

## Gaming Addiction Behavior, Virtual Goods Purchases in Game, Loot Boxes and Gambling in Online Game of Thai Adolescent<sup>1</sup>

Natthapong Saipin<sup>2</sup>

*Received: February 16, 2021 Revised: June 1, 2021 Accepted: June 17, 2021*

### Abstract

This research aims to examine gaming addiction behavior, virtual goods purchases in game, loot boxes, together with adolescent gambling addiction in online games and to figure out management, support, prevention, and solution for necessity of gaming security and standards. This study is a mixed methods research. Quantitatively, the research surveys 400 online game players who study in secondary and tertiary levels. Qualitatively, documentary analysis and in-depth interview of 15 participants are selected methods. The results show that 1) behavior and risk of gaming addiction for Thai adolescents are not different in terms of gender. The participants are categorized into 3 groups: normal game-players, game maniacs, and possible game addicts. 2) For virtual goods purchases in game or gambling addictions online, majority of the participants are new gamblers (72.25%), following by problem gamblers (17.50%), and pathological gamblers (10.25%). 3) Suggestions for policy implications are integrated management of public, private and civil society sectors. The suggested examples are enhancing media literacy, ethics and social responsibility, drafting legislation on gaming and commercial gaming management, and raising awareness through creative communication.

**Keywords:** gaming addiction behavior, virtual goods, loot boxes, Thai adolescent

---

<sup>1</sup> Research report was funded by the Centre for Addiction Studies (CADS) and Thai Health Promotion Foundation

<sup>2</sup> Lecturer at Program in Integrated Communication, Faculty of Liberal Arts, Maejo University.

E-mail: realdimos@gmail.com

## พฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์และการติดพนัน ในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย<sup>1</sup>

ณัฐพงษ์ สายพิณ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย และศึกษาแนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็น ด้วยการวิจัยแบบผสมผสาน โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์ที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา จำนวน 400 คน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม (GAST) ของวัยรุ่นไทย ไม่แตกต่างกันทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยเป็นกลุ่มปกติ กลุ่มคลังไคล้ และกลุ่มน่าจะติดเกม ตามลำดับ 2) แนวโน้มการติดซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ (PGSI) ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักพนันหน้าใหม่ ร้อยละ 72.25 รองลงมา เป็นนักพนันที่มีปัญหา ร้อยละ 17.50 และเป็นผู้เสพติดการพนัน ร้อยละ 10.25 3) แนวทางการบริหารจัดการพฤติกรรมการเล่นเกมที่เหมาะสม เพื่อสร้างความปลอดภัย ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยสร้างการรู้เท่าทันสื่อ มีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม การยกกร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติการกำกับดูแลเกมและการประกอบกิจการเกม และการป้องกันด้วยการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ วัยรุ่นไทย

<sup>1</sup> รายงานผลการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

<sup>2</sup> อาจารย์ ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์บูรณาการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อีเมล: realdimos@gmail.com

## ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) กำหนดให้ติดการพนันเป็นความผิดปกติทางจิตชนิดหนึ่งเรียกว่า Pathological Gambling หรือโรคติดพนัน อาการคือแม้ผู้เล่นการพนันจะมีความทุกข์จากการเล่นพนัน แต่ก็หยุดไม่ได้ยังคงต้องเล่นต่อไป ผู้ที่มีปัญหาจากการพนันหรือผู้ติดการพนัน คือผู้ที่ได้รับการวินิจฉัยตามเกณฑ์การวินิจฉัยของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน ในทางการแพทย์เรียกว่าโรคติดพนัน (Gambling disorder) จัดอยู่ในกลุ่มโรคเดียวกับโรคที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติด (Substance-related and addictive disorders) การพัฒนาของการพนันออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเติบโตและได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากความไร้ขอบเขต (Borderless) และการไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ใช้ (Anonymity) อันเป็นลักษณะเฉพาะตัวของโลกอินเทอร์เน็ต เอื้อให้การพนันออนไลน์มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงมากกว่าเดิม (Plianphadung, 2017)

เกมออนไลน์ในปัจจุบันส่วนมากจะมีเรื่องพนันเข้ามาแอบแฝง สมอมของวัยรุ่นเองมีธรรมชาติที่ชอบเข้าไปหาความเสี่ยงอยู่ตามธรรมชาติ หากว่าสมอมของวัยรุ่นถูกกระตุ้นด้วยการพนันรูปแบบต่างๆ เพื่อชิงเงินรางวัลของรางวัลหรือเพื่อเสริมความรู้สึกทางจิตใจ อันมีความเสี่ยงที่จะชักนำนักเล่นรายใหม่ไปสู่การเล่นพนันเช่นเดียวกับการขายผลึกในในโลกออนไลน์ ลักษณะการพนันในเกมออนไลน์มีการเชื่อมโยงเกมและอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน สามารถกระทำผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือผ่านตัวโปรแกรม แอปพลิเคชัน เป็นกิจกรรมส่วนตัวที่ผู้เล่นสามารถทำได้ทั้งเล่นเกมซื้อของ สนทนา จ่ายเงินไปได้ทันที และผู้เล่นเกมส่วนมากที่ยังไม่รู้เท่าทัน

ปี 2560 ที่ผ่านมามีคนไทยที่มีพฤติกรรมเข้าข่ายเป็นนักพนันที่มีปัญหาถึง 3.01 แสนคน ในจำนวนนี้เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (2.09 แสนคน และ 9.1 หมื่นคน ตามลำดับ) เมื่อจำแนกอายุพบว่า เป็นเยาวชน อายุ 15-25 ปี ประมาณ 4.4 หมื่นคน และเป็นผู้สูงอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ถึง 3.8 หมื่นคน (Center for Gambling Studies, 2018) นักพนันบางคนแม้จะไม่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นนักพนันที่เป็นปัญหาประมาณ 1.279 ล้านคน ซึ่งเป็นเยาวชนถึง 1.69 แสนคน และเป็นผู้สูงอายุถึง 2.07 แสนคน พฤติกรรมที่เป็นปัญหาที่พบในสัดส่วนที่สูงนี้สะท้อนให้เห็นถึงภาวะการขาดความยับยั้งชั่งใจ ได้แก่ หลังจากทีชนะพนันมีความต้องการอย่างมากที่จะกลับไปเล่นพนันอีกครั้งเพื่อเอาชนะหรือให้ได้เงินเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 32.1) หรือหลังเสียพนัน ก็รู้สึกว่าจะต้องรีบกลับมาแก้มือเพื่อเอาเงินที่เสียไปคืนมาให้โดยเร็ว (ร้อยละ 24.1) นักพนันหลายคนที่เคยตั้งใจหรือวางแผนไว้ว่าจะเล่นพนันอย่างจำกัด แต่ก็ไม่สามารถทำตามความตั้งใจนั้นได้ (ร้อยละ 28.6) และรู้สึกผิดหรือละอายใจภายหลังเล่นพนัน (ร้อยละ 23.2) พฤติกรรมเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นซ้ำๆ นานๆ เข้า อาจจะนำไปสู่ภาวะเสพติดการพนันได้อันเป็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการติดเกมและติดพนันในเกมออนไลน์ วัยรุ่นที่เล่นเกมออนไลน์หลายคนคงไม่ตระหนักว่า พฤติกรรมการติดเกมที่จะชนะพนันและความสนุกสนานตื่นเต้นที่พวกเขาได้รับคือเงามืดของปัญหาที่อาจจะฉุดดึงพวกเขาให้ล้ล้าตัวเข้าสู่การเป็นนักพนันที่เป็นปัญหา (Problem gamblers) หรือซ้ำร้ายกว่านั้นถึงขั้นถอนตัวไม่ขึ้น กลายเป็นผู้เสพติดการพนัน (Pathological gamblers)

จากข้อมูลดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงในการติดพนันในเกมออนไลน์จากการเล่นเกมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ การวิจัยครั้งนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยที่มีพฤติกรรมเล่นเกมและเสี่ยงต่อการติดเกม มีแนวโน้ม

การติดพนันในเกมออนไลน์ (Online gambling) โดยเป็นผู้กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษา ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการศึกษาคั้งนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของผู้เล่นเกมที่มีความเสี่ยงที่จะติดพนันในเกมออนไลน์ในสถานภาพต่างๆ ได้มากขึ้น สร้างความเข้าใจ เข้าถึงปัญหาของการซื้อขายในเกมที่เกิดขึ้นในบริบทของลูทบ็อกซ์อันเป็นความเสี่ยงต่อการพนัน รวมทั้งสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการจัดการ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสร้างความปลอดภัย การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย
- 4) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการ การส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหา เพื่อสร้างความปลอดภัย และมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่อธิบายเกมออนไลน์และพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม และการติดพนันในเกมออนไลน์ ได้แก่ แนวคิดการเสพติดเทคโนโลยีสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด และแนวคิดเกี่ยวกับการติดพนันในเกมออนไลน์ตามแนวพฤติกรรมศาสตร์ มีรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับเกมออนไลน์และพฤติกรรมการติดเกม

เกมออนไลน์ (Online game) หมายถึง เกมที่เล่นบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์ สามารถเล่นร่วมกับคนอื่นที่อยู่ต่างสถานที่กันได้ เกมออนไลน์แต่ละเกมจะมีความแตกต่างของประเภท ระบบเกม และรูปแบบปลีกย่อยในการเล่นที่แตกต่างกันออกไป แนวคิดการเสพติดเทคโนโลยีสื่อที่ว่าด้วยการเสพติดเทคโนโลยีเป็นการเสพติดทางพฤติกรรม เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผิดปกติ ซึ่งเหมือนกับการเล่นเกมออนไลน์และการติดเกม ที่ไม่สามารถหยุดเล่นหรือควบคุมเวลาได้ การติดเกมจะพาลำนำไปสู่ภาวะซึมเศร้าและเหงาหงอย (Depression and loneliness) และหากเล่นเกมที่มีความรุนแรงต่อเนื่องอาจนำไปสู่พฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งความก้าวร้าวได้ (Griffiths & Herbert, 2002) เด็กและ

วัยรุ่นที่ติตเกมออนไลน์มีพฤติกรรมคล้ายผู้ป่วยติตสารเสพติด (Addiction) เป็นการกระทำที่มากเกินไปจนไม่สามารถเลิกทำได้ ไม่สามารถที่จะควบคุมไม่ให้ทำไม่ได้ มีความกระวนกระวายใจเมื่อไม่ได้กระทำพฤติกรรมนั้น และมีผลก่อให้เกิดการรบกวนอย่างรุนแรงในหน้าที่ต่างๆ พฤติกรรมดังกล่าวจะถือเป็นพฤติกรรมย้ำทำหรือการติตทั้งสิ้น (Babington et al., 2000) นอกจากนี้การติตเกมนั้น เป็นสภาพจิตใจที่เกิดขึ้นจากสภาพสังคมอันมีสภาพเรื้อรังของปัญหาาระบบแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความต้องการในการหาสิ่งตอบแทนหรือรางวัลที่บกพร่องจนก่อให้เกิดการสูญเสียการควบคุม (West & Brown, 2013)

### แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกลยุทธ์การตลาด

Kotler and Keller (2006) ได้ให้ความหมายของการตลาดว่าเป็นการแยกแยะความต้องการของมนุษย์และจัดสรรความต้องการนั้นให้เป็นผลสำเร็จ ในทางกลับกันอาจหมายถึง กิจกรรมที่ผลิตความต้องการขึ้นมาเพื่อนำเสนอต่อมนุษย์ ซึ่ง Hamari and Lehdonvirta (2010) ได้นำมุมมองนี้มาใช้ในบริบทของเกมออนไลน์ ซึ่งผู้พัฒนาเกมได้สร้างสรรค์กฎและระบบของเกมขึ้นเพื่อครอบคลุมความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้เล่นที่หลากหลายในโลกเสมือน คำอธิบายของแนวคิดนี้นำมาอธิบายลูทบ็อกซ์และการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ในความหมายว่า เกมออนไลน์นั้นมีส่วนกระตุ้นผู้เล่นที่อยากให้ตัวละคร มีความสามารถสูงๆ ก็จะต้องใช้เวลาในการเล่นให้มากที่สุด หรือใช้วิธีการที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเภทของเกม เช่น ซื้อไอเทม (Item) หรือสินค้าเสมือน (Virtual goods) ภายในเกม มาพัฒนาตัวละคร เป็นต้น โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการเกมในการเสนอขาย จัดโปรโมชั่น แพ็กเกจลดราคา กล่องสุ่มไอเทม และอื่นๆ นั้น เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้เล่นเกมมีพฤติกรรมเล่นเกมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นจนถึงขั้นติตเกม และมีความต้องการซื้อ อยากได้ อยากมีไอเทมในเกมเพื่อสนองความต้องการส่วนตัว ลูทบ็อกซ์เป็นเพียงวิธีการในการหารายได้ของบริษัทผู้ผลิตเกม แต่คนในวงการเกมส่วนหนึ่งมองว่าเป็นการพนัน ซึ่งการเปิดลูทบ็อกซ์ส่งผลต่อสมองเช่นเกี่ยวกับการลุ้นรางวัล การเล่นสล็อตแมชชีน ซึ่งเป็นการพนัน แม้แต่คนที่เพิ่งเล่นพนันครั้งแรก ล้วนตอบสนองต่อภาวะเกือบชนะ (เกือบได้) แต่อาจจะมีปริมาณที่มาน้อยแตกต่างกัน การสุ่มของจะไปกระตุ้นการทำงานของศูนย์ควบคุมโดพามีนในสมอง ซึ่งเป็นสารเคมีที่จะหลั่งเมื่อมีความสุข และจะกระตุ้นให้ผู้เล่นรู้สึกว่าคุณต้องพยายามอีกหน่อย อย่าเพิ่งเลิก ใกล้เคียงได้แล้ว ซึ่งนำไปสู่ภาวะเสพติด (Gabriel & Luke, 2019; Ruangdetkhajorn, 2017)

### แนวคิดเกี่ยวกับการติตพนันในเกมออนไลน์ตามแนวพฤติกรรมศาสตร์

ที่สำคัญมีอยู่ 2 ประการ คือ แนวคิดเชิงอนุรักษนิยม ซึ่งจะเน้นไปในทางศีลธรรมที่มีผลอย่างมากต่อรัฐและสังคมในการต่อต้านการเล่นการพนัน และแนวคิดด้านปฏิฐานนิยม (Positivism) ที่เน้นการศึกษา “คน” โดยที่ไม่สนใจปัจจัยแวดล้อมที่เป็นลักษณะโครงสร้างสังคมหรือเศรษฐกิจว่าจะมีผลอย่างไรต่อการทำให้การพนันนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือผิดกฎหมาย ซึ่งการศึกษาตัวพฤติกรรมมนุษย์เป็นหลัก โดยการมองพฤติกรรมการเล่นการพนันของคนและผลที่อาจกระทบต่อสังคม ทำให้เกิดมุมมองในแง่ลบที่ว่าการเล่นพนันจะเป็นปัญหาของสังคมและต้องได้รับการควบคุมดูแล พฤติกรรมการเล่นพนัน (Gambling behavior) ในเกมแต่ละประเภทมีความแตกต่างในตัวของมันเอง ดังนั้น ความเข้าใจในเรื่องของโครงสร้างและรูปแบบการเล่นในเกมออนไลน์จึงเป็นส่วนสำคัญในการนำไปสู่ความเข้าใจในความต้องการการเล่นพนันและพฤติกรรมในการเล่นพนันของเกม ความหวังที่จะชนะพนันและความสนุกสนาน

ต้นตอที่พวกเขาได้รับจากการเสี่ยงโชคซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ บางรายกลายเป็นนักพนันที่เป็นปัญหา (Problem gamblers) บางรายกลายเป็นผู้เสพติดการพนัน (Pathological gamblers) ทั้งนี้ แนวคิดพฤติกรรมศาสตร์มองว่าการเล่นเกมสังคมออนไลน์ที่เข้าข่ายการพนันบนอินเทอร์เน็ตจะส่งผลในด้านลบมากกว่าในด้านที่ดี เช่นเดียวกับการเล่นการพนันทั่วไป ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการติดพนันในเกมออนไลน์ตามแนวพฤติกรรมศาสตร์มองว่าการพนันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่ไม่มีเหตุผล อาจนำไปสู่ปัญหาหนี้สินต่อตัวผู้เล่น การติดพนันเป็นพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน กล่าวคือผู้เล่นพนันไม่ใช่เกิดจากการกำหนดของรัฐและกฎหมายรวมถึงพฤติกรรมการเล่นพนันเป็นอาชญากรรม ดังนั้น การแทรกแซงของรัฐในการควบคุมการเล่นพนันของประชาชนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นของสังคม นอกจากนี้ในด้านแนวคิดทางสังคมศาสตร์ก็มองว่าถึงแม้ว่าหากพิจารณาในแง่ดีของการพนันแล้ว การเล่นเกมพนันอาจจะเป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินให้กับผู้เล่นการพนันและเป็นการปลดปล่อยความเป็นตัวเองของตัวเอง ถึงแม้จะรู้ว่าตนเองอาจต้องเสียเงินและมีโอกาสน้อยที่จะชนะก็ตาม แต่ทั้งนี้ก็เป็นเพราะผู้เล่นนั้นต้องการได้รับรางวัลผ่านการได้ปฏิสัมพันธ์กับระบบและผู้อื่น อย่างไรก็ตาม การพนันอาจทำให้เกิดหนี้สินเป็นโทษมากกว่าที่จะเพื่อตอบสนองให้เกิดความบันเทิงต่อสังคมและต่อตัวผู้เล่นเองในระยะยาว (Center for Gambling Studies, 2018; Janpratheep & Pornying, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่กล่าวมา พบว่า เกมออนไลน์เป็นสื่อรูปแบบหนึ่งของความจริงเสมือนที่ก่อตัวเป็นสังคมขนาดใหญ่ มีความแฟนตาซีเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เล่นที่มีความหลากหลายและความสนใจที่แตกต่างกัน ตัวเกมจึงมีระบบสินค้าให้ผู้เล่นได้สร้างตัวตนตามความต้องการโดยใช้เงินจริงแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ยิ่งผู้เล่นต้องการเล่นเกมมากเท่าไร ก็จะใช้เวลาไปกับการเล่นเกมมากขึ้นเรื่อยๆ หากไม่สามารถควบคุมได้ก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกม ยิ่งต้องการพัฒนาตัวละครในเกมมากเท่าไร ก็ต้องมีการซื้อไอเทมในเกมผ่านระบบซื้อขายสินค้าเสมือนในเกมด้วยระบบลูทบ็อกซ์มายกระดับความสามารถเพิ่มขึ้น และนำไปสู่การติดพนันในเกมออนไลน์โดยไม่รู้ตัว ซึ่งพฤติกรรมการเล่นที่ก่อปัญหาจากการเสี่ยงของรางวัลในระบบลูทบ็อกซ์นั้นยังไม่มีข้อมูลที่มากพอในการนำกฎหมายเข้ามาควบคุมที่เพียงพอ นอกจากนี้ยังพบหลักฐานเชิงประจักษ์อีกประการหนึ่งที่บ่งบอกว่าพฤติกรรมเสี่ยงและการติดเกมในวัยรุ่นนั้น คือ เพศเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเกม โดยเพศหญิงเสี่ยงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมช่วงอายุ 13-18 ปี นั้นเสี่ยงต่อการมีปัญหาพฤติกรรมและการติดเกมมากกว่านักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ทั้งนี้ ปัจจัยด้านจิตสังคม ด้านบุคลิกภาพ ด้านการเสพติด ด้านการตลาดต่างๆ ที่ความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเล่นเกม การติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม และการติดพนันในเกมออนไลน์ ซึ่งล้วนส่งผลให้เกิดผลกระทบตามมา ทั้งด้านสุขภาพกาย ร่างกายที่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา สุขภาพจิตที่มีส่งผลให้มีอารมณ์แปรปรวน ตลอดจนพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ ตามมา

### สมมติฐานการวิจัย

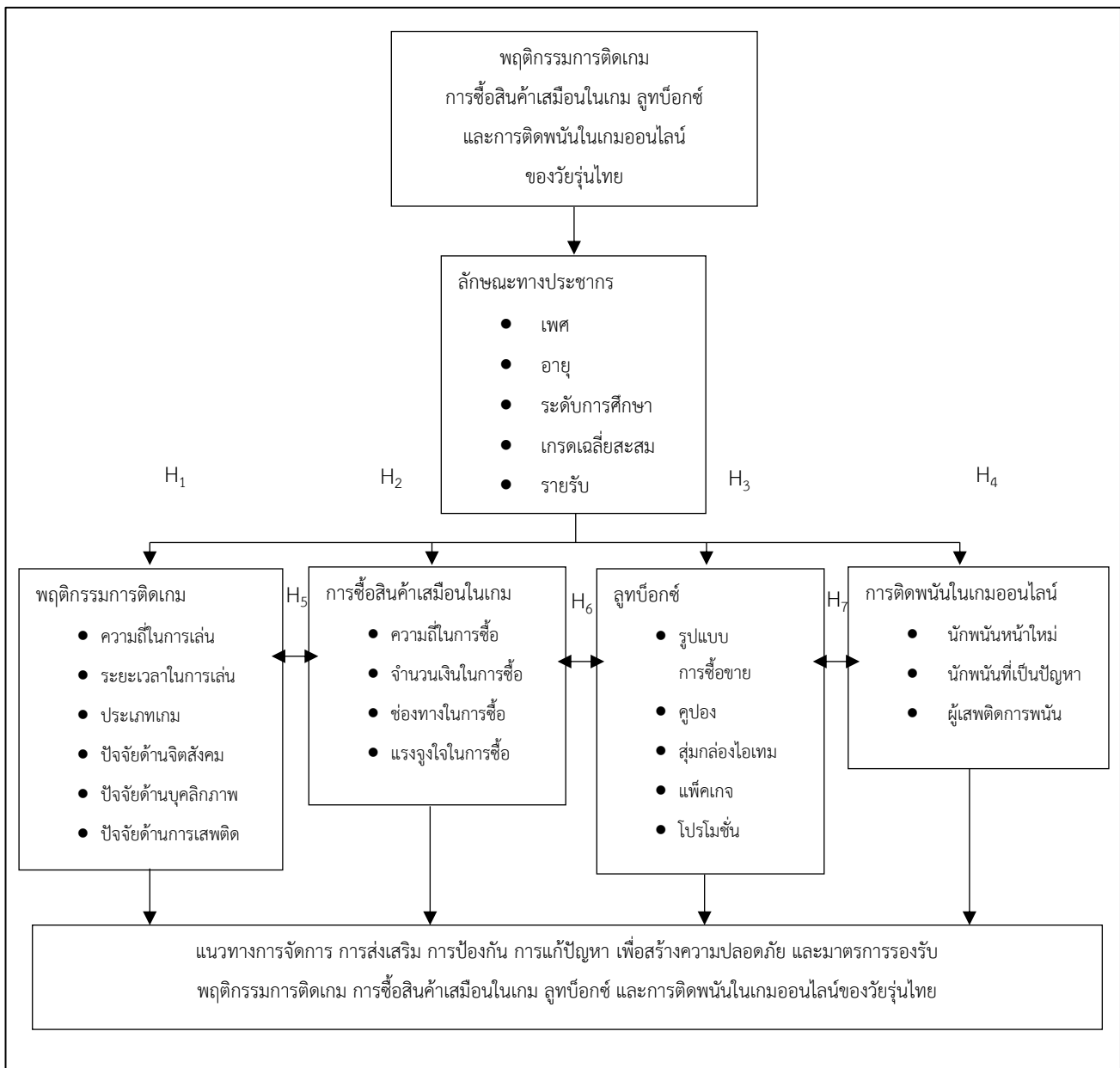
- 1) ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติดเกม
- 2) ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทม และบริการในเกมแตกต่างกัน

- 3) ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์แตกต่างกัน
- 4) ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติตพนันในเกมออนไลน์
- 5) พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นไทยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกมแตกต่างกัน
- 6) ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า ไอเทมและบริการในเกม
- 7) พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติตพนันในเกมออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) แบบแผนคู่ขนาน (Concurrent parallel design) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey approach) ด้วยการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง สำหรับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) เมื่อเก็บข้อมูลครบทั้งสองส่วนครบแล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการใช้การสรุปประเด็น และจัดกลุ่มตามผลการวิจัยที่ได้รับจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการรวบรวมเนื้อหาที่เหมือนกันและเปรียบเทียบเนื้อหาที่แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเหตุผล การวิเคราะห์ทางสถิติ การอธิบายโดยใช้การพรรณนา สังเคราะห์ผล และสรุปผลการวิจัย

## ประชากรที่ศึกษา

ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรืออุดมศึกษาที่มีพฤติกรรมเล่นเกมและเสี่ยงต่อการติดเกม มีแนวโน้มการติดพันในเกมนอนไลน์ จำนวนประมาณ 2,000,000 คน (Department of Mental Health, Ministry of Public Health, 2018)

## กลุ่มตัวอย่าง

ผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทย ที่เล่นเกมออนไลน์ เคยซื้อ-ขาย ไอเทมในเกม โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ร้อยละ 5 ซึ่งได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (Ketsing, 2000) พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะต้องไม่น้อยกว่า 398 คน และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 400 คน

### การสุ่มตัวอย่าง

สำหรับการสำรวจเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นเกมออนไลน์แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยมีเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) คือ 1) มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนอนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา 2) เป็นผู้ที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา 3) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย และเกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria) คือ 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 15 คน ไม่จำกัดเพศและอายุ โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

1) ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่เป็นวัยรุ่นไทยมีประสบการณ์ในการเล่นเกมนอนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัยได้ จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็น นักเรียน 5 คน และนักศึกษา 5 คน โดยมีเกณฑ์คัดเข้า คือ (1) มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนอนไลน์ ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่าน



มา (2) เป็นผู้ที่เคยเสี่ยงโชค สุ่มของ หรือซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

(3) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย และเกณฑ์การคัดออก คือ เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

2) นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมออนไลน์ การติดยาเสพติด การพนัน การสื่อสารการตลาด ธุรกิจเกม ไม่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 5 คน โดยแบ่งเป็น นักวิชาการ 2 คน, นักวิชาชีพ 2 คน และนักจิตวิทยาหรือบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือก คือ (1) เป็นนักวิชาการและ/หรือนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมออนไลน์ การติดยาเสพติด การพนัน การสื่อสารการตลาด ธุรกิจเกม ไม่ต่ำกว่า 1 ปี (2) ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย และเกณฑ์การคัดออก คือ เป็นผู้ที่ไม่สามารถร่วมโครงการวิจัยได้ตลอดโครงการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) เกี่ยวกับพฤติกรรมการติดยาเสพติด การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการพนันในเกมออนไลน์

2) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) จำนวน 10-15 ข้อ เกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับเกม แยกตามกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยข้อความถามจะเน้นเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติ (2) นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ โดยข้อความถามจะเน้นเรื่องของผลกระทบ แนวทางการจัดการ จัดการส่งเสริม การป้องกัน การแก้ปัญหาเพื่อสร้างความปลอดภัยและมาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการติดยาเสพติด การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติดยาเสพติดในเกมออนไลน์

3) แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 5 ตอน เกี่ยวกับข้อมูลทางประชากร พฤติกรรมการติดยาเสพติดและผลกระทบ (ประเมินจากแบบทดสอบการติดยาเสพติดและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อ) การซื้อสินค้าเสมือนในเกม รูปแบบลูทบ็อกซ์ในเกมออนไลน์ และแนวโน้มการติดยาเสพติด ไอเทมจากการพนันในเกมออนไลน์และผลกระทบ (ประเมินจากแบบประเมินการติดยาเสพติด Problem Gambling Severity Index (PGSI)) จำนวน 9 ข้อ

### การตรวจสอบ การทดสอบ และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาข้อความถามแต่ละข้อว่าสอดคล้องหรือวัดได้ตรงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) (Rovinelli & Hambleton, 1977) ผลการพิจารณาค่า IOC ที่เป็นไปตามเกณฑ์มากกว่า 0.50 มีทั้งหมด 118 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามทุกตอนมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00

2) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่าน IOC แล้วไปทดลองใช้ (Pilot test) กับผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้ จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อถือได้โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Coefficient alpha) (Cronbach, 1984) พบว่า จำนวนข้อความถามทั้งหมด 99 ข้อ ได้ค่าเท่ากับ 0.975

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การศึกษาเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูล (2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence t-test) และใช้การ วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One - way ANOVA) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามระหว่างตัวแปรอิสระตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และ (3) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) นำมาใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในสมมติฐานของการวิจัยที่กำหนดไว้

2) การศึกษาเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร และบทสัมภาษณ์โดยถอดบทสนทนาแยกประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อตอบคำถามวิจัย อาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปเป็นผลการวิจัย โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและบริบททางสังคมไทยด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

## จริยธรรมในงานวิจัย

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลหลังจากได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เลขที่โครงการวิจัย SPH.IRB 001/2563 SCs\_ful โดยเป็นการขอรับการพิจารณาโครงการวิจัยแบบเต็ม (Full board review) เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 หลังจากได้รับการอนุมัติโครงการวิจัยจากทาง ศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 และได้รับการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โรงพยาบาลสวนปรุง กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เลขที่หนังสือรับรอง 5/2563 เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ.2563

## ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนเท่ากัน โดยเป็นเพศชาย จำนวน 200 คน (ร้อยละ 50) และเพศหญิง จำนวน 200 คน (ร้อยละ 50) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-23 ปี มากที่สุด จำนวน 192 คน (ร้อยละ 48) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 223 คน (ร้อยละ 55.75) มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.01-3.50 มากที่สุด จำนวน 134 คน (ร้อยละ 32.50) มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท มากที่สุด จำนวน 215 คน (ร้อยละ 53.75)

เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในวัยรุ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเล่นเกมประเภท Shooting Game จำนวน 258 คน (ร้อยละ 64.50) รองลงมาชอบเล่นเกมประเภท MOBA จำนวน 242 คน (ร้อยละ 60.50) สำหรับเกมที่วัยรุ่นไทยนิยมเล่นมากที่สุด คือ เกม Free Fire ซึ่งเป็นเกมยิงมุมมองของบุคคลหนึ่งแนว FPS

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกม (GAST) ของกลุ่มตัวอย่างด้วยการประเมินจากแบบทดสอบการติตเกมฉบับเด็กและวัยรุ่น Game Addiction Screening Test (GAST) Children and Adolescent Version จำนวน 16 ข้อคำถาม โดยจะประมวลผลแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม แยกตามเพศ ได้ดังนี้

พฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นชายส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลังโคล้ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติตเกมน้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ในขณะที่พฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มปกติ มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมาเป็นกลุ่มคลังโคล้ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และเป็นกลุ่มน่าจะติตเกมน้อยที่สุด มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน โดยรวมจัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมาเป็นกลุ่มคลังโคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติตเกม ตามลำดับ

การซื้อสินค้าเสมือนในเกม พบว่า วัยรุ่นมีทัศนคติซื้อสินค้าเสมือนในเกมจากความพึงพอใจ ความต้องการโดยสินค้าที่ซื้อมักเป็นสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาวุธ เพื่อตกแต่งให้ตัวละครในเกมมีความสวยงาม ดูดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสำคัญ นอกจากนี้ แพกเกจและโปรโมชั่นในแต่ละเดือนที่มีราคาไม่แพงจนเกินไปจะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วย ในขณะที่มีวัยรุ่นบางกลุ่มก็ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมที่เป็นสินค้าแฟชั่น และจะอาศัยการศึกษาจากผู้เล่นเกมที่เป็นสตรีมเมอร์ก่อน จากผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นไทยเล่นเกมในลักษณะแบบ pay to win มีการเติมเงินเพื่อใช้ในการเล่นเกมเมื่อมีความต้องการซื้อไอเทม หรือสินค้าเสมือนในเกมแทบทุกเกมที่เล่น โดยเฉพาะ “สกิน” ของตัวละครในเกม มีค่าใช้จ่าย 1,000-100,000 บาท ในการใช้เงินในการเล่น โดยเป็นเงินเก็บที่สะสมมาจากค่าขนมที่ได้รับ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้า สุ่มของ ไอเทม และบริการในเกมเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 286 คน (ร้อยละ 71.50)

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการติตซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จากการประเมินจาก Problem Gambling Severity Index (PGSI) จำนวน 9 ข้อคำถาม แบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ (1) นักพนันหน้าใหม่ (New gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติตพนัน กลุ่มที่ (2) นักพนันที่เป็นปัญหา (problem gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติตพนัน และกลุ่มที่ (3) ผู้เสพติดการพนัน (pathological gamblers) เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติตพนัน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นนักพนันหน้าใหม่ จำนวน 289 คน (ร้อยละ 72.25) รองลงมา เป็นนักพนันที่มี จำนวน 70 คน (ร้อยละ 17.50) และ เป็นผู้เสพติดการพนัน จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.25)

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า นักพนันหน้าใหม่ เป็นเพศชาย จำนวน 131 คน (ร้อยละ 65.50) และเพศหญิง จำนวน 158 คน (ร้อยละ 79.00) นักพนันที่มีปัญหา เป็นเพศชาย จำนวน 49 คน (ร้อยละ 24.50) และเพศหญิง จำนวน 21 คน (ร้อยละ 10.50) และผู้เสพติดการพนัน เป็นเพศชาย จำนวน 20 คน (ร้อยละ 10.00) และเพศหญิง จำนวน 21 คน (ร้อยละ 10.50) ดังตาราง 1

## ตาราง 1

จำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์จำแนกตามเพศ

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

Chi-Square = 0.182, Sig = .001

หมายเหตุ. \*Sig. < .05

## ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์จำแนกตามอายุ

แนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 12 ปี	13-15 ปี	16-18 ปี	19-23 ปี	มากกว่า 24 ปี	
1) นักพนันหน้าใหม่ (New gamblers)	1 (50.00)	67 (88.16)	98 (80.99)	118 (61.46)	5 (55.56)	289 (72.25)
2) นักพนันที่มีปัญหา (Problem gambling)	1 (50.00)	7 (9.21)	13 (10.74)	45 (23.44)	4 (4.44)	70 (17.50)
3) ผู้เสพติดการพนัน (Pathological gamblers)	0 (0.00)	2 (2.63)	10 (8.26)	29 (15.10)	0 (0.00)	41 (10.25)
รวม	2 (100.00)	76 (100.00)	121 (100.00)	192 (100.00)	9 (100.00)	400 (100.00)

Chi-Square = 32.780, Sig = .000

หมายเหตุ. \*Sig. < .05

จากตาราง 2 เมื่อใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละพิจารณาประกอบ พบว่า แนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของนักพนันหน้าใหม่ มีอายุ 13-15 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 88.16) ส่วนแนวโน้มติดพนันในเกมนอนไลน์ของนักพนันที่มี

ปัญหา มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 23.44) และแนวโน้มติตพนันในเกมออนไลน์ของผู้เสพติดการพนัน มีอายุ 19-23 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 15.10)

ผลกระทบจากพฤติกรรมติตเกมและการพนันในเกมในภาพรวม พบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย ด้านสุขภาพจิต ด้านสมอง และด้านพฤติกรรม จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลกระทบจากการพนันในเกม “ด้านสุขภาพกาย” (2.97) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ “ด้านสุขภาพจิต” (2.74) “ด้านสมอง” (2.53) และ “ด้านพฤติกรรม” (2.10) ตามลำดับ โดยข้อค้นพบที่น่าสนใจ พบว่า วัยรุ่นไทยให้ความสนใจกับประเด็นเรื่องความรุนแรงจากการเล่นเกมมากที่สุด โดยเฉพาะเกมประเภท Shooting หรือ FPS อย่างไรก็ตามเนื้อหาในเกมที่ไม่เหมาะสมกับช่วงอายุ เป็นปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม ซึ่งมีผลทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง และพฤติกรรมกระแสรานทางไซเบอร์ (Cyberbully)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกม (GAST) ของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมจัดอยู่ในกลุ่มปกติ รองลงมา เป็นกลุ่มคลังไคล้ และเป็นกลุ่มน่าจะติตเกม ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามลักษณะประชากร คือ เพศ อายุ และพฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นไทย 3 กลุ่ม (กลุ่มปกติ กลุ่มคลังไคล้ และกลุ่มน่าจะติตเกม) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3 และ ข้อ 4 พบว่า ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นไทย ได้แก่ เพศ อายุ และพฤติกรรมกรรมการเล่นเกมและความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นไทย สามารถสรุปได้ว่า อายุ คือ ตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการติตเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ และการติตพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย นอกจากนี้ ยังพบว่า เพศและอายุของวัยรุ่นไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มติตพนันในเกมออนไลน์ ในขณะที่ผลการสำรวจของ Newzoo (2019) ในสหรัฐอเมริกาพบว่าวัยรุ่นร้อยละ 46.00 ของผู้ที่เล่นเกมออนไลน์นั้นเป็นเพศหญิง ซึ่งคาดว่ามากกว่า 1,000,000,000 คน โดยกลุ่มที่พบเพศหญิงมากที่สุดคือกลุ่มคนที่ชอบเล่นเกมเพื่อรอให้เวลาผ่านไป (Time filler) เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างปี 2011 กับ 2014 แล้ว พบว่าจำนวนผู้เล่นเกมที่เป็นหญิงนั้นเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 70.00 เช่นเดียวกับสถานการณ์ปัจจุบันของวัยรุ่นไทยที่พบว่าเพศหญิงเล่นเกมมากขึ้นกว่าข้อมูลที่พบในอดีต หากพิจารณาถึงความชุกของความเสี่ยงติตเกมของวัยรุ่นไทยจะพบว่า วัยรุ่นหญิงมีความชุกของความเสี่ยงติตเกมถึงกว่าร้อยละ 25 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นชาย (ร้อยละ 15) สอดคล้องกับ Visanuyothin et al. (2013) ที่พบว่า เพศเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการติตเกม โดยเพศหญิงมีความเสี่ยงติตเกมมากกว่าเพศชาย

ลูทบ็อกซ์ (Loot box) คือระบบกล่องสุ่มไอเทมหรือกล่องปริศนาในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งของการเล่นเกม อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการออกแบบเกม ในแง่ของการลุ้นเพื่อความตื่นเต้น โดยอาศัยเรื่องของการเสี่ยงโชค โดยสุ่มของจากการซื้อในเกมแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้ไอเทมพิเศษต่างๆ มีทั้งที่ได้รับมาฟรีเป็นรางวัลจากการเล่นเกม และที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง โดยผู้เล่นไม่มีทางรู้ได้ว่าตัวเองจะได้รับอะไรจนกว่าจะเปิดกล่อง ลูทบ็อกซ์มีลักษณะของ Item trading เพื่อที่จะเอาของ สกิน หรือไอเทม (Skin betting behavior) เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อจะกระตุ้นให้ผู้เล่นเกม-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ ซื้อเรื่อยๆ เดิมเงินเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ กล่าวคือ สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์มีคุณสมบัติสอดคล้องตามเกณฑ์ของสินค้าเสมือน 3 ด้าน ได้แก่ 1) Rivalrous

หมายถึง ไม่สามารถใช้ได้พร้อมกันโดยผู้เล่นหลายคน 2) Persistency หมายถึง สินค้าจะมีช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์อยู่กับผู้ใช้งานเพียงระยะเวลาหนึ่ง ในขณะที่สินค้าเสมือนเมื่อผู้เล่นปิดคอมพิวเตอร์ สินค้าเสมือนที่อยู่กับตัวละครในเกมก็ยังคงอยู่ไม่หายไปไหน และ 3) Interconnectedness หมายถึง สินค้าเสมือนเดี่ยวๆ ไม่สามารถคงอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง แต่ต้องมีสัมพันธ์กับระบบเกมหรือผู้เล่นอื่น เช่น บริการซื้อขายในเกม (Fairfield, 2005) ทั้งนี้สินค้าเสมือนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของเกมออนไลน์ที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับระบบเกม โดยสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้านี้ระหว่างกันได้ ผู้เล่นซื้อสินค้าเสมือนเพื่อพัฒนาตัวละคร อัปเกรดความสามารถ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ อธิบายได้จากแนวคิดของ Kotler and Keller (2006) ที่ระบุว่า การตลาดว่าเป็นการแยกแยะความต้องการของมนุษย์และจัดสรรความต้องการนั้นให้เป็นผลสำเร็จ ในทางกลับกันอาจหมายถึงกิจกรรมที่ผลิตความต้องการขึ้นมาเพื่อนำเสนอต่อมนุษย์ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Hamari and Lehdonvirta (2010) ที่ระบุว่าผู้พัฒนาเกมได้สร้างสรรค์กฎและระบบของเกมขึ้นเพื่อครอบคลุมความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้เล่นที่หลากหลายในโลกเสมือน โดยลูทบ็อกซ์นั้นมีลักษณะของความเป็นการเล่นพนัน (Gambling) คือมีได้และมีเสีย เมื่อเสียเงินสุ่มของแล้ว ไม่สามารถการันตีได้ว่าจะได้รับไอเทมนั้นจริง สอดคล้องกับRuangdetkhajorn (2017) ที่กล่าวว่าลูทบ็อกซ์คือโมเดลธุรกิจหนึ่งที่ได้รับนิยามในกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเกม ซึ่งเป็นลักษณะของกล่องที่บรรจุของหรือไอเทมภายในเกม โดยอาจเป็นเครื่องแต่งกายพิเศษ อาวุธพิเศษ อุปกรณ์เพิ่มความสามารถ เป็นต้น เมื่อผู้เล่นเปิดกล่อง ระบบเกมจะทำการสุ่มของให้ผู้เล่นหนึ่งชิ้นหรือตามจำนวนเกมที่กำหนดไว้ มีโอกาสได้รับลูทบ็อกซ์จากการเล่นเกม เช่น ได้รับรางวัลจากการชนะการแข่งขัน สะสมเงินภายในเกมมาซื้อ แต่ส่วนใหญ่มักใช้เงินจริงเพื่อจะมีโอกาสได้ของที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Zendle and Cairns (2019) ที่ศึกษา Correction: Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey พบว่าลูทบ็อกซ์นั้นมีผลทางจิตวิทยาคล้ายคลึงเกี่ยวกับการพนัน นอกจากนั้น การใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อนำไปเปิดลูทบ็อกซ์นั้นมีระดับการเป็นปัญหาเท่าเทียมกับการพนัน ซึ่งความตื่นเตนในการเปิดหาสิ่งที่ต้องการโดยจ่ายเงินจำนวนมากนั้นอาจจะนำไปสู่ปัญหาเดียวกันกับการพนันได้ด้วย โดยเกมใดก็ตามที่ระบบคล้ายคลึงกับการพนันนี้ควรถูกกำหนดเรตและให้ขายได้เฉพาะผู้เล่นอายุเกิน 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น

ทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกมของวัยรุ่นไทยนั้น จากผลการวิจัยพบว่า “การเปิดสุ่มกล่องทำให้รู้สึกตื่นเตนมากที่สุด” โดยวัยรุ่นไทยเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติที่มีต่อลูทบ็อกซ์ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่วัยรุ่นไทยอายุ 19-23 ปี มีความรู้สึกตื่นเตนมากกว่าวัยรุ่นไทยอายุ 13-15 ปี สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1978) ที่มีข้อค้นพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและทัศนคติ ซึ่งจากผลการวิจัยอาจคาดคะเนแนวโน้มได้ว่า ทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อลูทบ็อกซ์ในเกมนั้นมีความสัมพันธ์หรืออาจส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม และนำไปสู่การติดพนันในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย

หากพิจารณาด้วยแนวคิดพฤติกรรมศาสตร์ที่มองว่าการเล่นเกมสังคมออนไลน์ที่เข้าข่ายการพนันบนอินเทอร์เน็ตจะส่งผลในด้านลบมากกว่าในด้านที่ดีเช่นเดียวกับการเล่นการพนันทั่วไป ซึ่งการพนันอาจทำให้เกิดหนี้สินเป็นโทษมากกว่าที่จะเพื่อตอบสนองให้เกิดความบันเทิงต่อสังคมและต่อตัวผู้เล่นเองในระยะยาว พฤติกรรม

การติตพนันในเกมออนไลน์ ในส่วนของการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ลูทบ็อกซ์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการพนัน ก็ต่อเมื่อเล่นเพื่อมุ่งหวังรางวัล และผู้เล่นไม่ได้มีส่วนที่ทำให้แพ้หรือชนะเลย หรือถ้ามีก็เป็นส่วนน้อย หากเล่นชนะได้รางวัลคือเป็นเรื่องของโชคหรือความบังเอิญ ซึ่งมีองค์ประกอบของการพนันในเกมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1) การวางเดิมพัน (Consideration) คือ มีการวางเงินเพื่อเอาไปเสี่ยง 2) เป็นความบังเอิญ (Chance) ในการเสี่ยง และ 3) มีของรางวัล (Prize) โดยมีการลุ้นว่าเงินที่วางเดิมพันลงไปจะได้ของที่ต้องการหรือไม่ เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่จะเล่นพนัน (Gambling decision making) จากการซื้อสินค้าเสมือนในเกม ไอเทมในรูปแบบลูทบ็อกซ์นั่นเอง จากข้อมูลประเภทของพนันออนไลน์ของ Center for Gambling Studies (2018) พบว่า คนไทยนิยมพนันสกิน อีสปอร์ต (Skin betting) ถึงร้อยละ 5.90 เมื่อมีความเสี่ยงสูง การลุ้นมากขึ้น และเมื่อได้ของรางวัลที่ต้องการ จะเกิดความรู้สึกมีความสุข ฟังพอใจ ซึ่งเป็นระบบการให้รางวัลของสมอง (The brain reward system) คือ ระบบการให้ความรู้สึก "ฟังพอใจ" หรือ "มีความสุข" เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น และจะทำให้เกิด "ความต้องการ" ที่จะได้รับสิ่งนั้นอีก ซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งเป็นพฤติกรรมกรรมการติตพนัน กล่าวคือ มีอาการขาดไม่ได้ คิดถึงอยู่เสมอว่าจะต้องทำ เพราะฉะนั้นก็คือถ้ามีโอกาสก็อยากจะเล่นอีกเรื่อยๆ ซ้ำๆ จนมีอาการเสพติด สอดคล้องกับ Karaked (2010) ที่ศึกษาเครือข่ายเกมออนไลน์และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสี่ยงโชคในเยาวชน กรณีศึกษา: สามก๊กออนไลน์ (3 Kingdoms online) และสเปเชียล ฟอर्स (Special force) พบว่า สาเหตุที่ทำให้เยาวชนเข้าร่วมและเลิกเสี่ยงโชคภายในเกมออนไลน์เกิดขึ้นจากบริบทต่างๆ ที่อยู่ในสังคมรอบตัวของเยาวชนผู้เล่นเกมออนไลน์ อาทิเช่น ความสนุก ผลตอบแทนจากการเสี่ยงโชค ความอยากรู้ อยากลอง เพื่อน เนื้อหาของเกมออนไลน์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดการเข้าร่วมเสี่ยงโชคในเกมออนไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Gabriel and Luke (2019) ที่ศึกษา Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบลูทบ็อกซ์และการพนัน โดยได้ทำการดัดแปลงการวิจัยมาจากพฤติกรรมกรรมการพนันที่เกิดปัญหาจากการเสี่ยงของรางวัลในลูทบ็อกซ์ พบว่า เกมเมอร์วัยผู้ใหญ่และเกมเมอร์วัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี เคยจ่ายเงินเพื่อเปิดลูทบ็อกซ์ โดยสองกลุ่มมองว่าลูทบ็อกซ์เป็นการพนัน ทำการซื้อขายและทำกำไรจากลูทบ็อกซ์เป็นเงินจริง

แนวโน้มการติตซื้อสินค้า ไอเทม หรือการพนันในเกมออนไลน์ จากผลการประเมินการวัดโรคติตพนัน Problem Gambling Severity Index (PGSI) พบว่า วัยรุ่นไทยที่เล่นเกมออนไลน์ มีพฤติกรรมกรรมการติตเกม ซื้อสินค้าเสมือนในเกม ส่วนมากจัดอยู่ในกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ (New gamblers) ร้อยละ 72.25 ซึ่งยังเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติตพนัน รองลงมา อยู่ในกลุ่มนักพนันที่มีปัญหา (Problem gamblers) ร้อยละ 17.50 ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลางในการเป็นโรคติตพนัน และอยู่ในกลุ่มผู้เสพติดการพนัน (Pathological gamblers) ร้อยละ 10.25 ซึ่งกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติตพนัน หากพิจารณาถึงความชุกของความเสียดิเกมในกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ (New gamblers) ของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิง อันเป็นกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคติตพนัน จะพบว่า วัยรุ่นหญิงมีความชุกของความเสียดิพนันในเกมออนไลน์ถึงร้อยละ 79 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นชาย (ร้อยละ 65.50) ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (Center for Gambling Studies, 2018) ที่พบว่า จำนวนคนไทยที่เล่นการพนันอันเป็นกลุ่มนักพนันหน้าใหม่ใน ปี พ.ศ. 2560 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2558 คือเป็นเพศหญิง

สูงกว่าเพศชาย และมีนักพนันหน้าใหม่ หรือคนที่ไม่เคยเล่นมาก่อนแต่เพิ่งเริ่มเล่นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2562 ถึง 719,567 คน ซึ่งมากกว่านักพนันหน้าใหม่ในปี พ.ศ. 2560 ที่มีจำนวน 628,801 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 ในขณะที่ความชุกของความเสียดิตพนันในเกมนอนไลน์ในกลุ่มนักพนันที่มีปัญหา และกลุ่มผู้เสพติดการพนัน อันเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงปานกลางและมีความเสี่ยงสูงในการเป็นโรคติดพนัน จะพบว่าในวัยรุ่นเกือบร้อยละ 30.00 มีความเสียดิตพนันในเกมนอนไลน์ และพบว่าวัยรุ่นชายมีความชุกของความเสียดิตพนันในเกมนอนไลน์กว่าร้อยละ 34 ซึ่งสูงกว่าวัยรุ่นหญิง (ร้อยละ 21.00) สอดคล้องกับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (Center for Gambling Studies, 2018) ที่พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมเข้าข่ายว่าเป็นนักพนันที่มีปัญหา ในจำนวนนี้เป็นเด็กและเยาวชน อายุ 15-25 ปี 38,953 คน เป็นเพศชาย (2.667 ล้านคน) ซึ่งสูงกว่าเพศหญิง (2.563 ล้านคน) ผู้เล่นที่ขาดวิจารณญาณจะยังไม่สามารถยับยั้งชั่งใจในการซื้อสินค้านั้นๆ ต้องเสียเงินเป็นจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งไอเทมและของที่ต้องการ ทั้งนี้ตัวของผู้เล่นเองอาจไม่รู้ว่าวิธีการเช่นนี้คือการพนันนั่นเอง สอดคล้องกับ Chupaka (2015) ที่ศึกษามายาคติในการสื่อสารออนไลน์ในเว็บไซต์การพนัน โดยศึกษารูปแบบความสัมพันธ์การสื่อสารสัญณะของเว็บไซต์พนันออนไลน์กับมายาคติและอุดมการณ์ต่างๆ ที่แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง พบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์สามารถยุบสัญลักษณ์ ภาพตัวแทน และตัวบ่งชี้ที่กระจายอยู่ในสังคมมาจัดวางสลับตำแหน่งจนสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของการพนันกลายเป็นภาพมายาเหมือนเกมที่น่าสนุกตื่นเต้น ที่ไปก่อตัวเป็นสภาวะเหนือจริงครอบงำความคิดของผู้รับสารภายใต้จินตนาการแห่งความชอบธรรม และความสุขในการเล่นพนันได้อย่างไม่รู้จบ

## ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานที่ทำงานด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว ต้องให้ความสำคัญกับปัญหาพฤติกรรมติดเกม การซื้อสินค้าเสมือนในเกม การติดพนันในเกมนอนไลน์ โดยต้องมีการบูรณาการทำงานร่วมกันทั้งระบบ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม องค์กรภาคีเครือข่ายภายในและภายนอก ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมนอนไลน์ โดยสร้างภูมิคุ้มกัน สร้างการรู้เท่าทัน อยู่บนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคม

2) จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยกำหนดเจ้าภาพหลักที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละด้านในการดำเนินการโดยในเรื่องของการติดเกมและการพนันในเกมนอนไลน์ โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบ โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วน เพื่อเร่งจัดทำแผนงานและมาตรการป้องกันวัยรุ่น โดยเฉพาะการพนันผ่านช่องทาง การซื้อสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ในรูปแบบลูทบ็อกซ์ที่กำลังเป็นโมเดลธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและเข้าถึงวัยรุ่นได้ง่าย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) สร้างการรู้เท่าทันสื่อ (Media, Information & Digital Literacy - MIDL) โดยส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้ และทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องของ เกมออนไลน์ การติดเกม การพนันในเกม และภัยออนไลน์ในทุกวัย



2) ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนป้องกันและลดผลกระทบจากติตเกมและการพนันในเกมออนไลน์ โดยนำรายได้จากผลประกอบการของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกมมาจัดสรรงบประมาณสนับสนุนมาตรการป้องกันปัญหาการติตเกมและการพนันในเกมออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น

3) ส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการพนัน สาเหตุและผลกระทบจากการพนัน รวมทั้งมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวกับการพนัน

4) ส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการพนัน สร้างการรู้เท่าทัน และการเสริมสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อป้องกันการติตการพนันรวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมป้องกันและลดผลกระทบจากการพนัน

5) ต้องมีการขับเคลื่อนนโยบายและผลักดันให้มีการยกร่างกฎหมายและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ การติตเกม การพนันในเกมออนไลน์ การโฆษณาแฝง และภัยออนไลน์ ให้เป็นวาระเร่งด่วนในระดับชาติ และปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพนัน เช่น พ.ร.บ. การพนัน พ.ศ. 2478 เป็นต้น โดยเฉพาะมาตรการป้องกันวัยรุ่นให้เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดในช่วงเฉพาะของวัยรุ่น จึงควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันแต่ศึกษาประชากรในกลุ่มอื่นๆ ด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- Babington, L. M., Christensen, M. H., & Pats daughter. (2000). C.A. Caught in the web of internet addiction, *Nursing Spectrum*, 4, 10-12.
- Center for Gambling Studies. (2018). *Rāṅgān sūn sukṣā panhā kān phanan pī sōṅghan hārōjhoksip 'et* [Center for Gambling Studies Report 2018]. [http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book\\_file/\[ebook\]CGS-report-2018.pdf](http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/[ebook]CGS-report-2018.pdf)
- Cronbach, L. J. (1984). *Essentials of Psychological Testing* (4th ed.). Harper & Row.
- Chupaka, S. (2015). *Māyā khati nai kānsūsān 'ōnlai nai wepsai kān phanan*. [The Myth of Online Communication in Gambling Websites] (Research Report). Ramkhamhaeng University.
- Department of Mental Health, Ministry of Public Health. (2018, November). *Nung - chet Phrutsachikayon sapdā sukkhaphāp chit hæng chaṭ* [National Mental Health Week on 1st – 7th November, 2018]. <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1239>
- Fairfield, J. (2005). Virtual property. *Boston University Law Review*, 85, 1047-1102. [https://www.researchgate.net/publication/228167293\\_Virtual\\_Property](https://www.researchgate.net/publication/228167293_Virtual_Property)
- Gabriel, A. B., & Luke, C. (2019). Associations between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions. *Addictive Behaviors*, 96, 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.009>

- Griffiths, M. D., & Herbert, M. (2002). *Gambling and Gaming Addictions in Adolescence*. BPS Blackwell.
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science & Applied Management*, 5(1), 14-29, <https://ssrn.com/abstract=1443907>
- Janpratheep, T., & Pornying, J. (2020). Legal Measures to Regulate Online Gambling. *Thaksin Procedia*. <http://libapp.tsu.ac.th/OJS/index.php/thaksinprocedia/article/view/441/47475002>
- Karaked, J. (2010). *Khrūākhāī kēm ‘ōnlai læ patchai thī thamhai koēt kān siāng chōk nai yaowachon koṛani sukṣā: Sāmkok ‘ōnlai (sām Kingdoms Online) læ sapēchian fōt (Special Force)*. [Game online network and factor which cause youth would like to Gamble on game online. Studied case: 3 Kingdoms online and special force game] [Unpublished master's thesis]. Dhurakij Pundit University.
- Ketsing, W. (2000). *Sathiti wikhrō samrap kānwichai* [Analytical Statistics for Research]. Charoenpon Press.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Prentice Hall.
- Plianphadung, P. (2017). *Mātrakan thāng kotmāī nai kān khūāpkhum kān phanan ‘ōnlai* [Legal Measures to Regulate Online Gambling]. Center for Gambling Studies. [http://www.gamblingstudy-th.org/issues\\_topic\\_1/300/1/1/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B9%8C/](http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/300/1/1/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B9%8C/)
- Rogers, D. (1978). *The Psychology of Adolescence*. Appleton Century-Crofts.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Ruangdetkhajorn, P. (2017). *Loot box klōng rāngwan rū kān phanan ‘aithēm?* [Loot Box, prize box or gambling item]. [http://www.gamblingstudy-th.org/issues\\_topic\\_1/298/2/1/lootbox/](http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/298/2/1/lootbox/)
- Visanuyothin, T., Wanpen, W., Wichai, S., Arunruang, P., Yotinchatchawan, J., Tiamsaeng, T., Yisunsri, N., Pai-Nguluerm, T., & Lateh, N. (2013). *kānsamruāt sathānakān panhā phruttikam siāng læ kān tit kēm nai nakriān rōngriān namrōng rabop kāndulæ chuāilūā nakriān* [The Survey of Risk Behavior Problems and Game Addiction among Students in

Pilot Schools of Student Support System]. Child and Adolescent Mental Health

Rajanagarindra Institute, Department of Mental Health. Ministry of Public Health.

West, R., & Brown, J. (2013). *Theory of Addiction*. Blackwell Publishing.

Zendle, D., & Cairns, P. (2019). Correction: Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE*, 14(3), e0214167.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214167>