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และเพื่อความสะดวกรวดเร็วของการทำวิจัย จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม และใช้ t-Test ทดสอบความแตกต่างในด้านเพศบนอินเตอร์เฟซของเกม และประสบการณ์ความเพลิดเพลิน โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตารางทั้งในส่วนข้อมูลที่น่าเสนอผ่านรูปแบบสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 การศึกษาระดับต่ำกว่าชั้นปริญญาตรี 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และเป็นนักเรียนนักศึกษาจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00

เมื่อใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ผลกระทบของอินเตอร์เฟซของเกมที่มีต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน และ ค่าสัมประสิทธิ์ได้แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ตัวแปร	Unstandardized	Coefficients	Std. Coeff.		
	B	Std. Error	β	ค่า t	Sig.
ค่าคงที่	1.609	0.132		12.228	0.000
ตัวแปรต้น	0.600	0.034	0.667	17.844	0.000
F-value	318.418				
Sig. (F)	0.000				
R Square	0.444				
Adj. R Square	0.443				

หมายเหตุ: มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรต้น (อินเตอร์เฟซของเกม)

ตัวแปรตาม (ประสบการณ์ความเพลิดเพลิน)

จากผลการทดสอบสมมุติฐานสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ระหว่างอินเตอร์เฟซของเกมและประสบการณ์ความเพลิดเพลินได้ดังต่อไปนี้

$$(\text{ประสบการณ์ความเพลิดเพลิน}) = 1.609 + 0.600 (\text{อินเตอร์เฟซของเกม})$$

ในตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3 ต่อไปนี้แสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเพศชายและเพศหญิงบนตัวแปรอินเตอร์เฟซของเกม และ ตัวแปรประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และ Std. Deviation ของเพศชายและเพศหญิงบนตัวแปรอินเตอร์เฟซของเกม

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Std. Error Mean
ชาย	300	3.85333	0.604600	0.034907
หญิง	200	3.89750	0.577454	0.057745

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และ Std. Deviation ของเพศชายและเพศหญิงบนตัวแปรประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Std. Error Mean
ชาย	300	3.92400	0.569076	0.032855
หญิง	200	3.94200	0.434190	0.043419

เมื่อใช้ t-Test ทดสอบความแตกต่างในด้านเพศบนอินเทอร์เน็ตเฟชของเกม ผลจากโปรแกรมสำเร็จสามารถแสดงได้ในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลของ t-Test ทดสอบความแตกต่างในด้านเพศบนอินเทอร์เน็ตเฟชของเกม

	Levene's Test		ค่า t	df	Sig.
	F	Sig.			
Equal Var. Assumed	2.502	0.114	-0.640	398	0.523
Equal Var. not Assumed			-0.655	176.755	0.514

เมื่อใช้ t-Test ทดสอบความแตกต่างในด้านเพศบนประสบการณ์ความเพลิดเพลิน ผลจากโปรแกรมสำเร็จสามารถแสดงได้ในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลของ t-Test ทดสอบความแตกต่างในด้านเพศบนประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

	Levene's Test		ค่า t	df	Sig.
	F	Sig.			
Equal Var. Assumed	5.651	0.018	-0.289	398	0.772
Equal Var. not Assumed			-0.331	220.856	0.741

ดังนั้นจาก สมมติฐานที่ 2 มีความแตกต่างในด้านเพศบนอินเทอร์เน็ตเฟชของเกม และสมมติฐานที่ 3 มีความแตกต่างในด้านเพศบนประสบการณ์ความเพลิดเพลิน จึงสรุปได้ว่าเพศไม่มีความแตกต่างบนตัวแปรอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมและประสบการณ์ความเพลิดเพลินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน กรณีศึกษาเกม RoV สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

อินเทอร์เน็ตเฟชของเกมมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลินในทิศทางเดียวกันที่ความสัมพันธ์ 44.4% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีสมการพยากรณ์ระหว่างอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมและประสบการณ์ความเพลิดเพลินคือ (ประสบการณ์ความเพลิดเพลิน) = $1.609 + 0.600$ (อินเทอร์เน็ตเฟชของเกม) พบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานของ Ming Chi Lee (2009) Tao Zhou (2010) Leslie Cuevas (2020) และ Paula Rodriguez Torrico (2021) ที่ได้ศึกษาพบว่าอินเทอร์เน็ตเฟชเป็นที่มาของประสบการณ์ความเพลิดเพลิน และหากเป็นเกมที่แบบหลายผู้เล่นอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมยิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อประสบการณ์ความเพลิดเพลิน

ในขณะที่ผลการวิจัยแสดงว่าเพศไม่มีความแตกต่างบนตัวแปรอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานของ Ming Chi Lee (2009) นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงว่าเพศไม่มีความแตกต่างบนตัวแปรประสบการณ์ความเพลิดเพลินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าผลการวิจัยไม่มีความสอดคล้องกับงานของ Ming Chi Lee (2009) ที่ระบุว่าเพศชายมีประสบการณ์ความเพลิดเพลินได้ง่ายกว่าเพศหญิง แต่อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการเกมยังคงต้องสร้างความผูกพันระหว่างตัวเกมและผู้เล่นเกมต่อไปด้วยอินเทอร์เน็ตเฟชของเกมจากตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง เพื่อก่อให้เกิดผลที่ต้องการอันได้แก่ประสบการณ์ความเพลิดเพลินของผู้เล่นเกมนั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- ยีน ภูสุวรรณ. (2532). *การใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ในการเรียนการสอน*. เอกสารประกอบการอบรมและสัมมนา วิทยาลัยครูสวนสุนันทา.
- อัจฉรา แก่งคำ. (2554). *การพัฒนาสื่อประสมเชิงโต้ตอบ*. (รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- Choi, D. and Kim, J. (2004). *Why people continue to play online games: in search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents*. *Cyber psychology & Behavior*, 7(1), 11-24.
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass, San Francisco, California.
- Csikszentmihalyi, M. (1989). *Optimal experience in work and leisure*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-22.
- Gorritz, M.C. and Medina, C. (2000). *Engaging girls with computers through software games*. *Communications of the ACM*, 43(1), 42-9.
- Hsu, C.-L. and Lu, H.-P. (2004). *Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience*. *Information & Management*, 41(7), 853-68.
- Hsu, C.-L. and Lu, H.P. (2005). *Consumer behavior in online game communities: a motivational factor perspective*. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1642-59.
- Kim, Y.Y., Oh, S. and Lee, H. (2005). *What makes people experience flow? Social characteristics of online games*. *International Journal of Advanced Media and Communication*, 1(1), 76-92.



- Leslie, C. (2020). *Flow matters: antecedents and outcomes of flow experience in social search on Instagram*. Journal of Research in Interactive Marketing, 15(1), 49-67.
- Mayer, R.E. (2005). *Multimedia Learning Handbook of Applied Cognition Santa Barbara*. Cambridge University Press.
- Ming Chi Le. (2009). *Understanding the behavioral intention to play online games An extension of the theory of planned behavior*. Emerald Group Publishing Limited, 33(5), 849-872.
- Paula, R.T. (2021). *Let it flow: the role of seamlessness and the optimal experience on consumer word of mouth in omnichannel marketing*. Journal of Research in Interactive Marketing, 16(1), 49-67.
- Pilke, E.M. (2004). *Flow experiences in information technology use*. International Journal Of Human-Computer Studies, 61(3), 347-57.
- Sweetser, P. and Wyeth, P. (2005). *Game Flow: a model for evaluating player enjoyment In games*. ACM Computers in Entertainment, 3(3), 1-24.
- Tao, Z. (2010). *The effect of flow experience on mobile SNS users' loyalty*. Industrial Management & Data Systems, 110(6), 930-946.
- Voiskounsky, A.E., Mitina, O.V. and Avetisova, A.A. (2004). *Playing online games: flow experience*. Psychology Journal, 2(3), 259-81.