



ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วย
ปัญหาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

THE PSYCHO-SOCIAL CAUSAL FACTORS AFFECTING INTELLIGENT VIRTUAL ITEMS
IN ONLINE GAMES CONSUMPTION BEHAVIOR OF YOUTHS IN BANGKOK

ภาณุพงศ์ แก้วด้วง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วย
ปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE PSYCHO-SOCIAL CAUSAL FACTORS AFFECTING INTELLIGENT VIRTUAL ITEMS
IN ONLINE GAMES CONSUMPTION BEHAVIOR OF YOUTHS IN BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF SCIENCE
(Applied Behavioral Science Research)
BEHAVIORAL SCIENCE RESEARCH INSTITUTE, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วย

ปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

ของ

ภาณุพงศ์ แก้วด้วง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ พิมพ์ทอง)

ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา ต้นสุวรรณ
นนท์)

ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาตุกรณ์ จัน
ประเสริฐ)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ภาณุพงศ์ แก้วด้วง
ปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณย์ พิมพิทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่มีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง จำนวน 452 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และตรวจสอบคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ CFA ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างอยู่ระหว่าง 0.78 - 0.95 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงเส้น พบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $\chi^2 = 267.77$, $df = 85$, $p < .001$, RMSEA = 0.069, SRMR = 0.058, CFI = 0.094, GFI = 0.935, NFI = 0.923 และ $\chi^2/df = 3.105$ โดยพบว่า พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลโดยตรงต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และยังได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา จากการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน รวมทั้งได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยทางจิตสังคมสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 42.92 ส่วนเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามีอิทธิพลได้รับอิทธิพลจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองและลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ตามลำดับ แต่ได้รับอิทธิพลเชิงลบจากการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยทางจิตสังคมสามารถร่วมกันทำนายเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 47.16

จากผลแสดงให้เห็นว่าควรสร้างแนวทางสำหรับการส่งเสริมให้เยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ควบคู่กับการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้ และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน และให้รู้จักหลีกเลี่ยงเพื่อนที่เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีในการเล่นเกมนออนไลน์ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ปกครองรู้วิธีในการควบคุมการเล่นเกมอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : แบบจำลองเชิงสาเหตุ, พฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญา, สินค้าเสมือน, เกมออนไลน์

Title	THE PSYCHO-SOCIAL CAUSAL FACTORS AFFECTING INTELLIGENT VIRTUAL ITEMS IN ONLINE GAMES CONSUMPTION BEHAVIOR OF YOUTHS IN BANGKOK
Author	PANUPONG KAEWDOUNG
Degree	MASTER OF SCIENCE
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Assistant Professor Doctor Saran Pimthong
Co Advisor	Assistant Professor Dr. Numchai Supparerkchaisakul

The objective of this study was to study the model of the relationship of the psycho-social causal factor correlation model to intelligent virtual items in online game consumption behavior. The sample consisted of 452 youths who consumed virtual items in online games for real money. The sampling was multistage and the data collected with a questionnaire. It was quality checked by CFA analysis and had a construct reliability value of 0.78-0.95. The analysis of the structural equation modeling showed that the model fitted with the empirical data $\chi^2 = 267.77$, $df = 85$, $p < .001$, RMSEA = 0.069, SRMR = 0.058, CFI = 0.094, GFI = 0.935, NFI = 0.923 and $\chi^2/df = 3.105$. It was found that the intelligent virtual items in online game consumption behavior was influenced by attitudes towards the consumption of virtual items in online games with intelligence and was directly and indirectly influenced through attitudes towards the consumption of virtual items in online games with intelligence from bad friend modeling in online gaming, thinking based on genuine value and artificial value, and the locus of control are also indirectly influenced by online gaming literacy and control parental gaming significantly by psychosocial factors that can predict intelligent virtual items in online game consumption behavior at 42.92%. Other than attitudes towards consumption of virtual items in online games with intelligence was influenced by most online gaming literacy, followed by thinking based on genuine and artificial value, parental control of gaming and locus of control, respectively. However, it was negatively influenced by bad friend modeling in online gaming significantly by psychosocial factors that predicted attitudes towards consumption of virtual items in online games with an intelligence of 47.16%. The results showed that youth guidelines should encourage attitudes to consuming virtual items in online games along with online gaming awareness, thinking based on genuine and artificial value, locus of control, and to avoid friends who are bad role models in online games and encouraging parents to know how to properly control the game.

Keyword : Causal model, Intelligence consumption behavior, Virtual items, Online games

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์เล่มนี้เต็มไปด้วยการเดินทาง การเรียนรู้ และความหวัง เปรียบเป็นก้าวแรกที่ย่างก้าววิจัยเป็นของตนเอง ได้เรียนรู้ประสบการณ์ทั้งวิชาการ การทำงาน และการใช้ชีวิตนับตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้าสู่สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ ที่กล่าวมานั้นปริญญานิพนธ์เล่มนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงหากขาดอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผศ.ดร. ศรัณย์ พิมพ์ทอง ให้คำปรึกษา ชี้แนะหนทาง และมุมมองที่เป็นประโยชน์แก่การทำปริญญานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผศ.ดร. นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล ท่านคอยถ่ายทอดองค์ความรู้ทางสถิติและการวิจัยที่หาไม่ได้จากตำราได้อย่างตั้งใจ ขอขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 2 ท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่ให้ความเมตตาและชี้แนะจนปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วง รวมทั้ง รศ. ดร. จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานสอบปากเปล่า

ขอขอบพระคุณ ผศ. ดร. สุวิทย์ จันประเสริฐ และคุณกรวิภา กัปตพล ให้โอกาสและความไว้วางใจในการร่วมงานต่าง ๆ และได้ฝึกป้อนประสบการณ์จากการทำงานวิจัยและงานวิชาการมากมาย ตลอดจนให้คำปรึกษาและช่วยแก้ปัญหาระหว่างเดินทางตลอดระยะเวลา 5 ปีในสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มศว

ขอขอบคุณความบังเอิญที่ได้พบ ดร. อ.ปริญญา สิริอิตตะกุล และทีมวิจัย LOVELY Deaf ผู้ที่เป็นแรงบันดาลใจให้ก้าวสู่การเป็นนักวิจัย และทำให้เห็นถึงคุณค่าของผลงานวิจัยที่มากกว่าสร้างความรู้ แต่สามารถสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ร่วมรุ่น แม้จะมีบางท่านออกไประหว่างทางทุกท่านก็ยังกลับมาให้กำลังใจเสมอ ต้องขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะพี่เกศริน คำหงสา พี่ชริวิชัย แสงโรจน์กิตติคุณ และพี่เอนกพงศ์ อธิจิจันทร์ ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขร่วมผจญภัย และให้ประสบการณ์ชีวิตเป็นอย่างดี นอกจากนี้ขอขอบคุณพี่ ๆ PhD' 60 ให้การยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของรุ่นในการศึกษาหาความรู้ โดยเฉพาะหนึ่งฝัน พุทธธรรมวงศ์ พี่ณิณี พานสายตา เป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้ร่วมเดินทางไปด้วยกัน รวมทั้งให้กำลังใจและคำปรึกษาจนปริญญานิพนธ์สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงคุณของบิดามารดา และพี่ชาย ที่คอยสนับสนุน ห่วงใย และให้กำลังใจอยู่เบื้องหลังเสมอ รวมถึงบุคคลอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ โดยคุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงมีจากปริญญานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศให้แก่วงการวิชาการ

ภาณุพงศ์ แก้วด้วง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	8
ตัวแปรที่ศึกษา.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ตอนที่ 1 พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา.....	8
1.1 สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์.....	8
1.2 พฤติกรรม การบริโภคด้วยปัญญา.....	12
1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
ตอนที่ 2 สาเหตุของพฤติกรรม.....	32
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม.....	34

3.1 ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน	34
3.2 การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม.....	37
3.3 การรู้เท่าทันเกมออนไลน์	42
ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับพฤติกรรม	48
4.1. การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์.....	49
4.2 การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง.....	53
ตอนที่ 5 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญากับพฤติกรรม	59
ตอนที่ 6 นิยามเชิงปฏิบัติการ	63
ตอนที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	66
ตอนที่ 8 สมมติฐานในการวิจัย	70
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษารววิจัย	72
ตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	72
ตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	74
ตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	89
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	88
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	88
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	92
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	96
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	106
การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน.....	107
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	121
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ.....	121

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	123
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	124
บรรณานุกรม.....	126
ประวัติผู้เขียน.....	160



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา.....	19
ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียน.....	73
ตาราง 3 สรุปเกณฑ์การตรวจสอบระดับความกลมกลืนของแบบจำลอง.....	75
ตาราง 4 ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	87
ตาราง 5 เกณฑ์ของดัชนีความกลมกลืนที่ใช้ในการพิจารณาแบบจำลอง.....	90
ตาราง 6 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	88
ตาราง 7 จำนวน ร้อยละ ของพฤติกรรมในการเล่นและการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์.....	89
ตาราง 8 จำนวน ร้อยละ ประเภทสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อบ่อยครั้งที่สุด 3 อันดับแรก...	91
ตาราง 9 ค่าสถิติพื้นฐาน และการตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรสังเกต.....	92
ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต.....	94
ตาราง 11 การเปรียบเทียบค่าดัชนีความกลมกลืนก่อนและหลังปรับแบบจำลอง.....	97
ตาราง 12 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุไปยังตัวแปรผลที่ปรับแก้.....	104

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงอิทธิซึ่งกันและกันของพฤติกรรม (Behavior: B) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal: P) และปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environment: E).....	32
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย	68
ภาพประกอบ 3 แบบจำลองสมมติฐานการวิจัย	71
ภาพประกอบ 4 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา.....	106
ภาพประกอบ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา	108
ภาพประกอบ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา	110
ภาพประกอบ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา..	111
ภาพประกอบ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันเกมนออนไลน์ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา.....	113
ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา	116
ภาพประกอบ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง เจตคติต่อ การบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา	119

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ณ ปัจจุบันด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ควบคู่ไปกับเศรษฐกิจทำให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ บนโลกเสมือนหรือที่เรียกว่าโลกออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีที่นิยม เริ่มแรกใช้ในการติดต่อสื่อสารที่ทำให้ไลฟ์สไตล์ของคนเปลี่ยนแปลงไป ผูกพันจนเป็นปัจจัยที่ 5 ในชีวิต และได้พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ จนมาเป็นเกมออนไลน์ที่เล่นกันหลายคน รวมถึงเกมออนไลน์บนเครือข่ายชุมชนออนไลน์ ที่ล้วนแต่เป็นสื่อที่มีจุดประสงค์ในทางธุรกิจ เป็นการบริการความบันเทิงเพื่อสนองความต้องการสันทนาการ เพลิดเพลิน สร้างความแปลกใหม่ให้กับมนุษย์ (อัคริมา นันทนาสิทธิ, 2557) ปุณยภพ สิทธิพรอนันต์ (2552) อธิบายว่าโลกเสมือน หรือเกมออนไลน์ เป็นเครือข่ายทางสังคมเพื่อความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มี ลักษณะลอกเลียน หรือดัดแปลงพื้นที่ สิ่งปลูกสร้าง หรือแม้แต่ประชากรให้มีความเหมือนจริงหรือเหนือจริง โดยอาศัยการออกแบบผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และเชื่อมโยงผู้ใช้งานเข้าด้วยกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ต่อมาจนกระทั่งเกมพัฒนาให้มีระบบธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง เมื่อก่อนผู้เล่นจะเสียเงินเพียงครั้งเดียวในการซื้อเกม แต่ ณ ปัจจุบัน ผู้เล่นเองยังต้องมีอุปกรณ์ต่าง ๆ หรือเสื้อผ้าของใช้ให้กับตัวละครในโลกเสมือนจริง เพื่อเพิ่มความสามารถ อาวุธต่าง ๆ ที่ทำให้เก่งขึ้น เพื่อได้มาซึ่งความสนุกมากขึ้นในการเล่น ผู้เล่นต้องแลกเปลี่ยนด้วยตัวเงินจริง ๆ กับสินค้าเหล่านั้น (อัคริมา นันทนาสิทธิ, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปุณยภพ สิทธิพรอนันต์ (2552) พบว่า แรงจูงใจในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์มาจากผู้เล่นต้องการเล่นเกมได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น หรือคิดว่าถ้าไม่ซื้ออาจจะเล่นได้ไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้สินค้าเสมือนจริงกับสินค้านั้นตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้ไม่แตกต่างกัน

จากรายงานการสำรวจการเติบโตตลาดเติมเงินเกมออนไลน์จากเว็บไซต์ marketer (2552) มีการเติบโตของอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ซึ่งในปี 2559 ตลาดเติมเงินเกมออนไลน์คาดว่าจะเติบโตถึงร้อยละ 23 หรือ 7,995 ล้านบาท แม้ประชากรเกมในประเทศไทยมีถึง 10 ล้านราย แต่ความจริงตลาดนี้กลับเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง พร้อมทั้งผู้ให้บริการเครือข่ายเกม และผู้ให้บริการเติมเงินเกมออนไลน์จัดแคมเปญการตลาดดึงดูดผู้เล่น และเชิญชวนให้ผู้เล่นเติมเงินเพื่อแลกกับสิทธิพิเศษต่าง ๆ โดยเฉลี่ยแล้วผู้เล่นจ่ายเงินเพื่อเติมเกม 450 บาทต่อเดือน โดยพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จากรายงานผลสำรวจเว็บไซต์ Knoema (2019) พบว่าประเทศไทยติดอันดับที่ 19 ของโลกจาก 100 ประเทศที่สร้างรายได้จากเกม

ซึ่งทำรายได้ถึง 667 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รวบรวม 21,088,550,000 บาทของไทย และสัดส่วนของผู้บริโภคหรือใช้บริการสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จากการสำรวจของทากาฮาชิ (Takahashi, 2010; อ้างถึงในสิทธิพันธ์ หนุนไชย, 2555) ร่วมกับสถาบันวิจัยการตลาดทางด้านวิดีโอเกม หรือ VGMarket และบริษัท PlaySpan ที่ให้บริการสินค้าเสมือน โดยผลสำรวจผู้ที่ใช้บริการเกมและสินค้าเสมือนจากคนทั่วโลกที่มีอายุอยู่ระหว่าง 13 - 64 ปี พบว่า ผู้ที่ให้บริการเกมออนไลน์จะซื้อสินค้าเสมือนในอัตราส่วน 3 : 4 หรือร้อยละ 75 ของผู้ที่ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งหมดส่วนภายในประเทศไทยจากรายงานของเว็บไซต์ marketer (2558) ผู้เล่นเกมออนไลน์จะซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริง คิดเป็นร้อยละ 5 ของผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ นี่เป็นเพียงตัวเลขในระบบจากผู้ให้บริการเครือข่ายเติมเงินเกมออนไลน์ และยังมีอีกไม่น้อยที่ผู้เล่นบริโภคสินค้าเสมือนนอกเหนือจากเครือข่ายเติมเงินเกม ไอระวิน ว่องวัญนะ และศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2560) ศึกษารูปแบบการติดต่อสื่อสารเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเสมือนกันเองของผู้เล่นโดยไม่ได้ผ่านผู้ให้บริการเกมแต่อย่างใด หรือเรียนกันว่าสินค้าเสมือนนอกเหนือจากเกมออนไลน์ ได้รับความนิยมไม่น้อยจากผู้เล่นเกมออนไลน์และมีมูลค่าในตลาดสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปุณณภพ สิทธิพรอนันต์ (2552, น. 214) อธิบายว่าเป็นการที่ผู้เล่นส่วนหนึ่งสร้างโอกาสให้ตัวเอง ด้วยการผันตัวเป็นผู้ขายไอเทมให้ผู้เล่นด้วยกัน หรือหารายได้เป็นเงินจริงจากช่องว่างของระบบ ซึ่งไม่มีกฎหรือระบบของเกมรองรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้น ๆ และเป็นการละเมิดข้อบังคับของตัวเกม เนื่องจากธุรกิจเกมออนไลน์เป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเด็ก และเยาวชน ที่ยังไม่มีรายได้ประจำ หรือยังอาจขาดความรอบคอบด้านการใช้จ่าย

เกมออนไลน์จึงทำให้เด็กและวัยรุ่นต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการเล่นเกมจากการซื้อสินค้าเสมือน หรือการซื้อไอเทมภายในเกมด้วยเงินจริง ยิ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีอยู่ในชีวิตประจำวัน โอกาสที่จะเสียค่าใช้จ่ายไปย่อมมีมากขึ้น รวมถึงการติดผูกพันกับการเล่นเกมมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (ทวีศักดิ์ กอนันตกุล และคนอื่น ๆ, 2547) จากการศึกษาของ วรสิทธิ์ แสงแดง (2547) ทำให้เห็นว่า ระยะเวลาการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตค่าบริการอินเทอร์เน็ตค่าเช่าและค่าลงทะเบียนเกมออนไลน์ และยังพบว่า ประสิทธิภาพการเล่นเกมออนไลน์และระยะเวลาการเล่นเกมออนไลน์ส่งผลต่อการเสียค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือการเล่นโกงกันในเกม และระยะเวลาเล่นเกมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นทำให้เจตคติต่อการเล่นเกมออนไลน์ในแง่ลบของอบายมุขเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จาริตรี กุลศิริปัญญา (2558) พบว่า พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ติดเกมออนไลน์จนก่อคดีลักทรัพย์ มีพฤติกรรมการเล่นเกมที่มีความถี่ใน

การเล่นมากกว่า 30 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หากไม่ได้เล่นเกมจะรู้สึกจิตใจ หงุดหงิด อารมณ์เสีย ควบคุมตัวเองไม่ได้ อยากเล่นทุกวัน และเลือกเล่นเกมแนวต่อสู้เพราะตื่นเต้นทำท่ายและอยากเอาชนะคู่ต่อสู้ให้ได้ ส่วนสาเหตุการติดเกมออนไลน์ในวัยรุ่นที่ก่อคดีลักทรัพย์ เนื่องจากเพื่อต้องการเข้าสังคมในกลุ่มเพื่อนวัยใกล้เคียงกัน ชอบเล่นเกมเหมือนกัน สนใจในกิจกรรมแบบเดียวกัน และหาเงินเพื่อมาเล่นเกมแบบเดียวกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาเยาวชนในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีของ วรณภรณ์ พุฒิพิรุฬห์วงศ์(2562, น. 64) โดยพบว่า เยาวชนที่ใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อครั้งหลายชั่วโมงจะมีพฤติกรรมความรุนแรงมากกว่าเยาวชนที่ใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อครั้งน้อยชั่วโมงอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาทำให้ทราบว่า พฤติกรรมติดเกมออนไลน์และสังคมเพื่อนภายในเกมออนไลน์อาจนำไปสู่การก่อคดีลักทรัพย์ที่สาเหตุมาจากการติดเกมออนไลน์ในวัยรุ่น

นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของเด็กและเยาวชนที่ติดเกมของ ปุณยภพ สิทธิพรอนันต์ (2552, น. 2081-208) พบว่า ราคาสินค้าเสมือนแม้จะมีความแตกต่างกันอยู่กับปัจจัยประเภทสินค้า โดยราคาอยู่ในช่วงหลักสิบถึงหลักพันบาท และสินค้าแต่ละประเภทออกแบบมาเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่จำกัดเวลาการใช้งาน เช่น 7 วัน 15 วัน หรือ 30 วัน เป็นต้น ทำให้เยาวชนถูกกำหนดด้วยเงื่อนไขดังกล่าว เมื่อพิจารณาจากจำนวนเงินที่ใช้จ่ายของผู้เล่นเกมเด็กและเยาวชน (12 -20 ปี) พบว่า จำนวนเงินซื้อสินค้าเสมือน ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 100 – 500 บาท วรลัญญ์ สิงห์ทองวรรณ (2562, น. 27) พบว่า ผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ประเภทสวมบทบาทส่วนใหญ่ จะใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์มากกว่า 100 ชั่วโมงต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อไอเทมในเกมออนไลน์ที่ 199 – 1,000 บาทต่อเดือน และมีความถี่ในการซื้อไอเทม 2 - 5 ครั้งต่อเดือน นอกจากนี้ผลศึกษาของ ณัฐพงษ์ สายพิณ (2563) พบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่ในแต่ละเดือนจะซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ 1 - 2 ครั้งในแต่ละเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเกมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง (ค่าอินเทอร์เน็ต, บัตรเติมเงิน, ไอเทม ฯลฯ) 100 - 499 บาท และวัยรุ่นส่วนใหญ่ มักจะมีการซื้อสินค้าเสมือนประเภทลูทบ็อกซ์/กาชา/กล่องสุ่มไอเทมในราคา 99 บาทเป็นประจำ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจำนวนเงินที่สูงเมื่อพิจารณาจากช่วงอายุของผู้ซื้อสินค้ากลุ่มนี้ และจากการสอบถามผู้เล่นเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างสินค้าจริงและสินค้าเสมือนในการศึกษาของ อัคริมา นันทนาสิทธิ (2557) พบว่า ผู้เล่นที่ระบุว่าการซื้อสินค้าเสมือนเพื่อชดเชยบางสิ่ง ในชีวิตจริงที่ไม่สามารถทำได้ เมื่อความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้รับการตอบสนองในโลกที่เป็นจริงเนื่องมาจากกรอบ กฎเกณฑ์ และข้อบังคับทางสังคม จึงหันหน้าเข้าสู่โลกเสมือน และค้นพบว่าสินค้าเสมือนสามารถช่วยเติมเต็มความพึงพอใจ และสิ่งที่ขาดหายไปจากชีวิตจริงได้ โดยสอดคล้องกับการสัมภาษณ์

กรณีศึกษาในผู้ที่เล่นเกม GodsWar Online พบว่า ผู้ที่เล่นเกมยอมจ่ายเพื่อให้ตัวเองเก่งขึ้น ไม่เพียงแต่ความสนุกยังเป็นเรื่องของการเป็นที่ยอมรับ มีตัวละครที่สวยงามจากการซื้อสินค้า ด้วยเงินจริง ถึงแม้ว่าสินค้าเสมือนเหล่านั้นมีราคาแพงกว่าเกมออนไลน์ทั่วไปประมาณ 5 เท่า ซึ่งเมื่อเริ่มเล่น เริ่มจ่ายแล้ว ก็ารู้สึกเสียต่ายหากหยุดเล่นไป และหลายคนเสียเงินกว่า 1 แสนบาทในเกมนี้

พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนภายในเกมออนไลน์อาจนำไปสู่พฤติกรรมการเล่นติดเกม และเสพติดพนัน จะเห็นได้จากผลการศึกษาของ ญัฐพงษ์ สายพิน (2563) ยังพบว่า ทศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าไอเทมและบริการในเกมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งลูทบ็อกซ์หรือกาชาเป็นระบบกล่องสุ่มไอเทมพิเศษหรือไอเทมหายาก มีทั้งให้สุ่มฟรีจากรางวัลในเกม และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง อาจถือได้ว่าเป็นการพนันรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่นเกม-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ ซื้อเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ ซึ่งการสุ่มลูทบ็อกซ์หรือกาชาจะนำไปสู่พฤติกรรมการเล่นติดพนันในเกมออนไลน์ผ่าน 3 เงื่อนไข การวางเดิมพัน (consideration) เป็นความบังเอิญ (chance) และมีของรางวัล (prize) โดยระบบนี้ทำให้เกิดปฏิกิริยาทางสมอง the brain reward system คือ ยิ่งเดิมพันสูง ความเสี่ยงสูงหลังได้รับรางวัลก็รู้สึกพึงพอใจมีความสุข ทำให้เกิดความต้องการที่จะเสี่ยงโชค อีกเรื่อย ๆ ซ้ำ ๆ และยังส่งผลต่อสมองทำให้เกิดอาการย้ำคิดย้ำทำจนอาจนำไปสู่การเสพติด พฤติกรรมพนันในเกมออนไลน์ และการศึกษาของ สิทธิพันธ์ หนันไชย (2554, น. 185) โดยพบว่า เจตคติต่อสินค้าเสมือนที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเล่นติดเกมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนอย่างมีนัยสำคัญ สุธิดา วรรณะปกรณ์ (2555, น. 39) อธิบายถึง ระยะแห่งการบ่มเพาะในการติดเกมของเด็กและนักศึกษา ดังนี้ 1) ระยะเริ่มติด ผู้เล่นใช้เวลากับการเล่นเกมมากกว่าการประกอบกิจกรรมอื่น ๆ สัมพันธภาพกับพ่อแม่ยังดี 2) ระยะปัญหา ปานกลาง ผู้เล่นจะเริ่มมีปัญหาขาดความสัมพันธ์กับครอบครัว ใช้เงินและเวลาส่วนใหญ่กับการเล่นเกม และ 3) ระยะปัญหารุนแรง ผู้เล่นจะติดและหมกมุ่นกับเกมคล้ายติดยาเสพติด รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา นอนดึกหรือไม่นอน ไม่เรียนหนังสือ ขาดสัมพันธภาพกับคนในครอบครัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเสียค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อบริการต่าง ๆ หรือสินค้าเสมือนภายในเกม เป็นผลกระทบอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการเสพติดเกมของเยาวชน การเสพติดเกม (game addiction) เป็นการเสพติดทางพฤติกรรม (behavioral addiction) เกิดจากการเล่นเกมออนไลน์ เกมคอมพิวเตอร์ หรือวิดีโอเกม ส่วนมากจะเป็นเกม ประเภทที่เล่นได้ต่อเนื่องไม่มีวันจบ หรือเกมที่มีระดับหรือด่านจำนวนมากและซับซ้อน คนที่ติดเกมอาจรู้สึกมึนเมาจริงเอาจริงเอาจังในการเล่น และรู้สึกว่าเลิกหรือหยุดเล่นได้ยาก (ชาญวิทย์ พรนภดล, 2557, น. 5)

จากการศึกษาในช่วงต้นจึงสังเกตเห็นถึงผลกระทบที่เกิดจากการเล่นเกมและการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมต่อเยาวชน กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความพึงพอใจกับตัวตนในโลกเสมือนและยอมรับที่จะจ่ายเงินให้กับการซื้อสินค้าเสมือนเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ซึ่งอาจนำไปสู่การที่เยาวชนผูกติดอยู่กับการเล่นเกมออนไลน์ที่มีชั่วโมงมากขึ้น และลดสัมพันธภาพกับครอบครัว เพื่อน และสังคมในโลกของความจริงที่เยาวชนต้องดำรงชีวิต สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม (2558, น. 20) การที่เด็กหมกมุ่นกับเกมมากเกินไป ไม่ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์กับครอบครัวหรือสังคม โดยเฉพาะเด็กที่ไม่มีวุฒิภาวะพอหรือขาดการดูแลเอาใจใส่จะสร้างปัญหาสังคมด้วยการลักเล็กขโมยน้อยไปจนถึงการฉกชิงวิ่งราวทรัพย์สิน เพื่อจะหาเงินไปเล่นเกมออนไลน์ และมีไม่น้อยที่ก้าวเลยเถิดเข้าไปสู่เส้นทางอาชญากรรมแบบนำเสียตายอนาคต ดังนั้นพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ของเยาวชนเปรียบเสมือนเป็นการที่มีพฤติกรรมบริโภควัตถุนิยมซึ่งเป็นสินค้าเทียมที่ไม่สามารถจับต้องได้ และต้องเบียดเบียนค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันเพื่อซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยเฉพาะเหล่าบรรดาผู้บริการเกมพยายามดึงดูดให้คนเข้าไปเล่น และเยาวชนยังเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ มีกำลังซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ (ปริญญพ ลิทธิพรอนันต์, 2552; และสิทธิพันธ์ หนั่นไชย, 2554) แต่ช่วงวัยนี้หารายได้ด้วยตนเองได้ไม่มากนักส่วนใหญ่มีรายได้จากผู้ปกครอง จนอาจกลายเป็นปัญหาของครอบครัวและของสังคม

ผลการวิจัยและข้อเสนอแนะจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์และการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่า ควรมีการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมในเยาวชน เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้ไปสู่การสร้างแนวทางในการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และตระหนักถึงการบริโภคสินค้าเสมือนอย่างเหมาะสมรวมทั้งเป็นแนวทางในการควบคุมจากบุคคลใกล้ชิดสำหรับการนำไปใช้ในการเล่นเกมออนไลน์ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของผู้เล่น เนื่องจากการเล่นเกมออนไลน์ทำให้ผู้เล่นมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น จากการซื้อตัวเกม ค่าบริการจากร้านเกม และที่สำคัญค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จากผู้ให้บริการหรือพยายามชิงโชค เพื่อให้ไอเทมนั้นมาเป็นตัวช่วยในการเล่นและไอเทมที่ผู้เล่นต้องการมาสะสมทำให้ผู้ที่เล่นเกมต้องเสียเงินเป็นจำนวนมาก และหากไอเทมนั้นไม่มีขายจากผู้ให้บริการเกมจะทำให้ผู้เล่นซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเองนอกระบบ ซึ่งบางไอเทมมีราคาสูงมากกว่าที่ผู้ให้บริการเกมขายและสามารถนำไปสู่การฉ้อโกงระหว่างผู้เล่นด้วยกันเองในขั้นตอนแลกเปลี่ยนตัวเงินกับไอเทม รวมทั้งยังเป็นการละเมิดกฎของผู้ให้บริการเกม

จากการทบทวนงานวิจัยในประเทศไทยการศึกษาเกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในอดีต มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมตลาดหรือปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกม และรูปแบบของพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าเสมือน ซึ่งการศึกษาในอดีตที่ผ่านมายังไม่พบการศึกษาที่ค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่ส่งผลให้เยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา (สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม, 2558; จาริศรี กุลศิริปัญญา, 2558; ชลลดา บุญโท, 2554; ปุณยภพ สิทธิพรอนันต์, 2552; วรสิทธิ์ แวงแดง, 2547; วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง, 2553; สิทธิพันธ์ หนันไชย, 2554; และไอระวิน ว่องวัจนะ และศรัณย์ธร ศศิณกรแก้ว, 2560) ทั้งนี้จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการบริโภคอย่างฟุ้งเฟ้อทั้งเงินและเวลาในการเล่น เกม ขาดการใช้ปัญญา จนเบียดเบียนสุขภาพกายและใจตนเอง รวมทั้งลดสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลใกล้ชิด โดยพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาจะทำให้เยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์มีการคิดไตร่ตรอง และระมัดระวังก่อนตัดสินใจบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ รวมทั้งการบริโภคนั้นไม่เป็นการเบียดเบียนค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และสามารถใช้บริการสินค้าเสมือนได้อย่างคุ้มค่าตรงตามวัตถุประสงค์ของสินค้าและบริการไอเทมนั้น ๆ

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้มุมมองทางพฤติกรรมศาสตร์ซึ่งมีการบูรณาการจากหลากหลายศาสตร์ร่วมกันเพื่อแสวงหาความรู้ ในการอธิบายและทำความเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ผ่านสาขานิเทศศาสตร์ชั้นเข้ากับพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาผ่านมุมมองแนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งแสวงหาตัวทำนายพฤติกรรมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อมผ่านมุมมองของศาสตร์ทางจิตวิทยา สังคมศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ โดยผู้วิจัยคาดหวังผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน และเพื่อค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุสำหรับสร้างแนวทางเสริมสร้างเยาวชนในอนาคตให้มีภูมิคุ้มกัน และรู้เท่าทันการบริโภคนิยมที่แอบแฝงมาพร้อมกับเกมออนไลน์ก่อนตัดสินใจบริโภคหรือใช้บริการสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในฐานะที่เป็นผู้เล่นและผู้บริโภคสินค้าจากเกมออนไลน์ นอกจากนี้ผู้วิจัยคาดหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นการศึกษานำร่องในการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยเชิงบวกที่เกิดขึ้นภายในเกมออนไลน์ เช่น พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

หรือการมีแบบอย่างที่ดีของเพื่อนภายในเกมออนไลน์ เพื่อสร้างความตระหนักในการมีพฤติกรรมเชิงบวกต่าง ๆ ในการเล่นเกมและความรับผิดชอบต่อสังคมภายในเกมที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ย่อย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา รวมทั้งมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นตัวแปรส่งผ่านปัจจัยส่วนบุคคล
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นจากผู้ปกครองส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา รวมทั้งมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นตัวแปรส่งผ่านปัจจัยสภาพแวดล้อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยเชิงเหตุที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน ซึ่งข้อค้นพบนี้จะเป็นประโยชน์กับสถาบันครอบครัว และสถาบันการศึกษา อันจะนำไปสู่แนวทางการสร้างเสริมให้แก่เยาวชนที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาภายใต้สังคมทุนนิยมในเกมออนไลน์ที่เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการบริโภค
2. ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญเชิงบูรณาการ ในการสร้างความความตระหนัก และเป็นแนวทางในการกำกับดูแลหรือแนวทางป้องกันในการคุ้มครองผู้บริโภคของเยาวชนที่บริโภคสินค้าเสมือนในการเล่นเกมนออนไลน์ โดยเสนอต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนในการนำข้อค้นพบไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมสุขภาพจิต กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์โทรคมนาคมแห่งชาติ และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เยาวชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 15 - 18 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยไม่แบ่งประเภทของเกมออนไลน์ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นเกมนออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงจำนวน 452 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ ตลาดบริโภค และการบริโภคอย่างประมาทตน

ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variable) คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ การรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ลักษณะม่งอนาคตควบคุมตน ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ การวางแผนเพื่ออนาคต และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม

1.2 การคิดแบบรับรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ตัวบ่งชี้ การคิดแบบรับรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

1.3 การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ การเข้าถึงเกมออนไลน์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ การประเมินการเล่นเกมน และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่

2.1 การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ตัวบ่งชี้ การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

2.2 การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ ควบคุมการใช้งาน การชี้แนะในการเล่นเกมน และสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือเกมคอนโซล โดยต้องเล่นผ่านระบบเครือข่ายในอินเทอร์เน็ต
2. สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ หมายถึง สิ่งของต่าง ๆ ที่อยู่ในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งของที่ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเหมือนสินค้าปกติหรืออาจเหนือจริง แต่มีมูลค่าในการซื้อขายทั้งในรูปของสินค้าหรือการบริการจากผู้ให้บริการ เช่น เสื้อผ้า อาวุธ อุปกรณ์ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ตอนที่ 2 สาเหตุของพฤติกรรม

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านบุคคลกับพฤติกรรม

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับพฤติกรรม

ตอนที่ 5 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา กับพฤติกรรม

ตอนที่ 1 พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

1.1 สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

โลกเสมือน เป็นการกระจุกตัวของเครือข่ายทางสังคมผ่านตัวกลาง คือ คอมพิวเตอร์ โดยมีเซิร์ฟเวอร์เป็นดังศูนย์รวมของข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้เล่นหรือผู้ใช้บริการทั้งหมด เมื่อผู้เล่นเชื่อมต่อเข้ากับเซิร์ฟเวอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ระบบจะดึงข้อมูลตัวเกมและประวัติของผู้เล่นจากซอฟต์แวร์ของเกมออนไลน์ ทำให้ผู้เล่นสามารถเข้าสู่ตัวเกม สามารถเข้าไปกำหนดบุคลิกภาพของตัวเองได้ เช่น เพศ รูปร่าง ใบหน้า การแต่งกาย เผ่าพันธุ์ โดยสิ่งเหล่านี้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตของตัวละครหรือตัวจำลองในเบื้องต้นที่มาจากผู้ให้บริการ (Castronova & Edward, 2001) หลังจากนั้นผู้เล่นจะเป็นผู้จัดการตัวตนจำลองด้วยตัวเอง (User-Generated-Content) ซึ่งผู้เล่นจะพยายามแสวงหาสินค้าหรือไอเทมมาเพื่อบ่งบอกความเป็นตัวเองผ่านการตกแต่ง (Customization) เป็นการสร้างอิสระในการเล่น และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้เล่นคนอื่นในโลกเสมือนหรือเกม (Lehtiniemi, 2008, p. 28) เลียงไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยีกับสื่อโดยผ่านเกมออนไลน์นั้นเป็นสาเหตุหนึ่งในการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะผลกระทบต่อตัวบุคคลในด้านความรู้สึก การรับรู้ทางประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อบุคคล และเป็นพื้นฐานของผลกระทบทางสังคมในปัจจุบัน การบริโภคเสมือนจึงเป็นการใช้จ่ายเงินไปกับสินค้าเสมือน (Spending Money on Virtual Goods) สินค้าเสมือนนี้ ได้แก่ สิ่งไม่จริง สิ่งจินตนาการและไม่มีอยู่จริง ซึ่งตรงกันข้ามกับสินค้าจริงที่มีประโยชน์และมีคุณค่า บางทีสิ่งที่จริงก็จะดีกว่าสิ่งเสมือน ตามมุมมองนี้สิ่งเสมือน

ดูไม่มีคุณค่าใด ๆ ด้วยเหตุผลความไม่จริงของสินค้าหรือเพราะเป็นสินค้าที่มีรูปแบบดิจิทัลหรือทำซ้ำได้ การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนจึงดูไม่มีเหตุผล แต่การบริโภคสินค้าเสมือนก็เป็นเครื่องมือที่สามารถประเมินคุณค่าของตัวมันเองได้ด้วยเหตุผลที่ว่า เหตุใดคนจึงยอมเสียเงินจริงไปซื้อสินค้าเสมือน ในความเป็นจริงที่ว่า การบริโภคเสมือนเป็นศูนย์กลางของผู้ที่มาพักผ่อนหย่อนใจในโลกออนไลน์ (สิทธิพันธ์ ทัศนไพบ, 2554)

สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

Lehtiniemi (2008, p. 138-156) นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ได้ศึกษาการซื้อขายสินค้าด้วยเงินจริงในเกมออนไลน์ ปรากฏการณ์นี้ เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1999 จากรูปแบบการซื้อขายระหว่างผู้เล่นกับผู้เล่นในเกมประเภท MMOs โดยผู้เล่นโพสต์ไว้ในเว็บไซต์ซื้อขายออนไลน์ชื่อดัง eBay และให้ผู้เล่นคนอื่นร่วมประมูลไอเทมซึ่งนำไปสู่การให้บริการเกมออนไลน์แบบเล่นฟรี โดยบริษัทเกมคาดหวังว่าจะได้ผู้เล่นเพิ่มขึ้น และแน่นอนที่สุดคือผู้เล่นบางส่วนอาจยินยอมที่จะเสียเงินในจำนวนที่น้อยลงกว่าเดิม (ค่าสมาชิก) เพื่อซื้อสินค้าเสมือน Fairfield (2005) อธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทข้อมูลข่าวสารกับสินค้าเสมือนเลียนกลางลง โดยกำหนดเกณฑ์ให้กับสินค้าเสมือน 3 ด้าน ดังนี้ 1) Rivalrous หมายถึง สินค้าเสมือนไม่สามารถใช้ได้พร้อมกันโดยผู้เล่นหลายคน 2) Persistency หมายถึง สินค้าจะมีช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์อยู่กับผู้ใช้งานเพียงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อหมดอายุหรือหมดสภาพการใช้งานก็ต้องทิ้งไป ในขณะที่สินค้าเสมือนเมื่อผู้เล่นปิดคอมพิวเตอร์สินค้าที่อยู่กับตัวละครก็ยังคงอยู่ไม่ได้หายไปไหน 3) Interconnectedness หมายถึง สินค้าเสมือนเดี่ยว ๆ ไม่สามารถคงอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง แต่ต้องมีสัมพันธ์กับระบบเกม หรือผู้เล่นอื่น เช่น บริการซื้อขายในเกม หรือการแลกเปลี่ยนสินค้านระหว่างผู้เล่น

Castronova (2006) ได้ศึกษาระบบเงินตราในโลกเสมือน อธิบายว่า ผู้เล่นจำนวนมากได้พัฒนาระบบการซื้อขายที่สลับซับซ้อน มีการซื้อขายผลิตภัณฑ์เสมือน เช่น อาวุธพลังวิเศษ และกลไกในการป้องกันด้วยเงินในโลกแห่งความเป็นจริง ที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “โลกภายนอก” และแบ่งลักษณะของการซื้อขายสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงว่า สินค้าเหล่านี้สามารถหาได้จากการเล่นเกมปกติ แต่โอกาสการได้นั้นจะน้อยและไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้เล่นต้องเสาะหาด้วยวิธีการอื่น การได้มาของไอเทมเหล่านี้มาจาก การสุ่มด้วยวิธีต่อสู้ภายในเกม (Random) การบรรลุภารกิจที่กำหนด (Quest) การสร้างไอเทมจากระบบของเกม (Production) และความร่วมมือของผู้เล่นในเกม (Cooperation) Castronova สรุปว่ากระบวนการแสวงหาไอเทมในเกม มีทั้งไอเทมที่หามาได้อย่างง่ายดาย และยากมาก หรือมีโอกาสได้น้อย โดยที่ไอเทมหายากจะเป็น

ที่ต้องการของผู้เล่น ดังนั้นผู้เล่นที่ไม่สามารถหาจากกระบวนการดังกล่าวด้วยตนเอง ก็จะแสวงหาวิธีการอื่นเพื่อเป็นเจ้าของ จึงเกิดระบบการซื้อขายสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงขึ้น (Real-Money Trade of virtual items: RMT) โดย Lehtiniemi (2008, p. 20-22) ได้จัดหมวดหมู่ของตลาด RMT ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ผลิตกับผู้เล่น (primary RMT market) คือ ระบบของตัวเกมจะนำสินค้าในเกมออนไลน์เสนอขายแก่ผู้เล่น โดยผู้เล่นต้องใช้เงินจริงในการแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าเสมือน เช่น การเติมเงินด้วยบัตรเครดิต หรือการเลือกซื้อสินค้าจากหน้าเว็บไซต์เกมออนไลน์ และ 2) การซื้อขายสินค้าระหว่างผู้เล่นด้วยกันเอง (secondary RMT market) คือ การซื้อขายสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงระหว่างผู้เล่น ไม่ได้ผ่านการรับรองจากข้อกำหนดของตัวเกม ผู้เล่นจะกำหนดราคาแลกเปลี่ยนสินค้ากับเงินจริง และซื้อขายผ่านระบบเกมหรือเว็บไซต์ภายนอกโดยกำหนดราคาจากการตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ต่อมา Lehdonvirta (2009) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าเสมือนประกอบไปด้วยคุณสมบัติและคุณลักษณะของสินค้าเสมือนที่ดึงดูด (Attractive Features and Attributes) ให้ซื้อ ดังนี้

1. คุณลักษณะด้านคุณประโยชน์ (Functional Attributes) คุณลักษณะทางด้านนี้เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยความจำเป็นของสินค้าเป็นหลัก เปรียบเทียบกับในโลกจริงเช่นเดียวกับการต้องการปัจจัย 4 ของมนุษย์ ซึ่งในโลกเสมือนก็จำลองปัจจัยทางด้านความจำเป็นในการบริโภคสินค้า ได้แก่ ประสิทธิภาพ (Performance) คือ การเพิ่มความเร็วในการแข่งขันของเกมและผู้เล่นคนอื่น และประโยชน์ใช้สอย (Functionality) คือ เพิ่มความสะดวกสบายในการเล่น Park and Lee (2011) อธิบายว่าเมื่อผู้เล่นรับรู้ถึงคุณค่าของไอเทมจากการใช้งานภายในเกมออนไลน์จะส่งผลให้ผู้เล่นเกิดการซื้อไอเทมในเกมจำนวนมากขึ้น

2. คุณลักษณะด้านความชื่นชอบ (Hedonic Attributes) มนุษย์ทุกคนมีความชอบที่ไม่เหมือนกันและแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ในโลกเสมือนได้แบ่งความชื่นชอบเกี่ยวกับสินค้าเสมือนเป็นกลุ่ม ๆ ได้แก่ ด้านโสตทัศน (Visual Appearance and Sounds) คือ เป็นความพอใจในเชิงสุนทรีย์ และเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน ด้านเรื่องราว (Background Fiction) เป็นสินค้าเสมือนจริงบางชนิดก็ผลิตมาจากแนวคิดโดยการนำเอาเรื่องราวที่สำคัญส่วนหนึ่งของเกมมาสร้าง ด้านจุดกำเนิด (Provenance) สินค้าเสมือนเกิดขึ้นจำเป็นต้องมี เช่น ถ้ามีผู้มีชื่อเสียงในเกมใช้ สินค้าชิ้นนี้ย่อมเป็นที่สนใจแก่ผู้เล่นทั่วไปที่ชอบสะสมสินค้าเสมือน และด้านความสามารถในการปรับแต่ง (Customizability) สินค้าเสมือนเป็นสินค้าที่ใช้เพื่อปรับแต่งความสามารถให้กับตัวละครในเกมทำให้ผู้เล่นแตกต่างกัน Ho and Wu (2012) ผลการศึกษาพบว่าเมื่อผู้เล่นได้ใช้หรือสวมใส่ไอเทมนั้นจะทำให้ผู้เล่นรู้สึกสนุกมากขึ้น มีความสนใจและเพิ่มจินตนาการ

3. คุณลักษณะทางด้านสังคม (Social Attributes) สังคมในโลกเสมือนเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้สินค้าเสมือนถือกำเนิดขึ้นด้วยความต้องการ (Demand) ในการใช้สินค้าในสังคมเสมือนส่งผลให้เกิดการจัดหา (Supply) สินค้าเสมือนออกสู่ตลาด โดยปัจจัยด้านคุณลักษณะ และด้านสังคมที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย วัฒนธรรมอ้างอิง (Cultural References) แบรินด์เนม (Branding) และของหายาก (Rarity) ในโลกเสมือน Ho and Wu (2012) อธิบายว่าไอเทมจะทำให้ผู้เล่นรู้สึกมีว่าเสน่ห์ ได้รับความน่าสนใจจากผู้เล่นคนอื่น ๆ ชวนให้หลงใหลซึ่งนอกเหนือความสวยงาม

พิรกร รามสูตร (2552) ได้ศึกษาการสร้างภูมิคุ้มกันเกมออนไลน์สำหรับเยาวชนไทยและได้วิเคราะห์ รวมทั้งจำแนกระบบการให้บริการของธุรกิจเกมออนไลน์เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) เกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการฟรี และมีการขายสินค้าในเกมด้วยเงินจริง เกมออนไลน์รูปแบบนี้จะไม่มีการคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมง รายเดือน หรือรายวัน แต่รายได้ของบริษัทจะมาจากการขายอุปกรณ์ หรือสินค้าในเกมหรือที่เรียกว่า Item การซื้อสินค้าในเกมจะสามารถทำได้ด้วยการเติมเงินผ่านระบบ เช่น เกม Ragnarok Online Free Life, เกม Trickster เป็นต้น ซึ่งสินค้าเสมือนในเกมสามารถแบ่งประเภทได้มากมายตามรูปแบบของเกม โดยแบ่งได้พอสังเขป คือ สินค้าประเภทเครื่องบริโภค ที่มักจะใช้ได้เพียงครั้งเดียวแล้วจะหายไป เช่น ยา อาหาร สินค้าประเภทอาวุธและเครื่องป้องกัน โดยส่วนใหญ่มักจะมีอายุการใช้งาน และเมื่อสินค้าหมดอายุการใช้งานสินค้านั้นก็จะหายไป และสินค้าแฟชั่น ซึ่งจะไม่ส่งผลต่อการเล่นวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าประเภทนี้ คือ ความสวยงาม และสินค้าประเภทนี้ก็มักจะมีอายุการใช้งานเช่นกัน สาเหตุที่ผู้เล่นมัก จะเสียเงินเพื่อซื้อสินค้าในเกมเพราะว่าเกมส่วนใหญ่มีความยาก ซับซ้อน ถ้าหากไม่ซื้อสินค้าในเกมก็อาจจะเล่นเกมนั้น ได้ลำบากมาก และ 2) เกมออนไลน์ที่คิดค่าบริการ และไม่มีการขายสินค้าในเกมด้วยเงินจริง เกมออนไลน์รูปแบบนี้จะไม่มีการคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมง รายเดือน หรือรายวัน แต่ไม่มีการขายสินค้าในเกมด้วยเงินจริง รายได้จากเกมประเภทนี้มาจากค่า Air-time ซึ่งผู้เล่นต้องเติมเงินเพื่อซื้อค่า Air-time ของเกมแต่ละเกม เช่น Ragnarok Online (server ปกติ) Lineage II เป็นต้น

จากตรงนี้จะเห็นได้ว่าเกมออนไลน์เป็นการสร้างโครงสร้างทางสังคมโดยจำลองสิ่งต่าง ๆ จากโลกของความจริงไปอยู่ในโลกเสมือน ไม่ว่าจะเป็นบุคคล สัตว์ สิ่งของ สถานการณ์ เพื่อให้ผู้คนเข้าไปมีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายทางสังคม และร่วมกันทำภารกิจตามวัตถุประสงค์ของเกม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของชีวิต ส่งผลให้ผู้เล่นหลงใหลไปกับการอยู่ในโลกเสมือน ซึ่งโลกเสมือนนี้เองเป็นโลกที่ถูกจำลองพื้นที่จากผู้ให้บริการ

และเป็นผู้สร้างเงื่อนไขของตัวเกม ซึ่ง Castronova (2004) กล่าวไว้ว่า โครงสร้างทางสังคมภายนอกไม่ควรเข้ามากำหนดกฎเกณฑ์ของโลกเสมือน แต่โลกเสมือนจะเป็นตัวกำหนดกฎระเบียบ และบรรทัดฐานของตนเองขึ้นมาโดยผู้เล่นเป็นผู้เลือกสรร แต่เกมออนไลน์ถูกวางเงื่อนไขของระบบการให้บริการเกมหรือวัตถุประสงค์ของตัวเกมไปในเชิงธุรกิจจากผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่การสร้างสินค้าเสมือนเพื่อให้เกิดการบริโภค จึงถือได้ว่าสินค้าเสมือนเป็นช่องทางแสวงหาผลประโยชน์จากนักธุรกิจที่ลงทุนน้อยและครั้งเดียว แต่หวังผลกำไรได้ระยะยาว และระบบภายในเกมสามารถสร้างโอกาส ในการเพิ่มรายได้ให้บริษัทเกม ดังนั้นกลยุทธ์การพลิกวิกฤติโอกาสจึงเป็นเส้นทางที่ผู้ให้บริการเลือกใช้ (บุญยภพ สิทธิพรอนันต์, 2552, น. 200) ถ้าผู้เล่นขาดการยับยั้งชั่งใจก็อาจสูญเงินไปโดยไม่รู้ตัว นอกจากนี้ยังเกิดพฤติกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้านี้ระหว่างผู้เล่นด้วยตนเอง

ความหมาย

สิทธิพันธ์ หนันไชย (2554) สินค้าเสมือน (Virtual Goods) หมายถึง สินค้าที่ปรากฏในโลกเสมือนในหลายรูปแบบ เช่น เกมออนไลน์ (Online Game) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ของขวัญเสมือน (Virtual Gift) เกมประเภทคอนโซล (Console Games) และเกมบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Games) ยกตัวอย่างเช่น ไอเทมในเกมออนไลน์ประเภทเสื้อผ้า อาวุธ เครื่องประดับ น้ำยาเติมพลังสัตว์เลี้ยง รวมไปถึงสิ่งตกแต่งต่าง ๆ สำหรับอวตาร (Avatar) ที่ซื้อด้วยเงินจริง(บาท) ผ่านการซื้อบัตรเติมเงินหรือระบบบัตรเครดิต และบุญยภพ สิทธิพรอนันต์ (2552) สินค้าเสมือน คือ สินค้าที่คุณค่า และการบริโภคเกิดขึ้นในโลกเสมือน (เกมออนไลน์) แต่ใช้วิธีการประเมินมูลค่า และการซื้อขายด้วยเงินจริง ลักษณะของสินค้านี้มีความเหมือนกับสินค้าตามปกติหรือสินค้าเสมือนบางประเภทก็มีความเหมือนจริง แต่โดยรวมแล้วคุณสมบัติที่เพิ่มเข้ามามักจะสอดคล้อง หรือมีประโยชน์เฉพาะในโลกเสมือนเท่านั้น

สรุปได้ว่า สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ หมายถึง สินค้าที่มีคุณค่า สามารถบริโภคได้แต่ไม่สามารถจับต้องได้ที่เกิดขึ้นในโลกเสมือน (ผ่านเครื่องเล่น เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และเครื่องเล่นเกมคอนโซล) ลักษณะของสินค้านี้เหมือนสินค้าปกติหรืออาจเหมือนจริงก็ได้ขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอยในการเล่นเกมนออนไลน์ โดยมีการซื้อขายสินค้านี้ด้วยเงินจริง ผ่านการซื้อบัตรเติมเงินหรือระบบบัตรเครดิต ระหว่างผู้เล่นกับผู้ให้บริการ หรือผู้เล่นด้วยตนเอง

1.2 พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา

สำหรับแนวทางในการศึกษาตัวบ่งชี้การรู้จักบริโภคด้วยปัญญาของเด็กและเยาวชน เพื่อการพัฒนาจิตพิสัยในระบบการเรียนการสอน ประกอบกับพฤติกรรมการเลือกรับสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัย 4 สิ่งของและเครื่องใช้ ข้อมูลข่าวสาร การนันทนาการ เพื่อนและสังคม วิทยาการและเทคโนโลยี วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540, น. 36-

37) ซึ่งเกมออนไลน์นั้นเป็นทั้งกิจกรรมนันทนาการและวิทยาการหรือเทคโนโลยีรูปแบบหนึ่งที่สามารถสร้างประโยชน์หากใช้อย่างเหมาะสม หรือสร้างโทษหากใช้เกินความจำเป็นทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญาจะช่วยให้เด็กและเยาวชนสามารถเล่นเกมออนไลน์ได้อย่างมีวิจารณญาณและรู้เท่าทัน รวมทั้งใช้ประโยชน์อย่างเกื้อกูลโดยประสานระหว่างเกมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตและสังคม

พฤติกรรมผู้บริโภคมีจุดหมายที่การใช้หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งในบางครั้งอาจมีการบริโภคอย่างฟุ่มเฟือยที่จะก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมและการขาดแคลนในอนาคต ทั้งต่อตนเอง สังคม รวมทั้งสิ่งแวดล้อม ซึ่งนิยามของการบริโภคเน้นไปที่สิ่งที่จับต้องได้ในเชิงวิทยาศาสตร์กายภาพ (ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ, 2546 – 2547, น. 9) เช่น อาหารเครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม สิ่งของเครื่องใช้ และทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ โดยลักษณะการบริโภคด้วยปัญญา ตรงกันข้ามกับบริโภคนิยมซึ่งเป็นการบริโภคเพื่อสนองความต้องการของบุคคลในด้านวัตถุและยังมีผลต่อไปถึงจิตใจด้วย (พระไพศาล วิสาโล, 2546, น. 375-376) กล่าวคือบุคคลเกิดและมีความต้องการที่ไม่สิ้นสุด เพื่อให้ได้มาซึ่งความเป็นเจ้าของ แสดงถึงเศรษฐกิจทางสังคม และความพึงพอใจของตน เนื่องด้วยเทคโนโลยีถูกพัฒนาจนเป็นปัจจัยที่ 5 ในชีวิตประจำวัน แม้กระทั่งเกมออนไลน์ที่ลอกเลียนวิถีชีวิตให้อยู่ในโลกเสมือนที่ล้นแต่เป็นสื่อบริการที่มีจุดประสงค์ในเชิงธุรกิจ (อัคริมา นันทนาสิทธิ, 2557)

ดังนั้นหากเยาวชนมีลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญาจะช่วยให้สามารถต้านทานการบริโภคเกมหรือมีพฤติกรรมเล่นเกมอย่างมีวิจารณญาณไม่ตกอยู่ภายใต้ทุนนิยมที่แฝงมาจากการเล่นเกม ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เยาวชนขาดการพัฒนาตนเองหรือพัฒนาตนเองไม่ทันกับอารยธรรมในการแข่งขันเชิงปัญญากับผู้ผลิต (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2531) โดยจะเป็นการกล่าวถึงสองแนวคิด ได้แก่ แนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา

การบริโภคด้วยปัญญาตามเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ พุทธธรรมของสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), (2531, น. 40 - 50) เศรษฐศาสตร์แนวพุทธนี้มีลักษณะเป็นสายกลาง อาจจะเรียกว่าเศรษฐศาสตร์สายกลาง หรือเศรษฐศาสตร์มัชฌิมาปฏิปทา มีกล่าวถึงลักษณะสำคัญ ดังนี้

เศรษฐศาสตร์มัชฌิมา: การมีคุณภาพโดยเดินทางสายกลาง ซึ่งก็คือความพอดี การมีคุณภาพความพอดี คือ จุดที่คุณภาพชีวิตกับความพึงพอใจมาบรรจบกัน

หมายความว่า ได้รับความพึงพอใจด้วยการตอบสนองคุณภาพชีวิต เช่น เรื่องการบริโภค หากบริโภคแล้วเกิดคุณภาพชีวิตขึ้น นั่นคือการบริโภคที่สำเร็จผลเพราะคุณภาพชีวิตจะเป็นฐานสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ ทำให้ชีวิตมีความดีงามยิ่งขึ้น ดังนั้นเวลาจะบริโภคอะไร จะต้องพิจารณาไตร่ตรองว่าบริโภคสิ่งนั้นเพื่ออะไร หากเป็นการบริโภคเพื่อความสุขภาพดี เพื่อเกื้อกูลต่อการมีชีวิตที่ดี เพื่ออยู่อย่างมีความสุข ก็จัดว่าเป็นความพอดี ถ้าบริโภคแล้วได้รับแต่ความพึงพอใจ ไม่รู้จักเหตุผลของการบริโภค การบริโภคลักษณะนี้อาจเกิดโทษแก่ชีวิต ทำให้เสียคุณภาพชีวิต ดังนั้นการบริโภคจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเป็นเครื่องมือสนับสนุนกระบวนการพัฒนาตนของมนุษย์เพื่อให้มีชีวิตที่ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการบริโภคซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอาจเป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ในแง่บวกเมื่อบริโภคอาหาร นอกจากจะทำให้อิ่มแล้วยังทำให้มีกำลังกาย กำลังความคิด พิจารณาเรื่องที่เจริญปัญญาต่อไป ในแง่ลบคือคนสามารถมีความพึงพอใจจากการไม่บริโภคแต่ได้รับคุณภาพชีวิต เช่น ความพึงพอใจที่เกิดจากการกินน้อยลงหรือการอดอาหารครั้งนั้นเป็นการฝึกหัดตนเอง

นอกจากนี้เศรษฐศาสตร์มีขมิมา ยังอธิบายรวมถึง การไม่เบียดเบียนตน ไม่เบียดเบียนผู้อื่น เป็นอีกนัยยะหนึ่งของความพอดี คือ การไม่เบียดเบียนตนและผู้อื่น การไม่เบียดเบียนระบบนิเวศ ซึ่งหมายถึงระบบชีวิตทั้งหมดที่สัมพันธ์กันในสภาพแวดล้อม ซึ่งในเรื่องการไม่เบียดเบียนกันเป็นหลักที่พุทธศาสนาใช้ตัดสินพฤติกรรมมนุษย์ในทุกกรณี ไม่ใช่เฉพาะในการบริโภค

หลักการทางเศรษฐศาสตร์สัมพันธ์กับระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่างที่ประสานเกื้อกูลต่อกันคือ มนุษย์ ธรรมชาติและสังคม ธรรมชาติมีความหมายตรงกับคำว่าระบบนิเวศ สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2542) กล่าวว่า วิธีชีวิตแบบไตรสิกขาของพระภิกษุว่ามีจำนวน 2 ข้อ คือ 1) การรู้จักรับข้อมูลข่าวสารด้วยสติปัญญา (อินทริยสังวร) หมายถึง การรู้จักใช้เครื่องมือสื่อสารเบื้องต้นให้เป็น “การใช้เป็น” คือ ให้ดูแลฟังอย่างมีสติ เพราะ “การใช้ไม่เป็น” คือ การใช้ด้วยโมหะหรือใช้เพียงแต่ความรู้สึกด้วยโลภะ โทสะ และโมหะ เพื่อพหู เกิดความลุ่มหลง เพลิดเพลิน มัวเมา และ 2) การรู้จักใช้ชีวิตอย่างถูกต้องใช้สอยปัจจัยสี่ด้วยสติปัญญา (โภชนมัตตัญญูตา) หมายถึง การพิจารณาปัจจัยสี่ถึงการบริโภคปัจจัยสี่ด้วยปัญญา ซึ่งเป็นการบริโภคด้วยการเข้าใจความหมายของสิ่งที่เราบริโภคเข้าไปทั้งการกิน การใช้ เข้าใจคุณค่าที่แท้จริงของมันมากกว่าจะกินจะใช้แบบลุ่มหลง หรือการบริโภคด้วยตัณหา โดยมีหลักการพิจารณา คือ ต้องให้ได้คุณค่าที่แท้จริงเป็นฐานไว้ก่อน ส่วนที่มาประกอบเสริมในด้านคุณค่าเทียม เช่น สวยงาม โก่เก๋ได้บ้าง แต่มีหลักอยู่ว่าจะต้องเป็นการเลือก

และรับที่มีความพอดี อย่าให้เลยเถิดจนกลายเป็นการเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่นทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเศรษฐศาสตร์แนวพุทธเน้นพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่เป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ต้องเป็นการพัฒนาหรือเสริมคุณภาพชีวิต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม และไม่ทำให้เสียคุณภาพของระบบนิเวศ

จากที่กล่าวในข้างต้นตามหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นหลักในการดำเนินชีวิตของสังคมทุนนิยม เพื่อมุ่งเน้นให้บุคคลอยู่อย่างพอดีและยั่งยืน ไม่ใช้จ่ายเกินตัวหรือบริโภคเกินตัว เช่น ความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ความสวยงามงาม การแต่งตัวตามแฟชั่น การพนันหรือเสี่ยงโชค เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2552, น. 11-12)

การบริโภคด้วยปัญญาตามแนวคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

จากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช สังเขปสาระสำคัญไว้ดังนี้ เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาแห่งการกำหนดแนวทางของการดำรงชีวิต ให้พสกนิกรยึดถือเอาเป็นหลักในการดำรงชีพ เพื่อเตือนสติให้มีความพอดี ในการดำรงอยู่ของชีวิต และสังคมที่ยั่งยืนของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการเตือนให้ตั้งสติโดยมีสัมมาทิฐิให้ประชาชนได้รู้เท่าทันความเป็นจริงและภาพลวงตาทางเศรษฐกิจ รู้จักทางสายกลางในการดำรงชีวิต ลดกิเลส ความโลภทั้งปวง เพื่อให้ชีวิตสงบสุข ร่มเย็นและเกิดสันติสุขอย่างยั่งยืน ปรัชญาดังกล่าวมีหลักสำคัญของการดำรงชีวิตและการตั้งตนอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท (อนุวัต กระสังข์, 2560, น. 126) โดยที่จะต้องคำนึงถึง 1) ความพอเพียง ความพอประมาณ 2) ความมีเหตุผล และ 3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดี โดยมีเงื่อนไขในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เงื่อนไขที่ 1 ต้องมีปัญญาทั้งความรู้และรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณา เพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวัง และเงื่อนไขที่ 2 ความมีคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียร (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2552, น. 11-13)

จากแนวคิดในข้างต้น เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีฐานคิดมาจากพุทธธรรมตามพุทธศาสนาว่าด้วย “มัชฌิมาปฏิปทา” หรือการเดินทางสายกลาง (อนุวัต กระสังข์, 2560) คือ ความพอดี ที่มีจุดหมายในการประพฤติ และที่ตรงกับความจริง ไม่สุดโต่ง ไม่เอียงสุด ให้มีความสมดุลระหว่างการใช้สติปัญญาและการปฏิบัติตนเพื่อดำเนินชีวิต รวมทั้งหลักในการบริโภคสิ่งต่าง ๆ (ศีล สมาธิ ปัญญา) จากแนวคิดในข้างต้น จึงกล่าวสรุปได้ว่า

พฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาเป็นหลักปฏิบัติตนเพื่อรักษาสมดุลระหว่างการบริโภคด้วยปัญญาหรือตัณหา จากการเลือกซื้อ เลือกใช้ และเลือกรับ ด้วยสติปัญญาเพื่อพิจารณาไตร่ตรองว่าบริโภคสิ่งนั้นเพื่ออะไร คุณค่าของสิ่งนั้นคืออะไร ในปริมาณเท่าไร ที่จะจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต แม้สิ่งนั้นจะมีคุณค่าเทียบแต่ถ้าสร้างความพอใจและเสริมคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคก็ยอมได้ และการบริโภคนั้นต้องอยู่บนความไม่ประมาท คือ การไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา

ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546 – 2547, น. 10) ได้ให้ความหมายของการบริโภคด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำของบุคคลที่ผ่านกระบวนการคิดพิจารณาอย่างมีเหตุผลที่ถูกต้องและตัดสินใจในการเลือกใช้ (หรือซื้อ) สิ่งต่าง ๆ (อาหาร/สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว) ทรัพยากรธรรมชาติ/ของใช้ส่วนรวม เงิน และเวลา เพื่อสนองความต้องการที่แท้จริงของชีวิต เพื่อคุณภาพชีวิต มีผู้ให้นิยามเดียวกันนี้ วุฒินา ฉลากบาง (2548, น. 6) การบริโภคด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองตัดสินใจที่จะเลือกรับและใช้ผลิตภัณฑ์ ข้าวสาร บริการและเวลา ด้วยความเข้าใจในคุณค่าและประโยชน์ที่แท้จริง ไม่ทำให้ตนเอง ผู้อื่นและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเดือดร้อนหรือเสียหาย พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิตโต) (2559, น. 15-16) พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา เป็นการกระทำของบุคคลโดยผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างรอบคอบถี่ถ้วนที่เล็งเห็นถึงประโยชน์ และโทษในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร สิ่งของเครื่องใช้ และทรัพยากรธรรมชาติโดยต้องไม่ทำให้ตนเอง และครอบครัวได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของตนเองในการตัดสินใจเลือกบริโภคนั้น

ลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555, น. 18) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำของนักเรียนที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุมีผล และไตร่ตรองในการเลือกที่จะรับและใช้ผลิตภัณฑ์ โดยค้ำค้ำกับการตัดสินใจในการเลือกที่จะบริโภค มีความพอดี พอประมาณ เพื่อตอบสนองความต้องการโดยคำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริง โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจส่วนตนซึ่งเป็นการบริโภคปัจจัย 4 เพื่อดำรงชีวิต และด้านความปรารถนาเป็นการบริโภคตามวัตถุประสงค์การใช้งานที่จำเป็นและสามารถพัฒนาตน ประกอบด้วย นันทนาการ วิทยาการและเทคโนโลยี วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับและธนพัทธ์ จันทิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 36) พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญา หมายถึง การทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเครือข่ายเฟชบุ๊กที่ผ่านกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล คำนึงถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่แท้จริงของการใช้ เฟชบุ๊กให้ตนและผู้อื่นใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญา

จากการให้นิยามการบริโภคด้วยปัญญาของนักวิชาการหรือนักวิจัยในข้างต้นสรุปได้ว่า การบริโภคด้วยปัญญา เป็นการกระทำโดยผ่านกระบวนการทางปัญญาอย่างรอบคอบถี่ถ้วนที่คำนึงคุณภาพชีวิต จนมาสู่การบริโภค กล่าวคือ เป็นการเลือกซื้อ เลือกใช้ เลือกที่จะรับ ทั้งที่เป็นสิ่งที่จับต้องได้ทางกายภาพ (อาหาร สิ่งของเครื่องใช้ หรือทรัพยากร) และจับต้องไม่ได้ (บริการ เวลา หรือข้อมูลข่าวสาร) ด้วยความเข้าใจในประโยชน์และคุณค่าที่แท้จริงไม่ก่อเกิดโทษต่อตนเอง สังคม และทรัพยากรธรรมชาติ

องค์ประกอบของพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา

แนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะไม่ใช้ความพอใจเป็นตัวตัดสินอรรถประโยชน์ หากความพอใจนั้นไม่มาพร้อมกับการได้คุณภาพชีวิต ดังนั้นสินค้าและบริการที่จัดว่ามีอรรถประโยชน์จะต้องสามารถทำให้เกิดความพอใจและเสริมคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค พุทธศาสนามีศีลหมวดหนึ่งที่กล่าวถึงหลักในการบริโภคด้วยปัญญา 1) บริโภคด้วยความรู้ ตระหนักว่าการมี ใช้ บริโภคสิ่งเหล่านั้นมิใช่เป็นจุดหมายของชีวิตแต่เป็นปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนให้สามารถพัฒนาชีวิตและสร้างสรรค์ประโยชน์สุขที่สูงขึ้นไป 2) บริโภคด้วยความรู้เท่าทันต่อวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการบริโภคใช้สอยนั้น 3) บริโภคจัดสรรควบคุมให้ได้ปริมาณ ประเภท และคุณสมบัติของสิ่งที่เราบริโภคตรงพอดีกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการบริโภคสิ่งนั้น และ 4) สามารถละเว้นหรือเลิกเสพบริโภคสิ่งที่ไม่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนชีวิต (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2543, น. 19) และการบริโภคด้วยปัญญาตามแนวคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการปฏิบัติตนโดยมีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้ 1) ทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ รายจ่าย 2) ใช้จ่ายเงินตามความจำเป็น ไม่ฟุ่มเฟือย ไม่ใช้เกินรายรับ รู้จักประหยัด และอดออม 3) พยายามปรับลดรายจ่ายเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 4) ปฏิบัติในการบริโภคทุกด้านอย่างพอเพียง โดยยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้ตนเอง รวมทั้งต้องอาศัยความรู้และคุณธรรมเป็นเครื่องกำกับ และ 5) หมั่นตรวจสอบและควบคุมพฤติกรรมการบริโภคของตนเองอยู่เสมอ พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขพฤติกรรมที่ยังบกพร่องให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น (ประทีป พืชมงคลกลาง และญาตาวิมินทร์ พืชมงคลกลาง, 2559, น. 24)

การบริโภคด้วยปัญญาเป็นกระบวนการทางปัญญาหรือการรู้คิดก่อนสะท้อนออกมาในเชิงประจักษ์ของพฤติกรรมการเลือกซื้อเลือกใช้นั้น คำ บริการ เทคโนโลยี วัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เวลา และเงินตรา โดยคิดไตร่ตรอง ตัดสินใจเลือกรับหรือกระทำสิ่งใด ด้วยความรู้ ความเข้าใจในประโยชน์คุณค่า คุณภาพของสิ่งที่บริโภค สามารถจัดประเด็นสาระที่แท้จริงของการบริโภคและประโยชน์ต่อชีวิต คำนึงถึงผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นตามมา หากมีการคิด

ไตร่ตรองก่อนตัดสินใจเป็นไปอย่างรอบคอบ ย่อมสามารถต้านทานอิทธิพลจากกระแสสังคม บริโภคนิยม (ประทีป พืชมงคลกลาง และคนอื่น ๆ, 2559, น. 18) หรือกล่าวคือ การบริโภคเพื่อ เกื้อกูลต่อการมีชีวิตที่ดี ให้อยู่อย่างเกิดสุข ต้องพิจารณาไตร่ตรองว่าสิ่งนั้นบริโภคเพื่ออะไร เกิดคุณภาพชีวิตหรือเสียคุณภาพชีวิต จัดสรรควบคุมในปริมาณเท่าไร และไม่ตกเป็นทาสของ ระบบทุนนิยม (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2531) นอกจากนี้ปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงเป็นหลักเสริมสร้างพื้นฐานของเยาวชนให้มีจิตสำนึกในการบริโภคด้วยสติปัญญา มีความรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความพอเพียง รู้จักพอประมาณในการบริโภคด้วยสติปัญญา คือ พังเป็น ดูเป็น อยู่เป็น และกินเป็น (ประทีป พืชมงคลกลาง และญาตาวิมินทร์ พืชมงคลกลาง, 2559, น. 21) การบริโภคด้วยปัญญาจึงเป็นการกระทำของบุคคลที่ผ่านกระบวนการคิดพิจารณา อย่างมีเหตุผลที่ถูกต้องและตัดสินใจในการเลือกซื้อ เลือกใช้ เพื่อสนองความต้องการที่แท้จริงของ ชีวิต และสามารถละเว้นหรือเลิกเสพบริโภคได้

การบริโภคด้วยปัญญาเป็นการตัดสินใจที่ต้องไตร่ตรองถึงผลจากการเลือกซื้อ หรือเลือกใช้ต้องไม่เป็นการเบียดเบียนตนและผู้อื่น โดยเศรษฐศาสตร์แนวพุทธให้ความสำคัญ พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์เป็นการไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง และต้องเป็น การพัฒนาหรือเสริมคุณภาพชีวิต การไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม หรือไม่ทำ ให้เสียคุณภาพระบบนิเวศจากการบริโภค (ประทีป พืชมงคลกลาง, 2559, น. 25) โดยเป็น การคาดการณ์หรือเล็งเห็นถึงประโยชน์ และโทษในการตัดสินใจเลือกบริโภคที่ไม่ตามความรู้สึก พอใจหรือตามกระแสสังคม ทำให้รู้จักประมาณในการบริโภคและละเว้นสิ่งที่จะทำให้ตนเองหรือ ผู้อื่นเดือดร้อน (พระมหาสุภชัย แซ่เถียร (อชิต), 2559, น. 15; และวัลลิกา หลากบาง, 2548, น. 31) ซึ่งความไม่เบียดเบียนมีความหมายอีกนัยหนึ่ง คือ ความพอดี (ประทีป พืชมงคลกลาง, 2559, น. 25) นอกจากนี้ความพอดีหรือพอประมาณในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การบริโภคที่ไม่น้อย เกินไปและไม่มากเกินไป ไม่สุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น หรือแม้แต่ การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อม ไม่ประมาท จากการคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้น จากการบริโภคเกินตนในปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2552, น. 12) ดังนั้นการบริโภคด้วยปัญญาต้องอยู่บนพื้นฐานของ การคำนึงถึงความไม่เบียดเบียน โดยรู้ว่าบริโภคในปริมาณเท่าไรจึงจะเหมาะสมกับความจำเป็น หรือความต้องการ ซึ่งการบริโภคด้วยความไม่เบียดเบียนจะไม่ก่อผลกระทบทางลบต่อตนเองหรือ ผู้อื่น แต่ในทางกลับกันเป็นการบริโภคที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิตและค่าของมนุษย์เป็นเบื้องต้น

ทั้งนี้ตัวแปรบ่งชี้พฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสำหรับการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ 1) ฉลาดบริโภค และ 2) การบริโภคด้วยอย่างประมาณตน โดยพบงานที่เกี่ยวข้องกับการวัด หรือศึกษาพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาในตัวบ่งชี้ ฉลาดบริโภค ได้แก่ พฤติกรรมการฉลาดเลือก (วัลนิกา ฉลากบาง, 2548) และพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กอย่างเป็นประโยชน์ (ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์, 2559) พฤติกรรมบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในพฤติกรรมการฉลาดเลือกกิน (แสงเดือน เสาะสูงเนิน, 2552) พฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืน (ศิริเมศร์ ศิริศักดิ์ธนากุล, 2558) พฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงในการค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบ และไม่บริโภค ตามกระแส (นราเขต ยิ้มสุข, 2557) พฤติกรรมการบริโภคหรือการใช้จ่ายตามแนวพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในหลักของควมมีเหตุผล (ทักษิณ สุนทรวิภาต, 2559; รติพร ถึงฝั่ง, 2556; จิราภรณ์ สุภิสงห์, 2552; จิตติพร ไวโรจน์วิทยาการ, 2551)

ส่วนการบริโภคอย่างประมาณตน โดยพบในงานวิจัยพฤติกรรมบริโภคด้วย ปัญญา ได้แก่ การวิเคราะห์คุณโทษและคาดการณ์ล่วงหน้าได้ถูกต้อง (วัลนิกา ฉลากบาง, 2548) และพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กอย่างปลอดภัย (ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์, 2559) พฤติกรรมบริโภค ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ พฤติกรรมประหยัดค่าใช้จ่าย (แสงเดือน เสาะสูงเนิน, 2559) การบริโภคตามความจำเป็น (นราเขต ยิ้มสุข, 2557) การบริโภคตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ด้านความพอประมาณ และด้านภูมิคุ้มกัน (ทักษิณ สุนทรวิภาต, 2559; รติพร ถึงฝั่ง, 2556; จิราภรณ์ สุภิสงห์, 2552; จิตติพร ไวโรจน์วิทยาการ, 2551) โดยการสังเคราะห์องค์ประกอบ พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาแสดงในตารางที่ 1

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัย ยังไม่พบการศึกษากฎพฤติกรรมบริโภค สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผู้วิจัยจึงประมวลเอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรม ในบริบทใกล้เคียง พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาในการศึกษารั้งนี้มีตัวบ่งชี้พฤติกรรมหรือ องค์ประกอบที่สำคัญ 2 องค์ประกอบได้แก่ ฉลาดบริโภค และการบริโภคอย่างประมาณตน เพื่อศึกษาและวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเพื่อเป็นแนวทาง ในการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เยาวชนในการเล่นเกมนและบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณ โดยมีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังต่อไปนี้

ตาราง 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา

เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ		ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง						การวิจัย ครั้งนี้
วัดนิกา ฉลากบาง (2548)	ธนพัทธ์จันท์ พิพัฒน์พงศ์ (2559)	แสงเดือน เสาะ สูงเนิน (2559)	จิราภรณ์ สุภสิงห์ (2552)	ทิศไฉย สุนทรวิภาต (2559)	รติพร ถึงฝั่ง (2556)	นราเขต ยิมสุข (2556)	จิตติพร ไวยโรจน์วิทยาการ (2551)	
การฉลาดเลือก	ใช้อย่างเป็น ประโยชน์	ฉลาดเลือกกิน	มีเหตุผล	ความมีเหตุผล	มีเหตุผล	ค้นหาข้อมูล		ฉลาดบริโภค
						เปรียบเทียบ ไม่ตามกระแส		
วิเคราะห์คุณ โทษและ คาดการณ์ได้ ถูกต้อง	การใช้อย่าง ปลอดภัย	พฤติกรรม ประหยัด ค่าใช้จ่าย	พอประมาณ	พอประมาณ	พอประมาณ	ปฏิบัติตาม ความจำเป็น	การใช้อย่าง เหมาะสม	การบริโภค อย่าง ประมาณตน
การเข้าใจ จุดมุ่งหมาย การบริโภค	การใช้อย่างถูก กาลเทศะ					รู้คุณค่าของ ทรัพย์สิน		
	สนับสนุนให้ ผู้บริโภค ด้วยปัญญา		มีภูมิคุ้มกัน	มีภูมิคุ้มกันตน	มีภูมิคุ้มกัน		การออม	
							สนับสนุนให้ เพื่อนทำตาม	

1) ฉลาดบริโภค

ณ ปัจจุบันการติดเกมมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น เด็กบางคนติดเกมมากจนไม่สนใจ การเรียน ผลการเรียนลดลงมาก หรือบางคนไม่ยอมไปโรงเรียน ใช้เวลาเล่นเกมอยู่ที่บ้าน หรือหนีออกจากโรงเรียนเพื่อไปเล่นเกมตามร้านเกมนอกโรงเรียน บางคนมีปัญหาพฤติกรรม เช่น โกหก ขโมย หนีเรียน และหนีออกจากบ้าน เป็นต้น (ชาญวิทย์ พรนาคดล, 2557, น. 5) และอีกประการหนึ่งเกมออนไลน์ส่งผลให้เด็กและเยาวชนต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการเล่นเกมจากการซื้อสินค้าเสมือน ยิ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีอยู่ในชีวิตประจำวัน โอกาสที่จะเสียค่าใช้จ่ายไปย้อมมีมากขึ้น รวมถึงความผูกพันกับการเล่นเกมมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล และคนอื่น ๆ, 2547) ซึ่งค่าใช้จ่ายที่ใช้กับกิจกรรมเล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นการเสียค่าเช่าเครื่องให้ร้านเกม การซื้อบัตรเติมเงินสดที่ใช้ในการเล่นเกมนั้น ตลอดจนการซื้อหนังสือคู่มือและนิตยสารเกี่ยวกับเกม และในแต่ละเดือนต้องเสียค่าใช้จ่ายตั้งแต่หลักร้อยจนถึงหลักพันบาทต่อเดือน (ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549) นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการซื้อบริการแอปพลิเคชัน และซอฟต์แวร์เกมผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือหรือเครื่องเล่นเกมคอนโซล กิตติชัย ตั้งไวบูลย์ และสุจิตรา คุ่มสมัย (2553, น. 56) พบว่า ทักษะคตินักเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาและโปรโมชั่นของตัวเกมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และทัศนคติเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการเกมออนไลน์ในภาพรวมก็อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.74$) โดยกลุ่มเยาวชนเป็นช่วงวัยที่ถูกโน้มน้าวชักจูงได้ง่าย ไม่ไตร่ตรองอย่างรอบคอบ และยังปัจจุบันการเข้าถึงสื่อเป็นเรื่องในชีวิตประจำวันจึงถูกกระตุ้นจากการบริโภคสื่อทั้งสื่อแบบดั้งเดิม และสื่อรูปแบบใหม่ การใช้เวลาเพื่อเล่นเกมนานเกิน 15 สัปดาห์ อาจส่งผลกระทบต่อระบบประสาทหรือการรับรู้ของผู้ที่เล่นเกมในการแยกแยะโลกของความเป็นจริง กับโลกเสมือนภายในเกมออกจากกันไม่ได้

การส่งเสริมให้เยาวชนมีความสามารถในบริโภคอย่างมีวิจารณญาณจะทำให้เขามีภูมิคุ้มกันไม่ตกเป็นเหยื่อจากสื่อโฆษณา มีวิจารณญาณในการบริโภคสื่อด้วยปัญญาในยุคศตวรรษที่ 21 โดยจากการศึกษาของ ศิริเมศร์ ศิริศักดิ์ธนากุล และวลัย อิศรางกูร ณ อยุธยา (2558) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณ จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนแบบปกติ และยังมีพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวได้ว่าหากเน้นให้ผู้บริโภครู้จักคิดวิเคราะห์และประเมินสิ่งที่เขาต้องรู้ สิ่งนั้นมีความเหมาะสมเพียงใด และไม่ใช่ว่าแบบอย่างผู้อื่นโดยไม่ไตร่ตรอง ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นต่อสังคมไทย (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2557)

โดยมีผู้ให้นิยามที่เกี่ยวข้องกับการฉลาดบริโภค ไว้ดังนี้ วลัยภา ฉลาดบาง (2548, น. 31) ให้ความหมายของฉลาดเลือก หมายถึง การเลือกซื้อหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ข้าวสาร บริการและเวลาโดยคำนึงถึงคุณภาพและคุณประโยชน์เป็นหลัก มากกว่าการคำนึงถึง ค่าโฆษณาชักจูง ราคาและรูปลักษณ์ของสิ่งนั้น ธนพันธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 37) ให้ความหมายของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กอย่างเป็นประโยชน์ หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ บนเครือข่ายเฟชบุ๊กที่ผ่านกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล คำนึงถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่แท้จริง เกี่ยวกับอรรถประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและผู้อื่น สามารถแยกแยะได้ถึงประโยชน์และโทษ ของกิจกรรมนั้น

พฤติกรรมกรบริโภคหรือการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง นราเขต ยิ้มสุข (2557, น. 6) กล่าวถึง พฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงไว้ 1) ต้องมีการค้นหาข้อมูล คือ การแสวงหารายละเอียดของสินค้าหรือบริการเพื่อนำมาประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจ 2) มีการเปรียบเทียบ คือ การให้ความสำคัญกับการเทียบเคียงคุณลักษณะของสินค้า และความคุ้มค่าในการตัดสินใจซื้อ และ 3) ไม่ตามกระแส คือ การเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับตนเอง และไม่ซื้อสินค้าตามกระแสนิยม จิราภรณ์ สุภิสงห์ (2552, น. 10) ให้ความหมายของการมีเหตุผล หมายถึง การที่รู้จักตัดสินใจ โดยพิจารณาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการเลือกบริโภคเฉพาะสิ่งที่ จำเป็น และไม่บริโภคสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ไม่ใช้จ่ายเกินตัวเพราะต้องการการยอมรับจากเพื่อน และไม่ซื้อสินค้าเพราะความอยากได้ ทั้ง ๆ ที่ไม่จำเป็น ทศไนย สุนทรวิภาต (2559, น. 140) ให้ความหมายของพฤติกรรมกรใช้จ่ายในด้านความมีเหตุผล หมายถึง การใช้เหตุผลเป็นพื้นฐาน ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายความคุ้มค่าหรือความเหมาะสมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพ การศึกษา หรือความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ และศิริเมศร์ ศิริศักดิ์ธนากุล (2558) ศึกษาพฤติกรรม การบริโภคที่ยั่งยืน ได้ให้ความหมายของ การเลือกซื้อสินค้าและบริการ หมายถึง การใช้สินค้า บริการตามความจำเป็นอย่างชาญฉลาด พิจารณาผลได้ผลเสียก่อนเลือกบริโภคอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เลือกใช้สินค้าเทียมหรือสินค้าอื่นแทนสิ่งที่หายากได้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ฉลาดบริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึง การตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อและเลือกใช้ โดยผ่านการคิดไตร่ตรองจากการประเมินและเปรียบเทียบ ถึงความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประโยชน์หรือโทษเป็นหลัก มากกว่าความพึงพอใจจาก รูปลักษณ์ ราคา โฆษณาหรือตามกระแสนิยม

2) การบริโภคอย่างประมาท

การเสพติดหรือการบริโภคปัจจัยโดยใช้ปัญญาเป็นพฤติกรรมที่ถ้าไม่พัฒนาตั้งแต่วัยเด็กแล้วจะก่อปัญหาอย่างมากทั้งแก่ชีวิตแก่สังคมและแก่โลก เพราะเด็กจะบริโภคปัจจัย 4 และสิ่งของเครื่องใช้ทั้งหลาย รวมทั้งเทคโนโลยี อย่างมั่วเมา ฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือยทำให้คุณภาพชีวิตเสื่อมเสียมีการใช้จ่ายอย่างสิ้นเปลืองเกิดการขัดแย้งแย่งชิงเบียดเบียนกันในสังคมทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น (สุนันทา พลับแดง, 2558, น. 15) ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ของ รงรอง แรมสิโย และคนอื่น ๆ (2547) พบว่า ผู้ที่เล่นเกมออนไลน์มีค่าบริการในการเล่นเกมนาน 100 – 1000 บาทต่อเดือน ซึ่งลักษณะของเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนาน และความถี่ในการเล่นเกมนาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศ์ธร วงศ์วราวิทย์ (2550, น. 136, 141) ที่ศึกษาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมนาน ความพึงพอใจรวมด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความถี่ในการซื้อบัตรเติมเงิน และค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนานต่อเดือน รวมทั้งการเบียดเบียนจากการใช้เวลาว่างอย่างไม่เหมาะสม จะเห็นได้ว่าการติดเกมออนไลน์ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ ทั้งปัญหาสุขภาพจากการใช้เวลาเล่นเกมเป็นเวลานาน เช่น รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา นอนหลับพักผ่อนไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการเรียน เนื่องจากใช้เวลากับความสนุกสนานที่ได้รับจากเกม จนส่งผลกระทบกับการเรียน และที่สำคัญส่งผลต่อการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนานจากการซื้อสินค้าเสมือนเพื่อให้ตนเล่นเกมได้ง่ายขึ้น

ดังนั้นตัวผู้บริโภคต้องเกิดการพัฒนาพฤติกรรมการใช้ การเสพ และการบริโภคอย่างเหมาะสม ให้เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากปัญญา รู้และเข้าใจ มีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง รู้จักใช้สอยสิ่งต่าง ๆ อย่างประหยัด เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด และสิ้นเปลืองน้อยที่สุด ก็จะทำให้เกิดความสมดุลในชีวิต (สุนันทา พลับแดง, 2558, น. 15) ซึ่งจากการศึกษาของ กมลมาลย์ วิรัตน์เศรษฐิน และธาดา วิมลวัตรเวที (2553, น. 65) โดยนำหลักคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการดำเนินชีวิตมาพัฒนารูปแบบพฤติกรรมกรอมนินิสิต พบว่า นิสิตมีเจตคติต่อการออม การเห็นคุณค่าในตนเอง และพฤติกรรมกรอมนหลักได้รับการทดลองดีกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และพบผลเดียวกันนี้ในกลุ่มนักเรียนเช่นกัน รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายเอกสาร/ตำรา น้อยลงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญ .05 เช่นกัน ส่วนกลุ่มนักเรียนมีค่าใช้จ่ายวัสดุ/อุปกรณ์/เครื่องเขียนน้อยลงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญ

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีผู้ในนิยามที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้ การบริโภคอย่างประมาท วลัยภา จุลากบาง (2548, น. 31) การบริโภคด้วย

ปัญญาในด้านการวิเคราะห์คุณโทษและคาดการณ์ล่วงหน้าได้ถูกต้อง คือ การคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นถ้าบริโภคหรือดำเนินชีวิตตามความรู้สึกพอใจหรือตามกระแสสังคม ทำให้รู้จักประมาณในการบริโภคและละเว้นสิ่งที่จะทำให้ตนเองหรือผู้อื่นเดือดร้อน ธนพัทธ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 37) พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊คด้วยปัญญาการใช้อย่างปลอดภัย หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความตระหนักรู้ถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับตนเองและผู้อื่น เพื่อให้สามารถใช้ได้อย่างมั่นใจ รวมถึงการใช้ในปริมาณที่เหมาะสม

นอกจากนี้นักวิชาการและนักวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคหรือการใช้จ่ายตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ นราเขต ยิ้มสุข (2557, น. 6) การบริโภคตามความจำเป็น หมายถึง การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการโดยพิจารณาถึงความต้องการจริงในการใช้ประโยชน์และคุ้มค่าที่ได้รับ ทศไนย สุนทรวาท (2559, น. 140) ให้ความหมายของพฤติกรรมการใช้ด้วยความพอประมาณ หมายถึง การที่รู้จักใช้เงินอย่างพอดีกับความจำเป็นของตนเอง เป็นการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพ การศึกษา ความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนมีการใช้เทคโนโลยี (อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ) อย่างเหมาะสม โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น และทรรคนันท์ ชินศิริพันธุ์ (2555, น. 55) ให้นิยามของความพอประมาณ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของที่เป็นไปด้วยความพอเหมาะพอดี ไม่สุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง คำนึงถึงความจำเป็น ความเหมาะสมกับฐานะและศักยภาพของตนเอง ไม่กระทำสิ่งใดเพียงเพื่อสนองตัณหา แต่เป็นไปเพื่อสนองความต้องการที่แท้จริงของชีวิต โดยไม่เบียดเบียนตนเองผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยการปฏิบัติตนอย่างพอประมาณใน 4 ด้าน ด้านการใช้จ่าย ด้านการใช้เวลา ด้านการบริโภคอาหาร และด้านการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยี

สรุปได้ว่า การบริโภคอย่างประมาณตน หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการตระหนักรู้ถึงผลลัพธ์จากการบริโภคอย่างเหมาะสมหรือไม่เกินตัว โดยเป็นการบริโภคด้วยความพอดีเหมาะสมกับฐานะ และละเว้นจากการบริโภคหากสร้างความเบียดเบียนหรือความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองตัดสินใจ ถึงประโยชน์และโทษจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ รวมทั้งการใช้งานอย่างคุ้มค่า ซึ่งต้องไม่เกิดความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และอยู่บนความพอดีเพื่อสนองความต้องการ ซึ่งประกอบด้วย

1) จลาคบรีโคค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึงการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อ และเลือกใช้สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยผ่านการคิดไตร่ตรองจากการประเมินและเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประโยชน์หรือโทษเป็นหลัก มากกว่าความพึงพอใจจากอุปลักษณ์ ราคา โฆษณาหรือตามกระแสนิยม

2) การบริโคคอย่างประมาณตน หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการตระหนักรู้ถึงผลลัพธ์จากการบริโคคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมหรือไม่เกินตัว โดยเป็นการบริโคคด้วยความพอดีเหมาะสมกับฐานะ และละเว้นจากการบริโคคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์หากสร้างความเบียดเบียนหรือความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

การวัดพฤติกรรมบริโคคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

สำหรับการวัดพฤติกรรมบริโคคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 2 แหล่ง ได้แก่ จลาคบรีโคค และบริโคคอย่างไม่เบียดเบียนและพอประมาณ การวัดพฤติกรรมบริโคคด้วยปัญญาปรากฏในงานวิจัยในอดีตโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ วัลนิกา จลาคบ (2548) แบบวัดการบริโคคด้วยปัญญาเพื่อวัดระดับการปฏิบัติที่มีต่อการบริโคคสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เป็นการบริโคคที่ไม่เป็นโทษทั้งต่อตนเองและคนอื่นรวมถึงธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยข้อความที่สะท้อนพฤติกรรม 3 ด้าน ได้แก่ การจลาคบเลือกจำนวน 9 ข้อ การเข้าใจจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของการบริโคค จำนวน 8 ข้อ และการวิเคราะห์คุณโทษและคาดการณ์ล่วงหน้าได้ถูกต้อง จำนวน 8 ข้อ รวมทั้งสิ้น 25 ข้อ ลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ เป็นประจำ จนถึง ไม่เคยเลย ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .80 พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต) (2559) ได้พัฒนาแบบวัดพฤติกรรมบริโคคด้วยปัญญามาจาก สุขุมาล เกษมสุข (2549) ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546) และลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555) ซึ่งเป็นการวัดพฤติกรรมบริโคคของนักเรียนที่ผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างรอบคอบถี่ถ้วน เล็งเห็นถึงประโยชน์และโทษในการตัดสินใจเลือกบริโคค คำถามแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การบริโคคอาหาร การบริโคคสิ่งของเครื่องใช้ การบริโคคทรัพยากรธรรมชาติ มีจำนวน 16 ข้อ ลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 4 ระดับ (4 - 1 คะแนน) ตั้งแต่ ปฏิบัติประจำ จนถึง ไม่เคยเลย ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .84

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวัดพฤติกรรมบริโคคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาจากองค์ประกอบของพฤติกรรมที่ได้ทบทวนวรรณกรรมในข้างต้น โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยพิจารณาองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ จลาคบรีโคค และการบริโคคอย่างประมาณตน

1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลักเลียงบริเวณสิ่งที่ไม่เหมาะสม มัญชลี เปี่ยมดี (2558) ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 742 คน ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น พบว่า ตัวแปรสำคัญที่ทำนายพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุข ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุข ($\beta = .31$) รองลงมา คือ การอบรมเลี้ยงดูตามแนวพุทธ ($\beta = .19$) ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta = .16$) อิทธิพลจากสื่อ ($\beta = -.15$) และวิถีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียม ($\beta = .12$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขได้ร้อยละ 49 ($Adjust R^2 = .49$)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง ศรัณย์ พิมพทอง (2557) การศึกษาข้ามวัฒนธรรมปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีในประเทศไทยและมาเลเซีย รวมทั้ง สิ้น 724 คน ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝงพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง และคุณลักษณะที่เป็นจุดแข็ง มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง ($\beta = .37$ และ $.21$ ตามลำดับ) ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงโดยเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง ($\beta = .14$) และปัจจัยการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน และการเห็นแบบอย่างจากสื่อ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงโดยผ่านความเป็นวัตถุนิยม ($\beta = .14, .11$ และ $.21$ ตามลำดับ) ของนักศึกษาไทยและนักศึกษามาเลเซีย ระดับชั้นปริญญาตรี

การศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงทดลองที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา โดยมีการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้ พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต) (2559) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาโดยใช้โปรแกรมการฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการ โดยการวิจัยระยะที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 564 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ LISREL MANOVA ซึ่งพบว่าตัวแปรเชิงสาเหตุสำคัญที่นำมาออกแบบเนื้อหาโปรแกรมฝึกทักษะการคิดตามหลักโยนิโสมนสิการเพื่อพัฒนาโปรแกรมต่อการวิจัยเชิงทดลองระยะที่ 2 พบว่า อิทธิพลครอบครัวและอิทธิพลภักดานมิตรส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาโดยรวม ($\beta = .53$ และ $.08$ ตามลำดับ) รวมทั้งการคิดตามหลักโยนิโสมนสิการส่งผลทางตรงต่อ

พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ($\beta = .15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ในการวิจัยระยะที่ 2 เป็นเชิงทดลองโดยใช้โปรแกรมฝึกทักษะการคิดตามหลักโยนิโสมนสิการเพื่อพัฒนาพฤติกรรม การบริโภคด้วยปัญญา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน โดยมีการสุ่มเข้ากลุ่ม 3 กลุ่ม กลุ่มละ 20 คน โดยกลุ่มทดลอง A ได้รับโปรแกรมการฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการร่วมกับได้รับโปรแกรม การส่งเสริมอิทธิพลจากครอบครัวผ่านคู่มือสำหรับผู้ปกครอง กลุ่มทดลอง B ได้รับเฉพาะโปรแกรม การฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการ และกลุ่มทดลอง C เป็นกลุ่มควบคุม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ MANCOVA จากการวิจัยระยะที่ 2 พบว่า ในการวัดผลครั้งที่ 3 กลุ่มทดลอง A และ B มีการคิดโยนิโสมนสิการและพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสูงกว่ากลุ่มควบคุม C และกลุ่ม ทดลอง A มีการคิดโยนิโสมนสิการและพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสูงกว่ากลุ่มทดลอง B และยังพบว่า กลุ่มทดลอง A มีการเปลี่ยนแปลงการคิดโยนิโสมนสิการระหว่างการวัดครั้งที่ 2, 3, และ 4 ตามรูปแบบที่ใช้ฝึกอบรม แต่ไม่พบการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ระหว่างการวัดครั้งที่ 3 มาถึงการวัดครั้งที่ 4 กับรูปแบบการฝึกอบรม ขัดแย้งกับผลการศึกษา โดยใช้โปรแกรมการพัฒนาความสามารถในการรู้จักคิดแบบโยนิโสมนสิการและการบริโภค ด้วยปัญญาของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสกลนครของ วไลนิกา ฉลากบาง (2548) กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่มีรูปแบบการคิดและมีกัลยาณมิตรต่างกันโดยสุ่มเข้ากลุ่มทดลองและกลุ่ม ควบคุม กลุ่มละ 48 คน รวม 96 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ MANOVA พบว่าใน การทดลอง กลุ่มทดลองที่มีรูปแบบการคิดแบบขึ้นกับสิ่งรอบข้างมีความสามารถในการรู้จัก คิดแบบโยนิโสมนสิการและพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาหลังการทำแบบฝึกสูงกว่ากลุ่ม ควบคุมที่มีรูปแบบการคิดแบบเดียวกัน และการมีกัลยาณมิตรต่างกันไม่ได้ทำให้กลุ่มที่ต่างกัน มีความสามารถในการรู้จักคิดแบบโยนิโสมนสิการและพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ในระยะต่าง ๆ ของการวัดแตกต่างกัน

พรณี บุญประกอบ และคนอื่น ๆ (2551) ศึกษาการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของครูใน การพัฒนาพลังปัญญาของเยาวชนไทย เพื่อสร้างกิจกรรมและรูปแบบการพัฒนาคุณลักษณะที่ เป็นพลังปัญญาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของ ครูและศึกษาผลการใช้กิจกรรมและรูปแบบ โดยใช้การวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนจำนวน 155 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 2 กลุ่ม และกลุ่มควบคุม 2 กลุ่ม และครูที่สอนวิชาศึกษาทั่วไปจำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมและรูปแบบ การพัฒนาคุณลักษณะที่เป็นพลังปัญญา 5 ด้าน ได้แก่ การคิดวิจารณ์ญาณ การคิดแก้ปัญหา ความเอื้ออาทร ความสุขใจ และการบริโภคด้วยปัญญา ส่วนผลจากการใช้กิจกรรมและรูปแบบ

การพัฒนาคุณลักษณะที่เป็นพลังปัญญาทั้ง 5 ด้าน นักเรียนมีคะแนนพลังปัญญาในภาพรวมสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง และยังพบว่าการคิดวิจารณ์ญาณเพียงองค์ประกอบเดียวที่กลุ่มทดลองมีคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546 – 2547) ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน เพื่อสำรวจปัจจัยที่สำคัญและพัฒนาความคิด จิตใจ และพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ในกรุงเทพมหานคร โดยในช่วงแรกเป็นการสำรวจเพื่อหาปัจจัยที่สำคัญจากนักเรียน 1,100 คน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาในกลุ่มรวม ได้แก่ การควบคุมตนทั่วไป ($\beta = .254$) การควบคุมตนเฉพาะเรื่อง ($\beta = .172$) เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ($\beta = .171$) ประสบการณ์จากครอบครัว ($\beta = .165$) สถานการณ์ในโรงเรียน ($\beta = .130$) เหตุผลในการคิด ($\beta = .069$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากสูงที่สุดลงมา ส่วนผลการทดลองเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน จากกลุ่มตัวอย่าง 88 คน โดยการพัฒนาเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา การควบคุมตนทั่วไป การควบคุมตนเฉพาะเรื่อง และเหตุผลในการคิดในนักเรียน พบว่า การควบคุมตนทั่วไป และเหตุผลในการคิด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการทดลอง ส่วนตัวแปรตามพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาและความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา มีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับการฝึกการควบคุมตน

การศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายด้วยวิธีการวิเคราะห์กลุ่มพหุ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 968 คน โดยผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้น พบว่า พฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลโดยรวมสูงสุดจากปัจจัยการรู้เท่าทันสื่อ รองลงมาคือการควบคุมตนเอง กัลยาณมิตรของเพื่อน และสุดท้ายอิทธิพลของครอบครัว ($\beta = .80, .70, .49$, และ $.33$ ตามลำดับ) นอกจากนี้ปัจจัยการควบคุมตนเอง กัลยาณมิตรของเพื่อน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา โดยผ่านการรู้เท่าทันสื่อ ($\beta = .59, .49$, และ $.33$ ตามลำดับ) ตัวแปรเชิงสาเหตุในสมการโครงสร้างทั้ง 4 ตัวสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาได้ร้อยละ 58.00 ซึ่งพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2553 น. 127) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 481 คน ผลการวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรทีละขั้นพบว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลสูงที่สุด ต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ($\beta = .27$) รองลงมาการควบคุมตน ($\beta = .21$) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\beta = .19$) การใฝ่รู้ ($\beta = .15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยทั้งสี่ตัวแปรนี้ ร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาได้ร้อยละ 40 นอกจากนี้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์และด้านจิตพฤติกรรมศาสตร์ สาเหตุของพฤติกรรม การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ ขาดความตระหนักถึง ผลกระทบของสื่อ การขาดการใฝ่รู้ การขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง และปัจจัยทาง สังคม คือ อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนและครอบครัวในการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมาะสม สถาบันการศึกษา ขาดการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น

วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตพอเพียงและพฤติกรรม การบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 812 คน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าไคคอลพบว่า ชุดตัวแปรจิตพอเพียง และชุดตัวแปรพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนค่าความสัมพันธ์ค่าไคคอล เท่ากับ 0.623 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ค่าไคคอลแบบ คะแนนมาตรฐาน พบว่า ขณะที่ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา มีความสำคัญใน การอธิบายตัวแปรพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญามากที่สุด รองลงมาพฤติกรรมกรรมการบริโภค ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมด้วยปัญญา พฤติกรรมการบริโภคอาหารด้วยปัญญา และสุดท้าย พฤติกรรมการบริโภคสิ่งของและเครื่องใช้ด้วยปัญญา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ค่าไคคอล เท่ากับ - 0.546, -0.360, -0.272, และ 0.021 ตามลำดับ

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ปราณี จ้อยรอด (2552) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 314 คน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรทีละตัว พบว่า การได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากครู ($\beta = .32$) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($\beta = .18$) การได้รับตัวแบบจากเพื่อน ($\beta = .15$) การคิดอย่างมีเหตุผล ($\beta = .13$) และการได้รับการสนับสนุน ทางสังคมจากสื่อ ($\beta = .11$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันอธิบายได้ร้อยละ 36 สอดคล้องกับ การศึกษาของ วันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนหญิง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และ 5 ที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และ

ปลอดภัย 2 โรงเรียน และไม่เข้าร่วม 2 โรงเรียน จำนวน 597 คน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า พฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ได้รับอิทธิพลจากเจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ($\beta = .30$) การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครอง ($\beta = .30$) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ($\beta = .15$) การสนับสนุนจากครูในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม ($\beta = .17$) และการรับรู้ประโยชน์จากการฝึกอบรมการใช้อินเทอร์เน็ตในโรงเรียน ($\beta = .08$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันอธิบายได้ร้อยละ 42.4

วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,248 คน โดยผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝงพบว่า พฤติกรรมติดสันทนาการออนไลน์ของนักเรียน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการควบคุมตน ($\beta = -.24$) อิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม ($\beta = -.20$) แบบอย่างของผู้ปกครองในการรับสื่อ ($\beta = -.15$) และกิจกรรมเหมาะสมที่ทำร่วมกับเพื่อน ($\beta = .13$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตัวแปรสาเหตุเหล่านี้ร่วมกันอธิบายพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ได้ร้อยละ 22 และยังพบว่า พฤติกรรมติดเกมออนไลน์ของนักเรียน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการควบคุมตน ($\beta = -.14$) ความเหงา ($\beta = .08$) การเห็นคุณค่าในตนเอง ($\beta = -.08$) อิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม ($\beta = -.46$) และการควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัว ($\beta = .09$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตัวแปรสาเหตุเหล่านี้ร่วมกันอธิบายพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ได้ร้อยละ 34 สอดคล้องกับ อัญชลี จิตรแมน (2555) ศึกษาปัจจัยบางประการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคนิยมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนขยายโอกาส จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 362 คน ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ค่านิยมในสังคมบริโภค ($\beta = .319$) ปริมาณการรับสื่อโทรทัศน์ ($\beta = .136$) และพฤติกรรมการติดเกมคอมพิวเตอร์ ($\beta = .006$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคและการใช้บริการเกม ธนพัทธ์ เหมะบุตร (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณผลพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีผลสูงสุด ($\beta = .093$) รองลงมาเจตคติ ($\beta = .042$) ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ($\beta = .036$) และการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ($\beta = .023$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยทั้ง 4 ตัวสามารถร่วมกันทำนายได้เป็นร้อยละ 62.1 และยังพบว่า

ผู้ที่เล่นเกมส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 18 - 25 ปี สุทธิพงศ์ วุฒิพราหมณ์ (2557) ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อการตัดสินใจเล่นเกมผ่านทางไลน์ในผู้ที่เล่นเกมที่มีอายุในระหว่าง 15 - 24 ปี ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณแบบค้นหาปัจจัยสำคัญพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในด้านความต้องการความก้าวหน้า อิทธิพลมากที่สุด ($\beta = .27$) และด้านความต้องการการดำรงอยู่ ($\beta = .27$) ส่วนปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประกอบด้วยด้านประโยชน์ ($\beta = .36$) ด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้ ($\beta = .232$) และด้านคุณค่า ($\beta = -.13$) ทั้งแรงจูงใจในการเล่นเกมนานและภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมผ่านทางไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเล่นเกมผ่านทางไลน์ได้ร้อยละ 75.4 วรัลชญาณ์ สิงห์ทองวรรณ (2562) การศึกษาความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเทมในเกมออนไลน์ประเภท Massive Multiplayer Online Role-Playing Games จำนวน 390 คน ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเทมของผู้เล่นได้รับอิทธิพลจากคุณค่าการบริโภคด้านความพึงพอใจ ($\beta = .438$) รองลงมาเป็นความสามารถของตัวละคร ($\beta = .227$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่ได้รับอิทธิพลจากความสนุกสนาน และความสวยงามของไอเทม นอกจากนี้ความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเทมของผู้เล่นยังได้รับอิทธิพลจากส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ($\beta = .135$) ราคา ($\beta = .109$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งทุกปัจจัยร่วมทำนายความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเทมของผู้เล่นได้ร้อยละ 48.00

ไอระวิน ว่องวัจนะ และศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าบนกระบบเกมออนไลน์จากผู้เล่นเกมออนไลน์อายุ 11 - 29 ปี จำนวน 400 คน ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านการแลกเปลี่ยนเพื่อหวังผลกำไร และปัจจัยด้านอัตลักษณ์ ทั้ง 3 ปัจจัยมีความสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าบนกระบบเกมออนไลน์ได้ร้อยละ 36.6 โดยปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีอิทธิพลมากที่สุด ($\beta = .37$) รองลงมาปัจจัยด้านการแลกเปลี่ยนเพื่อหวังผลกำไร ($\beta = .27$) และปัจจัยด้านอัตลักษณ์ ($\beta = .11$) ส่วนผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับแอดมินกลุ่มเฟซบุ๊ก และผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าบนกระบบเกมออนไลน์ พบว่า รูปแบบการสื่อสารจะเป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะระหว่างบุคคล สื่อสารกันในกลุ่มการติดต่อสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบนกระบบเกมออนไลน์ในเฟซบุ๊ก การสื่อสารมีอยู่ 5 ขั้นตอนคือ 1) ขั้นตอนการเริ่มต้นพูดคุย 2) ดูรายละเอียดสินค้าต่าง ๆ 3) ทำการตกลงแลกเปลี่ยน 4) ตรวจเช็คสินค้า 5) ให้เครดิตจบการสนทนา พฤติกรรม

การแลกเปลี่ยนสินค้าในระบบเกมออนไลน์มี 4 กระบวนการ ได้แก่ 1) ขั้นตอนการเตรียมสินค้า 2) ขั้นตอนการตรวจเช็คสินค้า 3) ขั้นตอนการส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ และ 4) ขั้นตอนการโอนเงินให้คนขาย

ทั้งนี้จากการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องถึงสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสามารถแบ่งสาเหตุของพฤติกรรมมนุษย์ออกได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) สาเหตุที่มาจากปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นจากจิตลักษณะภายในบุคคลตัวตนที่บุคคลเป็น บุคลิกภาพ ความสามารถ แรงจูงใจ และค่านิยมของบุคคลประสบการณ์ 2) สาเหตุที่มาจากมุมมองของความคิดความเชื่อ ความรู้ การตระหนักรู้ การวิเคราะห์ประเมินและตัดสินใจ ซึ่งเป็นสาเหตุที่เกิดจากการสังสมประสบการณ์หรือการเรียนรู้ โดยจะนำไปสู่การคาดคะเนถึงประโยชน์และผลลัพธ์ของการกระทำ 3) สาเหตุที่มาจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลได้รับอิทธิพลหรือผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม ในมุมมองของการได้รับแบบอย่าง การรับรู้ ที่มาจากบุคคลใกล้ชิด เครือข่ายสังคมออนไลน์ อิทธิพลจากสื่อ ซึ่งเป็นรูปแบบที่บุคคลใช้ตีความตามกรอบขอบเขตของสังคมว่าผลลัพธ์ของการกระทำและแสดงออกพฤติกรรมของบุคคลเป็นไปตามที่สังคมคาดหวัง ยอมรับหรือไม่ และมีผลต่อตนเองอย่างไร นำไปสู่การเกิดพฤติกรรม และ 4) เจตคติ ซึ่งเป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นจากการหล่อหลอมของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุในการกำหนดมุมมองของการประเมินทางความคิดความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม ถึงเจตนาที่นำไปสู่การเกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะกระทำ (ไธรวิน ว่องวัจนะ และศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, 2560; พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต), 2559; มัญชลี เปี่ยมดี, 2558; วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร, 2558; ธนพัทธ์ เอมะบุตร, 2557; สุทธิพงศ์ วุฒิพรานมณ, 2557; ศรัณย์ พิมพทอง, 2557; อัญชลี จิตรแมน, 2555; ลลิตภัทร เจริญรัฐ, 2555; วันวิสา สรีระศาสตร์, 2554; วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง, 2553; จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2553; ปราณี จ้อยรอด, 2552; พรรณี บุญประกอบ และคนอื่น ๆ, 2551; วลัยกา ฉลากบาง, 2548; ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ, 2546 – 2547)

จากงานวิจัยในข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ อธิบายว่าความเป็นเหตุปัจจัยในระบบของกรรมที่ทุกอย่างทุกด้านสัมพันธ์อิงอาศัยส่งผลต่อกันครอบคลุมทั้งชีวิต จิตใจ สังคม ตลอดถึงธรรมชาติทั้งหมด นอกจากนั้นมนุษย์ที่มีความต้องการทางสังคมและความต้องการมีชีวิต เพราะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ผู้ที่มีความต้องการที่ถูกกระตุ้นไว้โดยอิทธิพลทางสังคม เช่น ค่านิยม เป็นต้น อาจบริโภคเพื่อแสดงสถานะทางสังคม ตลอดจนสนองนันทันเทิง และเป็นส่วนในธรรมชาติ ที่จะต้องบริโภคเพื่อให้ชีวิตเป็นอยู่ได้ ให้ร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพดี ปราศจากโรคภัยเบียดเบียน เป็นอยู่ผาสุก มีร่างกายที่พร้อมจะนำไปใช้ใน

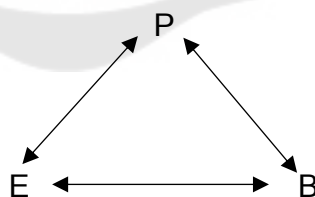
การดำเนินชีวิตที่ดีงามและสร้างสรรค์ ความต้องการของชีวิตทั้งจากสังคมและธรรมชาติ บุคคลจึงต้องมีพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาเพื่อนำไปสู่ “คุณภาพชีวิตที่ดี” (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2531)

ดังนั้นหากนำมาพิจารณาถึงสาเหตุของพฤติกรรมสามารถเทียบเคียงและมีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวแปรตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura โดยสาเหตุของพฤติกรรมเกิดจากกลุ่มปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยสภาพแวดล้อม เพื่ออธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรม และปัจจัยด้านเจตคติเพื่อศึกษาสาเหตุที่สำคัญของเจตคติ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยสภาพแวดล้อม รวมทั้งผลที่เกิดขึ้นจากเจตคติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม เป็นกรอบแนวทางในการศึกษาเชิงพฤติกรรมศาสตร์

ตอนที่ 2 สาเหตุของพฤติกรรม

ในการศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ในการกำหนดขอบข่ายของปัจจัยเชิงเหตุที่มีต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

การเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Bandura (1997) มีแนวคิดพื้นฐานที่ว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลความสัมพันธ์ร่วมกันกับปัจจัยสภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคลในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกัน การเรียนรู้จึงเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมในสังคม ซึ่งทั้งผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกัน กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลส่วนมากจะเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต สำหรับตัวแบบอาจไม่จำเป็นต้องมีชีวิตเท่านั้น



ภาพประกอบ 1 แสดงอิทธิพลซึ่งกันและกันของพฤติกรรม (Behavior: B)

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal: P) และปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environment: E)

จากภาพประกอบ 1 แสดงให้เห็นว่าทั้งพฤติกรรม สภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำหนดซึ่งกันและกันแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทั้ง 3 ปัจจัยจะมีอิทธิพลเท่าเทียมกัน บางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าอีกปัจจัยในบางโอกาส และอาจไม่ได้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน หากแต่ต้องอาศัยระยะเวลาในการที่ปัจจัยหนึ่งจะมีผลต่อการกำหนดอีกปัจจัยหนึ่ง (Bandura, 1989)

และบันดูรา ได้ให้ความแตกต่างของการเรียนรู้ (Learning) และการกระทำ (Performance) ถือว่าความแตกต่างนี้สำคัญมาก เพราะบุคคลสามารถเรียนรู้อะไรหลายอย่างแต่อาจไม่กระทำในสิ่งที่บุคคลนั้นได้เรียนรู้มา กล่าวคือพฤติกรรมของบุคคลแบ่งออกได้ 3 ประเภท 1) พฤติกรรมตอบสนองที่เกิดจากการเรียนรู้ ที่บุคคลแสดงออกหรือกระทำอย่างสม่ำเสมอ 2) พฤติกรรมที่เรียนรู้แล้วเก็บจำแต่ไม่เคยมีโอกาสดำเนินการหรือกระทำ และ 3) พฤติกรรมที่ไม่เคยแสดงออกทางการกระทำ เพราะไม่เคยได้เรียนรู้สิ่งนั้นจริง ๆ และสุดท้าย Bandura ไม่เชื่อว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะคงตัวอยู่เสมอ ทั้งนี้เพราะสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และเพราะสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

สำหรับการศึกษาปัจจัยเชิงและผลของพฤติกรรมบริโภคนิยมในสื่อออนไลน์ด้วยปัญญา ผู้วิจัยนำทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม เพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในส่วนบุคคล ปัจจัยสภาพแวดล้อม โดยมีตัวแปรส่งผ่าน คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในสื่อออนไลน์ด้วยปัญญามุ่งไปสู่พฤติกรรม โดยมีหลักการที่ว่า เจตคติ และพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) ซึ่งได้รับอิทธิพล 2 ทาง ในทางแรกเป็นอิทธิพลจากสังคม ทางที่สองเป็นอิทธิพลจากตัวบุคคลเอง (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546, น. 45-47) และเจตคติเกิดจากการได้รับอิทธิพลทางสังคมที่มาจากความเชื่อ ที่ว่าบุคคลจะพัฒนาเจตคติของตนเองในลักษณะใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม (McGuire; & Millman, 1965, p. 23) จึงสอดคล้องกับการศึกษาด้านพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมีตัวแปรเชิงเหตุ ตัวแปรเชิงผล และตัวแปรส่งผ่าน ดังต่อไปนี้

1) ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสาเหตุส่วนบุคคล (Personal) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยพบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเอง การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์

2) ตัวแปรอิสระปัจจัยสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุทางสภาพแวดล้อม (Environment) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยพบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง

และ 3) ตัวแปรส่งผ่านหรือผลของเจตคติ (Attitude) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยพบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้องนั่นคือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในสื่อออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม (Behavior) กล่าวคือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในสื่อออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นตัวแปรในการส่งผ่านระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยสภาพแวดล้อม ไปสู่พฤติกรรมบริโภคนิยมในสื่อออนไลน์ด้วยปัญญา

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุและพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีรายละเอียดเนื้อหาต่อจากนี้

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม

3.1 ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เป็นลักษณะทางจิตที่สามารถแบ่งเป็นสองส่วน คือ ลักษณะมุ่งอนาคต (Future Orientation) และลักษณะควบคุมตน (Self-Control) โดยลักษณะมุ่งอนาคต และลักษณะควบคุมตนเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กัน เป็นคุณลักษณะเพื่อให้บุคคลสามารถดำเนินไปตามที่วางเป้าหมายเอาไว้จนประสบความสำเร็จในเวลาที่กำหนด โดยมีกระบวนการสามขั้นตอน ขั้นแรกเป็นส่วนที่เป็นลักษณะทางจิตที่เป็นนามธรรมที่ทำในตนสามารถรู้คิดถึงผลดีในการกระทำเพื่อความสำเร็จในอนาคต หรือลักษณะมุ่งอนาคต ขั้นสองส่วนที่เป็นการวางแผนจัดการเป็นขั้นเป็นตอน และขั้นสามเป็นความพยายามควบคุมตนให้ทำตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต หรือลักษณะควบคุมตน

ลักษณะมุ่งอนาคต (Future Orientation) เป็นลักษณะทางจิตที่เป็นความสามารถคิดและรับรู้ถึงการคาดการณ์ในสิ่งที่ยังไม่ได้เกิดขึ้น แต่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต โดยเห็นความสำคัญของผลดี และไม่ลดคุณค่าของสิ่งที่รอคอยในอนาคต นอกจากนั้นยังเห็นว่าผลต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตกับคนอื่นก็สามารถจะเกิดกับตนได้ด้วยถ้าสาเหตุนั้น ๆ ได้เกิดกับตนหรือตนทำให้เกิดแล้ว ลักษณะมุ่งอนาคต มีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถคาดการณ์ไกล ว่าอะไรจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล 2) ความเชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตนั้น อาจจะมีเกิดขึ้นกับตนได้เช่นเดียวกับที่จะเกิดขึ้นกับผู้อื่น 3) เห็นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตนั้นมีคุณค่า หรือเห็นความสำคัญของสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตในปริมาณที่ไม่ลดลง (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2538) ส่วนลักษณะควบคุมตน (Self-Control) เป็นทักษะความสามารถในการจัดระเบียบการกระทำของตนอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มที่การกำหนดเป้าหมายรวมที่ตนต้องการให้เกิดในอนาคต แล้วแบ่งเป็นเป้าหมายย่อย ๆ เป็นขั้น ๆ จากนั้นจึงจัดสภาพแวดล้อมให้อื้ออานวยที่ตนจะทำได้สำเร็จตามเป้าหมายย่อยขั้นแรก เมื่อกระทำสำเร็จก็ให้รางวัลตนเอง ทำให้มีกำลังใจที่จะดำเนินการในขั้นต่อไปจนเกิดความสำเร็จในที่สุด (สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, 2559, น. 7) และ Skinner (1953 อ้างถึงใน สมโภชน เอี่ยมสุภาษิต, 2549) การควบคุมพฤติกรรมของตนเองมีหลายวิธี 1) ใช้การยับยั้งทางร่างกาย 2) การเปลี่ยนการเรียนรู้สิ่งเร้าบางอย่าง 3) การยับยั้งหรือการงดเว้นการกระทำบางอย่าง 4) การเปลี่ยนการตอบสนองทางอารมณ์ 5) การใช้เหตุการณ์ที่ไม่พึงพอใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม 6) การให้การเสริมแรงและการลงโทษตัวเอง และ 7) การหันเห

ความสนใจไปสู่สิ่งอื่น Tangney et al., (2004) อธิบายว่า บุคคลที่มีการควบคุมตนเองจะส่งผลต่อพฤติกรรมใน 5 หมวดหมู่ ได้แก่ ความสำเร็จและประสิทธิภาพในการทำงาน (Achievement and task performance) การควบคุมพฤติกรรมที่ขาดความยับยั้งชั่งใจ (Impulse control) จิตพยาธิวิทยาและอารมณ์ (Psychological adjustment) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal functioning) และความรู้สึกด้านศีลธรรม (Moral emotions)

ดังนั้นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนสูง คือ ผู้ที่สามารถปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ และสามารถควบคุมตนและพฤติกรรมที่เลือกกระทำ โดยมีเป้าหมายเพื่อสิ่งที่มีคุณค่ามากกว่า และมีประโยชน์มากกว่า (รุจิเรศ พิษิตานนท์, 2546, น. 30) ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคนั้น นักศึกษาจำเป็นที่จะต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ไกล เล็งเห็นความสำคัญของผลดีที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับตนเองและมีความคุ้มค่าที่ไม่ลดลงแม้จะต้องรอคอยในอนาคต รวมทั้งความสามารถในการควบคุมบังคับตนเองให้กระทำพฤติกรรมตามเป้าหมายที่ตนตั้งขึ้นอย่างอดทน เพื่อรอรับผลประโยชน์ที่ยิ่งใหญ่กว่าหรือสำคัญกว่าในอนาคต (ศรัณย์ พิมพิทอง, 2557, น. 17)

จากการประมวลเอกสารสรุปได้ว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึงความสามารถในการคาดการณ์ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่จะเกิดในอนาคตมากกว่าปัจจุบันทั้งก่อประโยชน์หรือคุณค่าให้กับตนเอง สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายและได้รับผลที่ดีที่จะเกิดในอนาคต รวมทั้งความสามารถในการบังคับตนเองให้อดทนรอและพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรอรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

สำหรับการวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนปรากฏในงานวิจัยต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ มัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 52) ได้ปรับปรุงแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนจาก ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2536) เพื่อศึกษาพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขในนักเรียน มีจำนวน 10 ข้อ ลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด จนถึงไม่จริงเลย โดยมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .804 หรือการศึกษาที่มีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่ใกล้เคียง ศรัณย์ พิมพิทอง (2557, น. 47-48) พัฒนาแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษา มีจำนวน 10 ข้อ โดยพิจารณาในองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้ 1) ความสามารถคาดการณ์ไกล 2) การเห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และ 3) การกระทำอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อนำไปสู่ผลที่ปรารถนา โดยมี

ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.75 ส่วนในการศึกษาที่มีบริบทที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์ของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) โดยทำการวัดลักษณะควบคุมตนเองเพียงด้านเดียว ซึ่งพัฒนามาจากแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองของดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2536) จำนวน 6 ข้อ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 6 ระดับ จาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .75

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยนำแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเอง มัญชลี เปี่ยมดี (2558); และศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557) มาปรับปรุงและสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการในการวัดลักษณะมุ่งอนาคตและลักษณะควบคุมตนเอง โดยมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเอง

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงถึงความสำคัญของลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างเหมาะสมในเยาวชนทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ มีรายละเอียดดังนี้ ศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557, น. 86-89) ทำการศึกษาข้ามวัฒนธรรมของนักศึกษาในประเทศไทยและมาเลเซียเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงซึ่งพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษาได้รับอิทธิพลทางบวกของลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองโดยข้ามผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง ($\beta = .14, p < .05$) และในขณะเดียวกันเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของนักเรียนยังได้รับอิทธิพลทางตรงจากลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองในเชิงบวก ($\beta = .37, p < .05$) จากการศึกษาในเชิงทดลองของ ผจจจิต อินทสุวรรณ; และคนอื่น ๆ (2546-2547, น. 85) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของลักษณะควบคุมตนเองในนักเรียนซึ่งเป็นตัวแปรในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนสูงสุด โดยพบว่าตัวแปรลักษณะควบคุมตนเองทั่วไป และลักษณะควบคุมตนเองเฉพาะเรื่องนั้นสามารถเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายเท่ากับ .25 และ .37 ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของแสงเดือน เสาะสูงเนิน; และดุจเดือน พันธุมนาวิน (2559, น. 155) ซึ่งพบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ($\beta = .30, p < .05$) และยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2553, น. 127) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การควบคุมตนเองเป็นปัจจัยในการทำนายลำดับที่สองที่มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา ($\beta = .188, p < .001$) ร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และการเฝ้ารู้ ตามลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ดังเช่นการศึกษาของมัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 135-184) ได้ศึกษาลักษณะทางจิตสังคมต่อการมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งพบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุข ภาพรวมของนักเรียน ($\beta = .16, p < .01$) \ และยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขในด้านการไม่เกียจคร้านของนักเรียน ($\beta = .32, p < .01$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรม การติดอินเทอร์เน็ตในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่นักเรียนมีลักษณะควบคุมตนเองมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมติดสนทนาออนไลน์ และพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร ($\beta = -.24$, และ $-.14$ ตามลำดับ, $p < .05$) (วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง, 2553, น. 103) จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เยาวชนควบคุมตนเองในการเลือกบริโภคอย่างเหมาะสม และรู้จักที่จะหลีกเลี่ยงจากการบริโภคที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อตนเองและผู้อื่นอันจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา

3.2 การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

การรู้คิดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ความคิดเป็นจุดเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การแสดงออกทางกายและวาจา ซึ่งเป็นตัวชี้แนะและควบคุมการปฏิบัติตน ให้ถูกต้อง (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2531, น. 5) ในทางศาสนาพุทธมีหลักการคิดที่เรียกว่า การคิดแบบโยนิโสมนสิการ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ โยนิโสมนสิการที่มุ่งกำจัดอวิชชาทำให้เกิดความรู้แจ้ง เรียกว่า โยนิโสมนสิการแบบปลุกปัญญา และ โยนิโสมนสิการแบบสร้างเสริมคุณภาพ จิตหรือแบบบรรเทาต้นเหตุ มุ่งปลุกเร้ากุศลธรรมหรือพลังฝ่ายดีขึ้นมาข่มทับฝ่ายชั่ว สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2542, น. 676-724) โดยการใช้โยนิโสมนสิการสามารถแบ่งได้ 10 วิธี บนพื้นฐานการคิดถูกวิธี คิดมีระเบียบ คิดมีเหตุผล และคิดเร้ากุศล (พระพรหมคุณาภรณ์, 2556, น. 10) ดังนี้ 1) วิธีคิดแบบสืบสาวเหตุปัจจัย 2) วิธีคิดแบบแยกแยะส่วนประกอบ 3) วิธีคิดแบบสามัญลักษณะ 4) วิธีคิดแบบอริยสัจ 5) วิธีคิดแบบอรรถธรรมสัมพันธ์ 6) วิธีคิดแบบรู้ทันคุณโทษและทางออก 7) วิธีคิดแบบคุณค่าแท้-คุณค่าเทียม 8) วิธีคิดแบบปลุกเร้าคุณธรรม 9) วิธีคิดแบบเป็นอยู่ในขณะปัจจุบัน และ 10) วิธีคิดแบบวิภาษวาท

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับสินค้าเสมือน ซึ่งเป็นสินค้าหรือบริการ ในรูปแบบเสมือนวัตถุที่ไม่สามารถจับต้องได้ และอยู่ในโลกเสมือน ซึ่งถือได้ว่าเป็นวัตถุนิยมอย่างหนึ่ง บนโลกออนไลน์มีผลกระทบต่องานทั้งด้านบวกและลบต่อผู้ใช้งาน ดังนั้นการในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จึงเลือกวิธีการคิดแบบคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2542, น. 676-724) อธิบายว่าวิธีการคิดแบบคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม เป็นวิธีคิดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะเกี่ยวข้องกับการบริโภคใช้สอยปัจจัย 4 คำว่าคุณค่าแท้ หมายถึง ประโยชน์ของสิ่งทั้งหลาย ในแง่ที่สนองความต้องการของ ชีวิตโดยตรงหรือที่มนุษย์นำมาใช้แก้ปัญหาของตนเพื่อความดีงาม ความดำรงอยู่ด้วยดีของชีวิตหรือเพื่อประโยชน์สุขทั้งของตนเองและของผู้อื่น คุณค่านี้อาศัยปัญญา เป็นเครื่องตีค่าหรือวัดราคาจะเรียกว่าคุณค่าที่สนองปัญญาก็ได้ ส่วนคุณค่าเทียมนั้น หมายถึง ประโยชน์ในแง่การปรนเปรอ การเสพส่วย เวทนา อาศัยตัณหาเป็นเครื่องวัดคุณค่าหรือ วัดราคา จะเรียกว่าคุณค่าตอบสนองตัณหาก็คือได้ เช่น อาหารที่มี คุณค่าที่ความเอร็ดอร่อย เสริมความสนุกสนานเป็นเครื่องแสดงฐานะความหรูหรา เป็นต้น วิธีคิดแบบคุณค่าแท้้นอกจาก จะเป็นประโยชน์แก่ชีวิตอย่างแท้จริงแล้ว ยังเกื้อกูลแก่ความเจริญงอกงาม ความมีสติ ต่างจาก คุณค่าเทียมที่พอกเสริมด้วยตัณหา ซึ่งไม่ใคร่ เกื้อกูลแก่ชีวิต ทำให้กุศลธรรม เช่น ความโลภ ความมัวเมา ความริษยา มานะ ทิฏฐิเจริญขึ้นอย่างไม่มีขอบเขต

ความหมายของการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ อาภา จันทรสกุล; และจิตตินันท์ บุญสิทธิกุล (2546, น. 9) วิธีแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง การคิดพิจารณา เมื่อเข้าไปเกี่ยวข้องปฏิบัติต่อสิ่งทั้งหลายโดยทั่วไป เช่น การบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ โดยพิจารณารู้ ถึงคุณค่าแท้และคุณค่าเทียมของสิ่งนั้น ซึ่งคุณค่าแท้ หมายถึง คุณค่าหรือประโยชน์ของสิ่งนั้นใน แ่งใช้สนองความต้องการในชีวิตของตน หรือเพื่อให้ดำรงชีวิตได้ดี เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่น คุณค่านี้อาศัยปัญญาเป็นเครื่องตีค่าหรือวัดราคา ส่วนคุณค่าเทียม หมายถึง คุณค่า ที่มนุษย์พอกให้สิ่งนั้น ๆ เพื่อเสริมราคา หรือเสริมความยิ่งใหญ่ของตน คุณค่าเทียมนี้ใช้ตัณหา เป็นเครื่องตีค่าหรือราคา และยังพบว่าผู้ให้ความหมายเดียวกันนี้ พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิตโต) (2559, น. 20) วิธีคิดแบบคุณค่าแท้ คุณค่าเทียม เป็นวิธีคิดแบบสกด หรือบรรเทาตัณหาไม่ให้เข้า ครอบงำจิตใจแล้วชักจูงพฤติกรรมต่อไป เป็นวิธีคิดที่เกี่ยวกับการบริโภค เป็นการไตร่ตรองประเมิน ค่าและเลือกปฏิบัติสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงของชีวิตเพื่อประโยชน์สุขทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) คุณค่าแท้ หมายถึง ประโยชน์ของสิ่งที่แท้จริง อาศัยปัญญาเป็นเครื่อง ตีค่าทำให้เกิดความสุข 2) คุณค่าเทียม หมายถึง ประโยชน์ที่มนุษย์ปรุงแต่งพอกพูนเพื่อปรนเปรอ

การเสพ หรือขยายความยิ่งใหญ่ของตน อาศัยตัณหาเป็นเครื่องตีค่าทำให้เกิดความทุกข์ หรืออันตรายต่อชีวิต และมัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 34) กล่าวถึง คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง การที่บุคคลรู้จักคิดเพื่อการกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การคิดถึงคุณสมบัติและประโยชน์ของโทรศัพท์มือถือถือมากกว่า ความหรูหราหรือเพราะเป็นรุ่นที่ได้รับความนิยม หรือการรับประทานอาหารเพื่อหล่อเลี้ยงร่างกาย ไม่ใช่เพื่อนั่นความอร่อย และความสวยงาม รยยนต์เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้ไปถึงที่หมายได้อย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เครื่องวัดฐานะ แสดงความมั่งมี เป็นต้น

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง ความสามารถในการรู้จักคิดเพื่อการกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งคุณค่าแท้ เป็นการที่บุคคลอาศัยปัญญาเป็นเครื่องมือตีถึงค่าประโยชน์หรือคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างแท้จริงเพื่อสนองความต้องการของชีวิตโดยตรงให้เกิดความสุขทั้งของตนและของผู้อื่น ส่วนคุณค่าเทียม เป็นการที่บุคคลอาศัยตัณหาเป็นเครื่องมือตีค่าในการปรุงแต่งพอกพูนเพื่อปรนเปรอเสพสุขของตน

การวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

สำหรับการวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 2 แห่ง ได้แก่ การคิดแบบคุณค่าแท้ และการคิดแบบคุณค่าเทียม ซึ่งปรากฏในงานวิจัยต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ผจจจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546 - 2547, น. 50) สร้างแบบวัดเหตุผลในการคิด โดยประยุกต์ตามแนวการคิดตามหลักโยนิโสมนสิการ 7 วิธี คือ สืบสาวเหตุปัจจัย แยกแยะส่วนประกอบ แก้ปัญหา เห็นคุณโทษและทางออก รู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม รู้คุณธรรม และวิภาษวาท จำนวน 25 ข้อ โดยเป็นแบบทดสอบที่มี 4 ตัวเลือกมีคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว และค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .844 อาภา จันทรสกุล; และจิตตินันท์ บุญสถิรกุล (2546) ได้สร้างแบบวัดวิธีคิดแบบโยนิโสมนสิการสำหรับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งเป็นแบบวัดสถานการณ์ จำนวน 8 สถานการณ์ ในการวัดวิธีคิดแบบโยนิโสมนสิการ 6 วิธีหลัก คือ วิธีคิดแบบแก้ปัญหา วิธีคิดแบบคุณโทษและทางออก วิธีคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม วิธีคิดแบบเร้ากุศล วิธีคิดแบบรู้เท่าทันธรรมดา และวิธีคิดแบบจำแนกแจกแจง โดยการวัดวิธีคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมข้อคำถามเป็นลักษณะอัตนัย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ตั้งแต่ 0 - 4 คะแนน ซึ่งแบบวัดทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดซ้ำเท่ากับ .88 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการวัดเท่ากับ 1.90 และมัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 52-53) ได้นำแบบวัดของอาภา จันทรสกุล; และจิตตินันท์ บุญสถิรกุล (2546, น. 1)

มาปรับใช้ในการสร้างแบบวัดวิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมให้สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการที่นักเรียนรู้จักคิดเพื่อกำจัดกิเลส การคิดถึงคุณสมบัติและประโยชน์ไม่ใช่เพื่อเสพสุข โดยมีลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวน 10 ข้อ และค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .739

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมจากนิยามปฏิบัติการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และนำแบบวัดของมัญชลี เปี่ยมดี (2558) มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการในการวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม โดยมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีงานการศึกษาโดยนำการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นตัวแปรเชิงเหตุในจำนวนที่น้อย และการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นรูปแบบหนึ่งของการคิดแบบโยนิโสมนสิการ ในส่วนนี้ผู้วิจัยจึงประมวลงานวิจัยที่ทำการศึกษาคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการคิดแบบโยนิโสมนสิการที่มีผลต่อพฤติกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมกับพฤติกรรมบริโภคนิยม ดังนี้ ฉัตรชัย เสนสาย (2554, น. 82-83) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการคิดแบบโยนิโสมนสิการที่มีต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การคิดเร้ากุศล การคิดถุวิธี การคิดมีเหตุผล และการคิดมีระเบียบ ซึ่งพบว่าการคิดแบบโยนิโสมนสิการมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรผลพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ($\beta = .61, p < .01$) ของนักเรียนที่นับถือศาสนาพุทธ ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546 - 2547, น. 60-61) พบว่า เหตุผลในการคิดตามแนวคิดโยนิโสมนสิการเป็นตัวแปรลำดับสุดท้ายในการทำนายพฤติกรรมบริโภคนิยมด้วยปัญญาของนักเรียน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนายเท่ากับ .069 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับผลของโปรแกรมการฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการของ พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต) (2559, น. 112) ซึ่งในระยะพัฒนาโปรแกรม พบว่า การคิดตามหลักโยนิโสมนสิการเป็นปัจจัยทางจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมด้วยปัญญาของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 ($\beta = .15, p < .05$) และในระยะทดลอง พบว่าประสิทธิผลของโปรแกรมในกลุ่มนักเรียนที่ได้รับการฝึกทักษะการคิดโยนิโสมนสิการเมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุม มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมด้วยปัญญาแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ .05 (Wilks' Lambda = .10,

$F = 159.25, p < .05$) และพิชชาภา มะลิทอง (2557, น. 53-54) ศึกษาผลของการจัดกิจกรรมตามแนวคิดโยนิโสมนสิการแบบรู้คุณค่าแท้รู้คุณค่าเทียมที่มีต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมของเด็กปฐมวัยพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมตามแนวคิดโยนิโสมนสิการแบบรู้คุณค่าแท้รู้คุณค่าเทียมมีพฤติกรรมบริโภคนิยมในทิศทางที่ดีขึ้นใน 3 ด้าน คือ ด้านการกิน (ก่อนทดลอง $\mu > .01$ หลังทดลอง $\mu = 1.78$) การแต่งกาย (ก่อนทดลอง $\mu = .19$ หลังทดลอง $\mu = 1.81$) และด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยี (ก่อนทดลอง $\mu = .22$ หลังทดลอง $\mu = 1.93$) และการศึกษาของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 135-184) ซึ่งพบว่าวิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขภาพรวมของนักเรียน ($\beta = .12$) และเมื่อแยกพฤติกรรมเป็นรายด้านยังพบว่าวิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมส่งผลต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขในด้านการไม่เกียจคร้าน ($\beta = .11$) ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคิดแบบโยนิโสมนสิการและเจตคติต่อพฤติกรรมการเรียน ดังนี้ นงเยาว์ พรหมวัง (2557, น. 144-151) ได้พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ทักษะชีวิตที่เกี่ยวกับเพศศึกษาโดยบูรณาการกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญาและวิธีการคิดแบบโยนิโสมนสิการ ซึ่งพบว่า นักเรียนที่มีระดับทักษะการคิดวิเคราะห์สูงจะมีเจตคติทางเพศศึกษาแตกต่างกับนักเรียนที่อยู่ในระดับกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบผลเดียวกันนี้ในการพัฒนารูปแบบการสอนแบบพุทธตามแบบการคิดโยนิโสมนสิการในการศึกษาของ สัญญาพร เล็งขุนทด (2558, น. 167) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบพุทธมีเจตคติต่อการเรียนสาระประวัติศาสตร์สูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากงานวิจัยทำให้เห็นว่าการคิดแบบโยนิโสมนสิการสามารถแก้ปัญหาเจตคติเชิงลบต่อการเรียน ซึ่งเป็นความรู้สึกหรือความคิดที่ไม่ดีต่อการเรียนที่เกิดจากประสบการณ์ไม่ดีของบุคคลที่มีต่อการเรียน (ศุภกาญจน์ วิชานาติ, 2556, น. 41)

จากการและงานวิจัยซึ่งการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นส่วนหนึ่งของการคิดแบบโยนิโสมนสิการสามารถแก้ปัญหาเจตคติเชิงลบต่อการเรียน หรือพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง และการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นปัจจัยหนึ่งที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง และการบริโภคด้วยปัญญา จึงเชื่อได้ว่าหากเยาวชนมีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมจะนำไปสู่การที่เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

3.3 การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

การรู้เท่าทันสื่อ หรือ “Media Literacy” ได้มีผู้ให้ความหมายแล้วนิยามแตกต่างกันไปยูเนสโก (UNESCO, 2010) ได้ให้ความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อและการรู้สารสนเทศ (Media and information literacy) ครอบคลุมถึงความสามารถของบุคคลในการตีความและการตัดสินใจ ในฐานะผู้ใช้สารสนเทศและสื่อ ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการสร้างและการผลิตสารสนเทศและเนื้อหาของสื่อตามสิทธิของตนเอง การรู้เท่าทันสื่อมุ่งเน้นให้บุคคลมีความเข้าใจในการทำหน้าที่ของสื่อและการใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ Christ; & Potter (1998) กล่าวว่า หากเรามีความรู้เท่าทันสื่อในระดับดีก็เท่ากับว่าเราจะมีทางเลือกมากขึ้นในการตีความสารต่าง ๆ และนำไปสู่อำนาจในการควบคุมความเชื่อ และพฤติกรรมส่วนบุคคล ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้เท่าทันสื่อน้อย เปรียบเสมือนกับอยู่ในโลกที่ปิด ถูกบังคับให้ยอมรับแก่นของค่านิยมที่ถูกครอบงำในสังคม โดยไม่เคยตั้งคำถามเกี่ยวกับ ค่านิยม ความเชื่อ และการตีความสื่อเลย

สื่อมักมีนัยยะทางการค้า กล่าวคือ การที่สื่อมวลชนเกือบทั้งหมดถูกผลิตขึ้นมาเพื่อสร้างผลกำไรทางเศรษฐศาสตร์การเมืองและการค้า ดังนั้นสื่อจึงมีผลต่อบุคคล ผ่านทางเนื้อหา เทคนิค และช่องทางการเผยแพร่ ผู้ใช้สื่อมักจะถูกกำหนดให้เป็น “กลุ่มเป้าหมาย” หรือกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพต่อการซื้อสินค้าหรือบริการ และบางครั้งอาจเป็นสินค้าที่ถูกขาย การรู้เท่าทันสื่อจึงช่วยทำให้บุคคลได้คิดพิจารณาและวิพากษ์ถึงประเด็นเรื่องการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมสื่อ ไม่ใช่สนใจเพียงแค่ว่าเนื้อหาของสื่อเท่านั้น (จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2550, น. 25-27) ซึ่งจากผลงานวิจัยที่ช่วยชี้ให้เห็นถึงสื่อหรือเกมถูกผลิตมาในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อสร้างผลกำไร ดังนี้ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558, น. 67) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ($\beta = .484, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิพงศ์ วุฒิพราหมณ์ (2558, น. 38-39) พบว่า การตัดสินใจเล่นเกมผ่านทางไลน์ของเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและเคยเล่นเกมผ่านไลน์ (Line Game) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านประโยชน์ ($\beta = .360, p < .05$) ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านคุณค่า ($\beta = -.128, p < .05$) ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้ ($\beta = .232, p < .05$) ศุภนาย เทียวขูย (2553) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา พบว่า นักเรียนขาดแนวทางในการวิเคราะห์และความรู้ในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ ในด้านสื่อคือสิ่งที่สร้างขึ้น ด้านสื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจ และด้านสื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ กล่าวคือ เกมออนไลน์เป็นสื่อที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการดำเนินเรื่องราวภายในเกมเป็นไปในลักษณะต่อเนื่องและน่าติดตาม โดยใช้กลยุทธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์

ในทางธุรกิจ อีกทั้งเกมออนไลน์ยังสร้างค่านิยมในเรื่องของการเป็นที่ยอมรับในหมู่นักเล่นเกมออนไลน์ด้วยกัน เช่น ใครที่มีตัวละครในเกมออนไลน์ที่มีค่าประสบการณ์สูงจะรู้สึกภูมิใจในการเล่นเก่งและชนะ จะเป็นที่ยกย่องของคนในเกมออนไลน์เป็นต้น

การรู้เท่าทันเกมจึงเป็นสิ่งสำคัญโดยสำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม (2557, น. 14) กล่าวถึง สาเหตุที่ต้องรู้เท่าทันเกมเนื่องจากเกมตอบสนองความต้องการพื้นฐานหลายอย่างของมนุษย์ ผู้ผลิตเกมและร้านเกมทำเงินจากการขายแผ่นเกม ขายชั่วโมงเล่นเกม ขายสินค้าในเกม (Game Item) ดังนั้น ยิ่งผู้เล่นเล่นนานเท่าไร เล่นหลายเกมเท่าไร เล่นในระดับที่เกมสูงขึ้นมากเท่าใด และเล่นเกมมากเกินไปอาจนำไปสู่การพัฒนาขั้น “ติดเกม” ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปุณยภพ สิทธิพรอนันต์ (2552, น. 198 -199) แรงจูงใจในการซื้อสินค้าเสมือนมาจากระบบและสภาพแวดล้อมในเกม โดยผู้ให้บริการหรือผู้พัฒนาเกมออนไลน์มักจะสร้างเนื้อหา (contents) ของเกมโดยให้ผู้เล่นต้องพัฒนาความสามารถของตัวละคร ในขณะเดียวกันเนื้อหาของเกมถูกออกแบบมาล่อหน้าแล้ว เพื่อดึงดูดหรือความท้าทายใหม่ให้กับผู้เล่นต้องฟันฝ่าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการซื้อสินค้าเสมือน/ไอเทมในเกมจะช่วยอำนวยความสะดวกและถึงจุดมุ่งหมายเร็วกว่าผู้เล่นอื่นที่ไม่ซื้อ เช่น การเดินทาง และการพัฒนาตัวละครได้รวดเร็วขึ้น มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย (2556, น. 19) กล่าวถึงสิ่งที่เด็กควรมีการรู้เท่าทันเกมไว้ 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสำรวจตัวเองการดูแลตัวเองตั้งแต่เริ่มเล่นเกม ควบคุมเวลาในการเล่นไม่ให้เกินวันละ 1-2 ชั่วโมง และไม่จำเป็นต้องเล่นเกมทุกวัน เพื่อไม่ให้พัฒนาไปสู่ระดับการติดเกม จะได้ไม่เสียเงิน เสียเวลา เสียการเรียน เสียสุขภาพ และเสียเพื่อน 2) เนื้อหาของเกม คือ ตระหนักว่าเกมเป็นเพียงเรื่องสมมุติที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ไม่ใช่เรื่องจริง จะต้องแยกให้ออกไม่ซึมซับอารมณ์ บทบาท หรือภารกิจที่ทำในเกมเอาออกมาใช้ในชีวิตจริง และ3) ควรเลือกเกมให้เหมาะสมกับเพศและวัย คือ เลือกเกมที่เป็นประโยชน์ หรืออย่างน้อยไม่เป็นโทษต่อตัวเรา ถึงแม้รู้ทันเนื้อหาของเกมแต่บางครั้งก็อาจซึมซับอารมณ์พฤติกรรมหรือบทบาทในเกมโดยไม่ได้ตั้งใจ จึงไม่ควรเล่นเกมใดเกมหนึ่งติดต่อกันซ้ำ ๆ เป็นเวลานานหลายเดือน เพื่อป้องกันไม่ให้หมกมุ่นหรือติดเกม และติดพฤติกรรมในเกมเอามาใช้ในชีวิตจริง

การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์และการเล่นเกมออนไลน์อย่างไม่เหมาะสม อาจชักนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากการขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง (สาริศา จันทรอำพร, 2559, น. 86) Masterman (1985) อิทธิพลของสื่อเป็นตัวกำหนดการรับรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ โดยประสบการณ์สื่อของบุคคลมีผลกระทบสำคัญต่อความเข้าใจ การตีความและการกระทำของบุคคล การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความเข้าใจลักษณะรูปแบบของสื่อ และความสามารถ

ในการอธิบายความหมายของสิ่งที่เราพบในสื่อได้ เราจะสามารถเข้าใจลักษณะรูปแบบของสื่อและสามารถ อธิบายความหมายของเนื้อหาสื่อได้จากฐานความรู้หรือโครงสร้างความรู้ที่เรามี (จินตนา ตันสุวรรณนนท์, 2550, น. 92) ซึ่งการรู้เท่าทันสื่อหรือการรู้เท่าทันเกมจะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจอิทธิพลของสื่อและช่วยแยกบุคคลออกจากอิทธิพลของสื่อได้ ดังนั้นการรู้เท่าทันจะเป็นเสมือนภูมิคุ้มกันให้เยาวชนสามารถบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมและไม่ตกอยู่ภายใต้คำนิยมจากการตลาดที่มาพร้อมเกม

ความหมายและองค์ประกอบ

การรู้เท่าทันสื่อ นั้นนิยามที่ครอบคลุมรวมไปถึงการรู้เท่าทันสื่อในทุกประเภท รวมทั้งการรู้เท่าทันเกมด้วยเนื่องจากเกมถือว่าเป็นสื่อหรือสารสนเทศประเภทหนึ่ง (สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม, 2557, น. 19; อุษา บิ๊กกินส์, 2555, น. 185; Gee, 2003) โดยมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ จินตนา ตันสุวรรณนนท์ (2550, น. 24) การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่ผู้รับสื่อมีทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณโดยสามารถเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ ประเมินสื่อและสิ่งที่ได้รับจากสื่อได้ โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคมและรู้จักเลือกรับและใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชนและสังคม คล้ายคลึงกับ ปกรณ์ ประจัญบาน และอนุชา กอนพ่วง (2559, น. 13) การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความรู้ความเข้าใจต่อสื่อ สามารถตีความเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนออย่างชัดเจนตรงไปตรงมาและตีความจากความหมายแอบแฝงได้ พร้อมทั้งเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสื่อ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ มีความสามารถในการวิเคราะห์และโต้ตอบสื่อ รวมไปถึงความสามารถในการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดการเปิดรับสื่อ ตลอดจนสามารถเลือกเปิดรับเนื้อหาสื่อที่มีประโยชน์และหลีกเลี่ยงเนื้อหาไม่พึงประสงค์จากสื่อที่นำเสนอได้ และธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 38) การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้ทักษะการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ทั้งการรับสารที่ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจในการเลือกรับ การวิเคราะห์ การตีความก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อ หรือกระทำหรือปฏิเสธรวมถึงการส่งสารที่ต้องอาศัยความสามารถในการเลือกใช้สัญลักษณ์ ภาษาและสื่อสารออกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ภาวิณี ภาพันธ์ (2557, น. 10-11) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันเกม หมายถึง ความสามารถหรือทักษะของผู้เล่นเกม ใคร่ครวญ วิเคราะห์ถึงกระบวนการอย่างมีหลักการ ในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ รวมถึงความสามารถในการเล่นเกมนำให้เกิดประโยชน์ได้ โดยแบ่งการรู้เท่าทันออกเป็น 4 องค์ประกอบ 1) การเข้าถึง หมายถึง การใช้เครื่องมือและ

เทคโนโลยีในการค้นหาและใช้สื่อในการเล่นเกมอย่างเชี่ยวชาญและแบ่งปันข่าวสารกับผู้อื่น

2) การวิเคราะห์และประเมินข่าวสาร หมายถึง การเข้าถึงเนื้อหาของเกมและการใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ ประเมินค่า ความจริง ความถูกต้องของเนื้อหาในเกม รวมทั้งคาดการณ์ผลกระทบของเกม 3) ทักษะการเล่นเกมอย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรมต่อสังคมในการเล่นเกม 4) ทักษะการแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหา เป็นการแบ่งปันความรู้และทักษะการแก้ปัญหาในฐานะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มและสังคม และธันยวรรณัฐ เลียนอย่าง (2561) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ (Online Game Literacy) หมายถึง ความสามารถที่จะเลือกเกมออนไลน์ที่เล่นได้เหมาะสม และสมวัย แยกแยะเรื่องจริงกับเรื่องสมมติได้ อีกทั้งมีการคิด วิเคราะห์ แยกแยะประเมินผล ภายใต้บริบทแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้รู้ว่าจะทำอะไรเกี่ยวกับการเปิดรับสารในเกมออนไลน์ สารนั้นจะส่งผลกระทบหรือก่อประโยชน์ต่อผู้เล่น โดยการเรียนรู้เท่าทันเกมออนไลน์ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทักษะการเข้าถึง เป็นความสามารถเลือกเล่นเกมเหมาะสมกับวัย หลีกเลี่ยงการเล่นเกมออนไลน์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม 2) ทักษะการวิเคราะห์ เป็นการเล่นเกมอย่างเหมาะสมรู้เวลารู้หน้าที่ ใช้จ่ายอย่างเหมาะสม สามารถแยกแยะเรื่องจริงกับเรื่องสมมติในเกมออนไลน์ สามารถแยกแยะข้อดีและข้อเสียของเกมนั้น และ 3) ทักษะการประเมิน เป็นสามารถทบทวนผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ทั้งความเชื่อ ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนเนื้อหา ที่แอบแฝงมากับเกมออนไลน์ สามารถประเมินได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมทั้งตัดสินใจคุณค่าบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม จริยธรรม และหลักการประชาธิปไตย

การแบ่งองค์ประกอบ การรู้เท่าทันสื่อได้ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึง (Access) คือ ความสามารถในการรับรู้ ทำความเข้าใจ และอธิบายเนื้อหาความที่สื่อนำเสนอได้ มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงความสามารถในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงข่าวสาร องค์ประกอบที่ 2 ความสามารถในการวิเคราะห์สาร (Analyze) คือ ความสามารถในการตีความเนื้อหาที่สื่อเสนอนั้นส่งผลถึงประโยชน์หรือโทษอย่างไร โดยการใช้ความคิดวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ เชิงเหตุและผลของวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของสื่อ โดยอาศัยความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น องค์ประกอบที่ 3 ความสามารถในการประเมินค่าสื่อ (Evaluate) คือ ความสามารถในการตัดสินใจถึงคุณค่าของเนื้อหาที่มีต่อผู้รับ ทั้งในแง่ของการนำไปใช้ประโยชน์ และคุณค่าทางจิตใจ และการนำเสนอของสื่อนั้นมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพหรือไม่ เมื่อเปรียบกับสื่อประเภทเดียวกัน องค์ประกอบที่ 4 ความสามารถในการสื่อสาร (Communicate) คือ ความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ การใช้ภาษาในการสื่อความหมายออกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการสื่อออกไปใน

ฐานะของผู้สร้างสื่อ (ธนพัทธ์ จันทิพัฒน์พงศ์, 2559, น. 22-23; เทอดศักดิ์ ไม่เท่าทอง, 2561, น. 77; พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552, น. 11-16; จินตนา ตันสุวรรณนนท์, 2550, น. 8-11; Hobbs, 2007) และองค์ประกอบที่ 5 ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) คือ ความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น และใช้ประโยชน์จากสื่อจากการมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อสังคมบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรม (ปกรณ ประจัญบาน; และ อนุชา กอนพวง, 2559; สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม, 2558; Center for Media Literacy, 2008)

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความหมายของ การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ของผู้ที่เล่นเกม เพื่อทำความเข้าใจ คิดวิเคราะห์ ตีความ และประเมินค่าเกี่ยวกับเกมหรือเนื้อหาของเกม และการใช้งาน ถึงผลดีผลเสียจากการเล่นเกม จนกระทั่งความสามารถในการเล่นเกมนำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การเข้าถึงเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ ทำความเข้าใจ เพื่อใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงการเล่นเกมนออนไลน์ และใช้งานได้อย่างเหมาะสมปลอดภัย
- 2) การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้เล่นมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ และตีความวัตถุประสงค์หลักของเกมว่า มีเนื้อหา มีเรื่องราว มีภารกิจที่ผู้เล่นต้องทำในเกมอย่างไร และวัตถุประสงค์รองที่แอบแฝงมากับเนื้อหาของเกม
- 3) การประเมินการเล่นเกมนออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจ คุณค่า และการเลือกเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกม ว่าประโยชน์หรือโทษต่อบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้านความคิด ความรู้สึกหรือจิตใจ และพฤติกรรม และสามารถแยกแยะสิ่งที่สามารถทำได้เฉพาะในเกมหรือชีวิตจริง รวมทั้งตัดสินใจถึงคุณภาพของเกมเมื่อเปรียบเทียบกับเกมอื่น
- 4) การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการทำ กิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกมอย่างสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเกม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมต่อสังคมภายในเกมออนไลน์

การวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบการวัดการรู้เท่าทันในบริบทที่ใกล้เคียง ดังนี้ จินตนา ตันสุวรรณนนท์ (2550, น. 157) เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเพื่อศึกษาผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” สำหรับวัดการรู้เท่าทันสื่อด้านการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ จำนวน 15 ข้อ และการรู้เท่าทันสื่อด้านการเลือกรับและใช้สื่ออย่างมี

ประสิทธิภาพ มีจำนวน 21 ข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .75 และ.84 ตามลำดับ และลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555, น. 73-74) สร้างแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 20 ข้อ ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “มากที่สุด” จนถึง “น้อยที่สุด” และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .82 ต่อมา ธนพัทธ์ จันทิพิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 47) ได้นำแบบวัดการรู้เท่าทันสื่อของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคนอื่น ๆ (2552) และลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555, น. 77) มาปรับปรุงเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊คด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ซึ่งมีจำนวน 6 ข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .66

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยสร้างแบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ เพื่อให้สอดคล้องกับความเฉพาะเจาะจงในบริบทของเกมออนไลน์ โดยทำการวัดองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบได้แก่ การเข้าถึงเกมออนไลน์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ การประเมินการเล่นเกมออนไลน์ และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการรู้เท่าทันเกม มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันเกมออนไลน์

การศึกษาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2558, น. 100) พบว่า การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาในวัยรุ่นที่มีอายุ 15 – 25 ปี มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการบริโภคนิยม ($r = -.34$, $p < .01$) กล่าวคือ วัยรุ่นมีการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำจะมีพฤติกรรมการบริโภคนิยมสูงในทางกลับกันถ้าวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูงย่อมมีพฤติกรรมการบริโภคนิยมที่ลดลง ซึ่งทำให้เห็นว่าบางครั้งสื่อโฆษณาก็ไม่ได้ขายเพียงสินค้าแต่ขายค่านิยมและวิถีชีวิตด้วย (สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม. 2557, น. 10) จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2553, น. 127) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นปัจจัยในการทำนาลำดับที่หนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา ($\beta = .272$, $p < .001$) ร่วมกับปัจจัยอื่น ได้แก่ การควบคุมตนเอง อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และการเฝ้ารู้ ตามลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อย นอกจากนี้ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2550, น. 161) ได้สร้างชุดฝึกอบรมสำหรับพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 3 ด้าน ด้านการคิด ความรู้สึกหรือจิตใจ และพฤติกรรมตามแนวคิดเจตคติ ผลจากการทดลองพบว่า นักศึกษากลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมการรู้เท่าทันสื่อมีคะแนนเฉลี่ยของ

การรู้เท่าทันสื่อด้านการคิดวิจารณ์และด้านการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสูงกว่านักศึกษา กลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมการรู้เท่าทันสื่อ (กลุ่มควบคุม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559, น. 67,72) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลของระดับพฤติกรรมการใช้ เฟซบุ๊กด้วยปัญญาแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์แบบสามทาง ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ เจตคติที่ดีต่อการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา และมีการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติเมื่อวิเคราะห์แยกเพศชายและหญิง (ชาย $F = 4.326$, $R^2 = .483$ และหญิง $F = 5.093$, $R^2 = .432$) นอกจากนี้ยังพบว่า การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาด้วย ($\beta = .167$, $p < .01$) การศึกษาของ ลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555, น. 103) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปร การรู้เท่าทันสื่อมากเป็นอันดับแรก ($\beta = .80$) และการศึกษาของธันยวันนัฐ เลียนอย่าง (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยปกป้องพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โดยพบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมได้รับอิทธิพล จากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ($\beta = .08$, $p < .05$) ร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การควบคุมการเล่น เกมออนไลน์ในครอบครัว และอิทธิพลของเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ซึ่งทำให้เห็นว่าการรู้เท่าทัน สื่อเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการบริโภคของบุคคล

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่าการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการที่บุคคลสามารถทำความเข้าใจอิทธิพลของสื่อ และช่วยตีความหรือ รู้จักแยกแยะการเปิดรับเนื้อหาด้านวัตถุนิยมที่แอบแฝงมากับการเล่นเกม เนื้อหาของเกม ซึ่งเสมือน ภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชนในการเปิดรับสื่อ การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม เกิดพฤติกรรมการบริโภค ด้วยปัญญาและหลีกเลี่ยงการบริโภคนิยม ดังนั้นหากเยาวชนมีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์คาดว่าจะ นำไปสู่การที่เยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และมีเจตคติที่ดี ต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับพฤติกรรม

สำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่ได้รับจากการถ่ายทอดทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้โดยผ่านตัวแทนทางสังคม (Agent of socializing) ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน โรงเรียน กลุ่มอาชีพศาสนา และสื่อมวลชน ซึ่งอิทธิพลทางสังคมต่อเด็กและเยาวชน ทั้งอิทธิพลในการเป็นแบบอย่าง อิทธิพลในการให้ข้อมูลข่าวสาร และอิทธิพลในการบ่งชี้ (Haekins

et al., 2004) การถ่ายทอดทางสังคมมีทั้งทางตรง และทางอ้อม การถ่ายทอดทางสังคมโดยตรง เป็นการขัดเกลาที่ต้องการให้บุคคลปฏิบัติตามระเบียบแบบแผน เป็นการบอกว่าสิ่งใดควร หรือไม่ควรกระทำ อะไรผิดอะไรถูก ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพมาก เป็นการชี้ทางและแนะแนวทางในการปฏิบัติต่อบุคคลอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถวางตัวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สำหรับการถ่ายทอดทางสังคมทางอ้อม เป็นการอบรมที่ไม่ได้บอกกันโดยตรง บุคคลได้รับประสบการณ์หรือประโยชน์จากการสังเกต หรือการเลียนแบบการกระทำของผู้อื่นโดยเฉพาะ การเลียนแบบบิดามารดา หรือเลียนแบบการกระทำของเพื่อน (สุพัตรา สุภาพ, 2533, น. 50-51)

นอกจากนี้ตัวแทนทางสังคมที่เป็นกลุ่มเสมือน (Virtual groups) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ที่ให้ความสนใจในกิจกรรมเรื่องเดียว (Wallace, 2001, น. 58) ในที่นี้หมายถึงเกมออนไลน์ ซึ่งผู้ที่เป็นสมาชิกจะนำข้อมูลมาเผยแพร่ทำให้เกิดการพูดคุยและแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน ซึ่งตัวแทนทางสังคมเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ค่านิยม เจตคติ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Majumdar, 2010; อ้างถึงใน วุฒิ สุขเจริญ, 2555, น. 142) โดยตัวแปรสภาพแวดล้อม (Environment) โดยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบตัวแปรเชิงเหตุที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง

4.1. การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

กลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มอ้างอิง (peer and reference groups) ในพฤติกรรมผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมระบูกกลุ่มที่ตนเองมีความต้องการเข้าร่วมหรือมีความสัมพันธ์ด้วย กลุ่มดังกล่าวจะมีลักษณะเฉพาะในการบริโภค เช่น รูปแบบการแต่งกาย การทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (วุฒิ สุขเจริญ, 2555, น. 22) การได้รับอิทธิพลในการเป็นแบบอย่าง (Normative Influence) เป็นการยอมทำตามความคาดหวังและบรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อน เพื่อให้ได้รับรางวัล หรือเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม โดยการได้รับแบบอย่างจากกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม Bandura (1986) อธิบายว่า พฤติกรรมของคนเราส่วนมากจะเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) หรือการเลียนแบบจากตัวแบบ (Modeling) ซึ่งทำให้นักบุคคลมีพฤติกรรมที่แปลกใหม่ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลสังเกตการกระทำและการเสริมแรงที่บุคคลอื่นได้รับการเรียนรู้จากการสังเกต เป็นกระบวนการทางปัญญา ที่ต้องอาศัย 4 กระบวนการ 1) กระบวนการใส่ใจ (Attention process) 2) กระบวนการเก็บจำ (Retention Process) 3) กระบวนการกระทำ (Production Process) 4) กระบวนการจูงใจ (Motivational Process)

โดยเฉพาะเยาวชนเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเองนั้นเพื่อให้เข้ากับมาตรฐานหรือความเชื่อที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันของกลุ่มเพื่อน ยิ่งกลุ่มเพื่อนมีความคิดเห็นเหมือนกันมากเท่าไรยิ่งมีอิทธิพลต่อการคล้อยตามหรือเลียนแบบมากขึ้นเท่านั้น ถือได้ว่าเพื่อนเป็นดังกลุ่มอ้างอิงของบุคคลในช่วงวัยนี้ ที่มีอิทธิพลต่อ เจตคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แสดงออก (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546, น. 192) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เชิดชาย ชูช่วยสุวรรณ (2547, น. 49) พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ได้รับอิทธิพลจากสัมพันธภาพระหว่างนักเรียนกับเพื่อน นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณ์ญาณกับการได้รับตัวแบบจากเพื่อน (ปราณี จ้อยรอด, 2552, น. 72)

วัยรุ่นจะยึดถือเพื่อนเป็นแบบอย่างเนื่องจากความต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่มและมักคล้อยตามเพื่อนโดยง่าย วัยรุ่นจึงชอบใช้เวลาว่างอยู่กับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ และเลือกคบเพื่อนที่มีลักษณะนิสัยคล้ายกับตน ลักษณะของเพื่อนในวัยเดียวกันจึงมีอิทธิพลให้เกิดการชักจูงและการเลียนแบบส่งผลให้มีพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมได้ (แสงอรุณ ธรรมเจริญ; และ ลินดา สุวรรณดี, 2547) กลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มอ้างอิง จากการศึกษาของ พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุชุม พันธุ์รงค์ (2554) ชี้ให้เห็นถึงสาเหตุสำคัญที่ทำให้เล่นเกม เมื่อเทียบกับเด็กและเยาวชนติดเกมทั้งหมด ส่วนใหญ่เพื่อนชวนให้เล่น คิดเป็นร้อยละ 43 และเล่นเพราะเห็นคนอื่นเล่นคิดเป็นร้อยละ 13.67 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรพจน์ แสนสินรังษี (2555) พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 -24 ปี เป็นช่วงวัยรุ่นที่มีกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก โดยผู้บริโภคนในกลุ่มนี้นั้นการสนทนา การสื่อสารกับเพื่อนในเกมมากกว่าการเล่นเพื่อความสนุก และเป็นสาเหตุให้มีค่าใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่น ถือได้ว่าเพื่อนมีอิทธิพลที่สำคัญอย่างมากสำหรับเยาวชน เป็นเพราะช่วงวัยนี้มีความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และสังคมของวัยนี้จึงมักอยู่กับเพื่อนรวมทั้งได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนมากกว่าสังคมที่มาจากบ้าน โรงเรียน (วิวิธรัตน์ นันทเวช., 2550, น. 44) หากสังคมเพื่อนในเกมออนไลน์เป็นตัวแทนหรือแบบอย่างในการถ่ายทอดทางสังคมที่ดี จะสามารถช่วยการปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยม แบบแผนพฤติกรรมให้เยาวชนมีพฤติกรรมเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม รวมทั้งพฤติกรรมที่เหมาะสมในชีวิตจริง

ความหมายการรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีผู้ให้ความหมายของการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการมีพฤติกรรมที่เหมาะสม ดังนี้ สุชัยัญญา โพธิ์ราชตากู (2558, น. 14) การเห็นแบบอย่างจากคนรอบข้าง หมายถึง การเห็นและเลียนพฤติกรรม การสนใจ เอาใจใส่ต่อการดูแลสุขลักษณะและการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันของครอบครัว เพื่อน และผู้ร่วมงาน

พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต) (2559, น. 11) การเป็นแบบอย่างที่ดี หมายถึง การรับรู้และเลือกกระทำพฤติกรรมของบุคคลตามที่เพื่อนแสดงพฤติกรรมที่ดีออกมาให้ตนเองเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบริโภคสิ่งของเครื่องใช้ บริโภคทรัพยากรธรรมชาติ โดยไม่ทำให้ตนเอง เพื่อนได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของตนเอง ในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบริโภคสิ่งของเครื่องใช้ บริโภคทรัพยากรธรรมชาติ วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 84) การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การรายงานว่าได้เห็นหรือรับรู้การกระทำของเพื่อน ๆ ในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย และปราณี จ้อยรอด (2552, น. 38) การได้รับตัวแบบจากเพื่อน หมายถึง การที่บุคคลได้เห็นหรือรับรู้การปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างจากเพื่อนในการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ การพูดคุยกล่าวถึงเนื้อหาทางการศึกษาหาความรู้ ด้านความบันเทิงสนุกรสนาน และด้านการติดต่อสื่อสาร ที่ได้จากการรับสื่ออินเทอร์เน็ต

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์ หมายถึง การรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติตนตามเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์อย่างเหมาะสมทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมนอนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติตนที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

การวัดการรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบการวัดอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์ในบริบทที่ใกล้เคียง ดังนี้ สุพัฒน์ นุญแก้ว (2556, น. 148) ได้ทำการวัดการได้รับแบบอย่างพฤติกรรมอาสาสมัครจากบุคคลรอบข้าง เพื่อศึกษาพฤติกรรมอาสาสมัครของอาสาสมัครอาสาสมัคร แบบวัดมีเนื้อหาเกี่ยวกับการที่บุคคลสังเกตเห็นและได้รับการถ่ายทอดพฤติกรรมอาสาสมัคร มีจำนวน 11 ข้อ โดยลักษณะมาตรประมาณค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .72 วิธนา อัมไพสิริวงศ์ (2550, น. 108-109) ได้ปรับปรุงแบบวัดมาจาก mascarenhas (1993) และ Mangleburg; & Bristol (1998) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแทนสังคมการณ์ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่น ซึ่งทำการวัดอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ อิทธิพลในการเป็นแบบอย่าง จำนวน 10 ข้อ และอิทธิพลในการให้ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 6 ข้อ รวม 16 ข้อ โดยลักษณะมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .54 ปราณี รอดจ้อย (2551, น. 60) วัดการได้รับตัวแบบจากเพื่อนซึ่งปรับปรุงมาจากแบบสอบถามของดวงกมล ทรัพย์พิทยากร (2547) โดยแบบวัดนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเห็นหรือรับรู้การปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างจากเพื่อนในการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ

จำนวน 7 ข้อ โดยมีลักษณะมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จาก "จริงที่สุด" ถึง "ไม่จริงเลย และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเมื่อเก็บในกลุ่มตัวอย่างจริงเท่ากับ .54 พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิโต) (2559, น. 74) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนโดยทำการวัดอิทธิพลกัลยาณมิตร ซึ่งเป็นแบบวัดที่ปรับปรุงจากแบบวัดอิทธิพลกัลยาณมิตรของลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555) จัตรชัย เสนสาย (2554) ผจงจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การให้คำแนะนำ การสนับสนุนของกัลยาณมิตร การเป็นแบบอย่างที่ดี มีจำนวน 15 ข้อ โดยมีลักษณะมาตราประมาณค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ "มากที่สุด" จนถึง "ไม่มีเลย" และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .81

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยสร้างการวัดการรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์จากนิยามปฏิบัติการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ "จริงที่สุด" จนถึง "ไม่จริงเลย" ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูงแสดงว่าเป็นผู้ตอบที่ได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์อย่างเหมาะสมมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคและการใช้สื่ออย่างเหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้ สุชัญญา โพธิ์ราชตางกูร (2558, น. 26-27) ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องพฤติกรรมการดูแลสุขภาพด้านการบริโภคในนักศึกษาปริญญาโท จากการศึกษาพบว่า การเห็นแบบอย่างจากคนรอบข้างเป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการกินอาหารอย่างเหมาะสม ($\beta = .395, p < .05$) และพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติด้านการบริโภค ($\beta = .269, p < .05$) และปราณี จ้อยรอด (2552, น. 73) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณในนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า การได้รับตัวแบบจากเพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ ($\beta = .15, p < .001$) โดยสามารถทำนายพฤติกรรมร่วมกับปัจจัยอื่นได้ร้อยละ 36

ส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนกับเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม รวมทั้งพฤติกรรมเชิงบวกอื่น ๆ ดังนี้ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่น ๆ (2554, น. 60) ศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของภูมิคุ้มกันทางจิตของเยาวชน พบว่า เจตคติต่อการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านเพื่อน ประกอบด้วย การเห็นแบบอย่างการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อน

และความสัมพันธ์กับเพื่อน) ($\beta = .901$) และเจตคติต่อการดำรงชีวิตยังเป็นตัวแปรส่งผ่านปัจจัยจากเพื่อนสู่การดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ($\beta = .314$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธนญา ราชแพทยาคม (2554, น. 151,158) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมประหยัดและเก็บออมเงินของนักเรียนระดับมัธยมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อวิเคราะห์กลุ่มปัจจัยสถานการณ์ การมีแบบอย่างจากเพื่อน มีอิทธิพลทางบวกต่อเจตคติต่อพฤติกรรมประหยัดและเก็บออม ($\beta = .14, p < .05$) และพฤติกรรมประหยัดการใช้จ่าย ($\beta = .08, p < .05$) และการศึกษา วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 183-192) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ และภูมิคุ้มกันทางจิตต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มปัจจัยสถานการณ์สามารถทำนายเจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยในนักเรียนหญิงได้ร้อยละ 28.8 ซึ่งตัวแปรการมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ($\beta = .11, p < .05$) นอกจากนี้ยังพบว่าการมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ($\beta = -.08$) และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย ($\beta = .19$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 รวมกับปัจจัยอื่น ๆ ทางจิตและสังคม

จากการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งให้เห็นว่าเพื่อนเป็นตัวแทนทางสังคมที่มีอิทธิพลและเป็นแบบอย่างที่ดีต่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ และวิถีชีวิตประจำวันของเยาวชนต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เช่น พฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง พฤติกรรมการรับสื่อ รวมทั้งความคิดความเชื่อต่อการกระทำ ดังนั้นหากเยาวชนได้รับแบบอย่างที่ดีจากกลุ่มเพื่อนอย่างเหมาะสมจะนำไปสู่การที่เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้เช่นกัน

4.2 การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

ในการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง โดยจะเป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ต และการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง มีเนื้อหาดังต่อไปนี้ การเล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นกิจกรรมที่เด็กและวัยรุ่นนิยมมากในปัจจุบัน จนนำไปสู่พฤติกรรมเสพติดเกมของเด็ก ซึ่งมักพบในครอบครัวที่ขาดการฝึกระเบียบวินัยให้ลูกอย่างเหมาะสมตั้งแต่วัย เด็ก อาจเกิดขึ้นเนื่องจากการที่พ่อแม่ขาดทักษะในการฝึกวินัย ไม่มีเวลาหรือไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงพอ มักเป็นครอบครัวที่พ่อแม่ไม่สามารถติดตามพฤติกรรมลูกได้อย่างเหมาะสม บางครอบครัวพ่อแม่มีความใกล้ชิด และผูกพันทางอารมณ์กับลูกน้อย บางครอบครัวเด็กและวัยรุ่นอาจมีความเครียดจากความคาดหวังของผู้ปกครอง

ปัญหาความขัดแย้ง หรือปัญหาการสื่อสารใน ครอบครัว และการที่บางครอบครัวไม่มีเวลาควบคุม เด็ก หรือมองไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องจำกัดเวลาใน การเล่นเกมของลูกตั้งแต่แรก แต่กลับรู้สึก พอใจที่เห็นเด็กเล่นเกมเงียบ ๆ คนเดียวได้ โดยไม่ต้องรบกวนตน ทำให้พ่อแม่มีเวลาเป็นส่วนตัว มากขึ้น หลายครอบครัว ใช้เกมเป็นพี่เลี้ยงดูแลลูกแทนตนเอง จึงลืมนั่งถึงผลดี ผลเสียที่ จะเกิดขึ้นตามมา (สุภาวดี เจริญวานิช, 2557, น. 874) และเมื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาทางครอบครัว ที่เป็นสาเหตุของการติดเกมของเยาวชนมี 2 ประการ คือ ประการแรก สาเหตุจากผู้ปกครองทุ่มเท เวลาในการทำงานหาเงินมากกว่าทุ่มเทเวลาดูแลบุตรหลาน และอีกประการหนึ่งเป็นสาเหตุจาก ปัญหาการแตกแยกของครอบครัว (พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุชุม พันธุ์ณรงค์, 2554, น. 60) กล่าวคือ การเล่นเกมออนไลน์เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่วัยรุ่นใช้เพื่อช่วยคลายความเหงา ซึ่งส่วนหนึ่งมี สาเหตุมาจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่ที่ไม่ถูกต้อง ตามใจลูกโดยเฉพาะวัตถุ และที่สำคัญพ่อแม่ไม่มี เวลาในการอบรมสั่งสอน ส่งผลให้เด็กกลุ่มนี้มีเวลาเป็นของตนเอง ไม่ต้องอยู่ในสายตาพ่อแม่ ตลอดเวลา จึงเป็นหนทางที่ทำให้วัยรุ่นนำตนเองเข้าไปสู่โลกของเกมออนไลน์ในที่สุด และยังใช้เวลา ส่วนใหญ่อยู่เล่นเกมออนไลน์ร่วมกับเพื่อนที่เล่นเกมออนไลน์ อีกทั้งพ่อแม่ยังสนับสนุนโดยไม่รู้ตัว โดยซื้ออุปกรณ์สำหรับเล่นเกมให้ลูกตนเองเล่นเพียงเพราะต้องการให้ลูกอยู่ที่บ้าน (ศุภนาย เชี่ยวชัย, 2553, น. 8)

ในทางกลับกันหากเยาวชนได้รับการอบรมสั่งสอนที่ดีจากผู้ปกครองหรือคนใกล้ชิด มีความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวก็จะนำไปสู่การที่เยาวชนเป็นพลเมืองที่ดีใน สังคม ดังเช่นในการศึกษาของ ศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557, น. 86) ทำให้เห็นว่าการอบรมเลี้ยงดูจาก ครอบครัวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการที่นักศึกษาจะเกิดพฤติกรรมการบริโภค อย่างพอเพียง ($\beta = .11, p < .05$) ทั้งในนักศึกษาไทยและนักศึกษามาเลเซีย หรือการศึกษา ของ จิตกรฎาณ เอี่ยมอู่ย (2549, น. 96-97) พบว่า หากครอบครัวมีสัมพันธภาพที่ดีภายใน ครอบครัวก็จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการควบคุมตนเองไม่ให้เกี่ยวข้องกับอบายมุข ($\beta = .325, p < .001$) ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 ครอบครัวถือเป็นสถาบันทางสังคมพื้นฐานที่ ใกล้ชิดและมีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมให้กับเด็ก และวัยรุ่นมากที่สุด ดังนั้นการอบรมเลี้ยงดู จากครอบครัวจึงมีความสำคัญก่อนเกิดรากฐานให้เยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภค หรือพฤติกรรม การเล่นเกมอย่างเหมาะสม

สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม (2558, น. 21; และสำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม, 2557, น. 34-38) ได้ให้คำแนะนำถึงสิ่งที่ผู้ปกครองควรปฏิบัติในการให้บุตรหลานเล่นเกม หรือมีบุตรหลานที่กำลังมีพฤติกรรมติดเกม ไว้ดังต่อไปนี้ สิ่งแรกที่ผู้ปกครองควรปฏิบัติก่อน

อนุญาตให้บุตรหลานเล่นเกม สร้างข้อตกลงกติการ่วมกันให้ชัดเจนก่อนอนุญาตให้เล่นเกม และเอาจริงเอาจังกับข้อตกลงหรือกติกาที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้ 1) เลือกเนื้อหาของเกมที่เหมาะสมกับช่วงวัย ซึ่งเยาวชนอายุ 13 ปีขึ้นไปผู้ปกครองควรระวังเกมที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม หรือมีเนื้อหาที่รุนแรง 2) อุปกรณ์ที่สามารถใช้เล่นเกมให้มันน้อยชิ้นที่สุดและควรวางในพื้นที่ส่วนกลางของบ้าน รวมทั้งควรติดตั้งโปรแกรมที่ควบคุมเวลาและเนื้อหาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และ3) จำกัดจำนวนชั่วโมงในการใช้งานต่อเนื่องไม่เกิน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน รวมทั้งช่วงเวลาในการเล่นเกมนั้นต้องไม่รบกวนการทำงานที่สำคัญ แต่หากบุตรหลานมีพฤติกรรมติดเกม การช่วยเหลือจากผู้ปกครอง ประการแรก คือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุตรหลานก่อนเริ่มการปรับพฤติกรรม พูดคุยเกี่ยวกับปัญหาการเล่นเกมนั้นโดยใช้คำพูดเชิงบวกไม่ควรแสดงท่าทีต่อต้านการเล่นเกมนั้นของบุตรหลาน ประการที่สอง ควรมีเวลากับครอบครัวมากขึ้นด้วยการสร้างแรงจูงใจในการเลิกให้กับเด็ก โดยไม่จำกัดเฉพาะเรื่องการเรียน เช่น กีฬา ดนตรี ศิลปะ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจมาทดแทนการเล่นเกมที่เป็นการเสริมภูมิคุ้มกันในการติดเกมได้ และควรให้กำลังใจ หรือรางวัลเมื่อบุตรหลานทำได้ เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem) และหาโอกาสทำความรู้จักกับเพื่อนของลูกหรือคนในครอบครัวของเพื่อนลูก เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ปกครองหรือชุมชนในการทำกิจกรรมยามว่างร่วมกันกับลูกหลาน (สุภาวดี เจริญวานิช, 2557, น. 877-878) ผู้ปกครองต้องคำนึงเสมอว่า ปัญหาเด็กติดเกมสามารถป้องกันและแก้ไขได้ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจและความอดทนโดยไม่ว่าเด็กจะใช้เทคโนโลยีอะไรก็ควรให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะนอกจากเทคโนโลยีจะมีประโยชน์แล้ว หากใช้ไม่เหมาะสมก็สามารถก่อให้เกิดโทษได้เช่นกัน

ความหมายการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง

โดยมีผู้ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกับการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองไว้ ดังนี้ ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2529, น. 105-106) กล่าวถึงการควบคุมการใช้สื่อของเด็กจากผู้ปกครอง โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) การควบคุมเวลาที่ชมและปริมาณของการชม การที่ผู้ปกครองเป็นผู้กำหนดเวลาว่า เมื่อไหร่จะเริ่มเปิดโทรทัศน์ได้และเมื่อไหร่จะต้องเลิกชม หรือควรรับได้เป็นระยะเวลาสั้นเท่าไร 2) การควบคุมรายการ เป็นการแนะนำส่งเสริมให้เด็กดูรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ ห้ามเด็กชมรายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสม 3) การรับสื่อมวลชนพร้อมกับเด็ก การที่ผู้ปกครองสามารถควบคุมการเปิดรับสื่อมวลชนของเด็ก ทราบว่าเด็กกำลังรับรายการอะไรอยู่ มีความเหมาะสมกับเด็กเพียงใด หรือถ้ามีที่อาจไม่เหมาะสมกับเด็ก ผู้ใหญ่จะต้องดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งได้ นอกจากนั้นยังเป็นโอกาสที่ผู้ปกครองจะได้อธิบายและอภิปรายกับเด็กเกี่ยวกับเนื้อหาที่กำลังรับชมอยู่ และ4) การพูดคุยกับเด็กถึงเรื่องราวในสื่อ เป็นการที่ผู้ใหญ่

จะพูดคุยกับเด็กเกี่ยวกับเรื่องราวในสื่อ นั้น โดยอาจพูดคุยก่อนหรือหลังการรับสื่อรายการในรายการหนึ่งหรือที่รับสื่อพร้อมกับเด็ก

มีผู้ให้ความหมายและองค์ประกอบคล้ายคลึง วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 84) ได้ให้ความหมายของการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครอง หมายถึง การรับรู้ของเยาวชนเกี่ยวกับการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครอง 4 ด้าน คือ 1) มีการกำหนดกฎกติกาในครอบครัวและปริมาณเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพียงใด 2) มีการควบคุมการใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพียงใด 3) ผู้ปกครองมีการเข้าร่วมกิจกรรมใช้อินเทอร์เน็ตกับเยาวชนมากเพียงใด และ 4) ผู้ปกครองพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลที่เยาวชนได้รับและสิ่งที่เยาวชนกระทำบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือไม่ เพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับวิไลลักษณ์ ทองคำบวรจ (2553) เป็นการที่ผู้ปกครองมีการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตของลูก โดยมีการทำข้อตกลงร่วมกันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ทั้งจำนวนชั่วโมงการใช้งาน ช่วงเวลา โปรแกรมที่ใช้งาน และสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งการที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ และห้ามปรามสิ่งที่เกิดโทษ

จากการประมวลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง จึงหมายถึง การรับรู้ถึงการถูกควบคุมในการเล่นจากผู้ปกครองของเยาวชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ควบคุมการใช้งาน คือ เป็นการสร้างข้อตกลงร่วมกันในการเล่นของเด็กและผู้ปกครองได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ จำนวนชั่วโมง ช่วงเวลา เกมที่เล่น และสถานที่ในการเล่น 2) การชี้แนะในการเล่น คือ การให้ความรู้หรือคำแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ และห้ามปรามสิ่งที่อาจเกิดโทษจากการเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกม และ 3) การที่ผู้ปกครองสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากการเล่นเกม

การวัดการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2529, น. 105-106) ได้พัฒนาแบบวัดการควบคุมการรับสื่อมวลชนในครอบครัวซึ่งเป็นแบบวัดสำหรับผู้ปกครอง จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ การควบคุมการเปิดรับสื่อมวลชน การควบคุมการเข้าใจเนื้อหา และการควบคุมการยอมรับการชักจูงของสื่อมวลชน มีจำนวนฉบับละ 10 ข้อ โดยมีลักษณะมาตราวัด 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด จนถึง ไม่จริงเลย และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .74, .80 และ .63 ต่อมา วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 93) ได้ปรับปรุงแบบวัดจากดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2529) และศุภรางค์ อินทุณห์ (2552) เพื่อวัดการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองเพื่อศึกษาการใช้เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย โดยมีลักษณะมาตราวัด 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด จนถึง ไม่จริงเลย จำนวน 22 ข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเมื่อเก็บในกลุ่ม

ตัวอย่างจริงเท่ากับ .86 และยังพบการวัดการควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัวของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553, น. 80) ที่สร้างขึ้นตามนิยามปฏิบัติการ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ การควบคุมการใช้งานอินเทอร์เน็ต และการห้ามปรามเมื่อใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไม่เหมาะสมของเด็กจากผู้ปกครอง จำนวน 8 ข้อ โดยมีลักษณะมาตรวัด 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด จนถึง ไม่จริงเลย และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเมื่อเก็บในกลุ่มตัวอย่างจริงเท่ากับ .819

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยสร้างแบบวัดการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองเองจากนิยามปฏิบัติการที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยทำการวัด 3 ด้าน ได้แก่ ควบคุมการใช้งาน การชี้แนะในการเล่น และสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูงแสดงว่า เป็นผู้ตอบที่ได้รับการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงถึงความสำคัญของการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างเหมาะสมในเยาวชนทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ วันวิสา สิริระศาสตร์ (2554, น. 236, 246) ทำการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์และภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนหญิงระดับมัธยม พบว่า การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองในกลุ่มนักเรียนที่มีผลการเรียนสูงจะมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ($\beta = .11, p < .05$) แต่กลับพบผลในทางตรงกันข้ามในกลุ่มนักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำ ซึ่งมีอิทธิพลทางลบโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ($\beta = -.11, p < .05$) จากการศึกษานี้ยังพบว่า การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ($\beta = -.20, p < .05$) และความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต ($\beta = -.17, p < .05$) ซึ่งพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553, น. 103) พบว่า การควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัวมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ ($\beta = .09, p < .05$) และพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ยังเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลทางลบระหว่างการควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัวไปยังพฤติกรรมการเรียนที่เหมาะสม ($\beta = -.02, p < .05$) และสอดคล้องกับ พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุขุม พันธุ์รงค์ (2554, น. 58) พบว่าเด็กและเยาวชนที่ติดเกมส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวน้อย การขาดการควบคุมจากผู้ปกครองในการเล่น เด็กและเยาวชนติดเกมมักเล่นเกมโดยผู้ปกครองไม่สนใจว่าจะเล่นเกมหรือไม่ ในขณะที่เด็กและเยาวชนไม่ติดเกมมักจะถูกควบคุมจากผู้ปกครองในการเล่น

เช่น ผู้ปกครองมักจะกำหนดระยะเวลาการเล่นเกมที่เล่นหลังจากทำงาน/งานบ้านเสร็จหรือให้เล่นเกมหลังจากทำการบ้าน/อ่านหนังสือเสร็จเป็นต้น โดยพบว่าเด็กและเยาวชนที่ติดเกมในวันธรรมดาส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 38.33 ของเด็กและเยาวชนติดเกม ซึ่งน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่ไม่ติดเกม ส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวประมาณ 5 ถึง 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 30.86 ของเด็กและเยาวชนไม่ติดเกม

ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ (2529, น. 197) ศึกษาการควบคุมอิทธิพลของสื่อในครอบครัวกับจิตลักษณะที่สำคัญของเยาวชนไทย พบว่าทัศนคติของเด็กต่อการควบคุมสื่อมวลชนของผู้ปกครองเป็นปัจจัยที่ทำนายจิตลักษณะมุ่งอนาคตได้ดีที่สุด ร่วมกับการรายงานของเด็กเกี่ยวกับการถูกล่อลวงแบบชักชวนสนับสนุน และแบบใช้เหตุผลซึ่งสามารถทำนายได้ร้อยละ 19 และงานวิจัยนี้ได้ศึกษาทัศนคติต่อการถูกควบคุมเกี่ยวกับสื่อมวลชนร่วมด้วย โดยพบว่านักเรียนมัธยมที่ผู้ปกครองควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนมากและนักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมมาก เป็นนักเรียนที่ชอบอ่านสื่อเรื่องที่มีประโยชน์มากกว่านักเรียนที่ผู้ปกครองควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนน้อยและนักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการควบคุมน้อย ซึ่งการศึกษาของ วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 236-238) ทำให้ทราบว่า การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกกับเจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ($\beta = .24, p < .05$) นอกจากนี้การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ โดยผ่านเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยโดยมีสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมเท่ากับ .19 (ทางตรง $\beta = .14$, ทางอ้อม $\beta = .05, p < .05$) รวมทั้งในพฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยได้รับอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมจากการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองโดยมีสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมเท่ากับ .23 (ทางตรง $\beta = .20$, ทางอ้อม $\beta = .03, p < .05$)

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า หากเยาวชนรับรู้ถึงการควบคุมการเล่นเกมที่ผู้ปกครองมากเท่าไรก็คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม รวมไปถึงการที่เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการควบคุมการเล่นเกมที่ผู้ปกครองนั้นควรทำอย่างเหมาะสมโดยใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ไม่ให้นุตรหลานรู้สึกว่าการกำลังถูกบังคับแต่เป็นการสร้างเจตคติต่อการบริโภคด้วยปัญญาที่ดี

ตอนที่ 5 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญากับพฤติกรรม

ความหมายเจตคติ

ATTITUDE (เจตคติ) เป็นคำที่มีมารากฐานมาจากภาษาละติน ว่า aptus หรือ aptitude ซึ่งหมายถึง ความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะกระทำการหนึ่งสิ่งใด (ธีระพร อุวรรณโณม, 2535) Allport (1935; อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538) อธิบายว่า เจตคติเป็นกระบวนการทางจิตของระบบประสาทซึ่งเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ เป็นสภาวะความพร้อมที่กำหนดทิศทางหรือมีอิทธิพลไม่อยู่นิ่ง เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องซึ่งเจตคติเกิดจาก 1) เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมในสังคม 2) การสร้างความรู้สึกจากประสบการณ์ของตนเอง 3) ประสบการณ์ที่ได้รับจากเดิม มีทั้งทางบวกและลบ จะส่งผลถึงเจตคติต่อสิ่งใหม่ที่กำลังคล้ายคลึงกัน และ 4) การเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาเจตคตินั้นมาเป็นของตน สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) เจตคติ หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของหรือความคิดใด ๆ ก็ตามในลักษณะของการประเมินค่า ความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มของพฤติกรรมที่คงอยู่นานพอสมควร

องค์ประกอบของเจตคติ แมคไกวร์ (McGuire, W. J., 1985 อ้างถึงใน งามตา วนิทานนท์, 2535, น. 212-213) ได้แบ่งเจตคติเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การรู้คิดเชิงประเมินค่า (Cognitive Component) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งเหล่านั้นว่า ดีหรือเลว มีประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด เนื่องจากการรู้คิดเชิงประเมินค่า เป็นต้นกำเนิดของเจตคติของบุคคล ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเจตคติที่สำคัญ คือ การปรับองค์ประกอบการรู้คิดเชิงประเมินค่า ให้ตรงกับความจริงของบุคคลนั้น 2) ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ความรู้สึกนี้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติเมื่อบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับคุณและโทษของสิ่งนั้น และ 3) แนวโน้มพฤติกรรม (Behavior Intention Component) หมายถึง ความโน้มเอียงหรือความพร้อมที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเมื่อบุคคลมีการรู้คิดเชิงประเมินค่า และมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้นอย่างสอดคล้องกัน โดยองค์ประกอบ 3 ด้านนี้ ถ้าด้านใดด้านหนึ่งเปลี่ยนแปลงเจตคติของบุคคลนั้นจะเปลี่ยนแปลงด้วย (Shaver, 1977) โดยสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ก็เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีคุณลักษณะและคุณประโยชน์ทั่วไปในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาเจตคติที่มีต่อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จึงมีความหมายเช่นเดียวกับเจตคติโดยทั่วไปต่อสินค้าทั่วไป (สิทธิพันธ์ หนันไชย, 2554, น. 69)

โดยมีผู้ให้ความหมายของเจตคติต่อการบริโภคไว้ ดังนี้ ผจงจิต อินทสุวรรณ; และคนอื่น ๆ (2546-2547, น. 43) ได้ให้นิยามของเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา หมายถึง

การที่บุคคลมีการรับรู้การคิดเชิงประเมินค่าเกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคด้วยปัญญาและโทษของการไม่บริโภคด้วยปัญญา รวมทั้งความรู้สึกพอใจในประโยชน์ของการบริโภค และไม่พอใจในโทษของการบริโภคด้วยปัญญาในการบริโภคและใช้สิ่งของต่าง ๆ ธนพัทธ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559, น.38) เจตคติที่ดีต่อการใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญา หมายถึง ลักษณะทางจิตของบุคคลที่ประกอบด้วยความรู้เชิงประเมินค่าเกี่ยวกับประโยชน์ของเฟชบุ๊ก ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่จะกระทำ หรือไม่กระทำกิจกรรมบนเครือข่ายเฟชบุ๊ก วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554, น. 70) เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ และปลอดภัย หมายถึง ลักษณะทางจิตของบุคคลที่ประกอบด้วยความรู้การคิดเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความรู้สึกชอบ พอใจ ไม่ชอบ ไม่พอใจ และความพร้อมที่จะกระทำต่อบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปในทิศทางด้านบวกหรือด้านลบ และในปริมาณความรุนแรงที่สอดคล้องกับการรับรู้ การคิดถึงประโยชน์และโทษ และความรู้สึกของบุคคลนั้น และสิทธิพันธ์ ทนไชย (2554, น. 79) เจตคติต่อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ หมายถึง ความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อสินค้าเสมือนในลักษณะเป็นการประเมินผลประสบการณ์ที่ได้พบ โดยทัศนคติมีทั้งประเภททัศนคติเชิงบวก ทัศนคติเชิงลบ และทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว

ดังนั้นเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การที่บุคคลคิดเชิงประเมินค่าถึงประโยชน์หรือโทษต่อการบริโภคหรือไม่บริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเกิดความรู้สึกเชิงบวกหรือลบต่อการกระทำนั้น รวมทั้งความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมหลีกเลี่ยงหรือสนับสนุนพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึก

การวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ผวจิต อินทสุวรรณ; และคนอื่น ๆ (2546-2547, น. 29) ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา โดยทำการวัดเจตคติใน 3 องค์ประกอบของเจตคติ ได้แก่ 1) การรู้การคิดเชิงประเมินคุณค่าเกี่ยวกับประโยชน์หรือโทษของการ บริโภคด้วยปัญญามากถึงน้อยใน 4 ด้าน คือ การบริโภคอาหาร/สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว การใช้ ทรัพยากรธรรมชาติ/ของใช้ส่วนรวม การใช้จ่ายเงิน และใช้เวลา 2) ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจเกี่ยวกับ การกระทำดังกล่าว และ 3) ความพร้อมที่จะสนับสนุนหรือคัดค้านการบริโภสดังกล่าว อันเนื่องมาจากการ ประเมินค่าและความรู้สึกที่มีต่อการกระทำดังกล่าว มีข้อคำถามจำนวน 23 ข้อ มีลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .832 นอกจากนี้การวัดเจตคติต่อพฤติกรรมที่มีบริบทใกล้เคียงคือ

แบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของ วันวิสา สรรศาสตร์ (2554, น. 99) เป็นแบบวัดที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง โดยเป็นการถามถึงการรับรู้ การคิด เชิงประเมินค่าเกี่ยวกับประโยชน์และโทษ ความรู้สึกพอใจ ไม่พอใจ และความพร้อมที่จะกระทำ พฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ และปลอดภัย ซึ่งวัดเจตคติทั้ง 3 องค์ประกอบ จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ จจริงที่สุด จนถึง ไม่จริงเลย ซึ่งค่า ความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .77 และแบบวัดเจตคติต่อสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ของ สิทธิพันธ์ หนันไชย (2554, น. 86-87) เป็นแบบวัดที่ผู้ศึกษานำแบบวัดจาก Wu; & Lui (2007; และ Kaplan; & Haenlein, 2009) โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ ประเด็น ด้านคุณลักษณะของสินค้า ประเด็นด้านระบบการเล่นเกม ประเด็นด้านผู้ให้บริการสินค้าเสมือน และประเด็นด้านสังคมมาใช้ในการศึกษาซึ่งมีจำนวน 15 ข้อ ลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .862

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการสร้างแบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการในการวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยทำการวัดเจตคติ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบ การรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึก และแนวโน้มที่พฤติกรรม โดยมีลักษณะมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ที่ได้ คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีเจตคติต่อการบริโภคด้วยปัญญามากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

จากการประมวลเอกสาร และงานวิจัย พบการศึกษาที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เจตคติต่อการบริโภคด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยปัญญา โดยมีการศึกษาที่สนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในบริบท หรือพฤติกรรม ที่ใกล้เคียง ดังต่อไปนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรมหลีกเลี่ยง พรพัชร ศิริอินทราทร (2550: 58) ศึกษาความสามารถในการทำนายของเจตคติและความฉลาดทาง อารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โดยพบว่า เจตคติ ต่อการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่สามารถทำนายพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ได้ในระดับสูง ($\beta = .764, p < .001$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นรินทร คำโพธิ์ (2550, น. 98) พบว่า เจตคติ ต่อพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นพนัน ฟุตบอลของนักเรียนในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ($\beta = .57, p < .05$) ในระดับสูงเช่นกัน

และพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558, น. 135-184) เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขภาพรวมในนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ($\beta = .31, p < .01$) และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขด้านการไม่เล่นการพนัน และพฤติกรรมหลักเลียงอบายมุขในด้านการไม่เกียจคร้าน ($\beta = .33, .14$ ตามลำดับ, $p < .01$) ยังพบผลเดียวกันนี้ในพฤติกรรมหลักเลียงโฆษณาในสื่อจากการศึกษาของ เอกกมล พวงเกษม (2545, น. 136-139) ซึ่งพบว่า เจตคติต่อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลักเลียงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ ($\beta = -.28, p < .05$) ของผู้บริโภค และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลักเลียงโฆษณาในสื่อกระจายเสียง ($\beta = -.18, p < .05$) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 16-45 ปี จากการศึกษาในข้างต้นจะเป็นได้ว่าถ้าบุคคลมีเจตคติที่ดีต่อการหลักเลียงสิ่งที่เป็นอบายมุขก็ทำให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมที่จะหลักเลียงการกระทำที่อาจก่อผลเสียต่อตนเองและผู้อื่น

ส่วนการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างเหมาะสม และพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ศรีณีย์ พิมพ์ทอง (2557, น. 86) การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษาในประเทศไทยและมาเลเซีย พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงที่สำคัญที่สุด ($\beta = .37, p < .05$) ทั้งในภาพรวมและส่วนย่อยของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี สอดคล้องกับการศึกษาของ ผจจจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546-2547, น. 59) ได้ทำการวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน ซึ่งพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา ($\beta = 0.171, p < .01$) ที่มีความสำคัญลำดับที่สามรองมาจากการควบคุมตนเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ใน 11 เขตการศึกษา และยังพบผลนี้ในการศึกษา ผจจจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2545 - 2546, น. 24 - 25) ได้สำรวจปัจจัยที่สำคัญและพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของเยาวชนไทย พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาในกลุ่มรวม ($\beta = .185, p < .001$) ที่มีความสำคัญลำดับที่สาม ร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ในการทำนายพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาจากการทบทวนวรรณกรรมในข้างต้นจะเห็นได้ว่าเจตคติต่อการบริโภคที่เหมาะสมนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเหมาะสมเช่นกันในเยาวชน

นอกจากนี้ยังพบการศึกษาพฤติกรรมที่ใกล้เคียงดังนี้ วันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยทางสังคมและภูมิคุ้มกันทางจิตต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนหญิง

ระดับมัธยมศึกษา จากการศึกษาพบว่า เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ และปลอดภัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ($\beta = .40, p < .001$) แต่กลับพบผลตรงกันข้ามในการศึกษาของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2557, น. 67) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ พบว่า เจตคติของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางลบต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ($\beta = -.101, p < .05$) นอกจากนี้ยังพบว่าเจตคติต่อสินค้าเสมือนของผู้ซื้อสินค้าเสมือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าสินค้าเสมือนเป็นสิ่งที่ต้องมีคุณสมบัติหลักในการสร้างความสนุกสนานและพอใจให้กับผู้ใช้สินค้าที่ผู้ซื้อสินค้าเสมือนอาจไม่ได้รับการตอบสนองจากโลกจริงหรือได้รับน้อย ผู้เล่นมีความต้องการสร้างความโดดเด่นให้ชัดเจนในส่วนของคุณลักษณะภายในโลกจำลอง แต่ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาโลกเสมือนในทางการตลาดเพื่อขายสินค้าเสมือนของผู้ให้บริการ (สิทธิพันธ์ หนันไชย, 2555)

จากการประมวลเอกสารที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรม สรุปได้ว่าการที่บุคคลนั้นมีเจตคติที่ดีต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมมีอิทธิพลทำให้บุคคลนั้นเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม ดังนั้นการที่เยาวชนมีเจตคติที่ดีต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่ย่อมทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเช่นกัน ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เยาวชนมีเจตคติที่ดีต่อการกระทำในการศึกษานี้ ได้แก่ การที่เยาวชนลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการได้รับแบบอย่างที่เหมาะสมจากครอบครัวและเพื่อน

ตอนที่ 6 นิยามเชิงปฏิบัติการ

พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองตัดสินใจ ถึงประโยชน์และโทษจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ รวมทั้งการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า ซึ่งต้องไม่เกิดความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และอยู่บนความพอดีเพื่อสนองความต้องการ โดยผู้วิจัยสร้างแบบวัดขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ซึ่งมาตรฐานประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “ทำมากที่สุด” จนถึง “ไม่เคยทำเลย” สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มากกว่าผู้ตอบที่ได้คะแนนต่ำ โดยพิจารณาองค์ประกอบ 2 ด้าน มีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1) ฉลาดบริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึงการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อและเลือกใช้สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยผ่านการคิดไตร่ตรองจากการประเมินและเปรียบเทียบถึง

ความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประโยชน์หรือโทษเป็นหลัก มากกว่าความพึงพอใจจากรูปลักษณ์ ราคา โฆษณาหรือตามกระแสนิยม

และ2) การบริโภคอย่างประมาณตน หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการตระหนักรู้ถึงผลลัพธ์จากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมหรือไม่เกินตัว โดยเป็นการพิจารณาถึงความพอดีเหมาะสมกับฐานะ และละเว้นจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์หากสร้างความเบียดเบียนหรือความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การที่บุคคลคิดเชิงประเมินค่าถึงประโยชน์หรือโทษต่อการบริโภคหรือไม่บริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเกิดความรู้สึกเชิงบวกหรือลบต่อการกระทำนั้น รวมทั้งความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมหลักเลียงหรือสนับสนุนพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ที่สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึก ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การรู้คิดเชิงประเมินค่าเกี่ยวกับประโยชน์หรือโทษของการบริโภคด้วยปัญญา 2) ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจเกี่ยวกับการกระทำดังกล่าว และ3) แนวโน้มที่จะกระทำการสนับสนุนหรือหลักเลียงจากการบริโภคนั้นซึ่งเป็นผลมาจากการประเมินค่าและความรู้สึกที่มีต่อการกระทำนั้น โดยผู้วิจัยสร้างแบบวัดขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึง ความสามารถในการคาดการณ์ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่จะเกิดในอนาคตมากกว่าปัจจุบันทั้งก่อนประโยชน์หรือคุณค่าให้กับตนเอง สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายและได้รับผลที่ดีที่จะเกิดในอนาคต รวมทั้งความสามารถในการบังคับตนเองให้อดทนรอ และพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรอรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ การคาดการณ์และเล็งเห็นถึงความสำคัญ การวางแผนเพื่ออนาคต และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558); และศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557) มาปรับปรุงและสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการในการวัดลักษณะมุ่งอนาคตและลักษณะควบคุมตน โดยมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง ความสามารถในการรู้จักคิดเพื่อการกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งคุณค่าแท้ เป็นการที่บุคคลอาศัยปัญญาเป็นเครื่องมือตีค่าถึงประโยชน์หรือคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างแท้จริงเพื่อสนองความต้องการของชีวิตโดยตรงให้เกิดความสุขทั้งของตนและของผู้อื่น ส่วนคุณค่าเทียมเป็นการที่บุคคลอาศัยตัณหาเป็นเครื่องมือตีค่าในการปรุงแต่งพอกพูนเพื่อปรนเปรอ เสพสุขของตน โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของมัชฌิมาเปี่ยมดี (2558) มาปรับปรุงและสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการให้สอดคล้องกับบริบท โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ของผู้ที่เล่นเกมเพื่อทำความเข้าใจ คิดวิเคราะห์ ตีความ และประเมินค่าเกี่ยวกับเกมหรือเนื้อหาของเกม และการใช้งาน ถึงผลดีผลเสียจากการเล่นเกม จนกระทั่งความสามารถในการเล่นเกมนออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 ด้าน มีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังนี้ 1) การเข้าถึงเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ ทำความเข้าใจ เพื่อใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงการเล่นเกมนออนไลน์ และใช้งานได้อย่างเหมาะสมปลอดภัย 2) การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้เล่นมีความรู้ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ และตีความวัตถุประสงค์หลักของเกมว่า มีเนื้อหา มีเรื่องราว มีภารกิจที่ผู้เล่นต้องทำในเกมอย่างไร และวัตถุประสงค์รองที่แอบแฝงมากับเนื้อหาของเกม 3) การประเมินการเล่นเกมนออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจถึงคุณค่า และการเลือกเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกม ว่ามีประโยชน์หรือโทษต่อบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้านความคิด ความรู้สึกหรือจิตใจ และพฤติกรรม และสามารถแยกแยะสิ่งที่สามารถทำได้เฉพาะในเกมหรือชีวิตจริง รวมทั้งตัดสินใจถึงคุณภาพของเกมออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบกับเกมอื่น และ 4) การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกมอย่างสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเกม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมต่อสังคมภายในเกมออนไลน์

การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ หมายถึง การรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติตนตามเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างเหมาะสมทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการทำ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติตนที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเอง และผู้อื่น โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูงแสดงว่า เป็นผู้ตอบที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในการเล่นออนไลน์เกมอย่างเหมาะสมมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

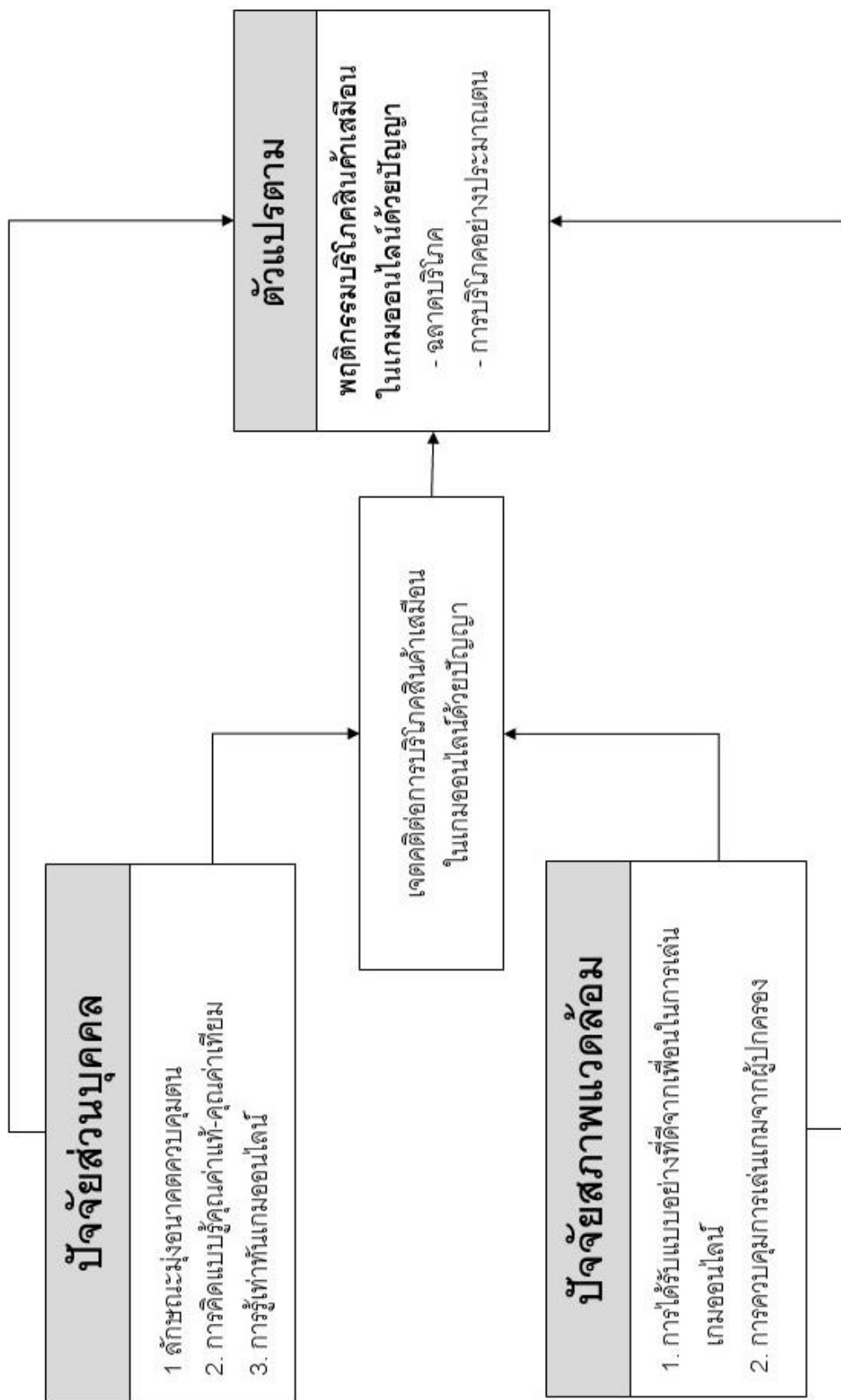
การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง หมายถึง การรับรู้ถึงการถูกควบคุมในการเล่น เกมจากผู้ปกครองของเยาวชน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้ 1) ควบคุมการใช้งาน หมายถึง เป็นการสร้างข้อตกลงร่วมกันในการเล่นของเด็กและผู้ปกครองได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ จำนวนชั่วโมง ช่วงเวลา เกมที่เล่น และสถานที่ในการเล่นเกม 2) การชี้แนะในการเล่น หมายถึง การให้ความรู้หรือคำแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ และห้ามปรามสิ่งที่อาจเกิดโทษจากการเล่นเกมหรือ เนื้อหาของเกม และ 3) สนับสนุนให้ใช้เวลาว่าง หมายถึง การที่ผู้ปกครองสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากการเล่นเกม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะ มาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ตอบที่มีการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ตอนที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมบริโภคนิสัยคล้ายคลึงในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมที่มาจากเพื่อนและผู้ปกครอง และอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดทฤษฎีพื้นฐานในการศึกษาตามทฤษฎีการเรียนรู้ทาง ปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) โดยอธิบายว่าพฤติกรรมของ มนุษย์เป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม (Behavior) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) และปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environment) ทั้งนี้จากการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของ พฤติกรรมการบริโภคพฤติกรรมบริโภคนิสัยคล้ายคลึงในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน สามารถสรุปสาเหตุของพฤติกรรมดังกล่าวมีสาเหตุมาจากจิตลักษณะภายในบุคคลตัวตนที่เป็น บุคคล ความคิดความเชื่อ ความรู้ และค่านิยมของบุคคลประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคล ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการสั่งสมประสบการณ์หรือการเรียนรู้ โดยจะนำไปสู่การคาดคะเนถึงผลลัพธ์ ของการกระทำ และพฤติกรรม และการเกิดพฤติกรรมยังได้รับสาเหตุมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุที่มาจากที่เยาวชนเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลใกล้ชิดทั้งเพื่อน ครอบครัว และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านมุมมองการรับรู้ การได้รับแบบอย่าง นำมาตีความตามและแสดง ออกเป็นพฤติกรรมภายใต้กรอบขอบเขตที่สังคมเห็นว่าดีหรือไม่ดี รวมทั้งบุคคลยังมีเจตคติที่มีเจตนา

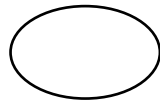
นำไปสู่การกระทำพฤติกรรม ซึ่งเจตคติต่อพฤติกรรมมีปัจจัยเชิงสาเหตุมาจากการหล่อหลอมของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อม

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ สรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้ 1) เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ด้วยปัญญา 3) ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์ การรับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์ และการควบคุมการเล่น เกมออนไลน์จากผู้ปกครอง มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ด้วยปัญญา ตามภาพประกอบ 2 และ 3

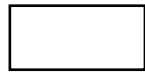


ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

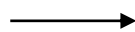
สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในแบบจำลองสมมติฐานการวิจัย



แทน ตัวแปรแฝง



แทน ตัวแปรสังเกต



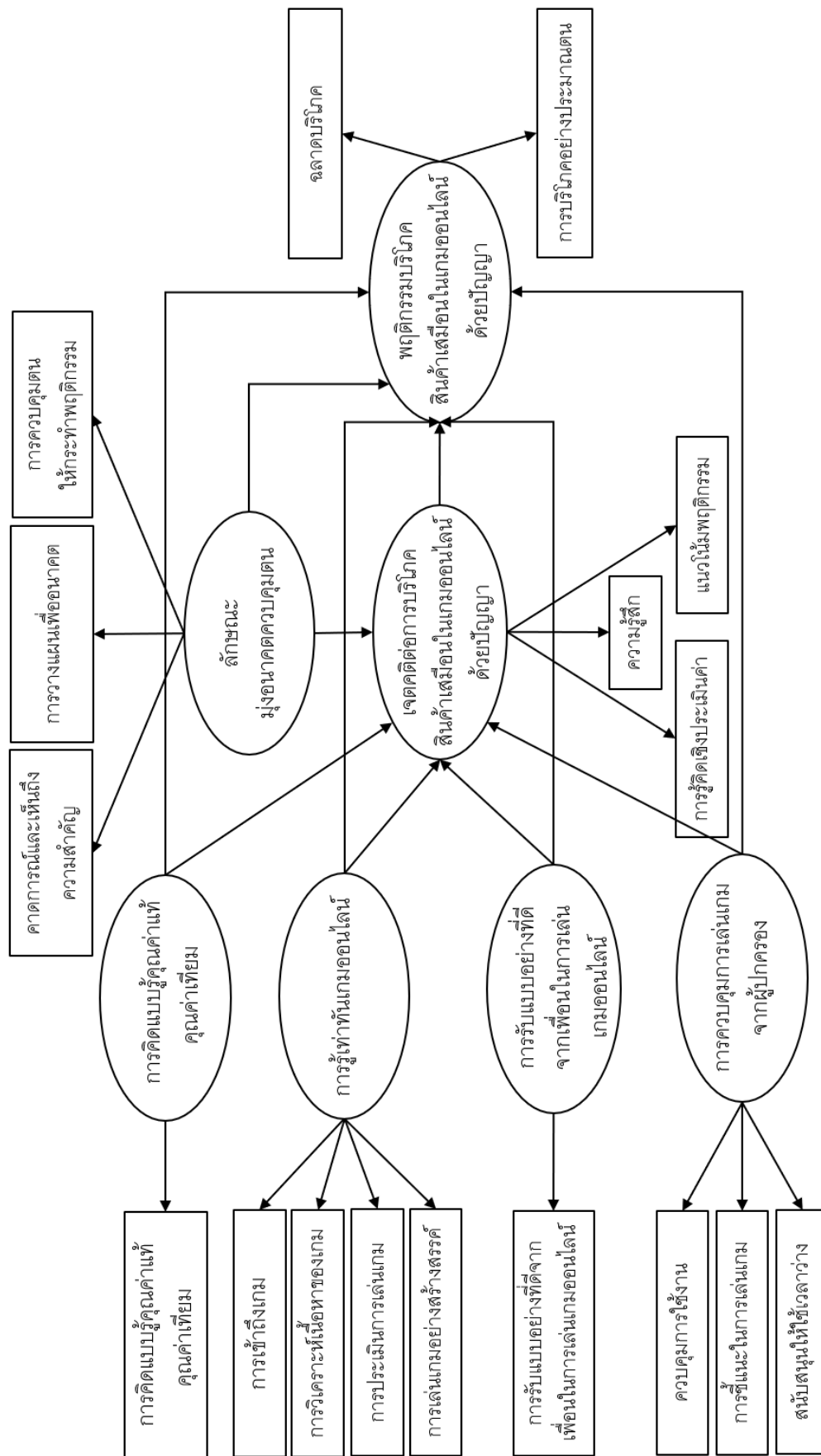
แทน ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม

โดยหัวลูกศรจะแสดงทิศทางของอิทธิพล

ตอนที่ 8 สมมติฐานในการวิจัย

แบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตสังคมมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีสมมติฐานย่อยตามเส้นทางของอิทธิพล ดังนี้

1. เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา
2. ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา
3. การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา
4. การรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา
5. การรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา
6. การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ และการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเกมอย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยมีความเชื่อว่าความจริงนั้น ๆ ต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบด้วยหลักฐานจากการสังเกตโดยตรงเพื่อนำมาสู่ข้อสรุป โดยใช้แบบสอบถามที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อเท็จจริง ผู้วิจัยตระหนักว่าความจริงนั้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้และผู้วิจัยจะตระหนักถึงความเหมาะสมและความเป็นกลางให้มากที่สุด ผ่านการตรวจสอบ ควบคุม และการวิเคราะห์ด้วยสถิติ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของเหตุการณ์หรือทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์ และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 15 - 18 ปี เนื่องจากอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ มีกำลังซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ (ปริญญพ ลิทธิพรอนันต์, 2552; และสิทธิพันธ์ ทนไชย, 2554)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษา เยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์ และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประจำปีการศึกษา 2561 ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 15 - 18 ปี

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal structural models with latent variable) ดังนั้น จึงต้องกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ต้องการใช้วิธีการประมาณค่าแบบไลค์ลิฮูดสูงสุด (Maximum likelihood) เนื่องจากเป็นวิธีการประมาณค่าที่มีความคงเส้นคงวา มีประสิทธิภาพและเป็นอิสระจากมาตรวัด (Bollen, 1989, p. 108) ซึ่งการใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ของประชากรก็จะมีผลคงเส้นคงวา ไคลน์ (Kline, 2016, p. 16) ได้เสนอว่าขนาดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนพารามิเตอร์อิสระ โดยอัตราส่วน

ระหว่างจำนวนตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตควรจะเป็น 10-20 ในการศึกษาแบบจำลองครั้งนี้ มีพารามิเตอร์ จำนวน 17 ค่า ผู้วิจัยใช้อัตราส่วน 1 : 20 จึงได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 340 คน และเพื่อชดเชยกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และป้องกันผู้ตอบแบบวัดไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้นอีก 40% ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 470 คน

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้กระบวนการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ทั้งนี้ผู้วิจัยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการเข้าถึงหน่วยตัวอย่างและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินการเก็บข้อมูลจึงจัดเก็บข้อมูล โดยทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster sampling) จากโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ โรงเรียนโยธินบูรณะ โรงเรียนสตรีวิทยา 2 โรงเรียนสารวิทยา โรงเรียนเทพศิรินทร์ โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) และโรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม ในพระบรมราชินูปถัมภ์ เมื่อได้โรงเรียนซึ่งเป็นพื้นที่เก็บข้อมูลจึงทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Sampling) ในการสุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การวิจัย หากไม่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกจะทำการสุ่มคนถัดไป

3. เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียน

โรงเรียน	จำนวน	
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. โรงเรียนโรงเรียนสตรีวิทยา 2	2,172	38
2. โรงเรียนโยธินบูรณะ	1,724	75
3. โรงเรียนสารวิทยา	1,349	79
4. โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)	1,997	81
5. โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม ในพระบรมราชินูปถัมภ์	1,109	69
6. โรงเรียนโรงเรียนเทพศิรินทร์	1,677	69
7. โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์	1,408	41
รวม	11,436	452

ตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวัด

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดวิธีสร้างและตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือวัดแต่ละฉบับดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถาม
2. ทำการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามปฏิบัติการ และวิธีการวัดในแต่ละตัวแปร
3. สร้างและพัฒนาข้อคำถามจากนิยามปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยสร้างข้อคำถามขึ้นเอง และบางส่วนผู้วิจัยปรับปรุงข้อคำถามจากเครื่องมือวัดของนักวิจัยท่านอื่น ๆ เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมกับนิยามปฏิบัติการของตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ศึกษา
4. เสนอแบบวัดฉบับร่างต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมสอดคล้องกับคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ
5. นำแบบวัดที่ผ่านการปรับแก้ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด จำนวน 3 ท่าน จากนั้นคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 (อรพินทร์ ชูชม, 2545, 339-340)
6. นำข้อคำถามที่ผ่านการคัดเลือกมาปรับปรุงเพื่อความสมบูรณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจัดพิมพ์แบบวัดเพื่อนำไปทดลองใช้ (Try out) กับนักเรียนที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างหลักในการศึกษา จำนวน 99 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือต่อไป
7. นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้แบบวัด มาทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1 การตรวจสอบอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Analysis) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item – total Correlation: CITC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวกและมีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป (อรพินทร์ ชูชม, 2545, น. 264) หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7.2 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัด โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ควรมีค่า 0.60 ขึ้นไป (อรพินทร์ ชูชม, 2545, น. 305)

8. นำข้อคำถามที่ผ่านการคัดเลือกจัดพิมพ์เป็นแบบวัดฉบับสมบูรณ์ และนำไปเก็บข้อมูลจริงกับเยาวชนในกรุงเทพมหานคร และทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมืออีกครั้งจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 452 คน ดังนี้

8.1 การตรวจสอบอำนาจจำแนกรายข้อ การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น

8.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงการวัดระหว่างตัวแปรแฝง (Latent variable) กับตัวแปรสังเกต (Observed variable) โดยกำหนดให้ตัวบ่งชี้ในแต่ละด้านของตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในด้านนั้น ๆ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากเกณฑ์ดัชนีในการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง (Hu & Bentler, 1999; Browne & Cudeck, 1993; Schumacker & Lomax, 2010; Kline, 2016) ดังตารางที่ 3

ตาราง 3 สรุปเกณฑ์การตรวจสอบระดับความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีทดสอบความกลมกลืน	เกณฑ์พิจารณา
$\chi^2 (df)$	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
p - value	p มากกว่า .05
RMSEA	น้อยกว่า .08
SRMR	น้อยกว่า .05
GFI	มากกว่า .90
CFI	มากกว่า .90
NFI	มากกว่า .90
Relative $\chi^2 (\chi^2/df)$	ไม่เกิน 5

หากผลการตรวจสอบพบว่าแบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจะปรับแก้แบบจำลองอยู่ภายใต้พื้นฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยทำการตัดข้อความออกทีละข้อ ซึ่งพิจารณาจากคำอำนาจจำแนกที่ต่ำ ความไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากคำนำหน้าขององค์ประกอบที่ต่ำ กล่าวคือ ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวบ่งชี้จากการหาความเที่ยงตรงแบบ Convergent validity โดยตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงต้องมีคำนำหน้าขององค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวแปรแฝงที่วัดต้องมียังมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีคำนำหน้าขององค์ประกอบที่ใช้ได้ควรมีค่ามากกว่า 0.45 (Tabachnick & Fidell, 2007, p. 649) รวมทั้งตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยตัวบ่งชี้ต้องไม่มีคำนำหน้าขององค์ประกอบข้ามไปยังตัวแปรแฝงอื่นที่ไม่ใช่ตัวแปรแฝงของตัวบ่งชี้

นอกจากนี้ทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงในการวัด (Construct reliability and validity) เพื่อตรวจสอบคุณภาพของตัวบ่งชี้ว่าตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงมีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงในการวัดตัวแปรแฝง จากการหาความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: CR) พิจารณาค่าที่มากกว่า 0.70 แสดงว่าตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงมีความเชื่อมั่นในการวัดตัวแปรแฝงหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในด้านที่ตัวแปรสังเกตนั้นต้องการจะวัด (Hair et al., 2010, p. 710) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ที่ตัวแปรแฝงสามารถอธิบายได้ (Average variance extracted: AVE) โดยพิจารณาค่าที่มากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวบ่งชี้ที่มีความเที่ยงตรงในการวัดตัวแปรแฝงในด้านที่ตัวบ่งชี้ นั้นจะวัด (Hair et al., 2010, p. 709)

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามประเภทเอกสารสำหรับเก็บกับกลุ่มตัวอย่างทดลองแบบสอบถาม (Try out) จำนวน 99 คน จากนั้นนำข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพ และนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 452 คน พร้อมตรวจสอบคุณภาพ อีกครั้ง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 8 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคล

เป็นแบบสอบถามเพื่อทราบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยคำถาม 9 ข้อ เป็นการสอบถามเรื่องเกี่ยวกับ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ที่พักอาศัย พฤติกรรมการเล่นเกม เช่น อุปกรณ์ในการเล่นเกมนออนไลน์ เป็นต้น และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนใน เกมออนไลน์ เช่น ประเภทเกมนออนไลน์ที่มีการซื้อสินค้าเสมือน สินค้าเสมือนประเภทใดที่ซื้อ บ่อยครั้ง และจำนวนเงินจริงที่ใช้ซื้อสินค้าเสมือน เป็นต้น

ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

แบบวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา เป็นการวัดการกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองตัดสินใจ ถึงประโยชน์และโทษจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ รวมทั้งการใช้งานอย่างคุ้มค่า ซึ่งต้องไม่เกิดความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และอยู่บนความพอดีเพื่อสนองความต้องการ ซึ่งวัดจากองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ ฉลาดบริโภค และการบริโภคอย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เกี่ยวข้องพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “ทำมากที่สุด” จนถึง “ไม่เคยทำเลย”

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามสะท้อนพฤติกรรมทางบวก และข้อคำถามสะท้อนพฤติกรรมทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “ทำมากที่สุด” “ทำมาก” “ทำค่อนข้างมาก” “ทำค่อนข้างน้อย” “ทำน้อย” และ “ไม่เคยทำเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มากกว่าผู้ตอบที่ได้คะแนนน้อย

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 13 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .217 - .447 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .708 เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีข้อคำถามที่มีคุณภาพ จำนวน 8 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .918$ และ $AVE = .849$ แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ฉลาดบริโภค จำนวน 4 ข้อคำถาม และ 2) การบริโภคอย่างเหมาะสม จำนวน 4 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง แบบวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

- ฉันมักซื้อไอเทมชุดตัวละครมาสะสม ด้วยเหตุผลที่ว่ามันสวยงาม (ฉลาดบริโภค)
- ฉันมักซื้อไอเทมตามความพึงพอใจ โดยไม่คำนึงถึงโอกาสที่จะได้ใช้

(ฉลาดบริโภค)

3. ถ้ามีไอเทมที่อยากได้แต่ฉันไม่มีเงิน ฉันจะไปยืมเงินจากเพื่อน

(การบริโภคอย่างประมาณตน)

4. ถ้าฉันซื้อไอเทมต้องไม่เป็นการเบียดเบียนเงินที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน

(การบริโภคอย่างประมาณตน)

ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

แบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา เป็นการวัดถึงการที่บุคคลมีการคิดเชิงประเมินค่าถึงประโยชน์หรือโทษ เกิดความรู้สึกเชิงบวกหรือลบต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา และมีความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมหลักเลียงหรือสนับสนุนการทำพฤติกรรมนั้นที่สอดคล้องกับความคิดความรู้สึก โดยเป็นเจตคติที่มีต่อการบริโภคสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยปัญญา โดยผู้วิจัยสร้างแบบวัดขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ซึ่งมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามสะท้อนเจตคติทางบวก และข้อคำถามสะท้อนเจตคติทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” “เห็นด้วย” “ค่อนข้างเห็นด้วย” “ค่อนข้างไม่เห็นด้วย” “ไม่เห็นด้วย” และ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพ แบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 16 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .448 - .648 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .79 เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน รวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีข้อคำถามที่มีคุณภาพ จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .954$ และ $AVE = .872$ แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรู้คิดเชิงประเมินค่า จำนวน 6 ข้อคำถาม ความรู้สึก จำนวน 4 ข้อคำถาม และแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกระทำ จำนวน 5 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง แบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

1. ถ้าจะซื้อไอเทมด้วยเงินจริงต้องคิดถึงความเป็นเสียก่อน
(การรู้คิดเชิงประเมินค่า)
2. ฉันจะมีความสุข ถ้าได้ซื้อไอเทมด้วยเงินจริงไปวัดเพื่อน ๆ แม้ว่าฉันจะไม่ค่อยได้ใช้งานมัน (ความรู้สึก)
3. ฉันตั้งใจเก็บเงินซื้อไอเทมเอง จะได้ไม่ต้องไปยืมหรือขอเงินจากใคร
(แนวโน้มพฤติกรรม)

ตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เป็นการวัดปริมาณความสามารถในการคาดการณ์ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่จะเกิดในอนาคตมากกว่าปัจจุบันทั้งก่อนประโยชน์หรือคุณค่าให้กับตนเอง สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายและได้รับผลที่ดีที่จะเกิดในอนาคต รวมทั้งความสามารถในการบังคับตนเองให้อดทนรอ และพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรอรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ การคาดการณ์และเล็งเห็นถึงความสำคัญ การวางแผนเพื่ออนาคต และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558) และศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557) มาปรับปรุงและสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “จริงที่สุด” “จริง” “ค่อนข้างจริง” “ค่อนข้างไม่จริง” “ไม่จริง” และ “ไม่จริงเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกันสำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 16 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .296 - .634 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .868 เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีข้อคำถามที่มีคุณภาพ จำนวน 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .786$ และ

AVE = .551 แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ จำนวน 4 ข้อคำถาม การวางแผนเพื่ออนาคต จำนวน 3 ข้อคำถาม และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม จำนวน 3 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

1. ฉันไม่เคยสนใจว่าจะใช้เวลาในแต่ละวันให้เกิดประโยชน์หรือไม่
(การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ)
2. ฉันมักจะมีแผนสำรอง หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด
(การวางแผนเพื่ออนาคต)
3. ฉันมีความมุ่งมั่นในการทำงานตามขั้นตอนที่ฉันได้วางแผนไว้
(การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม)

ตอนที่ 5 แบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

แบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม เป็นการวัดความสามารถในการรู้จักคิดเพื่อการกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของมัญชลี เปี่ยมดี (2558) มาปรับปรุงและสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการให้สอดคล้องกับบริบท โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามสะท้อนคุณค่าแท้ และข้อคำถามสะท้อนคุณค่าเทียม โดยข้อคำถามคุณค่าแท้เกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “จริงที่สุด” “จริง” “ค่อนข้างจริง” “ค่อนข้างไม่จริง” “ไม่จริง” และ “ไม่จริงเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามคุณค่าเทียมจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 7 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .202 - .625 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .708 เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

มีข้อคำถามที่มีคุณภาพ จำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .766$ และ $AVE = .434$ แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้น

ข้อสังเกตระหว่างการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง โดยพบว่าในการวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมจะมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้นเมื่อมีองค์ประกอบการวัด 2 มิติ ได้แก่ การคิดแบบคุณค่าแท้และการคิดแบบคุณค่าเทียม ซึ่งเป็นมิติที่ตรงข้ามกัน แต่ในการวิเคราะห์ครั้งนี้มีข้อจำกัดในการวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมโดยมี 2 มิติ เนื่องจากหลังการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากการนำแบบวัดไปทดลองใช้ (Try out) ข้อคำถามในมิติของการคิดแบบคุณค่าแท้เหลือเพียง 1 ข้อเท่านั้น ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันจะเกิดปัญหาความไม่เพียงพอในการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียว (under identified) ซึ่งไม่สามารถประมาณค่าในแบบจำลองได้ ซึ่ง Klein (2010) อธิบายว่าในการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวใน Standard CFA model ที่มีองค์ประกอบเท่ากับหรือมากกว่า 2 องค์ประกอบ ควรมีตัวแปรบ่งชี้อย่างน้อย 2 ตัวต่อองค์ประกอบเพื่อ identified แบบจำลองการ และ Tabachnick & Fidell (2007) เสนอว่า องค์ประกอบหนึ่ง ๆ ไม่ควรมีตัวแปรสังเกตหรือข้อคำถามน้อยกว่า 3 ตัวแปร ดังนั้นในการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมด้วยครั้งนี้ จึงวิเคราะห์ CFA เพียง 1 องค์ประกอบ โดยการกลับคะแนนข้อคำถามทางลบที่สะท้อนถึงการคิดแบบคุณค่าเทียมเป็นคะแนนทางบวก

ตัวอย่าง แบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

1. ฉันคิดว่า ฉันสามารถเลือกใส่เสื้อผ้าอะไรก็ได้ขอให้ถูกกาลเทศะ โดยที่ไม่ต้องตามแฟชั่นเสมอไป
2. ฉันอยากมีบ้านหลังใหญ่ๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่าฉันร่ำรวย

ตอนที่ 6 แบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์

แบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ เป็นการวัดการใช้ความรู้ของผู้เล่นในการทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับเกมออนไลน์หรือเนื้อหาของเกมออนไลน์ และความรู้ความเข้าใจในการเล่น เกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ การเข้าถึงเกมออนไลน์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ การประเมินการเล่นเกมออนไลน์ และการเล่นเกมออนไลน์ อย่างสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสร้างแบบวัดขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้

คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “จริงที่สุด” “จริง” “ค่อนข้างจริง” “ค่อนข้างไม่จริง” “ไม่จริง” และ “ไม่จริงเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อความทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันเกมออนไลน์มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อความที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 23 ข้อ มีตัวบ่งชี้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึงเกมออนไลน์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ การประเมินการเล่นเกม และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .294 - .683 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .904 แต่เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยจึงพิจารณาตัดข้อความที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ละข้อ กลับพบว่า แบบจำลองการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับองค์ประกอบการวัดให้องค์ประกอบการประเมินการเล่นเกม และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ รวมกับเป็นองค์ประกอบเดียวกันซึ่งเป็นผลมาจากทั้ง 2 องค์ประกอบ การประเมินการเล่นเกม และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กันสูงจนกลายเป็นองค์ประกอบเดียวกัน $r = 0.895$ ซึ่งไม่เป็นไปตามนิยามเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น แต่แบบจำลองการรู้เท่าทันเกมออนไลน์สอดคล้องกับการให้นิยามของ ธันยวณัฐ เลียนอย่าง (2561) โดยได้ให้ความหมายของ ทักษะการประเมิน หมายถึง สามารถตัดสินใจคุณค่า เข้าใจข้อมูลเนื้อหาที่แอบแฝงมากับเกมออนไลน์นั้น ๆ และสามารถตัดสินใจเลือกรับข้อมูลประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นอย่างสมเหตุสมผล และถูกต้องเกี่ยวกับเนื้อหาของเกมออนไลน์ที่เล่นโดยใช้หลักการตัดสินใจบนพื้นฐานของหลักคุณธรรม จริยธรรม และหลักการประชาธิปไตย ซึ่งครอบคลุมนิยามเชิงปฏิบัติการในองค์ประกอบการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น จะเห็นได้ว่าการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์เยาวชนจะต้องมีความสามารถในการประเมินถึงคุณค่าเนื้อหาเกมจนนำไปสู่การแสดงออกพฤติกรรมที่มีต่อสังคมภายในเกมออนไลน์บนพื้นฐานความรับผิดชอบและจริยธรรมอันดี ดังนั้นองค์ประกอบการประเมินการเล่นเกมจะนำไปสู่การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้ทั้ง 2 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันสูง โดยผู้วิจัยตั้งชื่อใหม่ คือ การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์สร้างสรรค์

แบบจำลองการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีข้อความที่มีคุณภาพ จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .837$ และ $AVE = .643$ แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 3

องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึงเกมออนไลน์ จำนวน 3 ข้อคำถาม การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ จำนวน 4 ข้อคำถาม และการประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์สร้างสรรค์ จำนวน 8 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง แบบวัดการรู้เท่าทันเกม

1. ฉันคิดว่า การเล่นเกมต้องรู้จักแบ่งเวลาสำหรับเล่นเกม การเรียน การทำงาน และครอบครัวให้ดี (การเข้าถึงเกมออนไลน์)
2. ฉันรู้ว่า เมื่อฉันทำภารกิจสำเร็จแล้ว เกมจะมีภารกิจใหม่ให้ฉันทำต่อทันที เพื่อจูงใจให้ฉันเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง (การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์)
3. แม้ว่าเกมจะเป็นโลกเสมือน ฉันก็ต้องรู้จักให้เกียรติหรือเคารพผู้เล่นคนอื่น (การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์)

ตอนที่ 7 แบบวัดการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

แบบวัดการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ เป็นการวัดการรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติตนตามเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างเหมาะสมทั้งทางด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติตนที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น โดยผู้วิจัยสร้างแบบวัดขึ้นเองจากนิยามพฤติกรรมการ ซึ่งมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “จริงที่สุด” “จริง” “ค่อนข้างจริง” “ค่อนข้างไม่จริง” “ไม่จริง” และ “ไม่จริงเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูงแสดงว่าเป็นผู้ตอบที่ได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 9 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .212 - .422 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .636 แต่เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลอง จนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยจึงพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ละข้อ กลับพบว่าแบบจำลองการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อมีองค์ประกอบการวัด 2 มิติ

ได้แก่ แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม และแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม ซึ่งไม่เป็นไปตามนิยามเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) ในกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม ตัวแบบทางสังคมมีทั้งตัวแบบในเชิงบวกที่ช่วยสร้างพฤติกรรม และตัวแบบเชิงลบที่มีผลให้เกิดการระงับ (Inhibition) ในการแสดงพฤติกรรมเมื่อผู้สังเกตเห็นตัวแบบได้รับผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ (Bandura, 1969 อ้างถึงใน สมโภชน เอี่ยมสุภาชิต, 2556) ซึ่งเยาวชนจะเลือกคบเพื่อนที่มีลักษณะนิสัยคล้ายกับตน และยังยึดถือเพื่อนเป็นแบบอย่างให้ทำตาม หรือหลีกเลี่ยงที่จะกระทำ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อตัวแปรใหม่ว่าการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์ โดยประกอบด้วย แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม และแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม

แบบจำลองการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์ มีข้อความถามที่มีคุณภาพ จำนวน 7 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .444$ และ $AVE = .506$ แสดงว่าข้อความถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม จำนวน 4 ข้อคำถาม และแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม จำนวน 3 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์

1. เพื่อนของฉัน แบ่งเวลาในการเล่นเกมได้อย่างเหมาะสม
(แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม)
2. ฉันมักเห็นเพื่อนเล่นเกมจนหามรุ่งหามค่ำ
(แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกม)

ตอนที่ 8 แบบวัดการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

แบบวัดการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง เป็นการวัดการรับรู้ถึงการถูกควบคุมในการเล่นเกมจากผู้ปกครองของเยาวชน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ควบคุมการใช้งาน การชี้แนะในการเล่นเกม และสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ข้อคำถามทางบวก และข้อคำถามทางลบ โดยข้อคำถามทางบวกเกณฑ์การให้คะแนน 6, 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง “จริงที่สุด” “จริง” “ค่อนข้างจริง” “ค่อนข้างไม่จริง” “ไม่จริง” และ

“ไม่จริงเลย” ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามทางลบจะให้คะแนนในทิศทางกลับกัน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ตอบที่มีการควบคุมการเล่นเกมาจากผู้ปกครองมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดการควบคุมการเล่นเกจากผู้ปกครอง
ในการทดลองใช้แบบสอบถาม พบว่า มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 19 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง .198 - .722 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .914 เมื่อนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันรวมทั้งปรับแบบจำลองจนมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองการควบคุมการเล่นเกจากผู้ปกครอง มีข้อคำถามที่มีคุณภาพ จำนวน 13 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง $CR = .807$ และ $AVE = .586$ แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เฉพาะกับตัวแปรแฝงในองค์ประกอบนั้นซึ่งสามารถวัดได้จากตัวแปรแฝง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ควบคุมการใช้งาน จำนวน 5 ข้อคำถาม การชี้แนะในการเล่นเก จำนวน 4 ข้อคำถาม และสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จำนวน 4 ข้อคำถาม

ตัวอย่าง แบบวัดการควบคุมการเล่นเกจากผู้ปกครอง

1. ผู้ปกครองมีการกำหนดจำนวนเงินที่ฉันสามารถใช้เล่นเกมได้
(ควบคุมการใช้งาน)
2. ผู้ปกครองให้ความรู้ฉันเกี่ยวกับผลกระทบจากการเล่นเกมนานเกินไป
(การชี้แนะในการเล่นเก)
3. ที่บ้านของฉันจะมีเวลาสำหรับทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว
(สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์)

สรุปผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับการวิจัยดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญและปรับแก้ตามคำแนะนำและข้อเสนอของที่ปรึกษา พร้อมนำเครื่องมือไปทดลองใช้แบบสอบถาม (try out) ก่อนนำไปใช้จริงจำนวน 99 คน และดำเนินการตรวจสอบเครื่องมืออีกครั้งเมื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 452 คน โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือใน 3 เรื่อง การตรวจสอบอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Analysis) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ในการตรวจสอบผู้วิจัยทำการตัดข้อคำถามออกทีละข้อโดยพิจารณาจากอำนาจจำแนกที่ต่ำจากการวิเคราะห์ Corrected Item – total Correlation และพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ต่ำเมื่อแบบจำลองการวัดไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูล

เชิงประจักษ์จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน หรือ CFA นอกจากนี้ผู้วิจัยตระหนักถึงความครอบคลุมในนิยามเชิงปฏิบัติการจากการทบทวนวรรณกรรมเสมอ ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแสดงในตารางที่ 4



ตาราง 4 ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตัวแปร		ทดลองใช้ (n = 99)				กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)					
		k	α	CITC	k	Factor Loading รายข้อ	t	R ²	CR	AVE	α
พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา											
$\chi^2 = 30.974, df = 18, P = .029, RMSEA = .040, SRMR = .031, GFI = .983, CFI = .987, NFI = .970$											
- ฉลาดบริโภค	7	.597	.187 - .402	4	.404 - .794	1.000	-	.918	.849	.508	.132 - .409
- การบริโภคอย่างประมาณตน	6	.545	.244 - .370	4	.197 - .646	.836	18.353*	.836		.687	.417 - .569
ทั้งหมด	13	.688	.175 - .389	8						.724	.146 - .598
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา											
$\chi^2 = 68.226, df = 32, P < .001, RMSEA = .050, SRMR = .035, GFI = .971, CFI = .983, NFI = .966$											
- การรู้คิดเชิงประเมินค่า	6	.790	.448 - .648	6	.425 - .687	.964	11.786*	.929	.954	.872	.331 - .452
- ความรู้สึก	5	.614	.282 - .538	4	.430 - .595	.957	11.613*	.917		.376	.195 - .252
- แนวโน้มพฤติกรรม	5	.669	.243 - .639	5	.548 - .816	.879	10.168*	.773		.704	.448 - .651
ทั้งหมด	16	.817	.282 - .576	15						.754	.247 - .623
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคู่ตน											
$\chi^2 = 86.823, df = 32, P < .001, RMSEA = .062, SRMR = .044, GFI = .963, CFI = .969, NFI = .953$											
- การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ	5	.682	.380 - .581	4	.305 - .553	.867	5.381*	.752	.786	.551	.195 - .383
- การวางแผนเพื่ออนาคต	6	.751	.401 - .545	3	.685 - .757	.861	11.966*	.741		.746	.535 - .629
- การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม	5	.592	.157 - .487	3	.417 - .790	.856	7.530*	.733		.616	.305 - .516
ทั้งหมด	16	.868	.296 - .634	10						.785	.256 - .566
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม											
$\chi^2 = 7.548, df = 5, P = .183, RMSEA = .034, SRMR = .0199, GFI = .993, CFI = .997, NFI = .990$											
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	7	.708	.202 - .625	5	.149 - .779		-	.766	.434	.745	.130 - .712

ตาราง 4 (ต่อ)

ทดลองใช้ (n = 99)				กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)								
ตัวแปร		k	α	CITC	k	Factor Loading รายข้อ	t	R ²	CR	AVE	α	CITC
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์												
- การเข้าถึงเกมออนไลน์	5	.459	.184 - .306	$\chi^2 = 168.094, df=87, P<.001, RMSEA=.046, SRMR=.050, GFI=.953, CFI=.982, NFI=.963$	3	.420 - .911	.541	.293	.837	.643	.621	.293 - .585
- การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์	6	.793	.476 - .657		4	.572 - .681	.838	10.781*	.702		.659	.385 - .515
- การประเมินการเล่นเกม	6	.773	.495 - .573		8	.579 - .705	.967	10.657*	.936		.834	.515 - .631
- การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์	6	.787	.382 - .667		15						.859	.287 - .636
ทั้งหมด	23	.904	.294 - .683	การประเมินการเล่นเกม และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ยุบรวมเป็นองค์ประกอบเดียวกัน คือ “การประเมินในเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์”								
การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์												
- แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	5	.621	.311 - .478	$\chi^2 = 26.438, df=13, P=.015, RMSEA=.048, SRMR=.037, GFI=.984, CFI=.959, NFI=.926$	4	.275 - .679	1.000	-	.444	.506	.574	.239 - .427
- แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	4	.638	.365 - .486		3	.453 - .714	-.112	-1.523			.584	.344 - .452
ทั้งหมด	9	.636	.212 - .422		7						.433	.149 - .244
การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง												
- ควบคุมการใช้งาน	7	.803	.155 - .166	$\chi^2 = 146.132, df=62, P<.001, RMSEA=.0549, SRMR=.043, GFI=.953, CFI=.981, NFI=.967$	5	.582 - .787	.710	9.670*	.504	.807	.810	.533 - .682
- การชี้แนะในการเล่นเกมน	6	.870	.559 - .715		4	.634 - .745	.889	12.404*	.791		.765	.540 - .622
- สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	6	.891	.630 - .782		4	.700 - .737	.681	10.585*	.463		.818	.608 - .662
ทั้งหมด	19	.914	.198 - .722		13						.864	.445 - .625

* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือค่า $t > 1.964$

k หมายถึง จำนวนข้อคำถาม α หมายถึง Cronbach's alpha coefficient

CITC หมายถึง Corrected Item – total Correlation

ตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อได้หนังสือแล้ว จึงนำส่งหนังสือดังกล่าวไปยังโรงเรียนที่เป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขออนุญาตในการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. เมื่อได้รับการอนุญาตให้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งนี้ในการดำเนินการเก็บข้อมูลผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญในการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล โดยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ SWUEC-011/2562X

3. เมื่อได้รับข้อมูลกลับมาจนครบ ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบของแบบสอบถามในแต่ละชุด

4. ผู้วิจัยตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับเครื่องมือวิจัย และนำผลไปวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจลักษณะของกลุ่มตัวอย่างตามข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพื้นฐานของตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) เพื่อทราบถึงการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้และตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปร

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยโปรแกรม LISREL เพื่อวิเคราะห์และการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยใช้ดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลอง (model fit indexes) ตามที่ไคลน์ (Kline. 2016) ค่าสถิติกลุ่มทดสอบแบบจำลอง (model test statistics) ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (χ^2) ค่าองศาอิสระ (degree of freedom) และค่านัยสำคัญ (p - value) และค่าดัชนีความกลมกลืนโดยประมาณ (approximate fit indexes) ประกอบด้วย

3.1 กลุ่มดัชนีความกลมกลืนแบบสมบูรณ์ (Absolute fit indexes) ได้แก่ ดัชนีความกลมกลืนในการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนของประชากร (Root Mean Square Error of

Approximation: RMSEA), ดัชนีรากมาตรฐานค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) และดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness-of-Fit Index: GFI)

3.2 กลุ่มดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Incremental fit indexes) ได้แก่ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) และค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเกณฑ์ (Normed fit index: NFI)

โดยสรุปเกณฑ์ของดัชนีความกลมกลืนที่ใช้ในการพิจารณาแบบจำลอง ดังตารางที่ 5 (Hu & Bentler, 1999; Browne & Cudeck, 1993; Schumacker & Lomax, 2010; Kline, 2016) ตาราง 5 เกณฑ์ของดัชนีความกลมกลืนที่ใช้ในการพิจารณาแบบจำลอง

ดัชนีทดสอบความกลมกลืน	เกณฑ์พิจารณา
χ^2 (df)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
p - value	p มากกว่า .05
RMSEA	น้อยกว่า .08
SRMR	น้อยกว่า .05
GFI	มากกว่า .90
CFI	มากกว่า .90
NFI	มากกว่า .90
Relative χ^2 (χ^2/df)	ไม่เกิน 5

การตีความและการปรับแบบจำลอง (Interpreting and modifying the model) ในการตรวจสอบการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้น เมื่อตรวจสอบแบบจำลองแล้วพบว่าแบบจำลองยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจะทำการปรับแบบจำลองโดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ในเชิงทฤษฎี และจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากดัชนีการปรับแบบจำลอง (Modification indices: MI)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ 6 ข้อ โดยมีรายละเอียดในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง

3.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์และอิทธิพล

3.3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 452 คน ซึ่งมีข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ตามที่แสดงในตาราง 6

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 6 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	273	60.40
หญิง	179	39.60
รวม	452	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 4	159	35.18
มัธยมศึกษาปีที่ 5	220	48.67
มัธยมศึกษาปีที่ 6	73	16.15
รวม	452	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน (รายได้เฉลี่ย 4,050 บาทต่อเดือน)		
น้อยกว่า 1500 บาท	18	4.79
1,500 – 3,000 บาท	150	39.89
3,001 – 6,000 บาท	184	48.94
6,001 – 8,000 บาท	12	3.19
มากกว่า 8,000 บาท	12	3.19
รวม	376	100.00
ได้รับรายได้จาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ผู้ปกครอง	439	97.34
ทำงาน	53	11.75
ญาติ	49	10.86

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์ และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ จำนวน 452 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.40 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 39.64 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มากที่สุด ร้อยละ 48.67 รองลงมามัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 35.18 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 16.15 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,050 บาท ส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่อเดือน 3,001 – 6,000 บาท ร้อยละ 48.94 รองลงมา 1,500 – 3,000 บาท ร้อยละ 39.89 และน้อยกว่า 1,500 บาท ร้อยละ 4.79 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เยาวชนมีรายได้จากผู้ปกครอง ร้อยละ 97.34 รองลงมาจากญาติ ร้อยละ 10.86 และจากการทำงาน ร้อยละ 11.75

1.2 พฤติกรรมในการเล่นและการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

ตาราง 7 จำนวน ร้อยละ ของพฤติกรรมในการเล่นและการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

พฤติกรรมเล่นเกมและการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	39	8.63
1 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	112	26.99
2 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	112	26.99
3 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	67	14.82
มากกว่า 4 ชั่วโมง	102	22.57
รวม	452	100.00

ตาราง 7 (ต่อ)

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ซื้อสินค้าเสมือนในภายในเกมออนไลน์ต่อเดือน (ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 384 บาท)		
น้อยกว่า 50 บาท	60	14.39
50 – 150 บาท	111	26.62
151 – 300 บาท	110	26.38
301 – 600 บาท	79	18.94
601 – 900 บาท	13	3.12
901 – 1,600 บาท	29	6.95
1,600 – 3,000 บาท	14	3.36
มากกว่า 3,000 บาท	1	0.24
รวม	417	100.00
ประเภทเกมออนไลน์ที่ซื้อไอเทมด้วยเงินจริง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
MMORPG/ RPG (เช่น Ragnorok, Mu, Pokemon GO เป็นต้น)	144	32.14
Strategy/RTS/MOBA (เช่น ROV, DOTA2, เป็นต้น)	331	73.88
FPS/TPS (เช่น Counter-Strike, PB, PUBG เป็นต้น)	274	61.16
Casual Game (เกมที่เล่นระยะสั้น จบเป็นฉาก ๆ เช่น Candy Crush, Angry Birds, เกมเศรษฐี, เกมไฟ/ดัมมี่, Cookie run เป็นต้น)	194	43.30
Social Game (เกมที่เล่นบน Facebook/Line เช่น Line Play, The sims, FarmVille เป็นต้น)	155	34.60
ประเภทสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่จะเลือกซื้อบ่อย (เลือกตอบได้ 3 ข้อ)		
สินค้าเพื่อแฟชั่น (สกิน/เสื้อผ้า/อาวุธ/เปลี่ยนรูปลักษณ์/เฟอร์นิเจอร์ ฯ)	364	80.53
เสียงโชคเพื่อรับของรางวัล/ตัวละคร	326	72.12
เงินตราเสมือน (เงินในเกมออนไลน์)	298	65.93
สินค้าเสริมพลังในตัวละคร (เสื้อผ้า/อาวุธ/ยา/สัตว์เลี้ยง ฯ)	251	55.53
ของขวัญเสมือน	39	8.63
สินค้าเพื่อประหยัดเวลา	72	15.93
เนื้อเรื่องเสริม	6	1.33

ตาราง 8 จำนวน ร้อยละ ประเภทสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อบ่อยครั้งที่สุด 3 อันดับแรก

ประเภทสินค้าเสมือน	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	ครั้ง	ร้อยละ	ครั้ง	ร้อยละ	ครั้ง	ร้อยละ
เงินตราเสมือน (เงินในเกมออนไลน์)	155	34.29	61	13.50	82	18.14
สินค้าเพื่อแฟชั่น (สกิน/เสื้อผ้า/อาวุธ/เปลี่ยนรูปสกิน/เฟอร์นิเจอร์ ฯ)	140	30.97	150	33.19	74	16.37
สินค้าเสริมพลังในตัวละคร (เสื้อผ้า/อาวุธ/ยา/สัตว์เลี้ยง ฯ)	41	9.07	84	18.58	126	27.88
เสียงไซค์เพื่อรับของรางวัล/ตัวละคร	96	21.24	124	27.43	106	23.45
ของขวัญเสมือน	3	0.66	10	2.21	26	5.75
สินค้าเพื่อประหยัดเวลา	13	2.88	22	4.87	37	8.19
เนื้อเรื่องเสริม	4	0.88	1	0.22	1	0.22
รวม	452	100.00	452	100.00	452	100.00

จากตาราง 7 และ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเล่น เกมออนไลน์ต่อวัน 1 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง และเล่นเกมออนไลน์ต่อวัน 2 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง เท่ากัน ร้อยละ 26.99 รองลงมาเล่นเกมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 4 ชั่วโมง ร้อยละ 22.57 เล่นเกมออนไลน์ต่อวัน 3 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง ร้อยละ 14.82 และเล่นเกมออนไลน์ต่อวันน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 8.63 ตามลำดับ ประเภทเกมออนไลน์ที่มีการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงโดยตอบได้มากกว่า 1 เกม พบว่า ส่วนใหญ่มีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ประเภท Strategy/RTS/MOBA มากที่สุด ร้อยละ 73.88 รองลงมา FPS/TPS ร้อยละ 61.61 และ Casual Game ร้อยละ 43.30 ประเภทเกมออนไลน์ที่มีการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงน้อยที่สุด คือ เกมประเภท MMORPG/ RPG ร้อยละ 32.14

โดยเยาวชนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ต่อเดือน เฉลี่ยอยู่ที่ 384 บาท โดยส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ อยู่ที่ 50 - 150 บาท ร้อยละ 26.62 รองลงมาค่าใช้จ่าย 151 - 300 บาท ร้อยละ 26.38 และ 301 - 600 บาท ร้อยละ 18.94 ตามลำดับ ส่วนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่มีการเลือกบริโภค มากที่สุดในอันดับที่ 1 คือ เงินตราเสมือน (เงินในเกมออนไลน์) ร้อยละ 34.29 อันดับที่ 2 คือ สินค้าเพื่อแฟชั่น (สกิน/เสื้อผ้า/อาวุธ/เปลี่ยนรูปสกิน/เฟอร์นิเจอร์ ฯ) ร้อยละ 33.19 และอันดับที่ 3 คือ สินค้าเสริมพลังในตัวละคร (เสื้อผ้า/อาวุธ/ยา/สัตว์เลี้ยง ฯ) ร้อยละ 27.88 แต่สำหรับสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่จะเลือกซื้อบ่อยครั้งมากที่สุดโดยเลือกได้ 3 ประเภท กลับพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่

มีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ประเภทสินค้าเพื่อแฟชั่นมากที่สุด ร้อยละ 80.53 รองลงมาเสี่ยงโชคเพื่อรับของรางวัล/ตัวละคร ร้อยละ 72.12 และเงินตราเสมือน ร้อยละ 65.93

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้จะทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยการตรวจสอบแจกแจงแบบปกติ (Normal distribution) ของตัวแปรสังเกต ด้วยค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าความเบ้ (Skewness: Sk) ค่าความโด่ง (Kurtosis: Ku) และ P -Value สถิติทดสอบค่าไค-สแควร์ (χ^2) รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ต้องไม่เกิดปัญหาวาระร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกต

การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกต พิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติของสถิติทดสอบค่าไค-สแควร์ (χ^2) โดยใช้เกณฑ์ p -value ของ Skewness & Kurtosis ต้องมากกว่า 0.05 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงเป็นโค้งแบบปกติตามข้อตกลงเบื้องต้น ตาราง 9 ค่าสถิติพื้นฐาน และการตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกต	M	SD	Normality			สัญญาณ ลักษณะ
			Sk	Ku	p	
พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา						COS
ฉลาดบริโภค	4.44	1.05	-0.61	-0.10	0.459	COS.A
การบริโภคอย่างประมาณตน	4.67	0.95	-0.67	-0.25	0.465	COS.B
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา						ATT
การรู้คิดเชิงประเมินค่า	5.09	0.72	-0.88	0.68	0.041	ATT.A
ความรู้สึกรู้สึก	4.64	0.89	-0.30	-0.50	0.117	ATT.B
แนวโน้มพฤติกรรม	5.23	0.79	-1.15	1.21	< .001	ATT.C
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน						LOC
การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ	4.23	0.80	0.08	-0.36	0.873	LOC.A
การวางแผนเพื่ออนาคต	4.51	0.90	-0.46	0.28	0.447	LOC.B
การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม	4.43	0.86	-0.23	0.14	0.582	LOC.C
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม						VALU
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	3.99	1.02	0.07	3.99	0.878	VALUE

ตาราง 9 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกต	M	SD	Normality			สัญญาณ ลักษณะ
			Sk	Ku	p	
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์						LTG
การเข้าถึงเกมออนไลน์	4.95	0.81	-0.57	4.95	0.008	LTG.A
การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์	4.92	0.78	-0.51	4.92	0.086	LTG.B
การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์สร้างสรรค์	5.18	0.70	-0.80	5.18	0.048	LTG.C
การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์						MOF
แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	4.59	0.83	-0.43	4.59	0.537	MOF.A
แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	3.54	1.24	-0.03	3.54	0.648	MOF.B
การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง						COT
ควบคุมการใช้งาน	3.77	1.28	-0.26	3.77	0.469	COT.A
การชี้แนะในการเล่นเกมน	4.74	1.05	-0.87	4.74	0.013	COT.B
สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.36	1.19	-0.76	4.36	0.126	COT.C

จากตาราง 9 ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกต พบว่า ตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญทางสถิติของ χ^2 มากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ยกเว้นบางตัวแปรสังเกต ได้แก่ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยปัญญาด้านการรู้คิดเชิงประเมินค่า (ATT.A) เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาด้านแนวโน้มพฤติกรรม (ATT.C) การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ในด้านการเข้าถึงเกมออนไลน์ (LGT.A) การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ในด้านการประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์สร้างสรรค์ (LGT.C) และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองในด้านการชี้แนะในการเล่นเกมน (COT.B) ที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติของ χ^2 น้อยกว่า 0.05 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรสังเกตมีลักษณะการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติอย่างไม่มีนัยสำคัญ แต่เนื่องจากมีขนาดกลุ่มตัวอย่างใหญ่ และทดสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติด้วยสถิติทดสอบค่าไค-สแควร์ ทำให้การแจกแจงเป็นโค้งปกติมีนัยสำคัญ และจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่พอ ($n > 30$) จึงอนุมานโดยใช้กฎการลู่เข้าสู่ส่วนศูนย์กลาง (The Center Limit Theorem) นอกจากนี้ทุกตัวแปรสังเกตมีค่าความเบ้ $\pm$ ไม่เกิน 3 และมีค่าความโด่ง $\pm$ ไม่เกิน 10 แสดงว่ามีการแจกแจงไม่ผิดปกติ และไม่กระทบต่อการวิเคราะห์ด้วยการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood (Schumacker & Lomax, 2010) ดังนั้นสรุปได้ว่าข้อมูลตัวแปรสังเกตทั้งหมดในการศึกษาเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการแจกแจงแบบโค้งปกติ

2.2 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรไม่ควรสูงกว่า 0.85 (Kline, 2005, p. 56) ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ดังนี้

ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกต	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์								
	COS.A	COS.B	ATT.A	ATT.B	ATT.C	LOC.A	LOC.B	LOC.C	VALU
COS.A	1.000								
COS.B	0.491**	1.000							
ATT.A	0.264**	0.204**	1.000						
ATT.B	0.461**	0.395**	0.413**	1.000					
ATT.C	0.250**	0.300**	0.522**	0.429**	1.000				
LOC.A	0.214**	0.210**	0.189**	0.274**	0.271**	1.000			
LOC.B	0.122**	0.056	0.300**	0.158**	0.253**	0.464**	1.000		
LOC.C	0.040	-0.061	0.155**	0.176**	0.228**	0.496**	0.518**	1.000	
VALU	0.323**	0.289**	0.157**	0.390**	0.285**	0.201**	0.124**	0.111*	1.000
LTG.A	0.144**	0.177**	0.290**	0.318**	0.346**	0.335**	0.184**	0.285**	0.106*
LTG.B	0.020	-0.059	0.257**	0.114*	0.286**	0.185**	0.215**	0.142**	0.122**
LTG.C	0.083	0.104*	0.329**	0.251**	0.470**	0.277**	0.274**	0.246**	0.264**
MOF.A	-0.053	-0.092*	0.156**	0.078	0.191**	0.183**	0.280**	0.244**	0.032
MOF.B	-0.253**	-0.306**	-0.107*	-0.192**	-0.187**	-0.061	-0.050	0.041	-0.252**
COT.A	-0.069	-0.108*	0.034	0.051	-0.041	0.143**	0.072	0.110*	-0.148**
COT.B	-0.008	-0.011	0.141**	0.196**	0.203**	0.227**	0.183**	0.188**	0.106*
COT.C	0.018	0.001	0.098*	0.097*	0.065	0.305**	0.170**	0.209**	-0.016

ตาราง 10 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์							
สังเกต	LTG.A	LTG.B	LTG.C	MOF.A	MOF.B	COT.A	COT.B	COT.C
LTG.A	1.000							
LTG.B	0.339**	1.000						
LTG.C	0.435**	0.602**	1.000					
MOF.A	0.204**	0.262**	0.444**	1.000				
MOF.B	-0.136**	0.012	-0.142**	0.059	1.000			
COT.A	0.133**	-0.017	-0.005	0.151**	0.177**	1.000		
COT.B	0.315**	0.208**	0.349**	0.272**	-0.004	0.501**	1.000	
COT.C	0.116*	0.055	0.094*	0.210**	0.041	0.395**	0.480**	1.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงผลของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตพบว่า ตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.602 ถึง 0.094 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตภายในที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรสังเกตภายนอกมากที่สุด คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาด้านแนวโน้มพฤติกรรม (ATT.C) กับการประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์สร้างสรรค์ (LTG.C) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.470 อย่างมีนัยสำคัญ และที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกน้อยที่สุด คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาด้านความรู้สึก (ATT.B) กับการสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (COT.C) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.097 อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างกัน มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง -0.092 ถึง -0.306 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตภายในที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวแปรสังเกตภายนอกอย่างมีนัยสำคัญ คือ การบริโภคอย่างประมาดตน (COS.B) มีความสัมพันธ์เชิงลบมากที่สุดกับการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.B) และยังมีความสัมพันธ์เชิงลบน้อยที่สุดกับการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.A) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.092 และ -0.306 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้พบว่าความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างตัวแปรสังเกตภายในกับตัวแปรสังเกตภายนอก โดยพบว่าตัวแปรสังเกตภายนอก ได้แก่ แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.A)

ควบคุมการใช้งาน (COT.A) และการชี้แนะในการเล่นเกมส์ (COT.B) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวแปรสังเกตภายใน ได้แก่ ฉลาดบริโภค (COS.A) และการบริโภคอย่างประมาณตน (COS.B) ซึ่งเป็นตัวแปรพฤติกรรม แต่จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์เชิงลบที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ตัวแปรสาเหตุทั้งสามตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวแปรผลทั้งสองพฤติกรรมย่อย โดยตัวแปรการบริโภคอย่างประมาณตน (COS.B) ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ กับตัวแปรควบคุมการใช้งาน (COT.A) และการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมส์ (MOF.A) เพียง 2 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.092 และ -0.108 ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และยังพบว่า การบริโภคอย่างประมาณตน (COS.B) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม (LOC.C) และการวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ (LTG.B) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ให้ตัวแปรฉลาดบริโภค และการบริโภคอย่างประมาณตน ทั้งสองตัวแปรสังเกตสามารถร่วมกันอธิบายเพียงหนึ่งตัวแปรแฝงได้ คือ พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา ตามแบบจำลองและสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมไว้

เมื่อพิจารณาปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) โดยเกณฑ์ความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้น ต้องมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่ควรสูงกว่า 0.850 (Kline, 2005, p. 5) ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกินกว่า ± 0.602 ดังนั้นตัวแปรสังเกตที่ศึกษาจึงมีความเหมาะสมที่ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นต่อไป

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อทดสอบโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 452 หน่วย เพื่อพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และขนาดอิทธิพลของแต่ละตัวแปรในแบบจำลองสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables) 5 ตัว และตัวแปรภายใน (Endogenous Variables) อีก 2 ตัว มีรายละเอียดของการวิเคราะห์ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

3.1.1 การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง ในการวิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ต้องตรวจสอบความสามารถในการประมาณค่าพารามิเตอร์ได้ค่าเดียวหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าองศาอิสระ (Degree of Freedom) มีค่า

มากกว่าศูนย์หรือไม่ จากการเปรียบเทียบจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณหรือเมตริกซ์กับจำนวนสมการโครงสร้างที่มีอยู่ โดยสูตรคำนวณ $N(N+1)/2$ เมื่อ N คือ จำนวนตัวแปรสังเกต

แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่ามีทั้งสิ้น 55 ค่า มีองค์ความเป็นอิสระเท่ากับ 98 และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 17 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนสมการโครงสร้างเท่ากับ $15(16+1)/2 = 153$ โดยจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมตริกซ์ แสดงว่ารูปแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองระบุเกินพอดี (Over-Identified Model) ดังนั้นแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นไปตามเงื่อนไขการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง และสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ได้

3.1.2 การทดสอบความกลมกลืนกับข้อมูลประจักษ์ของแบบจำลอง

การวิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลองสมการ ต้องตรวจสอบความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ เพื่ออธิบายรูปแบบความสัมพันธ์และทิศทางของตัวแปรที่ศึกษาในแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องต่าง ๆ การวิเคราะห์ครั้งนี้หากพบว่าแบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือไม่ผ่านค่าดัชนีความสอดคล้องที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 (Hu & Bentler, 1999; Browne & Cudeck, 1993; Schumacker & Lomax, 2010; Kline, 2016) ผู้วิจัยจะทำการปรับแบบจำลองโดยพิจารณาจากค่าดัชนีปรับแต่งแบบจำลอง (Model modification index) ที่ได้จากการวิเคราะห์โดยมุ่งปรับที่ความสัมพันธ์ระหว่างเวกเตอร์ความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรสังเกตหรือเมตริกซ์ที่ Theta-Delta และ Theta-Epsilon โดยไม่ปรับข้ามเมตริกซ์ รวมทั้งคำนึงถึงความเหมาะสม และความเป็นไปได้ตามแนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนกับข้อมูลประจักษ์ของแบบจำลองในตาราง 11

ตาราง 11 การเปรียบเทียบค่าดัชนีความกลมกลืนก่อนและหลังปรับแบบจำลอง

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าดัชนีก่อนปรับ	ค่าดัชนีหลังปรับ
χ^2	$p > .05$	$\chi^2 = 446.190, df = 99, p < .001$	$\chi^2 = 267.772, df = 85, p < .001$
χ^2/df	< 3.00	4.709	3.105
RMSEA	$< .08$	0.091	0.069
SRMR	$< .05$	0.080	0.058
CFI	$> .90$	0.091	0.944
GFI	$> .90$	0.892	0.935
NFI	$> .90$	0.875	0.923

จากการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญากับข้อมูลเชิงประจักษ์ในแบบจำลองสมมติฐาน พบว่า $\chi^2 = 446.190$, $df = 99$, $p < 0.001$, RMSEA = 0.091, SRMR = 0.080, CFI = 0.091, GFI = 0.892, NFI = 0.875 ซึ่งแบบจำลองยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ยัง พบว่า ตัวแปรสังเกตการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.A) และการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.B) ในแบบจำลองการวัดการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF) มีค่าอำนาจพยากรณ์ประกอบเท่ากับ 22.852 และ 0.809 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าอำนาจพยากรณ์ประกอบสูงและต่ำกว่าปกติ ผนวกกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปรนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -0.059$, $p = 0.213$) สะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน และตัวแปรสังเกตแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน ไม่สามารถร่วมกันอธิบายในแบบจำลองการวัดการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ได้ ผู้วิจัยจึงทำการแยกทั้ง 2 ตัวแปรออกจากกันและทำการวิเคราะห์ใหม่เพื่อให้แบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างมีเหตุมีผลมากที่สุด

จากการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญากับข้อมูลเชิงประจักษ์ในแบบจำลองสมมติฐาน พบว่า $\chi^2 = 446.190$, $df = 99$, $p < 0.001$, RMSEA = 0.091, SRMR = 0.080, CFI = 0.091, GFI = 0.892, NFI = 0.875 ซึ่งแบบจำลองยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ยัง พบว่า ตัวแปรสังเกตการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.A) และการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน (MOF.B) ในแบบจำลองการวัดการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF) มีค่าอำนาจพยากรณ์ประกอบเท่ากับ 22.852 และ 0.809 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าอำนาจพยากรณ์ประกอบสูงและต่ำกว่าปกติ ผนวกกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปรนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -0.059$, $p = 0.213$) สะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน และตัวแปรสังเกตแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน ไม่สามารถร่วมกันอธิบายในแบบจำลองการวัดการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ได้ ผู้วิจัยจึงทำการแยกทั้ง 2 ตัวแปรออกจากกันและทำการวิเคราะห์ใหม่เพื่อให้แบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างมีเหตุมีผลมากที่สุด

ดังนั้นการพัฒนาแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาจะประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables) 6 ตัว และตัวแปรภายใน (Endogenous Variables) อีก 2 ตัว รวมทั้งทำการปรับเปลี่ยนแบบจำลองให้มีความกลมกลืนกับข้อมูล

เชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น โดยมีการปรับให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตให้สัมพันธ์ทั้งหมด 9 ครั้ง มีรายละเอียดดังนี้

- ตัวแปรสังเกตภายนอก: มีการปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันระหว่าง การควบคุมการเล่นจากผู้ปกครองในด้านการชี้แนะในการเล่น (COT.B) ไปยังการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม (VALUE) และตัวแปรบ่งชี้การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การเข้าถึงเกมออนไลน์ (LTG.A) การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ (LTG.B) การประเมินในการเล่นออนไลน์สร้างสรรค์ (LTG.C) ในส่วนนี้ผู้วิจัยพิจารณาในการปรับความสัมพันธ์ของแบบจำลองตามทฤษฎี Social Cognitive Theory ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์มักจะใช้สภาพเงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมนั้น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมครั้งต่อไป นอกจากนี้การเรียนรู้เชิงจริยธรรมของมนุษย์นั้นเริ่มต้นจากการถูกควบคุมจากภายนอก อันได้แก่ การให้รางวัลหรือลงโทษ รวมทั้งผู้ปกครองที่เป็นตัวแบบพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงจริยธรรม (สิทธิโชค วรานุสันติกูล, 2546, น. 75) ซึ่งเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) กล่าวคือ การชี้แนะในการเล่น (COT.B) เป็นการควบคุมพฤติกรรมการเล่นโดยการถ่ายทอดความรู้ และคำแนะนำเกี่ยวกับการเล่นเกมจากผู้ปกครอง ซึ่งอาจเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับปัจจัยการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม (VALUE) และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ (LTG) ซึ่งเป็นปัจจัยเกี่ยวกับการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรม และมีการปรับให้ความคลาดเคลื่อนของการคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ (LOC.A) สัมพันธ์กับการวางแผนเพื่ออนาคต (LOC.B) ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตของลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน (LOC) จึงมีความเป็นไปได้ว่าทั้ง 2 ตัวแปรสังเกตจะมีความคลาดเคลื่อนร่วมกันหรือสิ่งที่ไม่สามารถวัดได้เป็นสิ่งเดียว ผู้วิจัยจึงพิจารณาปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กัน

- ตัวแปรสังเกตภายใน: มีการปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กับเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในด้านความรู้สึก (ATT.B) กับด้านแนวโน้มพฤติกรรม (ATT.C) ผู้วิจัยพิจารณาในการปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันเช่นเดียวกับลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน และมีการปรับเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในด้านความรู้สึก (ATT.B) ให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาทั้งด้านฉลาดบริโภค (COS.A) และด้านการบริโภคอย่างประมาณตน (COS.B) และยังมีการปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันระหว่างเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในการรู้คิดเชิงประเมินค่า (ATT.A) กับพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาด้านการบริโภคอย่างประมาณตน

(COS.B) ในส่วนนี้ผู้วิจัยพิจารณาในการปรับความสัมพันธ์ของแบบจำลองตามมุมมองของ ฟิชไบน์และไอเซน (Fisnbein & Ajzen, 1980) อธิบายว่า เจตคติจะสามารถทำนายพฤติกรรมได้ เมื่อมีการวัดเจตคติเป็นอย่างดีโดยต้องวัดสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เจาะจง คือ บอกรกระทำ (Action) มีเป้าหมาย (Target) กำหนดบริบท (Context) และกำหนดเวลา (Time) กล่าวคือ เจตคติต่อพฤติกรรม และพฤติกรรมนั้นต้องวัดในเรื่องเดียวกัน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่าตัวสังเกตของเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา กับพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีความเคลื่อนไหวร่วมกันหรือสิ่งที่ไม่สามารถวัดได้เป็นสิ่งเดียว เนื่องจากการวัดเจตคติมีความเฉพาะเจาะจงต่อพฤติกรรม ผู้วิจัยจึงพิจารณาปรับให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กัน

ผลของแบบจำลองหลังปรับแล้ว พบว่า $\chi^2 = 267.77$, $df = 85$, $p < .001$, RMSEA = 0.069, SRMR = 0.058, CFI = 0.0944, GFI = 0.935, NFI = 0.923 จากผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า แบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาหลังปรับแก้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งหมายถึงแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา (แผนภาพแบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาหลังปรับแก้ ในภาคผนวก)

3.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์และอิทธิพล

จากการวิเคราะห์แบบจำลองทั้งแบบจำลองการวัด (Measurement model) และแบบจำลองโครงสร้าง (structural model) ที่พัฒนาขึ้นหลังปรับแก้ สามารถอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพฯ ดังตาราง 12 และภาพประกอบ 4

3.2.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement model) ใน

การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่เป็นตัวแปรบ่งชี้ตัวแปรแฝง มีเกณฑ์ในการตัดสิน คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมียุทธศาสตร์ทางสถิติ (ค่า $t > 1.964$, $p < 0.05$) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ในระดับดีเยี่ยมมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ระดับดีมีค่าไม่น้อยกว่า 0.63 ระดับดีมีค่าไม่น้อยกว่า 0.55 ระดับพอใช้มีค่าไม่น้อยกว่า 0.45 ระดับแยมีค่าไม่น้อยกว่า 0.32 และระดับแยมากควรถูกตัดออกมีค่าน้อยกว่า 0.32 (Comrey & Lee, 1992) จากผลพบว่า ทุกตัวแปรสังเกตมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ SEM ผู้วิจัยได้ตั้งความคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนสำหรับตัวแปรแฝงที่มีตัวแปรบ่งชี้เพียง 1 ตัวแปรสังเกต ได้แก่ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การได้รับแบบอย่าง

ที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน และการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน ด้วยสูตร $(1 - \text{Cronbach's Alpha}) \times \text{variance}$ ซึ่งผลการวิเคราะห์จำลองการวัด มีรายละเอียดดังนี้

แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา (COS) พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 2 แห่ง ประกอบด้วย การบริโภคอย่างประมาทตน (COS.B) และฉลาดบริโภค (COS.A) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.728 และ 0.664ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรสังเกตทั้ง 2 ตัวสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของตัวแปรแฝงพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา (ATT) ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกต พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 แห่ง ประกอบด้วยเจตคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม (ATT.C) เจตคติด้านความรู้สึก (ATT.B) และเจตคติด้านการรู้คิดเชิงประเมินค่า (ATT.A) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.841, 0.680 และ 0.618 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของตัวแปรแฝงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

แบบจำลองการวัดปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ตัวแปรแฝงลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน (LOC) พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 แห่ง ประกอบด้วย การคาดการณ์ และเห็นถึงความสำคัญ (LOC.A) การวางแผนเพื่ออนาคต (LOC.B) และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม (LOC.C) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.780, 0.778 และ 0.642 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของตัวแปรแฝงลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ตัวแปรแฝงการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม (VALUE) พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตของตัวมันเอง ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.861 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรแฝงการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นตัวแปรบ่งชี้ของตัวมันเอง และตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ (LTG) พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 แห่ง ประกอบด้วย การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ และการเข้าถึงเกมออนไลน์ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.919, 0.639 และ 0.477 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของตัวแปรแฝงการรู้เท่าทันเกมออนไลน์

แบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF.A) พบว่า สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตของตัวมันเอง ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.757 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรแฝงการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์เป็นตัวแปรบ่งชี้ของตัวมันเอง ส่วนตัวแปรแฝง

การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF.B) มีตัวแปรบ่งชี้เป็นตัวมันเองเช่นกัน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.764 และตัวแปรแฝงการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง (COT) สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 แห่ง ประกอบด้วย การชี้แนะในการเล่นเกมน (COT.B) ควบคุมการใช้งาน (COT.A) และสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ (COT.C) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.782, 0.628 และ 0.609 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวสามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของตัวแปรแฝงการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง

3.2.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง (structural model) ใน

การอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุไปยังตัวแปรผลหลังปรับแก้แบบจำลอง ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา โดยเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา พบว่า ตัวแปรส่งผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากตัวแปรสาเหตุ ได้แก่ การรู้เท่าทันเกมนออนไลน์มากที่สุด รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.410, 0.235, 0.190, 0.153 ตามลำดับ และเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญายังได้รับอิทธิพลเชิงลบจากการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.165 ส่วนการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยเชิงสาเหตุของเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเอง การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมนออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง มีความสามารถร่วมกันอธิบายเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 47.16

ส่วนพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาซึ่งเป็นตัวแปรผลได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาซึ่งเป็นตัวแปรส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.350 และเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญายังมีอิทธิพลเชิงบวกมากที่สุด รองลงมา

พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลเชิงบวกโดยรวมจากตัวแปรสาเหตุ ได้แก่ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนตามลำดับ โดยพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.172 และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.082 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.149 และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.054 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญายังได้รับอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง โดยอ้อมผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.114 และ 0.067 ตามลำดับ แต่พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาไม่ได้รับอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงจากทั้งสองตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ จะเห็นได้ว่าการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF.B) มีอิทธิพลเชิงลบทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.320 และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ -0.058 แต่การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ (MOF.A) กลับไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง รวมทั้งตัวแปรส่งผ่าน คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีความสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 42.92

ตาราง 12 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุไปยังตัวแปรผลที่ปรับแก้

ตัวแปร	เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา			พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือน ในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา	-	-	-	0.350*	-	0.350*
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน	0.153*	-	0.153*	0.149*	0.054*	0.202*
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	0.235*	-	0.235*	0.172*	0.082*	0.255*
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์	0.410*	-	0.410*	-0.053	0.144*	0.090
การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนใน การเล่นเกมออนไลน์	-0.128	-	-0.128	-0.178	-0.045	-0.223
การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนใน การเล่นเกมออนไลน์	-0.165*	-	-0.165*	-0.320*	-0.058*	-0.378*
การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง	0.190*	-	0.190*	-0.069	0.067*	-0.002
R^2		0.4716			0.4292	
DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct effect)			IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect)			
TE หมายถึง อิทธิพลโดยรวม (Total effect)			* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			

จากผลการวิจัยได้ข้อค้นพบว่า เยาวชนที่มีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงก็จะส่งผลให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นไปด้วย และเยาวชนที่มีคุณลักษณะทางจิตทั้ง 3 ลักษณะสูง ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ก็จะส่งผลให้เจตคติ และพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเพิ่มขึ้นไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ส่งผลเพียงทางอ้อมต่อพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเท่านั้น และในทางกลับกันถ้าเยาวชนมีคุณลักษณะทางจิตทั้ง 3 ลักษณะน้อย ก็จะน้อยตามไปด้วย รวมทั้งหากเยาวชนอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองสูงก็จะส่งผลให้เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงด้วยเช่นกัน แต่ในส่วนพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับผลทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเท่านั้น

นอกจากนี้หากเยาวชนอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีลักษณะเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีในการเล่นเกมนออนไลน์น้อยเท่าไรก็จะทำให้เยาวชนมีเจตคติ และพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามากขึ้นไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ แต่กลับไม่พบผลนี้ในเยาวชนที่อยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีลักษณะเป็นแบบอย่างที่ดีในการเล่นเกมนออนไลน์

ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบมีเพียงการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ส่วนเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน แต่ได้รับผลเชิงลบจากการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

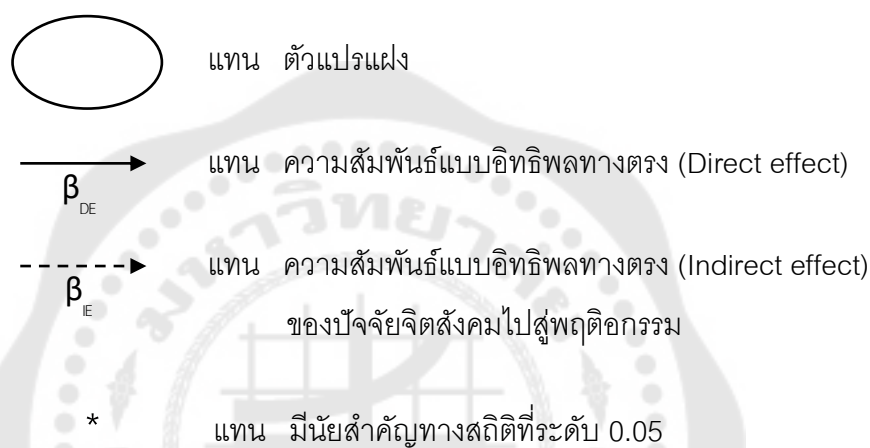
การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variable) ส่วนปัจจัยเชิงสาเหตุประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ การรับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1997) เป็นแนวทางในการอธิบายสาเหตุของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่เกิดขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์ และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 - 18 ปี จำนวน 452 คน มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มจากโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพฯ เมื่อได้โรงเรียนจึงทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Sampling) ในการสุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การวิจัย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ 8 ฉบับ มีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างระหว่าง 0.766 ถึง 0.954 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วย โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยมีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาหลังปรับแก้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด คือ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลทางลบมีเพียงการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ปัจจัยทางจิตสังคมมีความสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 42.92 ส่วนเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน แต่ได้รับผลทางลบจากการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์ มีความสามารถร่วมกันอธิบายเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 47.16

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในแบบจำลองสมมติฐานการวิจัย



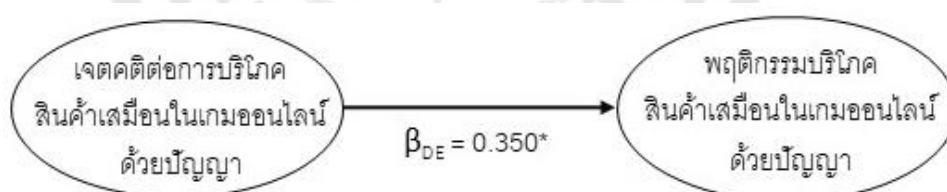
การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน

แบบจำลองการโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตสังคมมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า มีค่าดัชนีตรวจสอบ $\chi^2 = 267.77$, $df = 85$, $p < .001$, $RMSEA = 0.069$, $SRMR = 0.058$, $CFI = 0.0944$, $GFI = 0.935$, $NFI = 0.923$ และ $\chi^2/df = 3.105$ ซึ่งหมายถึงแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญา สังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1997) พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากอิทธิพล 2 ทาง ในทางแรกเป็นอิทธิพลจากสังคม และในทางที่สองเป็นอิทธิพลจากตัวบุคคลเอง โดยร่วมกันอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกัน และสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ อธิบายว่า ความเป็นเหตุปัจจัยในระบบของศีลธรรมที่ทุกอย่างทุกด้านสัมพันธ์อิงอาศัยส่งผลต่อกันครอบคลุมทั้งชีวิตจิตใจ สังคม ตลอดจนถึงธรรมชาติ กล่าวคือ มนุษย์ที่มีความต้องการทางสังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีงามและสร้างสรรค์ ทำให้บุคคลต้องมีพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาเพื่อตอบสนองความต้องการที่ดี (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต),

2531) โดยกรอบแนวคิดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา และการศึกษาของ ศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษา ซึ่งใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมเป็นกรอบในการวิเคราะห์สาเหตุของพฤติกรรม

ดังนั้นกรอบแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม สามารถอธิบายปัจจัยทางจิตสังคมที่ร่วมกันอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนได้อย่างครอบคลุม โดยมีสมมติฐานย่อยตามเส้นทางอิทธิพลของ ดังนี้

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผลการวิจัยพบว่า เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เยาวชนหากมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงก็จะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย ในทางกลับกันหากมีเจตคติน้อยพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อย ตามภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

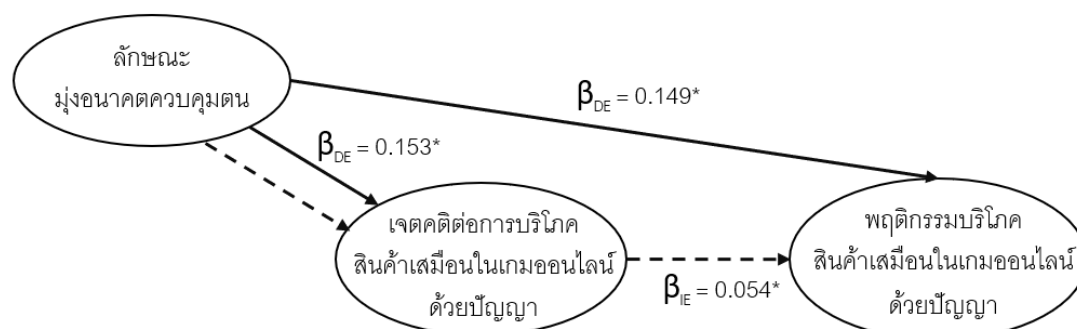
จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้น ซึ่งเจตคติเป็นสภาวะความพร้อมที่กำหนดทิศทางหรือมีอิทธิพลที่เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Allport, 1935) เจตคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม หากบุคคลมีทั้ง 3 องค์ประกอบสอดคล้องกันต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างคงทนและมีทิศทางเดียวกันมีแนวโน้มให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเจตคติ (McGuire, 1985) ผลการศึกษาของ สิทธิพันธ์ หนันไชย (2554) อธิบายว่า เจตคติต่อสินค้าเสมือนของผู้ซื้อสินค้าเสมือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน เนื่องจากสินค้า

เสมือนในเกมออนไลน์ก็เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีคุณลักษณะและคุณประโยชน์ทั่วไปในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในการสร้างความสนุกสนานและพอใจให้กับผู้ใช้สินค้าที่ผู้ซื้อสินค้าเสมือนอาจไม่ได้รับการตอบสนองจากโลกจริงหรือได้รับน้อย ดังนั้นเจตคติที่มีต่อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จึงไม่ต่างอะไรจากเจตคติโดยทั่วไปต่อสินค้าทั่วไป สอดคล้องกับ ชนภัทร วชิรธรรมพร (2560) พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่า และคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไอเทมภายในเกมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และพบผลความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาในการศึกษาของ ผจจจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546-2547) ซึ่งพบว่าเจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญามีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา และผลการศึกษาของ ศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557) โดยพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงที่สำคัญที่สุดของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีในประเทศไทยและมาเลเซีย และยังพบผลเดียวในบริบทที่ใกล้เคียง ดังนี้ การศึกษาของ ธันยวันันธุ์ เลียนอย่าง (2561) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะและเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น หรือการศึกษาของ วันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) ซึ่งพบว่าเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนให้เพื่อนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย และยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558) พบว่าเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขด้านการไม่เล่นการพนัน และพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขในการไม่เกย์จรร้าน

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 2 ลักษณะมุ่งอนาคต

ควบคุมตนมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนสูงจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งหากเยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ก็จะช่วยยิ่งช่วยให้ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงมากขึ้นกว่าเดิม แต่ในทางกลับกันหากเยาวชนมีลักษณะมุ่งอนาคต

ควบคุมตนเองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อยลงตามภาพประกอบ 6

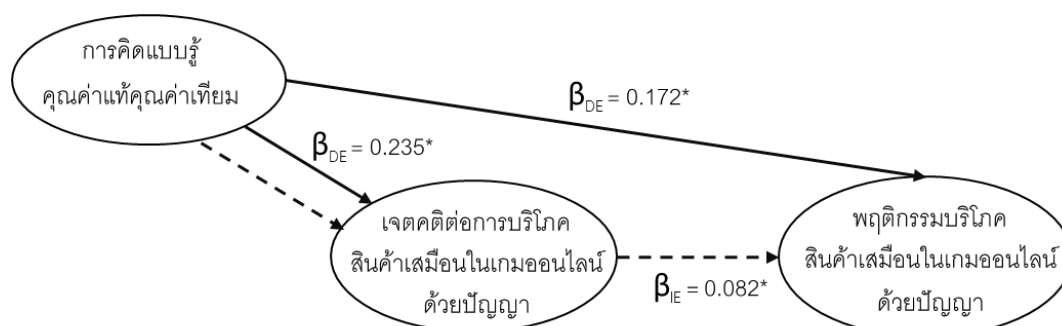


ภาพประกอบ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้น ซึ่งลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นลักษณะทางจิตให้บุคคลสามารถปฏิบัติตนได้ตามเป้าประสงค์ของตนจากการคาดการณ์ และเห็นผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2538) เห็นถึงความสำคัญในการวางแผนเพื่อประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต (Mischel, 1974) และควบคุมตนและพฤติกรรมที่เลือกกระทำ โดยมีเป้าหมายเพื่อสิ่งที่มีคุณค่ามากกว่าสิ่งที่มีประโยชน์มากกว่า (รุจิเรศ พิษิตานนท์, 2546) ผู้ที่มีนิสัยควบคุมตนเองจะมีแนวโน้มในการควบคุมพฤติกรรมขาดความยับยั้งชั่งใจ (impulse control) และความรู้สึกด้านศีลธรรม (moral emotions) ได้ดีกว่าผู้ที่มีนิสัยควบคุมตนเองต่ำ โดยนักเรียนจะยับยั้งการทำพฤติกรรมที่อาจนำไปสู่การเล่นพนันบอลโดยการควบคุมตนเองด้านอารมณ์ และการควบคุมตนเองจากสิ่งเร้า (Tangney et al, 2004) ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนทำให้บุคคลตัดสินใจที่จะพยายามกระทำหรือละเว้นจากการกระทำอย่างต่อเนื่องเพราะเล็งเห็นอะไรบางอย่าง ซึ่งในโลกของเกมออนไลน์มีปัจจัยที่กระตุ้นการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ส่วนหนึ่งมาจากตัวเกมที่ออกแบบ วิธีเล่น และสิ่งแวดล้อมที่เป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้เกิดการแข่งขัน ต้องมี/ต้องหาสิ่งที่พิเศษเพื่อความแตกต่างจากผู้อื่นที่ค่อย ๆ ทำให้ผู้เล่นเกิดนิสัยและอยากซื้อสินค้าอยู่ตลอดเวลา (อัคริมา นันทนาสิทธิ, 2557) ซึ่งการที่เยาวชนมีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนจะช่วยให้มีเจตคติและพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่ดี คือ ตระหนักถึงผลและความจำเป็นในอนาคตและมีความยับยั้งชั่งใจก่อนตัดสินใจซื้อ จะเห็นได้จากการศึกษาของ ศรัณย์ พิมพิทอง (2557) พบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงโดยผ่านเจตคติ

ต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงในนักศึกษาไทยและมาเลเซีย สอดคล้องกับการศึกษาของ แสงเดือน เสาะสูงเนิน และดุจเดือน พันธุนาวิน (2559) โดยพบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน สามารถทำนายพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และสอดคล้องกับ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2553) พบว่า การควบคุมตนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค สื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา และยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรวง (2553) พบว่า การที่นักเรียนมีลักษณะควบคุมตนมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมติดสนทนา ออนไลน์ และพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขภาพรวมของนักเรียน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 3 การคิดแบบรู้คุณค่าแท้ คุณค่าเทียมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผลการวิจัย พบว่า การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เยาวชนที่มีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมสูงจะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งหากเยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ก็จะช่วยยิ่งช่วยให้การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงมากขึ้นกว่าเดิม แต่ในทางกลับกันหากเยาวชนมีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมน้อยพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อยลงตามภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้น โดยการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมเป็นหนึ่งในกรอบแนวคิดโยนิโสมนสิการมุ่งกำจัดอวิชชาทำให้เกิดความรู้แจ้งซึ่งวิธีการคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียม เป็นวิธีคิดให้ตระหนักถึงคุณค่าประโยชน์สุขจากการใช้สอยปัจจัย 4 อย่างมีเหตุมีผลใช้ในชีวิตประจำวัน มากกว่าคุณค่าตอบสนองตัณหา (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2542) จากผลสำรวจของ อัศริมา นันทนาสิทธิ (2557) แรงจูงใจให้เกิดการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมด้วยเงินจริงมาจากผู้เล่นต้องการตอบสนองความมีตัวตนภายในเกมอย่างมากผ่านการบริโภคเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ชุดแฟชั่น อาวุธอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องดูดีสวยงาม ผู้เล่นหลายคนยอมจ่ายเงินในราคาสูงเพื่อให้ตัวละครดูดี หรือยอมซื้อเพราะเป็นสินค้าหายากไว้สะสม ครอบครอง โดยไม่สนใจถึงความสามารถ คุณสมบัติ และราคาของไอเทมชิ้นนั้นแต่ซื้อมาไว้เพื่อโชว์ให้ผู้อื่นเห็นและมีความภูมิใจที่ได้ครอบครอง โดยการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ดังกล่าวเป็นการอาศัยการคิดแบบคุณค่าเทียม จะพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของพบว่า ศรัณย์ พิมพทอง (2557) การที่นักศึกษาทั้งไทยและมาเลเซียที่มีความเชื่อว่าความสุขความสำเร็จเกิดจากวัตถุเท่านั้น วัตถุช่วยอำนวยความสะดวก แต่ต้องการครอบครองวัตถุจนเกินความพอดี หรือเรียกว่า ความเป็นวัตถุนิยม ซึ่งความเป็นวัตถุนิยมนี้ทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงลดลงโดยมีปัจจัยเจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงเป็นปัจจัยส่งผ่าน ดังนั้นหากเยาวชนที่เล่นเกมมีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียมจะทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคในเชิงบวกจะเห็นได้จากการศึกษาของ พิษขภา มะลิทอง (2557) พบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมตามแนวคิดโยนิโสมนสิการแบบรู้คุณค่าแท้รู้คุณค่าเทียมมีพฤติกรรมบริโภคนิยมในทิศทางที่ดีขึ้นทั้งในด้านการกิน การแต่งกาย และด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยี หรือการศึกษาของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558) ซึ่งพบว่า วิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการศึกษาของ ผจจจิต อินทสุวรรณ และคนอื่น ๆ (2546 – 2547) ทำให้เห็นว่าการที่นักเรียนมีเหตุผลในการคิดตามแนวคิดโยนิโสมนสิการจะส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน นอกจากนี้การศึกษาของ พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิโต) (2559) พบว่าการคิดตามหลักโยนิโสมนสิการเป็นปัจจัยทางจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 และประสิทธิผลของโปรแกรมในกลุ่มนักเรียนที่ได้รับการฝึกทักษะการคิดโยนิโสมนสิการเมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุมมีผลต่อของพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 4 การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผลการวิจัยพบว่า การรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยอ้อมผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การรู้เท่าทันเกมออนไลน์กลับไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เยาวชนที่มีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์สูงจะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย แต่เยาวชนต้องมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงด้วยเพื่อเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้การรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติในทางกลับกันหากเยาวชนมีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์น้อย และเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาน้อย พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อยด้วยเช่นกัน ตามภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

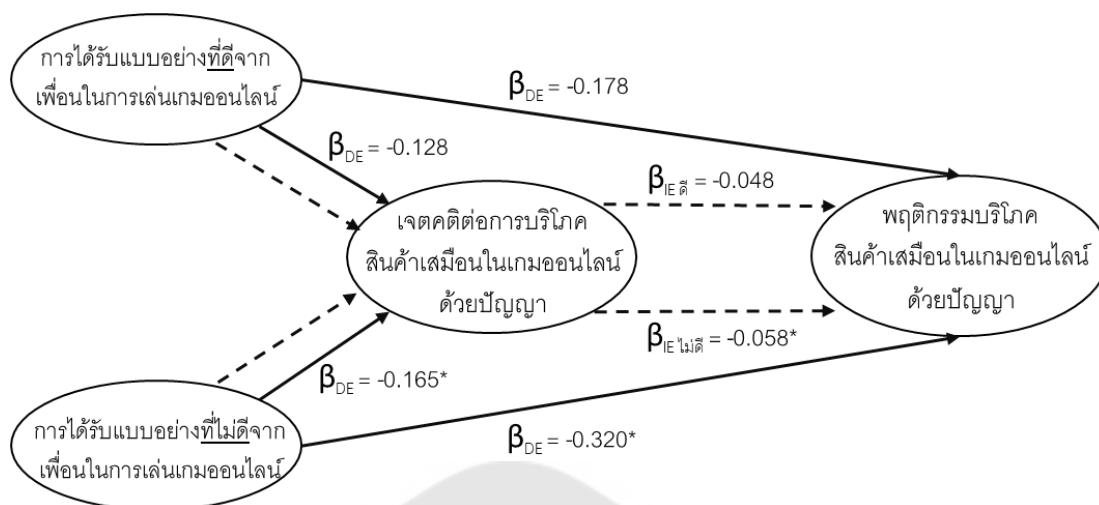
จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้นบางส่วน โดยผลการวิจัยไม่พบว่าการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นปัจจัยส่งผ่านอิทธิพล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยการรู้เท่าทันเป็นสภาวะของความรู้ความเข้าใจ ผลผลิต อิทธิพลและผลกระทบจากการใช้งานสื่อต่าง ๆ จากการวิเคราะห์

รวมไปถึงการโต้ตอบในฐานะเป็นผู้ใช้และผู้ผลิต (Aufderheide, 1993) เกมออนไลน์ถือได้ว่าเป็นสื่อ (Media) ประเภทหนึ่งที่มีชุมชนแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเน็ตเวิร์คในบริบทของเกม ดังนั้นการรู้เท่าทันเกมออนไลน์จะทำให้เยาวชนสามารถเข้าใจและสามารถแยกแยะยะทางการค้าที่แฝงมากับเนื้อหาของเกมและชุมชนในเกม สามารถมีส่วนร่วมต่อเกมได้อย่างเหมาะสม (จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2550) การรู้เท่าทันเกมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อเจตคติที่ช่วยให้เยาวชนเห็นถึงประโยชน์ และมีความรู้สึกที่ดี และอยากที่จะกระทำพฤติกรรมบริโภคไอเทมภายในเกมด้วยปัญญาจนไปสู่การกระทำ ผ่านการทำความเข้าใจ ติความวัตถุประสงค์หลักวัตถุประสงค์แฝงของเกมออนไลน์โดยมีเจตคติเป็นกลไกส่งผ่านไปสู่พฤติกรรม ซึ่งพบผลนี้ในการศึกษาของ ธันยวณันฐ์ เลียนอย่าง (2561) โดยการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะ และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัยโดยผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมเท่านั้น นอกจากนี้การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมาก จากผลวิจัยสอดคล้องกับผลการศึกษาน่าสนใจของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2551) ซึ่งได้พัฒนาชุดฝึกอบรมสำหรับพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาตามแนวคิดเจตคติ ผลจากการทดลองพบว่า นักศึกษาที่ได้รับการฝึกการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดเจตคติจะมีการรู้เท่าทันสื่อด้านการคิดวิจารณ์ญาณ และด้านการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสูงกว่านักศึกษาที่ไม่ได้รับการฝึกอย่างมีนัยสำคัญ และพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ (2559) ซึ่งพบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญาของนักศึกษابริญญาตรีนเขตกรุงเทพมหานครแปรปรวนไปตามผลปฏิสัมพันธ์แบบสามทางระหว่างการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ เจตคติที่ดีต่อการใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญา และมีการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีความสามารถในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้วยปัญญา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ และยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ ลลิตภัทร เจริญรัฐ (2555) ที่พบว่าพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อมากเป็นอันดับแรกของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตามอาจกล่าวสรุปได้ว่าเมื่อศึกษาการรู้เท่าทันในบริบทของเกมออนไลน์ อาจไม่มีอิทธิพลหรือส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในเกมก็ได้ อย่างผลการวิจัยในครั้งนี้และการศึกษาของ ธันยวณันฐ์ เลียนอย่าง (2561) ในช่วงต้น ซึ่งการรู้เท่าทันเกมออนไลน์เป็นสภาวะการรู้คิด แต่อาจไม่จำเป็นต้องแสดงออกตามความรู้สึกนึกคิดที่ตนมีก็ได้ เนื่องจาก

เกมออนไลน์เป็นโลกเสมือนที่ออกแบบขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างที่ในชีวิตจริงไม่สามารถปฏิบัติได้ เพราะไม่ผิดกฎของเกมหรืออาจเป็นเป้าหมายของการพิชิตเกม รวมถึงนัยยะทางการค้าของผู้ผลิตเกม แม้ว่าการรู้เท่าทันเกมออนไลน์จะช่วยทำให้ผู้เล่นมีการคิดไตร่ตรองในแง่มุมมองของทุนนิยม เล่นเกมอย่างไรถึงเหมาะสมและสร้างสรรค์ก็ตาม จะเห็นผลนี้ได้จากการศึกษาของ วรสิทธิ์ แสงแดง (2547) พบว่านักศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อการเล่นเกมกันในเกมทำให้เจตคติต่อการเล่นเกมออนไลน์ในแง่มุมมองของอบายมุขเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีเจตคติเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลไปยังพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในเกม

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 5 การรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผลการวิจัยพบว่า การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์มีอิทธิพลทางลบทั้งทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน กล่าวคือ เยาวชนที่มีแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ต่ำจะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้น รวมทั้งหากเยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาก็จะเป็นตัวช่วยลดทอนการได้รับอิทธิพลของการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ที่จะทำให้พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาลดน้อยลงกว่าเดิม แต่ในทางกลับกันหากเยาวชนได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์มากพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อยลง หากเยาวชนที่ได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์กลับไม่ทำให้พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามไปด้วยตามภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญา

จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้นบางส่วน พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมเฉพาะการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์เท่านั้น โดยการรับแบบอย่างจากเพื่อนเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมผ่านการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) จากตัวแบบ (Modeling) ก่อนให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรืออาจยุติการทำพฤติกรรม (Bandura, 1986) นอกจากนี้บุคคลจะพัฒนาเจตคติของตนเองในลักษณะใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม (McGuire & Millman, 1965) รวมทั้งการเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญและรับเอาเจตคตินั้นมาเป็นของตน (Allport, 1935) ซึ่งกลุ่มเพื่อนกลุ่มอ้างอิง (peer and reference groups) ในพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวจะมีลักษณะเฉพาะในการบริโภคตามความต้องการและสัมพันธ์ภาพของกลุ่ม (วุฒิ สุขเจริญ, 2555) Lehdonvirta (2009) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าเสมือนประกอบไปด้วยคุณสมบัติและคุณลักษณะของสินค้าเสมือนที่ดึงดูด (Attractive Features and Attributes) ส่วนหนึ่งการตัดสินใจซื้อมาจากคุณลักษณะทางด้านสังคมของสินค้า (Social Attributes) ซึ่งสังคมในโลกเสมือนผลักดันให้สินค้าเสมือนประเภทนี้ถือกำเนิดขึ้นด้วยความต้องการ การจัดหา โดยปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางด้านสังคมที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย วัฒนธรรมอ้างอิง (Cultural References) แบรินด์เนม (Branding) และความหายาก Majumdar (2010) อธิบายว่าสังคมที่เป็นกลุ่มเสมือน (Virtual groups) ในเกมนออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค เนื่องจากทำให้เกิด

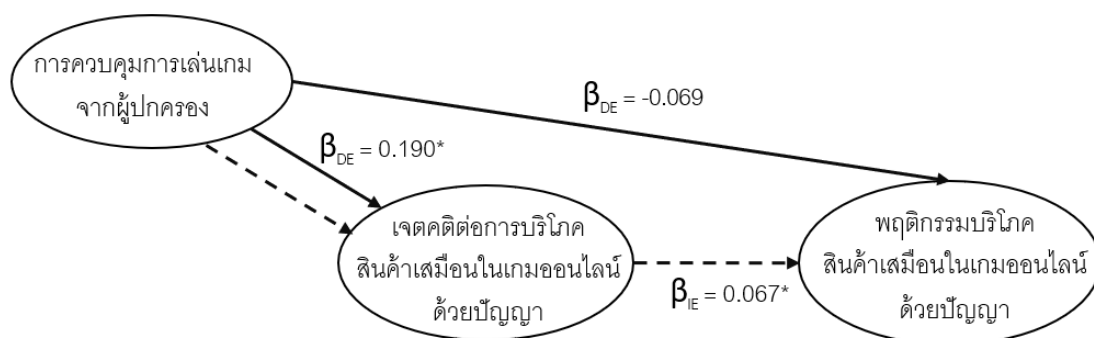
ความเชื่อ ค่านิยม เจตคติ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า (Majumdar, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์มีอิทธิพลทางลบทั้งทางตรงและอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยปัญญา จากผลสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุชุม พันธุ์รงค์ (2554) ที่พบว่า เยาวชนที่มีปัญหาติดเกมส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการชวน และเห็นผู้อื่นเล่นจึงเล่นตาม หรือการศึกษาของ วรพจน์ แสนสินรังษี (2555) พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ในกลุ่มช่วงอายุระหว่าง 20 -24 ปี เป็นช่วงวัยที่มีกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์จำนวนมาก โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้เน้นการสนทนา การสื่อสารกับเพื่อนในเกมมากกว่าการเล่นเพื่อความสนุก และเป็นสาเหตุให้มีการใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่น จะเห็นได้ว่าช่วงวัยนี้ (15 – 18 ปี) เพราะเยาวชนใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อน มีเพื่อนเป็นแบบอย่างประสบการณ์ เจตคติ รวมทั้งอย่างมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2553) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อรพินทร์ ชูชม และคนอื่น ๆ (2554) ซึ่งพบว่า อิทธิพลของเพื่อน (ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ การสนับสนุน และการเป็นแบบอย่าง) มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนโดยผ่านเจตคติต่อการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และยังพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ ธนุภา ราชแพทยาคม (2554) พบว่า การมีแบบอย่างจากเพื่อนมีอิทธิพลทางบวกต่อเจตคติต่อพฤติกรรมประหยัดและเก็บออม พฤติกรรมประหยัดและเก็บออม และพฤติกรรมประหยัดการใช้จ่าย แต่จากผลการวิจัยครั้งนี้กลับไม่

ในสภาพความเป็นจริงกลุ่มเพื่อนมีสภาพเหมือนดาบสองคม กล่าวคือ บุคคลมีทั้งกลุ่มเพื่อนที่ปฏิบัติตนไม่เหมาะสม ทำผิดกฎระเบียบของสังคม รวมทั้งพยายามยั่วยุหรือผลักดันให้เราละเมิดบรรทัดฐานของสังคม แต่ในทางตรงกันข้ามบุคคลก็ยังมีเพื่อนที่ช่วยถ่วงทอคคุณค่าและวิธีการ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ค่านิยมอันดี และทำตัวเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของสังคม อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนอนไลน์กลับไม่ส่งผลต่อเจตคติและพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิต) (2559) โดยไม่พบว่าอิทธิพลจากกัลยาณมิตร (ซึ่งประกอบด้วย การให้คำแนะนำ การสนับสนุนของกัลยาณมิตร และการเป็นแบบอย่างที่ดีของกัลยาณมิตร) ไม่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 มีเพียงอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านการคิดแบบโยนิโสมนสิการเท่านั้น อาจเนื่องมาจากรูปแบบความสัมพันธ์ของผู้บริโภคในเกมนอนไลน์ มักหาเพื่อนที่หมกมุ่นในการเล่นเหมือนกัน แม้จะมี

การแนะนำให้คำปรึกษาในการเล่น แต่ผู้เล่นมักจะให้ความสำคัญว่าสังคมทั้งในเกมออนไลน์และนอกเกมออนไลน์จะมองเขาอย่างไร เป็นอย่างไร อะไรทันสมัย/ตกยุค บุคคลจึงไม่พลาดหรือพยายามที่จะซื้อไอเทมมาครอบครอง เพื่ออวดกัน และยอมซื้อเพื่อให้ตนเองเก่งเทียบเท่าเพื่อน ๆ รวมทั้งความเป็นอิสระของความสามารถในการเล่น แม้จะทำพลาดในการเล่น หรือตัดสินใจยอมผิดกฎภายในเกมจนถูกแบนจากผู้ให้บริการ ผู้เล่นก็สามารถเริ่มใหม่ได้เสมอ ต่างจากชีวิตจริง หากทำพลาดก็จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อตัวเขา หรือกลับไปเริ่มใหม่ไม่ได้ (อัคริมา นันทนาสิทธิ, 2557) ดังนั้นบุคคลจึงมองว่าการทำผิดกฎหรือบรรทัดฐานของสังคมในเกมตามเพื่อน ๆ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จำนวนมากและรวดเร็ว หรือทำเพื่อเอาความสนุก ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อตนมากนัก และยังได้รับการยอมรับเป็นแรงจูงใจจากเพื่อน ๆ แต่ถ้าเลือกเลียนแบบเพื่อนที่ปฏิบัติตนดีในการเล่นเกมนั้น บุคคลจะทำตามเพื่อนเพื่ออะไรในเมื่อไม่เกิดผลประโยชน์ต่อตนเอง

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ข้อที่ 6 การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผลการวิจัยพบว่า การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยอ้อมผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองกลับไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เยาวชนที่มีผู้ปกครองคอยควบคุมการเล่นเกมนสูงก็จะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย แต่เยาวชนต้องมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงด้วยเพื่อเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้การควบคุมการเล่นเกมนมีผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ในทางกลับกันหากเยาวชนมีผู้ปกครองคอยควบคุมการเล่นเกมนน้อย และเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาน้อย พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนก็จะน้อยด้วยเช่นกัน

ตามภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

จากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยข้างต้นบางส่วน ผลการวิจัยไม่พบอิทธิพลของการควบคุมการเล่นเกมของผู้ปกครองที่มีต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาเป็นปัจจัยส่งผ่านอิทธิพล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์ภายในครอบครัว เป็นการสื่อสารโต้ตอบเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และกฎควบคุมชีวิตครอบครัว (Family rules) ซึ่ง Epstein; Bishop; & Levin (1978) ได้อธิบายการปฏิบัติหน้าที่ของครอบครัว (McMaster Model of Family Function: MMFF) ในส่วนของการควบคุมพฤติกรรม (Behavior Control) เป็นการจัดการพฤติกรรมของสมาชิก เพื่อให้สมาชิกอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม และไม่ทำให้เกิดความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม รวมทั้งการปฏิบัติหน้าที่ของครอบครัว ด้านการแก้ปัญหา ด้านการสื่อสาร ด้านบทบาท ด้านการตอบสนองทางอารมณ์ และด้านความผูกพันทางอารมณ์ ที่จะช่วยเหลือหลอมบุคคล จะเห็นได้จากการศึกษาของ มุสลินท์ ไต่กะนิ (2555) นำแนวคิด MMFF มาสำรวจพฤติกรรมการติดเกมคอมพิวเตอร์ของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยพบว่า เยาวชนในครอบครัวที่มีการทำหน้าที่ของครอบครัวที่ดีเล็กน้อยมีโอกาสติดเกมมากกว่าครอบครัวที่มีการทำหน้าที่ดีมากเป็น 3.5 เท่า อย่างมีนัยสำคัญ โดยครอบครัวของเยาวชนที่ไม่ติดเกมจะมีการทำหน้าที่ของครอบครัวในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับพอควร เพราะเยาวชนเล่นเกมที่บ้านทำให้มีการสื่อสารพูดคุย สร้างกฎหรือข้อตกลงร่วมกันได้ รวมทั้งสอนให้แบ่งเวลาอย่างเหมาะสมได้ ต่างจากครอบครัวที่มีเยาวชนติดเกมคอมพิวเตอร์ที่มีการทำหน้าที่ครอบครัวในด้านความผูกพันทางอารมณ์และด้านควบคุมพฤติกรรม

อยู่ในระดับดีเล็กน้อย ทั้งนี้จากการควบคุมการเล่นจากผู้ปกครองมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการควบคุมการเล่นจากผู้ปกครองมีผลต่อการคิดประเมินถึงประโยชน์ ความรู้สึกพอใจและพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญา ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธันยวณิช เลียนอย่าง (2561) พบว่า การควบคุมการเล่นเกมออนไลน์ในครอบครัวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะ และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัยโดยผ่านการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ไปยังเจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมและนำไปสู่พฤติกรรม และยังพบผลที่ใกล้เคียงกันนี้ในงานศึกษาของ วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554) พบว่า การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ โดยผ่านเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย แต่ไม่สอดคล้องเนื่องจากพบว่า การควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตจากผู้ปกครองมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ด้วย ซึ่งพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษาของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) โดยพบว่า การควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัวมีอิทธิพลทางตรงในระดับต่ำต่อพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพฯ

ส่วนการควบคุมการเล่นจากผู้ปกครองไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญานั้น อาจเนื่องมาจากเยาวชนมีการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมเป็นของตนเอง (Autonomous) ซึ่งเพียเจต์ (Piaget, 1967) อธิบายการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมเป็นของตนเอง ในขั้นนี้ว่า บุคคลเชื่อว่ากฎระเบียบต่าง ๆ ไม่ใช่สิ่งที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยบุคคลจะคำนึงถึงความยุติธรรมและพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำ บุคคลจึงยึดเอาเจตนาหรือความมุ่งหมายของการกระทำมาเป็นหลักพื้นฐานในการพิจารณาด้วย และพัฒนาการมาสู่ขั้นนี้ เป็นผลมาจากการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่กว้างขึ้น โดยเฉพาะการมีบทบาทในกลุ่มเพื่อน กล่าวคือ การที่เยาวชนจะทำการพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญานั้น อาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจการกระทำของเยาวชนว่าผิดหรือถูก ที่ได้รับการถ่ายทอดทางสังคมจากสถาบันครอบครัว แต่เยาวชนสามารถใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมที่เป็นของตนเองในการตัดสินใจเลือกจะทำหรือไม่ทำ โดยพิจารณาจากผลของการกระทำหรือผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการกระทำหรือไม่กระทำตามคำสอนของผู้ใหญ่ แต่พิจารณาถึงการได้รับการยอมรับโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนที่เล่นด้วยกัน อย่างไรก็ตามคำสอนเหล่านั้นมีผลต่อการคิดประเมินถึงประโยชน์ และความรู้สึกพอใจต่อ

การบริโภคด้วยปัญญา เห็นได้จากผลการศึกษาคั้งนี้ที่พบว่าการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองมีอิทธิพลต่อเจตคติ นอกจากนี้อาจเนื่องจากผู้ปกครองขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกม และมักจะใจอ่อน ตามใจบุตรหลาน เขาอยากได้อะไรเกี่ยวกับเกมก็ให้หมด หรือเอาแต่บ่นแต่ไม่เคยเอาจริง ซึ่งส่งผลให้บุตรหลานมักจะต่อรองเพื่อให้ตนเองได้เล่นเกมต่อไป และไม่ทำตามกติกาที่วางไว้จนเสียวินัย เพิกเฉยต่อการทำตามคำสอนของผู้ปกครอง (ชาญวิทย์ พรนภดล, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภนาย เขียวขู้ (2553) และสุภาวดี เจริญวานิช (2557) ปัญหาการเล่นเกมออนไลน์ไม่เหมาะสม มักพบในครอบครัวที่ขาดการฝึกระเบียบวินัยให้ลูกอย่างเหมาะสม หรืออาจเกิดขึ้นจากการที่ผู้ปกครองขาดทักษะในการฝึกวินัยหรือการเลี้ยงดูไม่ถูกต้อง ไม่มีเวลาหรือไม่ให้ความสำคัญเพียงพอ ส่งผลให้เด็กกลุ่มนี้มีเวลาเป็นของตนเอง ไม่ต้องอยู่ในสายตาพ่อแม่ตลอดเวลา จึงเป็นหนทางที่ทำให้วัยรุ่นนำตนเองเข้าไปสู่โลกของเกมออนไลน์ อีกทั้งตามใจลูก โดยเฉพาะวัตถุนิยมสนับสนุนโดยไม่รู้ตัวซื้ออุปกรณ์สำหรับเล่นเกมให้ลูกเล่นเพียงเพราะต้องการให้ลูกอยู่ที่บ้าน ดังนั้นการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองจึงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา แต่มีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านกระบวนการรู้คิด ความรู้สึก และอยากที่จะกระทำแทน

และไม่รู้วิธีควบคุมการเล่นเกมอย่างเหมาะสม ผู้ปกครองจึงควบคุมพฤติกรรมการเล่นเกมของบุตรหลานด้วยวิธีเชือฟัง ดวงเดือน พันธุมนาวิน, อรพินทร์ ชุชม และสุภาพร ลอยด์ (2529) การควบคุมบุตรหลานของผู้ปกครองโดยใช้มิติของการเชือฟังไม่เหมาะสมกับวัยรุ่นซึ่งจะทำให้เกิดความขัดแย้ง แต่หากควบคุมบุตรหลานในมิติทางความคิดและการใฝ่รู้นั้นสามารถส่งเสริมให้เด็กเลือกรับสื่อได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากข้อค้นพบ หากจะส่งเสริมเยาวชนให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ควรให้การส่งเสริมเชิงบูรณาการศาสตร์โดยให้การส่งเสริมปัจจัยส่วนบุคคลควบคู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อม และในการส่งเสริมนั้นควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน เนื่องจากเจตคติจะช่วยให้เยาวชนมีท่าทีและพร้อมที่จะบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยสอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดหรือประโยชน์จากการบริโภคสินค้าด้วยปัญญา ซึ่งท่าทีและความพร้อมเหล่านี้เกิดจากคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอยู่ในตัวเยาวชน ร่วมกับการได้รับการถ่ายทอดทางสังคมจากผู้ปกครอง

และเพื่อนหรือปัจจัยจิตสังคม ดังนั้น ครอบครัว สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน ควรจัดกิจกรรม โดยมีแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมปัจจัยจิตสังคมดังนี้

1.1) ควรส่งเสริมการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ แม้จะไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมโดยตรงแต่ส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรม รวมทั้งยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามากซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ดังนั้นหากจะส่งเสริมการรู้เท่าทันเกมควรส่งเสริมเจตคติเชิงบวกพร้อมด้วย เช่น ชูดีฝึกอบรมสำหรับพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อแนวคิดเจตคติของ จินตนา ตันสุวรรณนนท์ (2550) สำหรับแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ของเยาวชน ให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดการเวลาในการเล่นอย่างเหมาะสม ฝึกให้เยาวชนสามารถวิเคราะห์และตีความเนื้อหาของเกมที่เขาเล่น รวมทั้งเลือกรับหรือเลือกเล่นเกมที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง แยกแยะสิ่งที่สามารถทำได้เฉพาะในเกมหรือชีวิตจริง ตระหนักถึงการทำกิจกรรมภายในเกมอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ต่อมาให้การส่งเสริมการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม โดยฝึกให้เยาวชนมีสติก่อนตัดสินใจ รู้จักคิดแยกแยะหรือเปรียบเทียบถึงการใช้สอยที่จำเป็นกับชีวิตประจำวัน และการใช้สอยเพื่อสนองกิเลส ซึ่งจะช่วยให้เยาวชนมีความเข้าใจตามความเป็นจริง มีการไตร่ตรองก่อนเลือกบริโภคสินค้าเสมือน ไม่ตกเป็นฐานของอารมณ์ต่อความอยากมีอยากได้หรือสนองความสุขโดยไม่ไตร่ตรองถึงความจำเป็นต่อการเล่นเกมก่อน รวมทั้งส่งเสริมลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน โดยฝึกให้เยาวชนมีความสามารถในการเชื่อมโยงระหว่างการทำในปัจจุบันกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ฝึกจินตนาการถึงเป้าหมายและสามารถวางแผนไปสู่เป้าหมาย รวมทั้งฝึกให้เยาวชนสามารถจัดการกับสิ่งยั่วยุเพื่อให้ตนเองสามารถปฏิบัติได้ตามแผน (Fishbach; Friedman; & Kruglanski, 2003) เพื่อให้ตระหนักถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งแนวทางส่งเสริมดังกล่าว อาจเป็นการจัดกิจกรรมภายในโรงเรียน เช่น ชมรมเกม กิจกรรม e-sport game เป็นต้น หรือจัดกิจกรรมหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน เป็นต้น

1.2 ควรจัดกิจกรรมให้ความรู้ความเข้าใจในการควบคุมการเล่นเกมที่ผู้ปกครองสำหรับดูแลบุตรหลานที่เล่นเกม ซึ่งหากเยาวชนได้รับความรู้ความเข้าใจในการเล่นจากผู้ปกครองจะช่วยส่งเสริมให้เยาวชนมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ดังนั้นควรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีความรู้ความเข้าใจในการดูแลบุตรหลานให้เล่นเกมออนไลน์อย่างถูกวิธีใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ควบคุมการใช้งาน 2) การชี้แนะในการเล่น และ 3) สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ร่วมกันภายในครอบครัว นอกจากนี้ในการควบคุมการ

เล่นเกมจากผู้ปกครองอาจต้องเน้นการควบคุมในมิติทางความคิดและการใฝ่รู้มากกว่ามิติของการซื้อฟุ้งเพื่อช่วยส่งเสริมกระบวนการคิดไตร่ตรองในการบริโภคด้วยปัญญา (ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่น ๆ, 2529) และจะทำให้เยาวชนเข้าใจในการสร้างกฎกติกาต่าง ๆ ในการเล่นเกมของเขา โดยการใช้การสื่อสารสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก และผู้ปกครองต้องจริงจังและเคร่งครัดกับกฎกติกาที่สร้างร่วมกันกับเยาวชน นอกจากนี้หากเป็นเยาวชนมีผลการเรียนต่ำ หรือมีพฤติกรรมติดเกมเป็นทุนเดิม ในควบคุมการเล่นเกมของผู้ปกครองไม่ควรเข้มงวดมากเกินไปเพราะอาจส่งผลในทางกลับกัน คือ เยาวชนอาจมีพฤติกรรมต่อต้าน และหันไปเล่นเกมหรือใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น (วันวิสา สรีระศาสตร์, 2554) นอกจากนี้ในการส่งเสริมพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา คือ การที่เยาวชนมีกลุ่มเพื่อนที่เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีในการเล่น เกมออนไลน์ ดังนั้นควรส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักเลือกปฏิเสธหรือเพิกเฉยต่อการกระทำของเพื่อนที่เล่นเกมออนไลน์อย่างไม่เหมาะสม หรือใช้กรณีศึกษา ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเพื่อนที่มีพฤติกรรมการเล่นเกมอย่างไม่เหมาะสมในการสอนเยาวชน เพื่อนให้ตระหนักถึงผลกระทบจากการเล่นเกมอย่างไม่เหมาะสม และเป็นแรงจูงใจยับยั้งไม่ให้ปฏิบัติตามเพื่อน

2. ข้อเสนอต่อการทำตลาด จากผลสำรวจจะเห็นได้ว่าเยาวชนมีการบริโภคสินค้าเสมือนประเภทแฟชั่น (สกิน/เสื้อผ้า/อาวุธ/เปลี่ยนรูปลักษณ์/เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ) มากที่สุด รองลงมาสินค้าจากการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้บริโภคในช่วงวัยนี้เป็นช่วงวัยที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนผ่านอัตลักษณ์ (Identity) ดังนั้นอาจให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชั่น หรือออกสินค้าใหม่ ๆ ในประเภทนี้ โดยเฉพาะในเกมออนไลน์ประเภท Strategy/RTS/MOBA เพราะเกมประเภทนี้ผู้เล่นให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ตัวละครมากกว่าคุณสมบัติของสินค้า

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กรมสุขภาพจิต และสถานศึกษา สามารถนำข้อค้นพบ ไปสร้างแนวทางหรือพัฒนาโปรแกรมสำหรับส่งเสริมให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเป็นแหล่งข้อมูลวิชาการในการเผยแพร่สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้เยาวชนมีความคิดความรู้สึกที่ดีในการบริโภคด้วยปัญญา สร้างความตระหนัก รู้เท่าทันเกมออนไลน์ และคิดไตร่ตรองถึงความจำเป็นก่อนบริโภค เพื่อให้เยาวชนฉลาดบริโภค และการบริโภคสินค้าเสมือนภายในเกมออนไลน์อย่างระมัดระวัง ไม่เดือยร้อนตนเองและผู้อื่น นอกจากนี้กรมสุขภาพจิต และสถานศึกษา อาจนำข้อค้นพบไปเผยแพร่ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ปกครองในการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์ตลอดจนการใช้จ่ายเงินสำหรับการเล่นเกมของบุตรหลาน

2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาการกระจายเสียง โทรทัศน์โทรคมนาคมแห่งชาติ และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเข้ามากำหนดมาตรการ สำหรับเกมที่มีเนื้อหาการพนัน เช่น ลูทบ็อกซ์ ภาษี กล่องสุ่ม โดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน ที่เป็นธรรม รวมทั้งบังคับให้ผู้บริการเกมรายงานอัตราการได้รับสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อประกอบ การตัดสินใจของเยาวชนก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทกล่องสุ่ม และสนับสนุนการสร้างองค์ ความรู้และเครื่องมือป้องกันผลกระทบ สร้างการตระหนักรู้เท่าทันเกมออนไลน์แก่เยาวชน ผลักดัน ให้เกิดในผู้บริการเกมทำกิจกรรมเพื่อสังคมสร้างการเรียนรู้และสร้างความตระหนักรู้ทางสาธารณะ กับตัวเยาวชน และผู้ปกครอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการได้รับแบบอย่างจากเพื่อน ในการเล่นเกมออนไลน์ควรทำการวัดโดยแบ่งออกเป็น 2 มิติอย่างชัดเจน กล่าวคือ การคิดแบบรู้ คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ควรมีนियามปฏิบัติการถึงบุคคลมีการรับรู้หรือประเมินว่า การบริโภคนั้นเป็น แบบคุณค่าแท้หรือคุณค่าเทียม กล่าวคือ ในมิติการคิดแบบรู้คุณค่า ที่บุคคลรู้ว่าอะไรเป็น การบริโภคอย่างคุณค่าแท้ และมิติการคิดแบบรู้คุณค่าเทียม ที่บุคคลรู้ว่าอะไรคือการบริโภค อย่างรู้คุณค่าเทียมเป็นอย่างไร ส่วนการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนควรมีนियามปฏิบัติการทั้งใน มิติแบบอย่างที่ดี และแบบอย่างที่ไม่ดี เพราะในธรรมชาติบุคคลย่อมเห็นแบบอย่างจากตัวแทน ทางสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งทั้งการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการได้รับแบบอย่าง จากเพื่อนในเกมออนไลน์ ควรมีการพัฒนาแบบวัดต่อไปในอนาคต

2. เนื่องจากการศึกษาปัจจัยการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองไม่พบอิทธิพล ทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ซึ่งปัจจัยการควบคุม จากผู้ปกครองภายในบริบทของการเล่นเกม อาจจะมีปัจจัยแทรกซ้อน หรือผลปฏิสัมพันธ์ร่วมกับ ปัจจัยอื่นที่ส่งผลไปยังพฤติกรรม ดังนั้นหากมีการศึกษาการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง อาจจะมีการศึกษาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีภายในครอบครัว รูปแบบการเลี้ยงดู หรือความเอาใจใส่ภายในครอบครัว เป็นต้น เพื่อค้นหาปัจจัยที่จะช่วยร่วมกันอธิบายสาเหตุของพฤติกรรมการเล่นเกมอย่างเหมาะสม

3. จากผลจะเห็นได้ว่าปัจจัยทางส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้า เสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในระดับน้อย ดังนั้นจึงควรศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลใหม่ ๆ นอกจากนี้อาจมีการศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยปัญญา เช่น พฤติกรรมเสพติดเกม การใช้จ่ายเงินภายในเกม ระยะเวลาในการเล่น

4. จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปต่อยอดสู่การศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อพัฒนาโปรแกรมการสร้างเสริมคุณลักษณะทางจิตสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยปัญญา และนำองค์ความรู้ไปสู่การต่อยอดในการศึกษารูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับส่งเสริมคุณลักษณะทางจิตสังคมให้แก่เยาวชน เช่น การออกแบบเกมโดยใช้แนวคิดเกมมิฟิเคชัน (Gamification) ส่งเสริมการเรียนรู้ หรือสอดแทรกองค์ความรู้ในรูปแบบสื่อมัลติมีเดียผ่านโปรแกรมเกมนอนไลน์ เป็นต้น

5. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาในบริบทของผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์เท่านั้น อาจมีการศึกษาในรูปแบบของ Multiple Group Design เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริโภคกับผู้ที่ไม่มีความประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ เพื่อค้นหาหรือขนาดของปัจจัยที่อาจต่างกันระหว่างสองกลุ่ม หรือศึกษาในรูปแบบ Multilevel Research Design เพื่อศึกษาขนาดอิทธิพลระหว่างปัจจัยทางจิตเดิมในโลกของความเป็นจริง และจิตสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกเสมือน หรือระดับของตัวแทนทางสังคมที่เป็นกลุ่มเสมือน (Virtual groups) ในเกมนอนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ข้อมูลเชิงวิชาการและพัฒนาแนวทางส่งเสริมเยาวชน

6. ข้อสังเกตระหว่างดำเนินการเก็บข้อมูลจำนวนผู้ที่เล่นเกม และมีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์มีจำนวนมากกว่ารายงานผลสำรวจที่เคยมีมา และสำหรับผู้ที่มีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ปัจจัยหนึ่งนี้อาจส่งผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกซื้อ คือ การรับรู้ความสามารถในการเล่นเกมนั้น เพราะผู้เล่นส่วนหนึ่งจะมีความคิดว่าตนสามารถเล่นเกมและหาไอเทมเองได้โดยไม่ต้องซื้อไอเทมด้วยเงินจริงเข้าช่วย

7. การดำเนินการเก็บข้อมูลมีข้อจำกัดลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ศึกษาหลายตัวแปรทำให้มีข้อคำถามจำนวนเยอะ และงบประมาณผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่เป็นเอกสาร เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีความตั้งใจในการตอบ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้แบบสอบถามประเภทออนไลน์กระจายผ่านตัวเกมนอนไลน์ และอาจให้คำตอบแทนเป็นรางวัลภายในเกม จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่และมีคุณสมบัติที่หลากหลาย แต่ตัวแปรในการศึกษาไม่ควรจะมีจำนวนข้อคำถามมากเกินไป

บรรณานุกรม

- Allport, G. W. (1935). *Attitudes. In Handbook of social psychology*. MA: Clark Univ. Press.
- Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Washington D.C.: Aspen Institute.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought & action: A social cognitive theory*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self – efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman and company.
- Brown, M. W., & Cudeek, R. (1993). *Alliterative ways of assessing model fit, in testing structural equation model*. New Jersey: Sage Publication.
- Castronova, E. (2001). *Virtual worlds: A first-hand account of market and society on the cyberian frontier*. CESifo Working Paper Series 618.
- Castronova, E. (2004). The Price of Bodies: A Hedonic Pricing model of Avatar Attributes in a Synthetic World. *Kyklos*, 57(2), 173-196.
- Castronova, E. (2006). A Cost-Benefit Analysis of Real-Money Trade in the Products of Synthetic Economies. *Info*, 8(6), 56-68.
- Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview & orientation guide to media literacy education* (2nd e.d.). Malibu. CA: Center for Media Literacy.
- Christ, W. G., & Potter, W. J., (1998). Media Literacy, Media Education and the Academy. *Journal of Communication*, 48(1), 5-15.
- Epstein, N. B., Bishop, D. S. & Levin, S., (1978). The McMaster Model of Family Functioning. *Journal of Marriage and Family Counseling*, 4.
- Fairfield, J. (2005). *Virtual Property*. Boston University: Law Review.
- Fishbach, A., Friedman, R. S., & Kruglanski, A. W. (2003). Leading us not unto temptation: Momentary allurements elicit overriding goal activation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 296-309.
- Gee, J. P. (2003). What video games have to teach us about learning and literacy.

Computers in Entertainment, 1(1).

Ho Cheng-Hsun; & Wu Ting-Yun. (2012). Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(3), 204-212.

Hobbs, R. (2007). Measuring the acquisition of media – literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330-355.

Hu & Bentler. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*(1), 59-68.

Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.

Kline, R. B. (2016). *Principle and Practice of Structural Equation Modeling* 4th ed. New York: The Guilford Press.

Knoema. (2019). Top 100 Countries by Game Revenues.

<https://knoema.com/infographics/tqldbg/top-100-countries-by-game-revenues>

Lehdonvirta Vili. (2009). Virtual Item Sales as a Revenue Model: Identifying Attributes That Drive Purchase Decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 97-113.

Lehtiniemi Tuukka. (2008). *Macroeconomic indicators in a virtual economy*. (Master's thesis). Faculty of Social Sciences University, Helsinki.

Majumdar. (2010). *Consumer Behaviour: Insights from Indian Market*. New Delhi: PHI Learning.

Marketer. (2558). GAME ONLINE ใครเติมเงินคนนั้นเทพ. สืบค้นจาก

<http://marketeer.co.th/archives/57830>

Masterman, L. (1985). *Teaching the media*. London: Routledge.

McGuire, W. J., & Millman, S. (1965). Anticipatory Belief Lowering Following Forewarning of a Persuasive Attack. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(4), 471-479.

- Mischel, W. (1974). *Process in Delay of Gratification in Advance in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press.
- Park, B., & Lee, K. C.,. (2011). Exploring the value of purchasing online game items. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2178–2185.
- Piaget. (1967). *Six Psychology Studies*. New York: Random House.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling* (3rd Edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shaver, K. G. (1997). *Principle of Social Psychology*. Massachusetts, Cambridge: Wintrop Publisher.
- Tangney, J., Baumeister, R. F., & Boone, A. L.,. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-324.
- Wallace, P. (2001). *The Psychology of the Internet*. New York: Cambridge University.
- Wu, J., & Liu, D. (2007). The effects of trust and enjoyment on intention to play online games. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 128–140.
- กมลมาลย์ วิรัตน์เศรษฐสิน, และ ธาดา วิมลวัตรเวที. (2553). การพัฒนารูปแบบการออกแบบตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการดำเนินชีวิตของนิสิตคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: รายงานการวิจัย กรุงเทพฯ:
- งามตา วณิชานนท์. (2535). จิตวิทยาสังคม (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จารีศรี กุลศิริปัญญา. (2558). พฤติกรรมวัยรุ่นเล่นเกมออนไลน์จนก่อคดีลักทรัพย์: กรณีศึกษา อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(3), 16-23.
- จิตติพร ไวโรจน์วิทยาการ. (2551). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนที่ประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. (ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จิตรภาณิน เอี่ยมอู่. (2549). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการควบคุมตนเองไม่ให้เกี่ยวข้องกับอบายมุขของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. (ปริญญาโทปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

- จินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2550). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- จินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2553). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 16(1), 122-135.
- จินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อโฆษณากับพฤติกรรมบริโภค นิยมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคม ศาสตร์, 11(1), 93-11.
- จิราภรณ์ สุภิสงห์. (2552). การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมการบริโภคของเยาวชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. . วารสาร ICT เพื่อพัฒนาการเรียนรู้, 1(1).
- ฉัตรชัย เสนสาย. (2554). อิทธิพลของกัลยาณมิตร โยนิโสมนสิการ ความเชื่อในกุศลกรรมบถ 10 และปัจจัยทางจิตที่มีต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียน. (ปริญญานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ชนภัทร วชิรธรรมพร. (2560). ปัจจัยการรับรู้คุณค่าและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและ ความตั้งใจซื้อไอเทมภายในเกมส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชลลดา บุญโท. (2554). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และผลกระทบจากเกมออนไลน์. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ชาญวิทย์ พรนภดล และคนอื่น ๆ. (2557). คำแนะนำสำหรับผู้ปกครอง "เรื่องการเล่นเกม คอมพิวเตอร์ของเด็กและวัยรุ่น" พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัทมีเดียโซน พรินติ้ง จำกัด.
- เชิดชาย ชูช่วยสุวรรณ. (2547). การศึกษาปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 3 จังหวัดสุพรรณบุรี. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพงษ์ สายพิน. (2563). พฤติกรรมการติดเกมการซื้อสินค้าเสมือนในเกมลูทบ็อกซ์และการติด พนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2538). ทฤษฎีต้นไม้วัยธรรมกับการพัฒนานุคคล. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิต

ทิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่นๆ. (2529). การควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนของครอบครัวกับจิต

ลักษณะที่สำคัญของเยาวชนไทย: รายงานการวิจัยฉบับที่ 40. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย

พฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคนอื่นๆ. (2536). ลักษณะทางจิตและพฤติกรรมของนักเรียนวัยรุ่นที่อยู่ใน

ในสภาวะเสี่ยงในครอบครัวและแนวทางป้องกัน: รายงานการวิจัย กรุงเทพฯ: สำนักงาน

คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ.

ตะวันเศรษฐี เซ็นนันท์. (2549). ปัจจัยภายในบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับ

พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊คด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.

(ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ทรรคนันท์ ชินศิริพันธ์. (2555). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียน

สถานศึกษาพอเพียงแบบอย่าง. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนคริน

ทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ทวีศักดิ์ กอนันตกุล; วันดี กริชอนันต์; สิริพรไชย ศักดา; และชฎามาศ ฐะเศรษฐกุล. (2547). เด็ก

และวัยรุ่น ไทยบนโลกอินเทอร์เน็ต มุมมองแห่งการสร้างสรรค์และมุมมองแห่งภัยอันตราย

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน

เขตกรุงเทพมหานคร. . ปทุมธานี: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

ทัศนัย สุนทรวิภาต. (2559). การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของ

นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร *BU Academic Review*, 15(1),

137-155.

เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง. (2561). การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสาร

สารสนเทศศาสตร์, 32(2), 74-91.

ธัญญา ราชแพทยาคม. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านธนาคารโรงเรียน ครอบครัว และการมีภูมิคุ้มกัน

ทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมประหัดและเก็บออมเงินของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนคริน

ทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ธนพัทธ์ จันท์พิพัฒน์พงศ์. (2559). ปัจจัยภายในบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับ

พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊คด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.

- (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ธัญวณันธุ์ เลียนอย่าง. (2561). การศึกษากลุ่มเสี่ยงและปัจจัยปกป้องพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 1(2), 165-175.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2535). เจตคติ: การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงเยาว์ พรหมวัง. (2557). การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ทักษะชีวิตที่เกี่ยวกับเพศศึกษารายวิชาสุขศึกษา โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม บูรณาการกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา และวิธีการคิดแบบโยนิโสมนสิการ เพื่อพัฒนาเจตคติ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และทักษะชีวิต สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. วารสารบัณฑิตศึกษา, 11(15), 144-151.
- นราเขต ยิ้มสุข. (2557). การพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- นรินทร์ คำโพธิ์. (2550). ปัจจัยทางสังคม ลักษณะทางจิต ที่เกี่ยวข้องกับการพฤติกรรมการต้านทานการเล่นการพนันฟุตบอลในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ปกรณ ประจัญบาน และอนุชา กอนพวง. (2559). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 18(1), 144-154.
- ประทีป พืชทองกลาง และญาติาวีมินทร์ พืชทองกลาง. (2559). รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยสติปัญญาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับวัยรุ่น. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร., 4(2), 17-37.
- ปราณี จ้อยรอด. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- บุญยภพ สิทธิพรอนันต์. (2552). แรงจูงใจในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์

- ปริญญาamahบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ผจจจิต อินทสุวรรณ และคณะ. (2545 - 2546). การวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วย
ปัญญาของเยาวชน: รายงานการวิจัยฉบับที่ 99. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ผจจจิต อินทสุวรรณ และคณะ. (2546-2547). การวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา
ของนักเรียน: รายงานการวิจัยฉบับที่ 110 กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พงศ์ธร วงศ์วารวิภัทร์. (2550). ความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี
อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมนอนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์
ปริญญาamahบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัส ลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น
จำกัด.
- พรพัชร ศิริอินทราพร. (2550). ความสามารถในการพยากรณ์ของทัศนคติต่อการหลีกเลี่ยงการสูบ
บุหรี่ และความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของนักเรียน
มัธยมศึกษาตอนต้น. ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). . (ปริญญานิพนธ์
ปริญญาamahบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พรรณิ บุญประกอบ; และคนอื่น ๆ. (2551). การวิจัยแบบมีส่วนร่วมของครูในการพัฒนาพลังปัญญา
ของเยาวชนไทย: รายงานการวิจัยฉบับที่ 114. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระไพศาล วิสาโล. (2556). วิถีพุทธวิถีไทยในยุคบริโภคนิยม. สืบค้นจาก
<https://www.visalo.org/article/budVitheeBudVitheeThai.htm>
- พระมหาศุภชัย แซ่เถียร (อชิโต). (2559). แบบจำลองเชิงสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยปัญญา
และผลของโปรแกรมการฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6
โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุขฎฐบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พิชชาภา มะลิทอง. (2557). ผลของการจัดกิจกรรมตามแนวคิดโยนิโสมนสิการแบบรู้คุณค่าแท้รู้
คุณค่าเทียมที่มีต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมของเด็กปฐมวัย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญา
amahบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุชุม พันธุ์ณรงค์. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของเด็ก

- และเยาวชนที่ติดเกม: กรณีศึกษาเยาวชนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 3(5), 51-62.
- พิรธอง รามสูต. (2552). การสร้างภูมิคุ้มกันเกมออนไลน์. . กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งประเทศไทย.
- ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2557). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ต้องก้าวให้พ้นกับดักตะวันตก. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภาวิณี ภาพันธ์. (2557). การรู้เท่าทันการเล่นเกมออนไลน์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาเกมบนเฟซบุ๊ก. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- มัชชลี เปี่ยมดี. (2558). ลักษณะทางสังคมและลักษณะทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลักเลียง อบายมุขของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- มุสลินท์ ไต่ะกานี. (2555). การทำหน้าที่ครอบครัวและพฤติกรรมเกรที่มีผลต่อการติดเกม คอมพิวเตอร์ของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนใต้. วารสารพฤติกรรมศาสตร์ ปีที่ 17, ฉบับที่ 2 (ก.ค. 2554), หน้า 104-119, 18.
- มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย. (2556). รู้เท่าทันสื่อ ICT. สืบค้นจาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/hot/13843>
- รกรอง แรมสียะ และคนอื่นๆ. (2550). การศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์: กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา: รายงานการวิจัย อยุธยา: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- รติพร ถึงฝั่ง และจินตนา เกิดลามี. (2556). พฤติกรรมการบริโภคตามแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี. . วารสารพัฒนาสังคม, 15(2), 67-95.
- รวีกรานต์ นันทเวช. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- รุจิเรศ พิษิตานนท์. (2546). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนวัยรุ่นตอนปลาย. (ภาคินิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ลลิตภัทร เจริญรัฐ. (2555). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ด้วยวิธีการวิเคราะห์กลุ่มพหุ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วรพจน์ แสนสินรังษี. (2555). ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ Dota All Stars ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต, 3(2), 80-97.
- วรรณภรณ์ พุฒิพิรุฬห์วงศ์. (2562). สื่อเกมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของเยาวชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วรสิทธิ์ แสงแดง. (2547). ทศนคติและพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วรรัชฎาณ์ สิงห์ทองวรรณ. (2562). การศึกษาความตั้งใจในการซื้อซ้ำไอเทมในเกมออนไลน์แบบเล่นตามบทบาท. วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ, 5(3), 20-30.
- วันวิสา สรีระศาสตร์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วัลนิกา ฉลากบาง. (2548). การพัฒนาความสามารถในการรู้จักคิดแบบโยนิโสมนสิการและการบริโภคด้วยปัญญาของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสกลนคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง. (2553). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ช่วงชั้นที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วีณา อำไพสิริวงศ์. (2550). ตัวแทนการสังคมกรรมของผู้บริโภค ความรู้เกี่ยวกับตลาดและรูปแบบการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

- วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างจิตพอเพียงและพฤติกรรมการบริโภคด้วย
ปัญญาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 9(2-4), 164-174.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จี. พี. ไชเบอร์พริ้นท์.
- ศรัณย์ พิมพ์ทอง. (2557). การศึกษาข้ามวัฒนธรรมปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการ
บริโภคอย่างพอเพียงของนักศึกษาในประเทศไทยและมาเลเซีย: รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ:
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2553). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริเมศวร์ ศิริศักดิ์ธนากุล และวลัย อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2558). ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดย
ใช้กระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนของนักเรียน
มัธยมศึกษา. วารสารครุศาสตร์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), 43(2), 98-111.
- ศุภกาญจน์ วิชานาติ. (2556). การประยุกต์ใช้หลักโยนิโสมนสิการในการแก้ปัญหการเรียนรู้ของ
นักศึกษาระดับอุดมศึกษา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 4(1), 34-49.
- ศุภนาย เขียวข้อย. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้เกิดพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ของนักศึกษา
ระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- สุภรางค์ อินทฤทธิ์. (2552). ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมและปัจจัยเชิงผลด้านการจัดการกับ
ความเครียดของพฤติกรรมรักการอ่านในนักเรียนวัยรุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. (2559). เอกสารประกอบคำสอน วป 581 การถ่ายทอดทางสังคมกับ
พัฒนาการของมนุษย์.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2538). ธรรมานุญชีวิต: พุทธจริยธรรมเพื่อชีวิตที่ดีงาม
(พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2556). โยนิโสมนสิการวิธีคิดตามหลักพุทธธรรม (พิมพ์
แยกเล่มเฉพาะบทครั้งที่ 248/9). นครปฐม: วัดญาณเวศกวัน.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2559). เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ. กรุงเทพฯ: ผลิตภัณ์.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2542). การศึกษาเริ่มต้นเมื่อคนกินอยู่เป็น. กรุงเทพฯ:
อักษรสยามการพิมพ์.

- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2556). ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญาพร เล็งขุนทด. (2558). การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสาระประวัติศาสตร์ เจตคติที่มีต่อสาระประวัติศาสตร์และทักษะทางสังคมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบพุทธะกับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 9(1), 163-172.
- สาริศา จันทระอาพร. (2559). ภาวะการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ใน วัยรุ่น. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(1), 38-93.
- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. (2552). เศรษฐกิจพอเพียง: แนวคิดสู่การประยุกต์ใช้ที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เอเชีย แปซิฟิค ออฟเซ็ท.
- สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม. (2557). คู่มือการขับเคลื่อนงานการสร้างภูมิคุ้มกันของสังคมในมิติ วัฒนธรรมประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557. (เอกสารอิเล็กทรอนิกส์). <https://www.m-culture.go.th/adminli/ebook/B0010/#p=1>
- สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม. (2558). เด็กไทยรู้เท่าทันสื่อ ฉลาดรู้ ฉลาดเลือก สำนักเฝ้าระวังทาง วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- สิทธิพันธ์ หนั่นไชย. (2554). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อ สินค้าเสมือน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สิทธิพันธ์ หนั่นไชย. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อ สินค้าเสมือน. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 5(1), 121-142.
- สุชุมาล เกษมสุข. (2549). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียน ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร: รายงานการ วิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุชัญญา โพธิ์รัชตางกูร. (2558). จิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีสติ ด้านการบริโภค (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุทธิพงศ์ วุฒิพรหมณ์. (2557). อิทธิพลของแรงจูงใจในการเล่นเกมส์ออนไลน์และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มี ต่อการตัดสินใจเล่นเกมผ่านทางไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย

กรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- สุธิดา วรรณะปกรณ. (2555). พฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์: กรณีศึกษาผู้เล่นเกมออนไลน์ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุนันทา พลับแดง. (2558). การพัฒนาพลังปัญญาของเยาวชนไทยโดยผ่านสถาบันครอบครัว. วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 16(1), 10-17.
- สุพรรณิ ปานดี. (2542). การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรคและแรงสนับสนุนทางสังคมเพื่อพฤติกรรมการเลิกสูบบุหรี่ในนักเรียนมัธยมชั้นปีที่ 3 จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สุพัฒนา บุญแก้ว. (2556). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมอาสาศักดิ์ของอาสาสมัครทางจิตสังคมใน เขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สุพัตรา สุภาพ. (2533). สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภาวดี เจริญวานิช. (2557). พฤติกรรมการติดเกม: ผลกระทบและการป้องกัน. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 22(6), 871-879.
- แสงเดือน เสาะสูงเนิน และดุจเดือน พันธมนาวิน. (2559). ปัจจัยเชิงเหตุทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมฉลาดเลือกกินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ การบริหารการพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร ประจำปี 2559.
- แสงอรุณ ธรรมเจริญ; และลินดา สุวรรณดี. (2547). ตัวบ่งชี้ทางจิตสังคมของพฤติกรรมจริยธรรมของวัยรุ่นในเขตที่มีแหล่งยั่วในในระดับต่างกัน: รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: การวิจัยและพัฒนา ระบบพฤติกรรมไทย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อนันต์ แยมเยื่อน. (2557). การวิจัยเพื่อพัฒนาและประเมินเครื่องมือวัดพฤติกรรมการคบเพื่อนอย่างปลอดภัยของนักศึกษาปริญญาตรีและความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด. วารสารพัฒนาสังคม, 16(2), 21-46.
- อนุวัต กระสังข์. (2560). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : หลักการและวิธีการพัฒนาชุมชนตามหลักพุทธ

- ธรรมอย่างยั่งยืน. วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 19(1), 125-144.
- อรพินท์ ชูชม. (2545). เอกสารคำสอนวิชา วป 502 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดทางพฤติกรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพินท์ ชูชม และคนอื่น ๆ. (2549). การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย: รายงานการวิจัยฉบับที่ 104. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพินท์ ชูชม; ทศนา ทองภักดี; และสุภาพร ธนะชานันท์. (2554). รูปแบบการพัฒนาเพื่อสร้างเสริมภูมิคุ้มกันทางจิตของเยาวชน: รายงานการวิจัยฉบับที่ 137. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัคริมา นันทนาสิทธิ. (2557). การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท *Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG)*. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อัญชลี จิตรแมน. (2555). ปัจจัยบางประการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมบริโภคนิยมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนขยายโอกาส จังหวัดศรีสะเกษ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- อาภา จันทรสกุล และจิตตินันท์ บุญสถิตกุล. (2546). การสร้างแบบวัดวิธีคิดแบบนิโสมนสิการสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา. กรุงเทพฯ: สถาบันสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุษา ปักกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ Media and Information Literacy. วารสารสุทธปริทัศน์, 20(80), 147-162.
- เอกกมล พวงเกษม. (2554). ความเชื่อทัศนคติต่อโฆษณา และพฤติกรรมหลีกเลี่ยงโฆษณาของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ไอระวิน ว่องวัจนะ และศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. (2560). รูปแบบการสื่อสารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในระบบในเกมออนไลน์. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(1), 209-220.



แบบวัดพฤติกรรมบริโภค สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์และปัจจัยจิตสังคม

คำชี้แจงในการทำแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทักษะชีวิตของวัยรุ่น ในการตอบแบบสอบถาม
ครั้งนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด ขอให้ตัดสินใจตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
และขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บเป็น
ความลับและไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผลการเรียนของนิสิต ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา
 ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 8 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว
ตอนที่ 2 พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ตอนที่ 3 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนใน
เกมออนไลน์ด้วยปัญญา ตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ตอนที่ 5 แบบวัดการคิดแบบรู้
คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ตอนที่ 6 แบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ตอนที่ 7 การรับแบบอย่างที่ดีจาก
เพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ตอนที่ 8 แบบวัดการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง

“ไอเทม” ในที่นี้ หมายถึง ไอเทมต่าง ๆ ภายในเกมที่ท่านซื้อด้วยการเติมเงิน หรือ ซื้อไอเทม
ระหว่างผู้เล่นด้วยกันด้วยเงินจริง เช่น สกินตัวละคร ชุดเสื้อผ้า อาวุธ สัตว์เลี้ยง น้ำยาคุณสอง/เพิ่มสเตตัส
เงินในเกม เป็นต้น

ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านข้อมูลส่วนตัว

- เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- อายุ.....ปี
- กำลังศึกษาในระดับ.....
- มีรายได้ต่อเดือน..... บาท
- ได้รับรายได้จาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ผู้ปกครอง ☐ ญาติ ☐ ทำงาน
- โดยเฉลี่ยเล่นเกมออนไลน์กี่ชั่วโมงต่อวัน
☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 1 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง
☐ 2 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง ☐ 3 ชั่วโมงขึ้นไป แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง ☐ มากกว่า 4 ชั่วโมง
- จำนวนเงินจริงที่ท่านใช้ซื้อไอเทมภายในเกมออนไลน์โดยเฉลี่ย บาทต่อเดือน

8. ประเภทเกมออนไลน์ที่ท่านเล่นแล้วซื้อไอเทมด้วยเงินจริงมากที่สุด

- ☐ MMORPG/ RPG (เช่น Ragnarok, Mu, Pokemon GO เป็นต้น)
- ☐ Strategy/RTS/MOBA (เช่น ROV, DOTA2, เป็นต้น)
- ☐ FPS/TPS (เช่น Counter-Strike, PB, PUBG เป็นต้น)
- ☐ Casual Game (เกมที่เล่นระยะสั้น จบเป็นฉาก ๆ เช่น Candy Crush, Angry Birds, เกมเศรษฐี, เกมไฟ/ดัมมี่, Cookie run เป็นต้น)
- ☐ Social Game (เกมที่เล่นบน Facebook/Line เช่น Line Play, The sims, FarmVille เป็นต้น)
- ☐ อื่น ๆ

9. ท่านซื้อไอเทมประเภทใดบ่อยครั้งที่สุด 3 อันดับแรกของท่าน โดยใส่เลขไว้หน้าข้อความ

-เงินตราเสมือน (เงินในเกมออนไลน์)
-สินค้าเพื่อแฟชั่น (สกิน/เสื้อผ้า/อาวุธ/เปลี่ยนรูปลักษณ์/เฟอร์นิเจอร์ ฯ)
-สินค้าเสริมพลังในตัวละคร (เสื้อผ้า/อาวุธ/ยา/สัตว์เลี้ยง ฯ)
-สิ่งของเพื่อรับของรางวัล/ตัวละคร
-ของขวัญเสมือน
-สินค้าเพื่อประหยัดเวลา (พลังชีวิตสำหรับเล่นต่อไปได้เร็ว/คุณEXP/คัมภีร์เคล็ดลับผ่านภารกิจ)
-อื่น ๆ

สัญลักษณ์ทางสถิติ

- k หมายถึง จำนวนข้อคำถาม
- α หมายถึง Cronbach's alpha coefficient
- CITC หมายถึง Corrected Item – total Correlation

ตอนที่ 2 การบริโภคสินค้าเสมือนภายในเกมออนไลน์

นิยามเชิงปฏิบัติการ

พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และไตร่ตรองตัดสินใจ ถึงประโยชน์และโทษจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ รวมทั้งการใช้งานอย่างคุ้มค่า ซึ่งต้องไม่เกิดความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และอยู่บนความพอดีเพื่อสนองความต้องการ โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ซึ่งมาตรงประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “ทำมากที่สุด” จนถึง “ไม่เคยทำเลย” สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูงแสดงว่า เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มากกว่าผู้ตอบที่ได้คะแนนต่ำ โดยพิจารณาองค์ประกอบ 2 ด้าน มีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังนี้

สรุปผลการตรวจสอบ พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ ($n = 99$)		กลุ่มตัวอย่างจริง ($n = 452$)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. ตลาดบริโภค	7	.597	4	1.000	.918	.849	.508
2. การบริโภคอย่างประมาทจน	6	.545	4	.836			.687
ทั้งฉบับ	13	.688	8				.724

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC ทั้งฉบับ	Factor Loading	CITC ทั้งฉบับ
องค์ประกอบที่ 1 ตลาดบริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึงการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อและเลือกใช้สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยผ่านการคิดไตร่ตรองจากการประเมินและเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประโยชน์หรือโทษเป็นหลัก มากกว่าความพึงพอใจจากอุปถัมภ์ ราคา โฆษณาหรือตามกระแสนิยม				
1	(-)ฉันมักจะซื้อไอเทมด้วยเงินจริงตามคำโฆษณา โดยไม่ตรวจสอบคุณสมบัติของไอเทมว่าเหมาะกับตัวละครที่ฉันเล่น	.371	.781	.598
2	(-)ฉันมักซื้อไอเทมชุดตัวละครมาสะสม ด้วยเหตุผลที่ว่ามันสวยงาม	.173	.453	.379
3	(-)ฉันซื้อคู่มือเฉลยเกม/นิตยสารเกม เพราะฉันต้องการโค้ดไอเทมที่แถมมากับหนังสือ	.222	.625	.488
4	(+)ฉันจะเปรียบเทียบจำนวนเงินจริงที่เสียไปก่อนตัดสินใจซื้อทุกครั้ง	.347	-	.-
5	(-)ฉันมักซื้อไอเทมตามความพึงพอใจ โดยไม่คำนึงถึงโอกาสที่จะได้ใช้	.368	.554	.476
6	(+)หากพลังชีวิตหมดฉันจะรอเวลาให้พลังชีวิตเพิ่มกลับมาเองแทนการเติมแต้มเพื่อซื้อพลังชีวิต (เช่น หัวใจ, stat สำหรับเล่นเกมในแต่ละเทิร์น)	.243	-	-
7	(+)ถ้าฉันจะซื้อไอเทมในเกม ฉันจะคำนึงถึงความคุ้มค่าของราคากับการใช้งานในการเล่น	.382	-	-
องค์ประกอบที่ 2 การบริโภคอย่างประมาทจน หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการตระหนักรู้ถึงผลลัพธ์จากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมหรือไม่เกินตัว โดยเป็นการพิจารณาถึงความพอดีเหมาะสมกับฐานะและละเว้นจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์หากสร้างความเบียดเบียนหรือความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น				
8	(-)ถ้ามีไอเทมที่อยากได้แต่ฉันไม่มีเงิน ฉันจะไปยืมเงินจากเพื่อน	.388	.610	.470
9	(+)ถ้าฉันซื้อไอเทมต้องไม่เป็นการเบียดเบียนเงินที่ต้องใช้ในชีวิตรประจำวัน	.344	.195	.146

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
10	(+)ถึงฉันจะนำเงินไปใช้จ่ายกับการซื้อไอเทม แต่ก็อยู่บนความเหมาะสมกับฐานะการเงินของฉัน	.368	-	-
11	(+)ฉันไม่เลือกซื้อไอเทมที่ซื้อด้วยเงินจริง เพราะไอเทมปกติก็เพียงพอต่อการเล่นเกมให้สำเร็จ	.268	-	-
12	(-)ฉันจะใช้ไอเทมคุณสองจนคุ้มค่า แม้ว่าฉันจะต้องเล่นเกมจนหามรุ่งหามค่ำก็ตาม	.389	.428	.339
13	(-)ฉันเลือกที่จะซื้อไอเทมจากผู้เล่นคนอื่นแทนการหาเอง แม้ว่าไอเทมชิ้นนั้นจะมีราคาแพง	.209	.652	.515

ตอนที่ 3 เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

นิยามเชิงปฏิบัติการ

เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การที่บุคคลคิดเชิงประเมินค่าถึงประโยชน์หรือโทษต่อการพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเกิดความรู้สึกเชิงบวกหรือลบต่อการกระทำนั้น รวมทั้งความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมหลีกเลี่ยงหรือสนับสนุนการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึก ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบ การรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม มีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีเจตคติต่อการหลีกเลี่ยงสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

สรุปผลการตรวจสอบ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ (n = 99)		กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. การรู้คิดเชิงประเมินค่า	6	.790	4	.964	.954	.872	.610
2. ความรู้สึก	5	.614	3	.957			.376
3. แนวโน้มพฤติกรรม	5	.669	3	.879			.704
ทั้งฉบับ	16	.817	10				.754

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วย
ปัญหา

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC ทั้งฉบับ	Factor Loading	CITC ทั้งฉบับ
องค์ประกอบที่ 1 การรู้คิดเชิงประเมินค่า หมายถึง การรู้คิดเชิงประเมินคุณค่าถึงประโยชน์หรือโทษจากการกระทำพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา				
1	(+)ฉันคิดว่าการซื้อไอเทมเก็บสะสมไว้แต่ไม่ได้ใช้ เป็นเรื่องที่ฟุ่มเฟือย	.501	-	-
2	(+)ถ้าจะซื้อไอเทมด้วยเงินจริงต้องคิดถึงความเป็นเสียก่อน	.567	.606	.500
3	(+)ฉันคิดว่า ถ้าฉันจะซื้อไอเทม ฉันจะรอช่วงโปรโมชันลดราคา เพราะมันจะช่วยให้ฉันประหยัดเงิน	.576	.456	.364
4	(+)ฉันเห็นด้วย ถ้าจะตัดสินใจซื้อไอเทมด้วยเงินจริง ควรให้ความสำคัญที่การใช้งานมากกว่าความสวยงาม	.444	.402	.341
5	(+)ฉันเชื่อว่า ฉันสามารถหาไอเทมเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องซื้อไอเทมเหล่านั้นด้วยเงินจริง เพราะมันแสดงถึงความพยายามของฉัน	.410	-	-
6	(+)ฉันคิดว่า ถ้าจะซื้อไอเทมด้วยเงินจริงต้องใช้งานให้คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	.543	.670	.536
องค์ประกอบที่ 2 ด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่อการกระทำพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา				
7	(-)ฉันชอบที่จะเสี่ยงโชคเพื่อให้ได้ของรางวัล แม้รู้ว่ามีโอกาสได้ของที่ต้องการน้อยก็ตาม	.282	.567	.456
8	(+)ฉันรู้สึกภูมิใจหากฉันพัฒนาตัวละครจนเก่ง โดยที่ไม่ต้องเสียเงินหรือเสียเงินน้อยที่สุด	.423	-	-
9	(-)ฉันจะมีความสุข ถ้าได้ซื้อไอเทมด้วยเงินจริงไปอวดเพื่อน ๆ แม้ว่าฉันจะไม่ค่อยได้ใช้งานมัน	.352	.291	.247
10	(-)ฉันมีความสุขที่ได้ซื้อไอเทมด้วยเงินจริงสะสมไว้ แม้ว่าฉันจะไม่ค่อยได้ใช้งาน	.375	-	-
11	(+) แม้ว่าฉันจะรู้สึกอิจฉาผู้เล่นคนอื่นที่มีชุดสวย ๆ เท่ ๆ แต่ฉันจะมีความสุขมากกว่าหากได้ประหยัดเงินในกระเป๋า	.465	.414	.352

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
องค์ประกอบที่ 3 แนวโน้มพฤติกรรม หมายถึง ความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา				
12	(+)ฉันพร้อมที่จะอดทนรอซื้อไอเทมด้วยเงินจริงช่วงโปรโมชัน เพราะจะช่วยประหยัดเงินฉัน	.429	-	-
13	(+)ฉันตั้งใจเก็บเงินซื้อไอเทมเอง จะได้ไม่ต้องไปยืมหรือขอเงินจากใคร	.417	.524	.374
14	(+)หากฉันจะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อไอเทมในเกม ฉันพร้อมที่จะคิดให้แน่ใจก่อนที่จะซื้อ	.443	.802	.623
15	(+)ฉันตั้งใจแล้วว่า หากฉันซื้อไอเทมด้วยเงินจริง ฉันจะคำนึงถึงโอกาสที่จะได้ใช้ก่อนตัดสินใจซื้อไอเทม	.482	.717	.591
16	(-)ฉันพร้อมที่จะซื้อไอเทมด้วยเงินจริงตามเพื่อน หรือตามเทศกาล เพราะฉันจะได้ดูดี ดูทันสมัยในสายตาผู้เล่นคนอื่น	.349	-	-

ตอนที่ 4 ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

นิยามเชิงปฏิบัติการ

ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน หมายถึง ความสามารถในการคาดการณ์ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่จะเกิดในอนาคตมากกว่าปัจจุบันทั้งก่อประโยชน์หรือคุณค่าให้กับตนเอง สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายและได้รับผลที่ดีที่จะเกิดในอนาคต รวมทั้งความสามารถในการบังคับตนเองให้อดทนรอ และพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรอรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ การคาดการณ์และเล็งเห็นถึงความสำคัญ การวางแผนพร้อมเพื่ออนาคต และการควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของ มัญชลี เปี่ยมดี (2558) และศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557, น. 47-48) มาปรับปรุงในการวัดลักษณะมุ่งอนาคตและลักษณะควบคุมตน โดยมีลักษณะมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

สรุปผลการตรวจสอบ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ (n = 99)		กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ	5	.682	4	.867	.786	.551	.504
2. การวางแผนพร้อมเพื่ออนาคต	6	.751	3	.861			.746
3. การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม	5	.592	3	.856			.616
ทั้งฉบับ	16	.868	10				.785

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
องค์ประกอบที่ 1 การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ คือ ความสามารถในการคาดการณ์ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในสิ่งที่จะเกิดในอนาคตมากกว่าปัจจุบันทั้งก่อประโยชน์หรือคุณค่าให้กับตนเอง				
1	(-)ฉันไม่เคยสนใจว่าจะใช้เวลาในแต่ละวันให้เกิดประโยชน์หรือไม่	.510	.305	.256
2	(-)ฉันมักจะเล่นเกมจนลืมทำการบ้าน	.579	-	-
3	(+)ฉันจะทบทวนถึงสิ่งที่ฉันจะกระทำว่าจะเกิดผลอย่างไรในอนาคต	.538	.553	.429
4	(+)ฉันจะรีบทำการบ้านให้เสร็จตั้งแต่วันนี้ แม้ว่าจะกำหนดส่งจะอีกยาวนาน	.474	.532	.435
5	(+)ฉันตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพให้ดีตั้งแต่วันนี้	.512	.542	.427
องค์ประกอบที่ 2 การวางแผนเพื่ออนาคต คือ สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อให้ตนบรรลุเป้าหมายและได้รับผลที่ดีที่จะเกิดในอนาคต				
6	(+)หลังจากทำงานส่วนหนึ่งเสร็จ ฉันมักคิดเตรียมงานในส่วนต่อไป	.542	-	-
7	(+)ฉันมักจะมีแผนสำรอง หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	.486	.689	.529
8	(+)ในการทำงานชิ้นหนึ่ง ฉันมักจะวางแผนอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ก่อนเริ่มทำงานชิ้นนั้น	.536	.757	.566
9	(+)ฉันมักทบทวนตนเองถึงสิ่งที่ฉันเคยทำ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนในอนาคต	.634	.685	.543
10	(-)ฉันไม่เคยวางแผนว่าฉันจะทำอะไรในแต่ละวัน	.592	-	-
11	(-)ฉันคิดว่าไม่จำเป็นต้องวางแผนตั้งแต่วันนี้ เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน	.478	-	-

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งหมด}	Factor Loading	CITC _{ทั้งหมด}
องค์ประกอบที่ 3 การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม คือ ความสามารถในการบังคับตนเองให้อดทนรอ และพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างต่อเนื่องตามวางแผนที่วางไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรอรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต				
12	(-)ฉันไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องอดทนตั้งใจเรียนให้ได้ตั้งแต่วันนี้ เพราะอนาคตจะนำโอกาสและประสบการณ์ใหม่ ๆ มาให้เอง	.296	-	-
13	(+)ฉันจะตั้งใจอ่านหนังสือตั้งแต่ตอนนี้ ดีกว่าไปตั้งใจอ่านตอนใกล้สอบ	.379	.417	.408
14	(-) ฉันทนไม่ไหวที่จะเล่นเกมให้ได้ตอนนี้ แม้ว่าฉันยังทำการบ้านไม่เสร็จ	.596	-	-
15	(+)ฉันจะไม่ละทิ้งความตั้งใจจนกว่างานนั้นจะออกมาอย่างที่ฉันตั้งใจไว้	.484	.692	.489
16	(+)ฉันมีความมุ่งมั่นในการทำงานตามขั้นตอนที่ฉันได้วางแผนไว้	.611	.790	.587

ตอนที่ 5 การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

นิยามเชิงปฏิบัติการ

การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง ความสามารถในการรู้จักคิดเพื่อการกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งคุณค่าแท้เป็นการที่บุคคลอาศัยปัญญาเป็นเครื่องมือตีความถึงค่าประโยชน์หรือคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างแท้จริง เพื่อสนองความต้องการของชีวิตโดยตรงให้เกิดความสุขทั้งของตนและของผู้อื่น ในทางกลับกันคุณค่าเทียมเป็นการที่บุคคลอาศัยตัณหาเป็นเครื่องมือตีค่าในการปรุงแต่งพอกพูนเพื่อปรนเปรอเสพสุขของตน โดยผู้วิจัยนำแบบวัดของมัญชลี เปี่ยมดี (2558) มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทจำนวน 6 ข้อ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน

สรุปผลการตรวจสอบ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ (n = 99)		กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	7	.708	5	-	.786	.551	.745
ทั้งหมด	7	.708					.745

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม หมายถึง ความสามารถในการรู้จักคิดเพื่อกำจัดความอยากหรือเพื่อไม่ให้กิเลสเข้ามาครอบงำจิตใจแล้วชักจูงให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งคุณค่าแท้ เป็นการที่บุคคลอาศัยปัญญาเป็นเครื่องมือตีความถึงค่าประโยชน์หรือคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างแท้จริงเพื่อสนองความต้องการของชีวิตโดยตรงให้เกิดความสุขทั้งของตนและของผู้อื่น ในทางกลับกันคุณค่าเทียมเป็นการที่บุคคลอาศัยตัณหาเป็นเครื่องมือตีค่าในการปรุงแต่งพอกพูนเพื่อปรนเปรอ เสพสุขของตน				
1	(-)ถ้าฉันจะซื้อรองเท้าสักคู่ ฉันจะเลือกจากแบรนด์สินค้าหรือความนิยมเป็นอันดับแรก	.437	.772	.603
2	(-)ฉันอยากมีบ้านหลังใหญ่ๆ เพื่อแสดงให้ผู้อื่นรู้ว่าบ้านฉันร่ำรวย	.557	.779	.638
3	(-)การที่ฉันใช้ของที่มีราคาแพงมีชัยข้อ ช่วยทำให้ฉันดูดีมีระดับ	.625	.848	.712
4	(-)ฉันคิดว่า ฉันเลือกทานอาหารที่มีความสวยงามถึงจะไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	.274	-	-
5	(-)เมื่อฉันเห็นป้ายโปรโมชันลดราคาสินค้า ฉันมักจะซื้อโดยไม่คิดว่าฉันจะมีโอกาสได้ใช้หรือมีความจำเป็น	.515	.549	.490
6	(+)ฉันคิดว่า ฉันสามารถเลือกใส่เสื้อผ้าอะไรก็ได้ขอให้ถูกกาลเทศะ โดยที่ไม่ต้องตามแฟชั่นเสมอไป	.202	.149	.130
7	(-)ฉันซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อเพราะอยากได้คะแนนสะสมหรือแต้มปี โดยไม่ได้คิดก่อนว่าสินค้านั้นมีความจำเป็นหรือไม่	.314	-	-

ตอนที่ 6 การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

นิยามเชิงปฏิบัติการ

การรู้เท่าทันเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ของผู้ที่เล่นเกม เพื่อทำความเข้าใจ คิดวิเคราะห์ ตีความ และประเมินค่าเกี่ยวกับเกมหรือเนื้อหาของเกม และการใช้งาน ถึงผลดีผลเสียจากการเล่นเกม จนกระทั่งความสามารถในการเล่นเกมนำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนน

สูง แสดงว่า เป็นผู้ที่มีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ มากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ มีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังนี้

สรุปผลการตรวจสอบ การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ (n = 99)		กลุ่มตัวอย่างจริง (n = 452)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. การเข้าถึงเกมออนไลน์	5	.459	3	.541	.837	.643	.621
2. การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์	6	.793	4	.838			.659
3. การประเมินการเล่นเกมนออนไลน์	6	.773	8	.967			.834
4.การเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์	6	.787					
ทั้งฉบับ	23	.904	15				.859

หมายเหตุ: การประเมินการเล่นเกมน และการเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ยุบรวมเป็นองค์ประกอบเดียวกัน

คือ “การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์”

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ การรู้เท่าทันเกมออนไลน์

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
องค์ประกอบที่ 1 การเข้าถึงเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ ทำความเข้าใจ เพื่อใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงการเล่นเกมนออนไลน์ และใช้งานได้อย่างเหมาะสมปลอดภัย				
1	(-)ฉันไม่จำเป็นต้องสนใจเลือก/ตั้งค่าสเปคคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนให้ตรงกับเกมที่ฉันเล่น	.351	-	-
2	(+)เมื่อพบปัญหาในการเล่นเกมน ฉันรู้วิธีแจ้งปัญหากับทางผู้ดูแลเกมหรือ GM	.382	-	-
3	(+)ฉันรู้ว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่ที่ติดเกมจนเสียการเรียนเพราะเขาไม่สามารถควบคุมตนเองให้หยุดเล่นได้ และไม่รู้จักแบ่งเวลา	.567	.381	.380
4	(+)ฉันควรกำหนดระยะเวลา และช่วงเวลาสำหรับเล่นเกมนในแต่ละวัน	.353	.593	.287
5	(+)ฉันคิดว่า การเล่นเกมต้องรู้จักแบ่งเวลาสำหรับเล่นเกมน การเรียนการทำงาน และครอบครัวให้ดี	.456	.927	.518

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งหมด}	Factor Loading	CITC _{ทั้งหมด}
องค์ประกอบที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้เล่นมีความรู้ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ และตีความวัตถุประสงค์หลักของเกมว่า มีเนื้อหา มีเรื่องราว มีภารกิจที่ผู้เล่นต้องทำในเกมอย่างไร และวัตถุประสงค์รองที่แอบแฝงมากับเนื้อหาของเกม				
6	(+)ฉันเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องทำ เพื่อให้ทำภารกิจในเกมสำเร็จ	.611	-	-
7	(+)ฉันสามารถวางแผนเพื่อให้ทำภารกิจสำเร็จได้ไว หรือเล่นเพื่อชนะได้ง่ายขึ้น	.626	.660	.541
8	(+)ฉันรู้ว่า เมื่อฉันทำภารกิจสำเร็จแล้ว เกมจะมีภารกิจใหม่ให้ฉันทำต่อทันที เพื่อจูงใจให้ฉันเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง	.683	.482	.394
9	(+)ฉันคิดว่า การจัดอีเวนต์ตามเทศกาลภายในเกม (เช่น ปีใหม่ วาเลนไทน์ ฯ) เป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เล่นซื้อไอเทมด้วยเงินจริง	.571	-	-
10	(+)ฉันคิดว่า E-Sports เป็นรูปแบบการตลาดอย่างหนึ่งของผู้ให้บริการเกม	.521	.637	.539
11	(+)ฉันรู้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินจริงกับเงินในเกมไม่เป็น 1 : 1 เพราะทำให้ผู้ซื้อรู้สึกว่า การเติมเงินนั้นคุ้มค่า หรือได้เงินในเกมจำนวนมาก	.446	.535	.422
องค์ประกอบที่ 3 การประเมินการเล่นเกมออนไลน์ หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจคุณค่า และการเลือกเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกมว่ามีประโยชน์หรือโทษต่อบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้านความคิด ความรู้สึกหรือจิตใจ และพฤติกรรม และสามารถแยกแยะสิ่งที่สามารถทำได้เฉพาะในเกมหรือชีวิตจริง รวมทั้งตัดสินใจถึงคุณภาพของเกมออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบกับเกมอื่น				
12	(+)ฉันสามารถเรียนรู้ หรือพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษได้จากการเล่นเกม	.550	-	-
13	(+)ฉันคิดว่า เนื้อหาของเกมสามารถสร้างมิตรภาพใหม่ ๆ ให้ฉันได้ในทางกลับกันก็สามารถสร้างความขัดแย้งได้เช่นกัน	.592	.578	.531
14	(+)ฉันคิดว่า เกมที่ต้องสะสมค่าประสบการณ์และอาวุธ มีโอกาสทำให้ฉันติดเกมมากกว่าเกมประเภทอื่น	.294	-	-
15	(+)แม้ว่าฉันจะเล่นเกมที่มีเนื้อหาต่อสู้ ฉันรู้ว่าฉันไม่ควรเลียนแบบพฤติกรรมจากเกมมาใช้ในชีวิตจริง	.616	.634	.570
16	(+)ฉันสามารถนำเอาความรู้ที่ได้จากการเล่นเกม มาประยุกต์ใช้ได้ ในชีวิตจริงได้อย่างเหมาะสม	.595	.622	.554
17	(+)ฉันรู้ว่าเกมเป็นเรื่องสมมติที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อความบันเทิง	.619	.705	.636

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ปัจจัย}	Factor Loading	CITC _{ปัจจัย}
องค์ประกอบที่ 4 การเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกมอย่างสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเกม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมภายในเกมออนไลน์				
18	(+) ในขณะที่เล่นเกมฉันกับเพื่อน ๆ จะคอยช่วยเหลือกันเพื่อให้ทำภารกิจให้สำเร็จ	.646	.637	.564
19	(+) ฉันต้องเคารพกฎกติกาการยาทาในเกมออนไลน์ เพราะเป็นแนวทางป้องกันความขัดแย้งระหว่างผู้เล่น	.564	-	-
20	(+) แม้ว่าเกมจะเป็นโลกเสมือน ฉันก็ต้องรู้จักให้เกียรติหรือเคารพผู้เล่นคนอื่น	.538	.677	.600
21	(+) ฉันคิดว่าการโกงกันระหว่างผู้เล่นเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ	.366	.560	.491
22	(+) เมื่อพบเห็นผู้กระทำความผิด ฉันจะแจ้งกับทางผู้ดูแลเกมทันที เพื่อไม่ให้ผู้อื่นเดือดร้อนอีก	.518	-	-
23	(+) เมื่อฉันเล่นเกม ฉันจะสร้างมิตรภาพใหม่ ๆ จากการเล่นเกม มากกว่าสร้างความขัดแย้งกับผู้เล่นคนอื่น	.681	.580	.509

หมายเหตุ: เมื่อตรวจสอบ CFA พบว่า การประเมินการเล่นเกมออนไลน์ และการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ควรอยู่องค์ประกอบเดียวกัน จากเดิมผู้วิจัยตั้งต้นสร้างข้อคำถามจากนิยามในช่วงต้น

ตอนที่ 7 การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

นิยามเชิงปฏิบัติการ

การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ หมายถึง การรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติตนตามเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างเหมาะสมทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร และ การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติตนที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ให้คะแนน 6 ถึง 1 คะแนน สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนน สูงแสดงว่าเป็นผู้ตอบที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างเหมาะสมมากกว่า ผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ

สรุปผลการตรวจสอบ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ ($n = 99$)		กลุ่มตัวอย่างจริง ($n = 452$)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	5	.621	4	1.000	.444	.506	.574
2. แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	4	.638	3	-.112			.584
ทั้งฉบับ	9	.636	7				.433

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ การรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ หมายถึง การรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติตนตามเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างเหมาะสมทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิบัติตนที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น โดยผู้วิจัยสร้างแบบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ				
แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน				
1	(+)เพื่อนของฉัน แบ่งเวลาในการเล่นเกมนได้อย่างเหมาะสม	.308	.275	.136
4	(+)เพื่อนรอบข้างฉัน ไม่มีใครเล่นเกมนออนไลน์เถื่อน	.268	-	-
7	(+)เพื่อนที่เล่นเกมนกับฉัน มักคอยให้แนะนำหรือช่วยเหลือผู้เล่นคนอื่น	.347	.545	.300
8	(+)เพื่อน ๆ ในกลุ่มมักมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการเล่นเกมน	.422	.679	.287
9	(+)หากเพื่อนของฉัน พบเห็นผู้เล่นที่ใช้บั๊กหรือช่องโหว่ภายในเกม เขาจะแจ้งกับทางผู้ดูแลเกม หรือทำการแบนผู้เล่นคนนั้น	.212	.548	.229
แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน				
2	(-)ฉันมักเห็นเพื่อนเล่นเกมนจนหารุงหามคำ	.287	.546	.286
3	(-)เพื่อน ๆ มักลงทะเบียนบัญชีผู้เล่นเกมด้วยข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง (เช่น ใช้ชื่อ เลขบัตรประชาชนปลอม)	.279	.453	.313
5	(-)เพื่อนที่เล่นเกมนด้วยกัน มักจะหาวิธีแฮกเกม หรือบัญชีผู้เล่นคนอื่นเพื่อเอาไอเทม	.381	.453	.230

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
6	(-)เพื่อนของฉัน มักงอแงออกจากเกมกลางคัน เพื่อให้ทำให้ทีมตนเองเสียเปรียบ	.395	-	-

หมายเหตุ: เมื่อตรวจสอบ CFA พบว่า แบบวัดแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่น เกม แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่น จากเดิมผู้วิจัยตั้งต้นสร้างข้อคำถามจากนิยาม การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นออนไลน์ องค์ประกอบเดียว

ตอนที่ 8 การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

นิยามเชิงปฏิบัติการ

การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง หมายถึง การรับรู้ถึงการถูกควบคุมในการเล่น เกมจากผู้ปกครองของนักศึกษา ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ โดยมีลักษณะมาตร ประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” สำหรับผู้ตอบที่ได้คะแนนสูง แสดงว่า เป็นผู้ตอบที่มีการควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองมากกว่าผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ โดยพิจารณา จากองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ มีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบดังนี้

สรุปผลการตรวจสอบ การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

องค์ประกอบ	ทดลองใช้ ($n = 99$)		กลุ่มตัวอย่างจริง ($n = 452$)				
	k	α	k	Factor Loading	CR	AVE	α
1. ควบคุมการใช้งาน	7	.803	5	.710	.807	.586	.810
2. การห้ามปราม	6	.870	4	.889			.765
3. สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	6	.891	4	.681			.818
ทั้งฉบับ	19	.914	13				.864

ข้อคำถามและผลการตรวจสอบรายข้อ การควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครอง

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
องค์ประกอบที่ 1 ควบคุมการใช้งาน หมายถึง เป็นการสร้างข้อตกลงหรือกฎกติการ่วมกันระหว่างเด็กและผู้ปกครองถึงพฤติกรรมในการเล่นของเด็กอย่างเหมาะสม ได้แก่ จำนวนชั่วโมง ช่วงเวลา จำนวนเงิน เกมที่เล่น อุปกรณ์ สถานที่ในการเล่น และบทลงโทษหากไม่ปฏิบัติตาม				

ข้อ	ข้อความ	ทดลองใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้งฉบับ}	Factor Loading	CITC _{ทั้งฉบับ}
1	(+)ผู้ปกครองมีการกำหนดจำนวนเงินที่ฉันสามารถเล่นเกมได้	.406	.608	.485
2	(+)ผู้ปกครองกับฉันจะกำหนดระยะเวลา และช่วงเวลาในการเล่น เกมของฉัน (เช่น วันหนึ่งเล่นไม่เกินกี่ชั่วโมง ห้ามเล่นหลังที่ทุ่ม ๆ)	.603	.787	.625
3	(+)ผู้ปกครองไม่ให้ฉันเล่นเกมที่มีเนื้อหารุนแรงหรืออนาจาร	.510	.582	.445
4	(+)ฉันกับผู้ปกครองกำหนดบทลงโทษหากฉันไม่สามารถทำตาม กติกาได้ (เช่น งดเล่นเกม ลดเวลาในการเล่นในครั้งต่อไป)	.564	.727	.578
5	(+)ผู้ปกครองบอกถึงเหตุผลที่ต้องมีกฎกติกาในการเล่นของฉัน	.722	-	-
6	(+)ผู้ปกครองจะอนุญาตให้ฉันเล่นเกมได้ต่อเมื่อทำการบ้านให้ เรียบร้อยแล้ว	.658	.700	.592
7	(+)ผู้ปกครองจะเตือนฉัน เมื่อเห็นว่าฉันเล่นเกมนานเกินไป	.198	-	-
องค์ประกอบที่ 2 การชี้แนะในการเล่นเกม หมายถึง การให้ความรู้หรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และห้าม ปรามสิ่งที่อาจเกิดโทษจากการเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกม				
8	(+)ผู้ปกครองให้ความรู้ฉันเกี่ยวกับผลกระทบจากการเล่นเกมนาน เกินไป	.577	.745	.564
9	(+)หากมีข่าวสารเกี่ยวกับภัยร้ายจากการเล่นเกม ผู้ปกครองจะมา พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับฉัน (เช่น ข่าวเด็กติดเกมฆ่าตัว ตาย เลียนแบบพฤติกรรมในเกมไปทำร้าย/ชิงทรัพย์ผู้อื่น)	.598	.634	.495
10	(+)ผู้ปกครองมักเตือนให้ฉันใช้เงินสำหรับเล่นเกมอย่างระมัดระวัง	.671	.642	.529
11	(+)ผู้ปกครองมักให้ความรู้ฉันในการเล่นเกมอย่างเหมาะสม เพื่อ ไม่ให้เสียสุขภาพและการเรียน	.667	-	-
12	(+)ผู้ปกครองมักสอนให้ฉันแยกแยะว่าไม่ควรนำพฤติกรรมใดในเกม มาใช้ในชีวิตจริง	.570	.673	.516
13	(+)ผู้ปกครองคอยเตือนถึงสิ่งที่เกิดขึ้นภายในเกมว่าเป็นเรื่องสมมุติ ไม่ควรนำมาใส่ใจจนทำให้ฉันรู้สึกหงุดหงิดหรือเครียด	.488	-	-
องค์ประกอบที่ 3 สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ หมายถึง การที่ผู้ปกครองสนับสนุนให้ใช้เวลาว่าง ให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากการเล่นเกม				

ข้อ	ข้อความ	ทดลอง ใช้	กลุ่มตัวอย่างจริง	
		CITC _{ทั้ง} ฉบับ	Factor Loading	CITC _{ทั้ง} ฉบับ
14	(+) ถ้าผู้ปกครองเห็นว่าฉันเล่นเกมนานเกินไป ผู้ปกครองจะชักชวนฉันไปทำกิจกรรมอย่างอื่น	.590	-	-
15	(+) ผู้ปกครองมักพาฉันออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านร่วมกับคนอื่นๆ	.638	.737	.534
16	(+) ที่บ้านของฉันจะมีเวลาสำหรับทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว	.571	.745	.498
17	(+) ผู้ปกครองมีกิจกรรมยามว่างที่ให้ความสนุกสนานไม่แพ้การเล่นเกม	.639	-	-
18	(+) ผู้ปกครองสนับสนุนให้ฉันได้แสดงออก หรือแสดงความสามารถพิเศษ (เช่น ดนตรี กีฬา ทำอาหาร)	.617	.740	.517
19	(+) ฉันคิดว่าผู้ปกครองเป็นแบบอย่างในการทำงานอดิเรก	.699	.700	.548

Code คำสั่งของ SEM Moderator

```

Latent Variables Consu Att LOC Valu Liter Mod.P Mod.N ConT
Relationships
consu.A =Consu
consu.B =Consu
att.A =Att
att.B =Att
att.C =Att
loc.A =LOC
loc.B =LOC
loc.C =LOC
value =Valu
liter.A =Liter
liter.B =Liter
liter.C =Liter
mode.A =Mod.P
mode.B =Mod.N
cont.A =ConT
cont.B =ConT
cont.C =ConT

Consu =LOC Valu Liter Mod.P Mod.N ConT
Att =LOC Valu Liter Mod.P Mod.N ConT
Consu =Att
set the error variance of value to 0.2648450816
set the error variance of mode.A to 0.2947996385
set the error variance of mode.B to 0.6356240781

set the error between cont.B and liter.A correlate
set the error between cont.B and liter.C correlate
set the error between cont.B and liter.B correlate
set the error between loc.A and loc.B correlate
set the error between cont.B and value correlate
set the error between att.C and att.B correlate
set the error between att.B and consu.A correlate
set the error between att.A and consu.A correlate
set the error between att.B and consu.B correlate

Path Diagram
Lisrel output:ME=ML EF SC MI ND=3 AD=OFF
End of Problem

```

หมายเหตุ: 1. หากนำ Code และ Covariance Matrix ไปวิเคราะห์ ผลอาจไม่ตรงการรายงาน

เนื่องจากผู้วิจัยวิเคราะห์จาก Raw Data

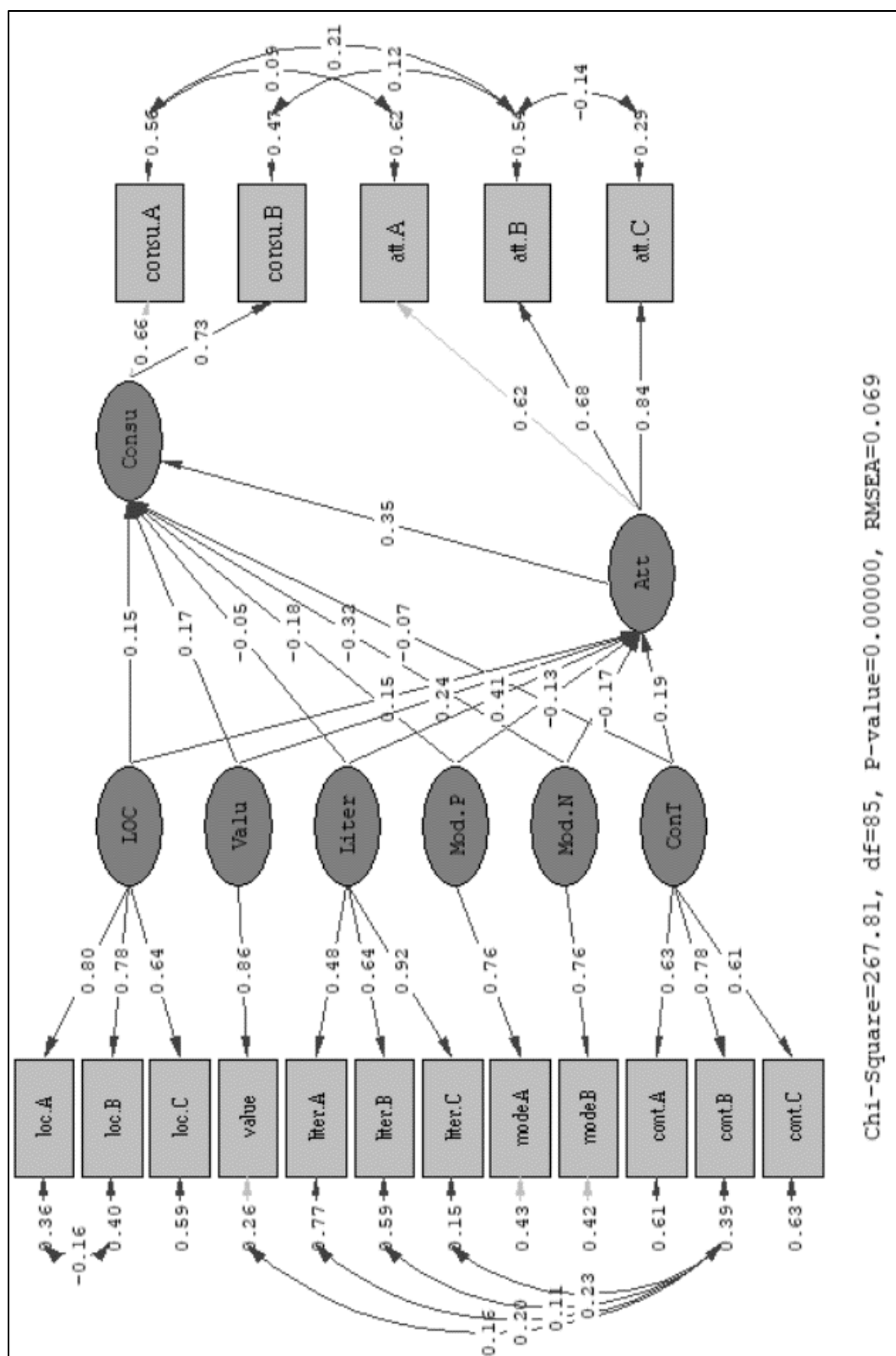
2. ในการตั้งค่า error variance ของตัวแปรแฝงที่วัดได้เพียง 1 ตัวแปรสังเกต ผู้วิจัยใช้สูตร
ในการคำนวณดังนี้ (1- Cronbach's Alpha) x Variance

Covariance Matrix

	consu.A	consu.B	att.A	att.B	att.C	loc.A
consu.A	1.1061					
consu.B	0.4899	0.9017				
att.A	0.2002	0.1396	0.5203			
att.B	0.4343	0.3353	0.2669	0.8007		
att.C	0.2090	0.2261	0.2988	0.3045	0.6305	
loc.A	0.1796	0.1591	0.1087	0.1960	0.1717	0.6381
loc.B	0.1156	0.0483	0.1950	0.1275	0.1814	0.3346
loc.C	0.0357	-0.0494	0.0955	0.1351	0.1547	0.3395
value	0.3467	0.2796	0.1153	0.3559	0.2311	0.1640
liter.A	0.1232	0.1371	0.1701	0.2318	0.2234	0.2176
liter.B	0.0164	-0.0438	0.1450	0.0801	0.1777	0.1155
liter.C	0.0612	0.0691	0.1668	0.1575	0.2622	0.1555
mode.A	-0.0467	-0.0729	0.0938	0.0580	0.1261	0.1213
mode.B	-0.3290	-0.3597	-0.0958	-0.2119	-0.1839	-0.0600
cont.A	-0.0922	-0.1303	0.0309	0.0580	-0.0412	0.1457
cont.B	-0.0090	-0.0113	0.1065	0.1836	0.1690	0.1901
cont.C	0.0225	0.0014	0.0843	0.1035	0.0612	0.2903

	loc.B	loc.C	value	liter.A	liter.B	liter.C
loc.B	0.8136					
loc.C	0.4005	0.7338				
value	0.1141	0.0967	1.0401			
liter.A	0.1354	0.1986	0.0877	0.6622		
liter.B	0.1516	0.0954	0.0973	0.2162	0.6137	
liter.C	0.1738	0.1479	0.1892	0.2486	0.3312	0.4930
mode.A	0.2096	0.1736	0.0274	0.1383	0.1709	0.2594
mode.B	-0.0560	0.0439	-0.3178	-0.1368	0.0116	-0.1237
cont.A	0.0826	0.1200	-0.1924	0.1382	-0.0171	-0.0049
cont.B	0.1724	0.1683	0.1136	0.2687	0.1707	0.2566
cont.C	0.1829	0.2135	-0.0192	0.1122	0.0514	0.0786

	mode.A	mode.B	cont.A	cont.B	cont.C
mode.A	0.6912				
mode.B	0.0603	1.5288			
cont.A	0.1606	0.2787	1.6267		
cont.B	0.2364	-0.0052	0.6689	1.0965	
cont.C	0.2077	0.0606	0.5998	0.5984	1.4188



แผนภาพ แบบจำลองพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาหลัก



หนังสือยืนยันการยกเว้นการรับรอง
คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(เอกสารนี้เพื่อแสดงว่าคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยนี้)

ชื่อโครงการวิจัย : ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์
ด้วยปัญญาของเยาวชน
ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นายภาณุพงศ์ แก้วด้วง
หน่วยงานต้นสังกัด : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
รหัสโครงการวิจัย : SWUEC-011/2562X

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC)

วันที่ยืนยัน : 11 กุมภาพันธ์ 2562

ยืนยันโดย : คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดำเนินการ
รับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, the
Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical
Practice (ICH-GCP)

ออกให้ ณ วันที่ 2 เมษายน 2562

ลงชื่อ.....
(นายปิยชาติ บุญเพ็ญ)
กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

ลงชื่อ.....
(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/X-011/2562



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	Panupong
วัน เดือน ปี เกิด	10 เมษายน 2535
สถานที่เกิด	นนทบุรี
วุฒิการศึกษา	สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	60/2 หมู่ 7 ต.บางรักใหญ่ อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี

