

The Psycho-Social Causal Factors Affecting Intelligent Virtual Items in Online Games Consumption Behavior of Youths in Bangkok¹

Panupong Kaewdoug²
Saran Pimthong³
Numchai Supparerkchaisakul³

Received: April 1, 2021 Revised: July 18, 2021 Accepted: July 25, 2021

Abstract

Online games are entertainment services and there are also virtual items for players to purchase. Intelligent virtual items in online game consumption behavior help youth not to harm themselves and others. The objective of this study was to study the model of the relationship of the psycho-social causal factors correlation model to intelligent virtual items in online game consumption behavior. The sample consisted of 452 youths in Bangkok 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 Confirmatory factor 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 $\chi^2/df = 3.105$. 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.

Keywords: intelligence consumption behavior, virtual items, online games

¹ This paper submitted in partial fulfillment of Master's Thesis in Applied Behavioral Science Research, Behavioral Science Research institute, Srinakharinwirot University. Supported by Behavioral Science Research institute

² Graduate Student, Master degree in Applied Behavioral Science Research, Behavioral Science Research institute, Srinakharinwirot University. E-mail: peth.panupong@gmail.com

³ Assistant Professor at Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วย ปัญญาของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร¹

ภาณุพงศ์ แก้วด้วง²

ศรัณย์ พิมพ์ทอง³

นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล³

บทคัดย่อ

เกมออนไลน์เป็นธุรกิจบริการเพื่อความบันเทิงและยังมีสินค้าเสมือนให้ผู้เล่นซื้อ การบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาจะช่วยให้เยาวชนไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนในกรุงเทพฯ ที่มีการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง จำนวน 452 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน มีค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างอยู่ระหว่าง 0.78 - 0.95 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น 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 $\chi^2/df = 3.105$ จากผลแสดงให้เห็นว่าควรสร้างแนวทางสำหรับการส่งเสริมให้เยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ควบคู่กับการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้ และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน และให้รู้จักหลีกเลี่ยงเพื่อนที่เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีในการเล่นเกมนออนไลน์ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ปกครองรู้วิธีในการควบคุมการเล่นเกมอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: พฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญา สินค้าเสมือน เกมออนไลน์

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญาโทระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² นิสิตปริญญาโท สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อีเมล: peth.panupong@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความเป็นมาและความสำคัญ

เกมออนไลน์พัฒนาเป็นเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจุดประสงค์ในทางธุรกิจ ผู้เล่นต้องมีอุปกรณ์ต่างๆ หรือเสื้อผ้า ของใช้ให้กับตัวละครในโลกเสมือน เพื่อได้มาซึ่งความสนุกในการเล่น เกม พยายามชิงโชคเพื่อให้ได้มาซึ่งไอเทมที่ผู้เล่นต้องการ ซึ่งต้องแลกเปลี่ยนด้วยตัวเงินจริงกับสินค้าเหล่านั้น (Nanthanasit, 2014) ซึ่งสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์เป็นสิ่งของต่างๆ ที่อยู่ในเกมออนไลน์ไม่สามารถจับต้องได้แต่มีมูลค่าในการซื้อขาย ทั้งในรูปของสินค้าและหรือการบริการจากผู้ให้บริการ เช่น เสื้อผ้า อาวุธ อุปกรณ์ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น จากรายงานของเว็บไซต์ Marketeer Team (2015) ประชากรในไทยที่เล่นเกมออนไลน์จะซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริง คิดเป็นร้อยละ 5 ของประชากรที่เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยราว 10 ล้านราย

พฤติกรรมการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์มี 2 รูปแบบ คือ การซื้อขายระหว่างผู้ผลิตกับผู้เล่น และการซื้อขายระหว่างผู้เล่นด้วยกัน (Lehtiniemi, 2008) แรงจูงใจในการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์มาจากความต้องการเล่นเกมได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น และเพื่อชดเชยบางสิ่งในชีวิตจริงที่ไม่สามารถทำได้ในโลกจริง เนื่องจากบรรทัดฐานทางสังคม จึงหันหน้าเข้าสู่โลกเสมือนและพบว่าสินค้าเสมือนนั้นสามารถเติมเต็มความพึงพอใจของสิ่งที่ขาดหายไปจากชีวิตจริง (Lehdonvirta, 2009) และเยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์เสียเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 100 – 500 บาทหรือเยาวชนที่ติดเกม อาจต้องมีค่าใช้จ่ายในการเติมเงินภายในเกมเฉลี่ย 113.50 บาทต่อวัน ถือว่าเป็นจำนวนเงินที่ไม่น้อยสำหรับวัยที่ยังไม่มีรายได้ (Boonyasana & Punnarong, 2011; Sittipornanan, 2009) และยิ่งภายในเกมออนไลน์มีให้ผู้เล่นสวมลู่ทบ็อกซ์หรือกาซาเพื่อรับไอเทมพิเศษหรือหายากภายในเกม ซึ่งเป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่น-ผู้ซื้อ มีความต้องการ อยากได้ จึงซื้อเรื่อยๆ จนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ การสวมลู่ทบ็อกซ์หรือกาซานั้น สามารถนำไปสู่พฤติกรรมการติดพนันในเกมออนไลน์ (Saipin, 2020) และการที่เยาวชนหมกมุ่นกับเกมมากเกินไป หรืออาจไม่ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์กับครอบครัวและสังคม โดยเฉพาะเยาวชนที่ยังไม่มีวุฒิภาวะมากพอหรือขาดการดูแลเอาใจใส่จะสร้างปัญหาสังคมด้วยการลักเล็กขโมยน้อยเพื่อจะหาเงินไปเล่นเกมออนไลน์ และมีไม่น้อยที่ก้าวเลยเถิดเข้าไปสู่เส้นทางอาชญากรรม แบบน่าเสียดายอนาคต (Yenjabok, 2015) ซึ่งพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ของเยาวชนเปรียบเสมือนการที่มีพฤติกรรมบริโภควัตถุนิยมซึ่งเป็นสินค้าเทียมที่ไม่สามารถจับต้องได้ และต้องเบียดเบียนค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เพื่อซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์

จากการประมวลเอกสารชี้ให้เห็นเยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์นั้น มีความสุขกับตัวตนในโลกเสมือน และยอมที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือน ซึ่งอาจขาดการใช้วิจารณญาณในการใช้จ่ายจนเกินตัวทั้งเงินและเวลาหรือจนเบียดเบียนสุขภาพกายและใจของตน รวมทั้งลดสัมพันธ์ภาพกับบุคคลใกล้ชิด ซึ่งงานวิจัยในอดีตมุ่งศึกษาเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดหรือปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกม และรูปแบบของพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าเสมือน ยังไม่พบการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่ส่งผลให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาหรือการใช้บริการเกมในเชิงบวก ดังนั้น การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในเยาวชนของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างให้เยาวชนมีภูมิคุ้มกันและรู้เท่าทันการบริโภคนิยมที่แอบแฝงมาพร้อมกับเนื้อหาของเกมออนไลน์ในฐานะที่เป็นผู้เล่นหรือผู้ใช้ นอกจากนี้ผู้วิจัยคาดหวังว่า งานวิจัยชิ้นนี้ จะเป็นการศึกษานำร่องในการศึกษาพฤติกรรมเชิงบวกที่เกิดขึ้นในเกมออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาขนาดและทิศทางของอิทธิพลจากปัจจัยจิตสังคมที่มีต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory) เพื่ออธิบายสาเหตุของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการถ่ายทอดทางสังคมโดยได้รับอิทธิพล 2 ทาง คือ อิทธิพลจากสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคลเอง (Waranusantikul, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาด้านพฤติกรรมของมนุษย์

พฤติกรรม เจตคติ กับการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

พฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญามีรากฐานจากพุทธธรรมว่าด้วย “มัชฌิมาปฏิปทา” หรือการเดินทางสายกลาง ซึ่งได้ขยายเป็นแนวคิดเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ และแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาเป็นหลักในการปฏิบัติตน เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการบริโภคด้วยการไตร่ตรองหรือค้นหา จากการเลือกซื้อเลือกใช้ และเลือกรับ ตระหนักถึงจุดหมาย คุณค่า และความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตแม้การบริโภคสิ่งนั้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจก็ย่อมได้ แต่การบริโภคนั้นต้องอยู่บนความไม่ประมาท ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ดังนั้นหากเยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จะสามารถเป็นภูมิคุ้มกันให้เยาวชนเล่นเกมอย่างมีวิจารณญาณไม่ตกอยู่ภายใต้ทุนนิยมที่แฝงมากับเนื้อหาของเกม หรือมีการบริโภคเท่าที่จำเป็นต่อการเล่นเกม (Saetier & Intarakamhang, 2015; Tananchai, 2001) โดยพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา หมายถึง การกระทำที่ผ่านกระบวนการไตร่ตรองตัดสินใจในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ถึงราคากับความคุ้มค่าในการใช้งาน และการบริโภคนั้นต้องไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น อยู่บนความพอดีเพื่อสนองความต้องการ ประกอบด้วย 1) ฉลาดบริโภค เป็นการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อและเลือกใช้สินค้าเสมือนในเกมออนไลน์จากการเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประโยชน์หรือโทษมากกว่าความพึงพอใจจากรูปลักษณ์ หรือกระแสนิยม และ 2) การบริโภคอย่างประมาทตน เป็นการกระทำที่ตระหนักถึงผลลัพธ์จากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ไม่เกินตัว อยู่บนความพอดีเหมาะสมกับฐานะ รวมทั้งละเว้นจากการบริโภคสินค้าหากสร้างความเบียดเบียนแก่ตนเองและผู้อื่น

นอกจากนี้เจตคติต่อพฤติกรรมยังเป็นคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลมีความพร้อมอย่างมีทิศทางในการแสดงพฤติกรรม (Shaver, 1977) ซึ่งเจตคติเป็นปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมผ่านกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม การมีเจตคติเชิงบวกในการบริโภคด้วยปัญญาจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมบริโภคอย่างเหมาะสม (Intasuwan et al., 2005; Pimthong, 2015) ดังนั้น การมีเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาจะทำให้เยาวชนมีการคิดเชิงประเมินค่าถึงประโยชน์หรือโทษ เกิดความรู้สึกเชิงบวกหรือลบต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญา และมีความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรม ซึ่งจะช่วยให้เยาวชนมีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม

ปัจจัยภายในบุคคลเป็นตัวแปรคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวบุคคล (Personal) และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน ซึ่งสองลักษณะนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กันโดยมีกระบวนการสองขั้นตอน ขั้นแรก เป็นลักษณะทางจิตที่เป็นนามธรรมที่ทำให้ตนสามารถรู้คิดถึงผลดีหรือผลเสียจากการกระทำที่มุ่งไปสู่เป้าหมายและคาดหวังให้ประสบความสำเร็จในอนาคต หรือลักษณะมุ่งอนาคตขั้นที่สอง เป็นการวางแผนจัดการเป็นขั้นเป็นตอน และพยายามควบคุมตนให้ทำตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในอนาคตหรือลักษณะควบคุมตน นอกจากนี้ ลักษณะควบคุมตนจะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะควบคุมพฤติกรรมที่ขาดความยับยั้งชั่งใจ (Mischel, 1974; Tangney et al., 2004) ซึ่งในการศึกษาลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนในนักศึกษาไทยและมาเลเซีย มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงโดยอ้อมผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง (Pimthong, 2015) และยังพบว่าลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเป็นตัวแปรทำนายพฤติกรรมฉลาดเลือกกินในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (Sohsoongnnern & Bhanthumnawin, 2016) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การที่บุคคลมีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้หากเยาวชนมีการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ซึ่งเปรียบเสมือนกำแพงทางปัญญาขั้นแรกให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของการใช้สอยปัจจัย 4 อย่างมีเหตุผลในชีวิตประจำวัน รวมถึงการใช้เวลาในชีวิต โดยการคิดแบบรู้คุณค่าแท้จะช่วยเกื้อหนุนแก่ความเจริญงอกงาม ความมีสติ ในทางกลับกัน คุณค่าเทียมจะพอกเสริมด้วยตัณหา ทำให้เกิดอกุศลธรรมอย่างไม่มีขอบเขต โดยคุณค่าแท้ เป็นการอาศัยปัญญาตีความถึงประโยชน์และคุณค่าคุณที่แท้จริงในการบริโภคเพื่อสนองความต้องการของชีวิตโดยตรงให้เกิดความสุข ส่วนคุณค่าเทียมเป็นการอาศัยตัณหาเป็นเครื่องมือตีค่าในการปรุงแต่งพอกพูนเพื่อเสพสุข (Payutto, 2012) จากการศึกษาของ Marlithong and Hirunchalothorn (2014) เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมตามแนวคิดโยนิโสมนสิการแบบรู้คุณค่าแท้รู้คุณค่าเทียมจะมีพฤติกรรมบริโภคนิยมในด้านการกิน การแต่งกาย และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการเข้าร่วมกิจกรรม หรือการศึกษาของ Saetier and Intarakamhang (2015) พบว่า การคิดตามหลักโยนิโสมนสิการมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญานักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 และ Piamdee and Junprasert (2015) ได้ทำการศึกษาวิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมของนักเรียน ซึ่งพบว่ามีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุข โดยจะเห็นได้ว่าการที่เยาวชนมีการวิธีคิดแบบคุณค่าแท้คุณค่าเทียมจะนำไปสู่การที่เยาวชนเกิดพฤติกรรมหลีกเลี่ยงอบายมุขและรู้จักบริโภคอย่างเหมาะสม

เกมนอนไลน์ตอบสนองความต้องการพื้นฐานหลายอย่างของมนุษย์ ผู้ผลิตหรือให้บริการเกม จึงหารายได้จากการขายแผ่นเกม ขายชั่วโมงเล่นเกม ขายสินค้าภายในเกม รวมทั้งมีการโฆษณาแอบแฝง Christ and Potter (1998) อธิบายว่า หากเรามีความรู้เท่าทันสื่อในระดับดีก็เท่ากับว่าเราจะมีทางเลือกมากขึ้นในการตีความสารต่างๆ และนำไปสู่อำนาจในการควบคุมความเชื่อ และพฤติกรรมส่วนบุคคล ดังนั้น การรู้เท่าทันเกมนอนไลน์จะช่วยให้เยาวชนมีภูมิคุ้มกันไม่ตกอยู่ภายใต้ค่านิยมจากการตลาดที่มาพร้อมเกม การรู้เท่าทันสื่อเปรียบเสมือนเครื่องมือทางการคิดให้กับเยาวชนในการเปิดรับสื่อ การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม เกิดพฤติกรรมบริโภคด้วยปัญญาและหลีกเลี่ยงการบริโภคนิยมจะเห็นได้จากการศึกษาของ Tansuwannond et al. (2010) โดยพบว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยในการทำนายลำดับที่หนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษา และ Liyang et al. (2018) พบว่า นักเรียน

ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีการรู้เท่าทันเกมออนไลน์สูงจะช่วยเพิ่มพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมของนักเรียน ซึ่งการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ เป็นการใช้ความรู้ในการทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับเกมออนไลน์ เนื้อหาของเกมออนไลน์ และความเข้าใจในการเล่น เกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ โดยการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ประกอบด้วย คือ การเข้าถึงเกมออนไลน์ การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์ และการประเมินในการเล่น เกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับพฤติกรรม

สำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment) เป็นปัจจัยที่ได้รับจากการถ่ายทอดทางสังคมผ่านตัวแทนทางสังคม (Agent of socializing) จากครอบครัว กลุ่มเพื่อน รวมถึงตัวแทนทางสังคมที่เป็นกลุ่มเสมือน (Virtual groups) ในเกมออนไลน์ ตัวแทนทางสังคมเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค เนื่องจากทำให้เกิดความเชื่อ ค่านิยม เจตคติ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า (Majumdar, 2010; Wallace, 2001) โดยตัวแทนทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนอย่างมาก คือ กลุ่มเพื่อน ซึ่งจะหล่อหลอมเยาวชนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ จากการเลียนแบบ หนึ่งในปัจจัยที่จะทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมการเล่นเกมอย่างเหมาะสม คือ การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์ ซึ่งเป็นการรับรู้และเลือกรับการปฏิบัติของเยาวชนตามเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์ทั้งทางด้านเนื้อหา และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์ทั้งอย่างเหมาะสมและอาจไม่เหมาะสม และอีกหนึ่งตัวแทนทางสังคมที่สำคัญในการหล่อหลอมเยาวชน คือ ครอบครัว ซึ่งพฤติกรรมเสพติดเกมมักพบในครอบครัวที่ขาดการฝึกระเบียบวินัยให้ลูกอย่างเหมาะสม หรืออาจเกิดขึ้นจากการที่ผู้ปกครองขาดทักษะในการฝึกวินัย ไม่มีเวลาหรือไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงพอ (Charoenwanit, 2012) ในทางกลับกัน หากเยาวชนได้รับการอบรมสั่งสอนอย่างเหมาะสมจากผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวก็จะนำไปสู่การที่เยาวชนเป็นพลเมืองที่ดีในสังคม ดังนั้น ผู้ปกครองต้องคำนึงเสมอว่าปัญหาเด็กติดเกมสามารถป้องกันและแก้ไขได้ ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจและความอดทน โดยการควบคุมการเล่น เกมจากผู้ปกครอง แบ่งออกได้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ควบคุมการใช้งาน คือ เป็นการสร้างข้อตกลงร่วมกันในการเล่น เกมของเด็กและผู้ปกครองอย่างเหมาะสม ได้แก่ จำนวนชั่วโมง ช่วงเวลา เกมที่เล่น และสถานที่ในการเล่น เกม 2) การชี้แนะในการเล่น เกม เป็นการให้ความรู้หรือคำแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ และห้ามปรามสิ่งที่ไม่ดีที่เกิดโทษจากการเล่นเกมหรือเนื้อหาของเกม และ 3) การที่ผู้ปกครองสนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากการเล่นเกม

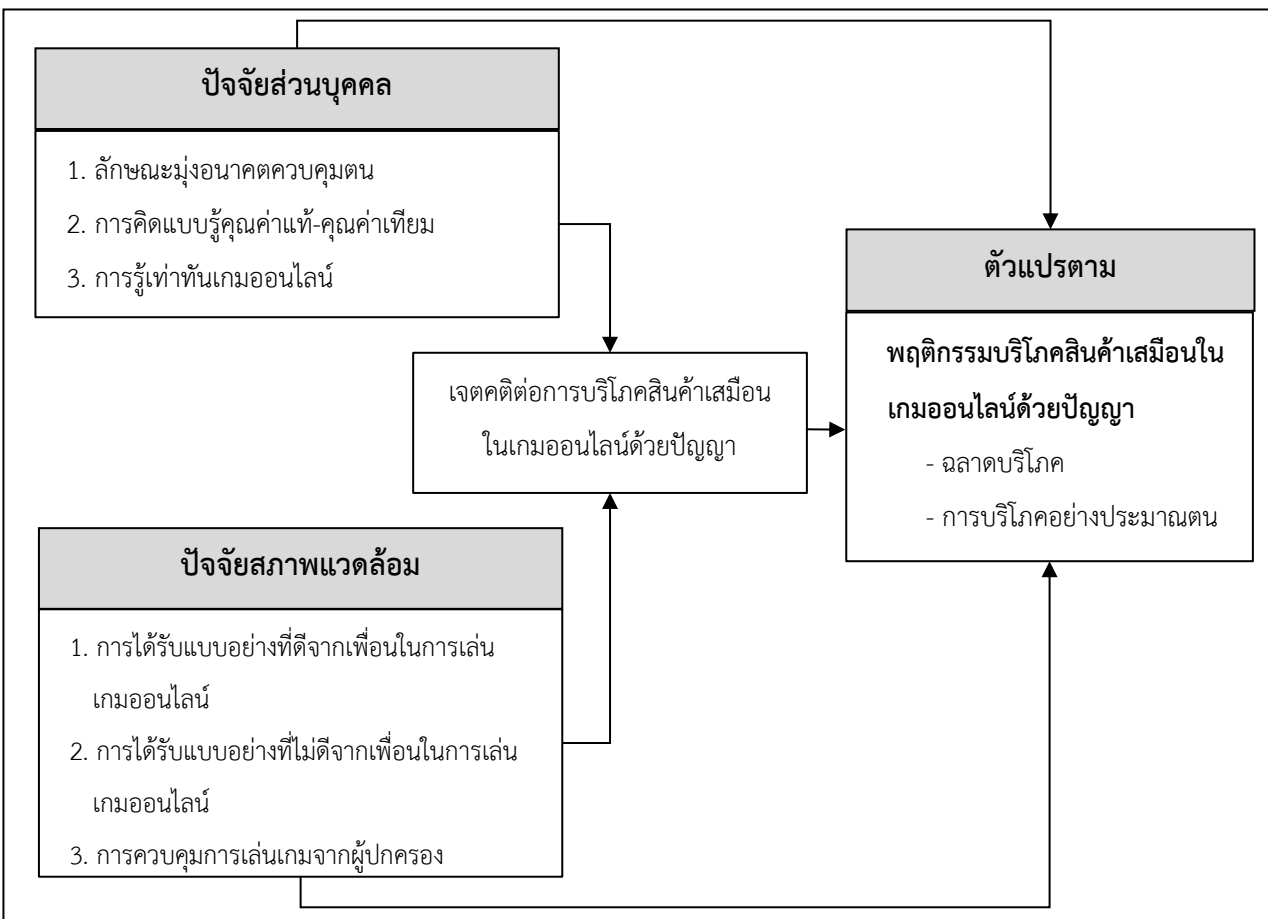
หากเยาวชนได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์ และผู้ปกครองมีการควบคุมการใช้ อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสมจะนำไปสู่การที่เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภค การเล่นเกมออนไลน์ และการสื่อสารอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาของ Lianyang et al. (2018) โดยพบว่า การควบคุมการเล่น เกมออนไลน์ในครอบครัว และอิทธิพลของเพื่อนในการเล่น เกมออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และพบผลเดียวกันนี้ในการศึกษา Thongkambunjong et al. (2010) ซึ่งพบว่าอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ต และการควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ และการศึกษาของ Choochom et al. (2009) ปัจจัยด้านครอบครัวทั้งความสัมพันธ์ การสนับสนุน และการถ่ายทอดทางสังคมมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยมีภูมิคุ้มกันทางจิตเป็นปัจจัยส่งผ่าน และยังพบว่า ปัจจัยที่มาจากกลุ่มเพื่อนทั้งในเรื่องความสัมพันธ์ การสนับสนุน และแบบอย่างจากเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยมีเจตคติเป็นปัจจัยส่งผ่านไปยังพฤติกรรม

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชน ตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory) ของ Bandura (1997) พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลของความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคลในลักษณะที่กำหนดซึ่งกันและกัน ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีมาใช้กำหนดขอบข่ายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มาจากสภาพแวดล้อมและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อเจตคติและพฤติกรรมโดยตรง รวมทั้งผลของเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่มีต่อพฤติกรรมในการส่งผ่านอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตสังคม ดังภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

แบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตสังคมมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมทั้งขนาดและรูปแบบความสัมพันธ์ของสาเหตุและผล ได้แก่

- 1) เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

3) ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ การรับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และการควบคุมการเล่นเกมนออนไลน์จากผู้ปกครอง มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เล่นเกมออนไลน์มีอายุระหว่าง 15–18 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ โดยไม่แบ่งประเภทของเกมออนไลน์ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ระหว่าง 10 – 20 หน่วยต่อหนึ่งตัวแปรสังเกต (Kline, 2005) ทั้งนี้ ในแบบจำลองมีจำนวนตัวแปรสังเกต จำนวน 17 ตัวแปร ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม 340 หน่วย และเพื่อชดเชยกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การวิจัย และป้องกันการตอบกลับไม่สมบูรณ์ จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้น ร้อยละ 40 ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 470 คน

สำหรับการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างและให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยทำการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster sampling) จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 7 แห่ง เมื่อได้โรงเรียนซึ่งเป็นพื้นที่เก็บข้อมูลจึงทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple sampling) ในการสุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ หากไม่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกจะทำการสุ่มคนถัดไป รวมทั้งมีข้อคำถามสำหรับการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง (Double-check) ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับอย่างสมบูรณ์ทั้งหมด 452 ฉบับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมเล่นเกมและซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “ทำมากที่สุด” ถึง “ไม่เคยทำเลย” ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา มีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ส่วนตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ตอนที่ 5 แบบวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ตอนที่ 6 แบบวัดการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ตอนที่ 7 แบบวัดการรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ และตอนที่ 8 แบบวัดการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครองมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย”

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected

Item – total Correlation: CITC) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis: CFA) แล้วจึงตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแสดงดังตาราง 1

ตาราง 1

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตัวแปร	จำนวนข้อ	CITC	ค่าความเชื่อมั่น		Factor Loading
			α	CR	
พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา			ทั้งหมด = 0.72		
ฉลาดบริโภค	4	0.13 - 0.41	0.508	0.92	0.40 - 0.79
การบริโภคอย่างเหมาะสม	4	0.42 - 0.57	0.687		0.20 - 0.65
$\chi^2 = 30.974$, $df = 18$, $p = 0.029$, $RMSEA = 0.040$, $SRMR = 0.031$, $GFI = 0.983$, $CFI = 0.987$, $NFI = 0.970$					
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา			ทั้งหมด = 0.75		
การรู้จักเชิงประเมินค่า	6	0.33 - 0.45	0.61	0.95	0.43 - 0.69
ความรู้สึกลึก	4	0.20 - 0.25	0.38		0.43 - 0.60
แนวโน้มพฤติกรรม	5	0.45 - 0.65	0.70		0.55 - 0.82
$\chi^2 = 68.226$, $df = 32$, $p < 0.001$, $RMSEA = 0.050$, $SRMR = 0.035$, $GFI = 0.971$, $CFI = 0.983$, $NFI = 0.966$					
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน			ทั้งหมด = 0.79		
การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ	4	0.20 - 0.38	0.50	0.79	0.31 - 0.55
การวางแผนเพื่ออนาคต	3	0.54 - 0.63	0.75		0.69 - 0.76
การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม	3	0.31 - 0.52	0.62		0.42 - 0.79
$\chi^2 = 86.823$, $df = 32$, $p < 0.001$, $RMSEA = 0.062$, $SRMR = 0.044$, $GFI = 0.963$, $CFI = 0.969$, $NFI = 0.953$					
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม			ทั้งหมด = 0.75		
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	5	0.13 - 0.71	0.77	0.77	0.15 - 0.78
$\chi^2 = 7.548$, $df = 5$, $p = 0.183$, $RMSEA = 0.034$, $SRMR = 0.0199$, $GFI = 0.993$, $CFI = 0.997$, $NFI = 0.990$					
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์			ทั้งหมด = 0.86		
การเข้าถึงเกมออนไลน์	4	0.29 - 0.59	0.29	0.84	0.42 - 0.91
การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์	3	0.39 - 0.52	0.70		0.57 - 0.68
การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์อย่างสร้างสรรค์	8	0.52 - 0.63	0.94		0.58 - 0.71
$\chi^2 = 168.094$, $df = 87$, $p < 0.001$, $RMSEA = 0.046$, $SRMR = 0.050$, $GFI = 0.953$, $CFI = 0.982$, $NFI = 0.963$					
การรับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์			ทั้งหมด = 0.43		
การรับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์	4	0.24 - 0.43	0.57	0.44	0.28 - 0.68
การรับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์	3	0.34 - 0.45	0.58		0.45 - 0.71
$\chi^2 = 26.438$, $df = 13$, $p = 0.015$, $RMSEA = 0.048$, $SRMR = 0.037$, $GFI = 0.984$, $CFI = 0.959$, $NFI = 0.926$					
การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง			ทั้งหมด = 0.86		
ควบคุมการใช้งาน	5	0.53 - 0.68	0.81	0.81	0.58 - 0.79
การชี้แนะในการเล่นเกมน	4	0.54 - 0.62	0.77		0.63 - 0.75
สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4	0.61 - 0.66	0.82		0.70 - 0.74
$\chi^2 = 146.132$, $df = 62$, $p < 0.001$, $RMSEA = 0.0549$, $SRMR = 0.043$, $GFI = 0.953$, $CFI = 0.981$, $NFI = 0.967$					

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ค่าความเบ้ (Skewness: Sk) ค่าความโด่ง (Kurtosis: Ku) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) เพื่อทราบถึงการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้และตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปร และ 2) การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนี ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าอัตราส่วนของ χ^2/df ไม่เกิน 5 ค่า SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.08 ค่า CFI มีค่ามากกว่า 0.90 ค่า GFI มีค่ามากกว่า 0.90 และค่า NFI มีค่ามากกว่า 0.90 (Kline, 2005)

จริยธรรมในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ SWUEC-011/2562X

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เยาวชนที่เล่นเกมออนไลน์ และมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.40 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 39.64 ประเภทเกมออนไลน์ที่มีการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงโดยตอบได้มากกว่า 1 เกม ส่วนใหญ่จะเล่นเกม Strategy/RTS/MOBA มากที่สุด ร้อยละ 73.88 รองลงมา FPS/TPS ร้อยละ 61.16 Casual Game ร้อยละ 43.30 และที่มีการซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงน้อยที่สุด คือ เกมประเภท MMORPG/ RPG ร้อยละ 32.14 ประเภทสินค้าเสมือนที่มีการบริโภคโดยเลือกได้ 3 ประเภท ส่วนใหญ่เป็นสินค้าเพื่อแฟชั่น ร้อยละ 80.53 รองลงมาเสียงโชคเพื่อรับของรางวัล/ตัวละคร ร้อยละ 72.12 และเงินตราเสมือน ร้อยละ 65.93 ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ต่อเดือน เฉลี่ยอยู่ที่ 384 บาท

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า การแจกแจงของตัวแปร เมื่อทดสอบด้วยสถิติของค่าไค-สแควร์ (χ^2) โดยใช้เกณฑ์ p -value ของ Skewness & Kurtosis พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรมีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ส่วนตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปร มีลักษณะการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติ แต่ทุกตัวแปรมีความเบ้ \pm ไม่เกิน 3 และมีความโด่ง \pm ไม่เกิน 10 ซึ่งมีการแจกแจงไม่ผิดปกติ และไม่กระทบต่อการวิเคราะห์ด้วยการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood (Schumacker & Lomax, 2010) ส่วนปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) ควรค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ไม่สูงกว่า 0.85 (Kline, 2005) ซึ่งพบว่าตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง -0.31 ถึง 0.60 ข้อมูลตัวแปรทั้งหมดในการศึกษา มีความเหมาะสมที่ใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้น

ตาราง 2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน และการแจกแจงของตัวแปร

ตัวแปรสังเกต	M	SD	Normality		
			Sk	Ku	p
พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา					
ฉลาดบริโภค	4.44	1.05	-0.61	-0.10	0.46
การบริโภคอย่างเหมาะสม	4.67	0.95	-0.67	-0.25	0.47
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา					
การรู้คิดเชิงประเมินค่า	5.09	0.72	-0.88	0.68	0.04
ความรู้สึกรู้สึก	4.64	0.89	-0.30	-0.50	0.12
แนวโน้มพฤติกรรม	5.23	0.79	-1.15	1.21	< .001
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน					
การคาดการณ์และเห็นถึงความสำคัญ	4.23	0.80	0.08	-0.36	0.87
การวางแผนเพื่ออนาคต	4.51	0.90	-0.46	0.28	0.45
การควบคุมตนให้กระทำพฤติกรรม	4.43	0.86	-0.23	0.14	0.58
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม					
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	3.99	1.02	0.07	3.99	0.88
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์					
การเข้าถึงเกมออนไลน์	4.95	0.81	-0.57	4.95	0.01
การวิเคราะห์เนื้อหาของเกมออนไลน์	4.92	0.78	-0.51	4.92	0.09
การประเมินในการเล่นเกมนออนไลน์ สร้างสรรค์	5.18	0.70	-0.80	5.18	0.05
การได้รับแบบอย่างจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์					
แบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	4.59	0.83	-0.43	4.59	0.54
แบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมน	3.54	1.24	-0.03	3.54	0.65
การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง					
ควบคุมการใช้งาน	3.77	1.28	-0.26	3.77	0.47
การชี้แนะในการเล่นเกมน	4.74	1.05	-0.87	4.74	0.01
สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.36	1.19	-0.76	4.36	0.13

ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีตรวจสอบ $\chi^2 = 267.77$, $df = 85$, $p < .001$, RMSEA = 0.069,

SRMR = 0.058, CFI = 0.0944, GFI = 0.935, NFI = 0.923 และ $\chi^2/df = 3.105$ โดยมีค่า SRMR ไม่ผ่านเกณฑ์ แต่อยู่ในระดับพอใช้ คือ SRMR น้อยกว่า 0.079 (Byrne, 2010) และพิจารณาร่วมกับค่าดัชนีอื่นแทนได้ ซึ่งแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 42.92 โดยพบว่า พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้รับอิทธิพลทางตรงจากเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญามากที่สุด ($\beta_{DE} = 0.35$) รองลงมาการได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ($\beta_{DE} = -0.32$) การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ($\beta_{DE} = 0.17$) และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta_{DE} = 0.15$) ตามลำดับ และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ($\beta_{IE} = 0.14$) และการควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง ($\beta_{IE} = 0.07$) อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาซึ่งเป็นปัจจัยส่งผ่านได้รับอิทธิพลจากการรู้เท่าทันเกมออนไลน์มากที่สุด ($\beta_{DE} = 0.41$) รองลงมาการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ($\beta_{DE} = 0.24$) การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง ($\beta_{DE} = 0.19$) การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ($\beta_{DE} = -0.17$) และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta_{DE} = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยการได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และปัจจัยจิตสังคมมีความสามารถร่วมกันอธิบายเจตคติบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาได้ร้อยละ 47.16 ดังตาราง 3 และภาพประกอบ 2

ตาราง 3

ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุไปยังตัวแปรผลภายในรูปความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ตัวแปร	เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา			พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา		
	ปัญหา			ปัญหา		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา	-	-	-	0.35*	-	0.35*
ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน	0.15*	-	0.15*	0.15*	0.05*	0.20*
การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม	0.24*	-	0.24*	0.17*	0.08*	0.26*
การรู้เท่าทันเกมออนไลน์	0.41*	-	0.41*	-0.05	0.14*	0.09
การได้รับแบบอย่างที่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์	-0.13	-	-0.13	-0.18	-0.05	-0.22
การได้รับแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมนออนไลน์	-0.17*	-	-0.17*	-0.32*	-0.06*	-0.38*
การควบคุมการเล่นเกมนจากผู้ปกครอง	0.19*	-	0.19*	-0.07	0.07*	< -0.01
$\chi^2/df = 3.15$	$R^2 = 0.4716$			$R^2 = 0.4292$		
$\chi^2 = 267.77, df = 85, p < .001, RMSEA = 0.069, SRMR = 0.058, CFI = 0.0944, GFI = 0.935, NFI = 0.923$						

DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct effect)

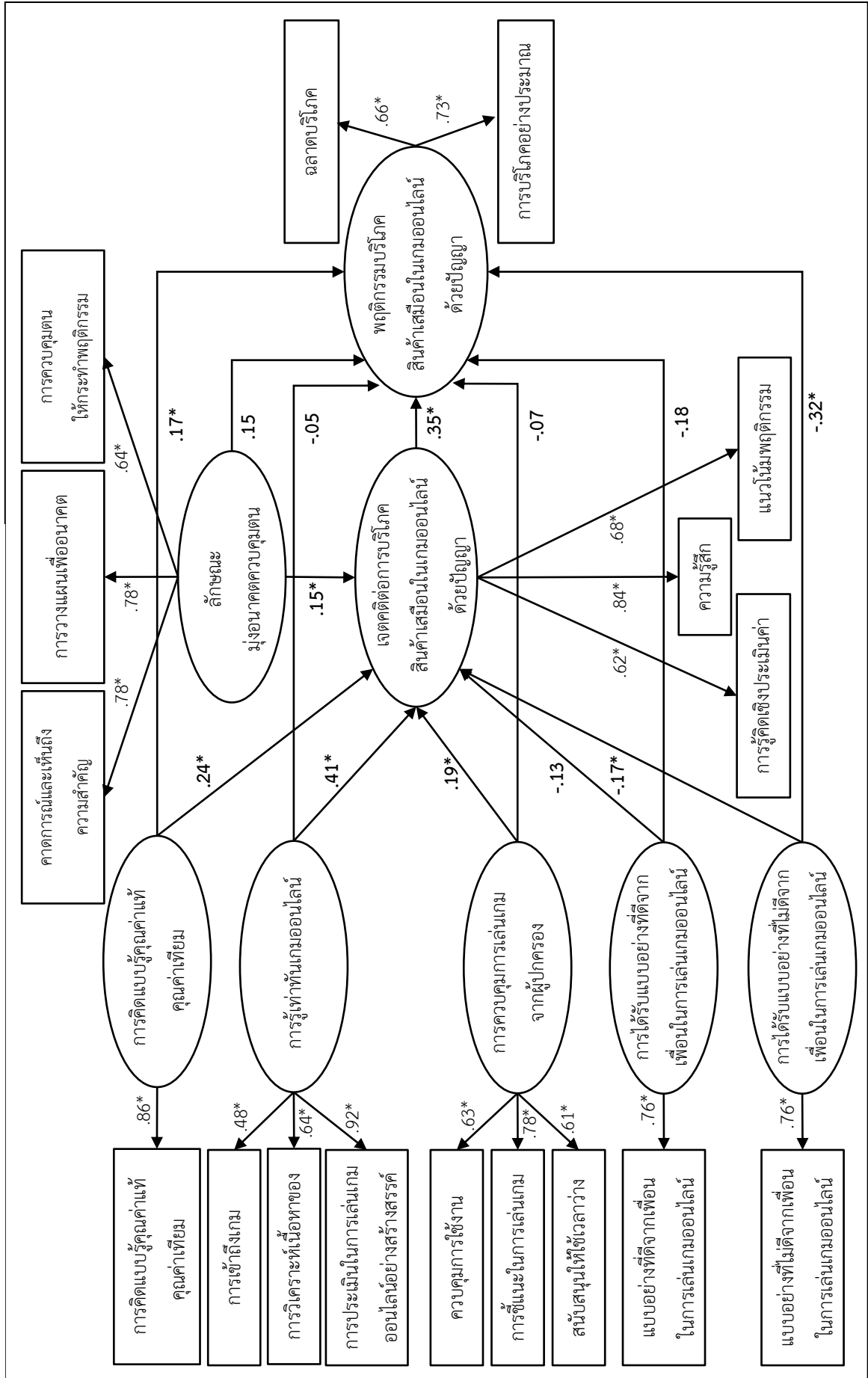
IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect)

TE หมายถึง อิทธิพลโดยรวม (Total effect)

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพประกอบ 2

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยปัญหา



อภิปรายผลการวิจัย

แบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยทางจิตสังคมมีผลต่อพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยปัญญามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นไปตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory) ของ Bandura (1997) พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อม และปัจจัยส่วนบุคคล โดยร่วมกันอธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาในเยาวชน

1) การที่เยาวชนมีเจตคติต่อการบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงจะส่งผลให้มีพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ Allport (1935) เจตคติเป็นสภาวะความพร้อมที่กำหนดทิศทางหรือมีอิทธิพลเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง Waranusantikul (2003) ถ้าองค์ประกอบของเจตคติทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การรู้คิดเชิงประเมินค่า ความรู้สึก และความพร้อมที่จะกระทำของบุคคลมีปฏิกริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างคงทนและมีทิศทางเดียวกัน มีแนวโน้มให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเจตคติ Tananchai (2001) อธิบายว่า เจตคติต่อสินค้าเสมือนของผู้ซื้อสินค้าเสมือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือน เพราะสินค้าเสมือนมีคุณประโยชน์หลักในการสร้างความสนุกสนาน และตอบสนองในสิ่งที่โลกของความเป็นจริงทำไม่ได้ โดยผลการศึกษาเจตคติต่อพฤติกรรมบริโภคนด้วยปัญญาจะเห็นได้จากการการศึกษาของ Pimthong (2015) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคนอย่างพอเพียงของนักศึกษาในประเทศไทยและมาเลเซีย พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคนอย่างพอเพียงเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการบริโภคนอย่างพอเพียงที่สำคัญที่สุด หรือผลการศึกษาปัจจัยที่สำคัญและพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคนด้วยปัญญาของเยาวชนไทยของ Intasuwan et al. (2005) ซึ่งพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการบริโภคนด้วยปัญญามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคนด้วยปัญญาในเยาวชน และยังพบผลเดียวกันนี้ในพฤติกรรมเล่นเกมออนไลน์ของ Lianyang et al. (2018) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะ และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัย จากผลจะเห็นได้ว่าเจตคติต่อการบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เยาวชนเห็นว่าการบริโภคนสินค้าเสมือนด้วยปัญญาจะไม่ทำให้ตนเองและผู้อื่นไม่เดือดร้อนจากการบริโภคนของตน หากจะใช้เงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนก็ต้องคำนึงถึงคุณค่า และเกิดความรู้สึกที่ดีมากกว่าหากได้ประหยัดเงินในการเล่นเกม ซึ่งการมีเจตคติเหล่านี้ทำให้เยาวชนมีความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา

2) เยาวชนที่มีลักษณะส่วนบุคคลสูง ได้แก่ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน และการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ จะส่งผลให้เยาวชนมีเจตคติ และพฤติกรรมบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคนสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาโดยผ่านเจตคติอย่างมีนัยสำคัญเท่านั้น โดยเจตคติ และพฤติกรรมเป็นผลมาจากการถ่ายทอดทางสังคม ซึ่งได้รับอิทธิพล 2 ทาง ทั้งจากอิทธิพลจากสังคม และอิทธิพลจากตัวบุคคลเอง (Waranusantikul, 2003) สอดคล้องกับการศึกษาของ Pimthong (2015) พบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน และความเป็นวัตถุนิยมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคนอย่างพอเพียงของนักศึกษาในประเทศไทย

และมาเลเซียโดยอ้อมผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างพอเพียง สอดคล้องกับผลการใช้โปรแกรมการฝึกคิดตามหลักโยนิโสมนสิการของ Saetier and Intarakamhang (2015) โดยพบว่า การคิดตามหลักโยนิโสมนสิการเป็นปัจจัยทางจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 และการศึกษาของ Lianyang et al. (2018) พบว่า การรู้เท่าทันเกมออนไลน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะ และพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัยโดยผ่านเจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมเท่านั้น และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม แต่กลับไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ผลของการรู้เท่าทันเกมออนไลน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมาก แต่กลับไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีการศึกษาที่น่าสนใจของ Tansuwannond et al. (2008) ได้สร้างชุดฝึกอบรมสำหรับพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาตามแนวคิดเจตคติ ผลจากการทดลอง พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการฝึกการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดเจตคติ จะมีการรู้เท่าทันสื่อด้านการคิดวิจารณ์ญาณ และด้านการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสูงกว่านักศึกษาที่ไม่ได้รับการฝึก จากผลจะเห็นได้ว่าเจตคติ และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนจะสูงขึ้น เมื่อเยาวชนมีลักษณะส่วนบุคคลที่ดี เนื่องจากการที่เยาวชนมีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองจะช่วยให้ตระหนักถึงผลและความจำเป็นในอนาคตและมีความยับยั้งชั่งใจก่อนตัดสินใจซื้อ และพยายามควบคุมตนเองออกจากสิ่งเร้า โดยผ่านกระบวนการรู้คิดทั้งจากการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ ที่ทำให้เยาวชนมีเครื่องมือในการไตร่ตรองก่อนการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ตระหนักถึงคุณค่าของการบริโภคอย่างแท้จริง และรู้เท่าทันนัยยะทางการค้าของผู้ผลิตเกมหรือเนื้อหาของเกมที่แฝงมากับเกมออนไลน์

3) เยาวชนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมควบคุมการเล่นเกมจากผู้ปกครองออนไลน์สูงจะมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาสูงขึ้นตามไปด้วย โดยได้รับผลทางอ้อมจากเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา แต่เยาวชนจะมีเจตคติ และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาลดลงอย่างมากหากเยาวชนอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีแบบอย่างที่ไม่ดีจากเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบุคคลจะพัฒนาเจตคติของตนในลักษณะใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม (McGuire & Millman, 1965) รวมทั้งการเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาเจตคตินั้นมาเป็นของตน (Allport, 1935) ซึ่งครอบครัวและกลุ่มเพื่อนถือได้ว่าเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencers) ต่อการตัดสินใจในการบริโภค ทั้งให้ความคิดเห็นและคำแนะนำในการบริโภค (Sukcharoen, 2012) โดยเฉพาะช่วงวัยนี้ (15 – 18 ปี) เพราะเยาวชนใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อนมีเพื่อนเป็นแบบอย่างของประสบการณ์ เจตคติ รวมทั้งอยากมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Kaewkangwan, 2010) จากผลสอดคล้องกับการศึกษาของ Lianyang et al. (2018) พบว่า การควบคุมการเล่นเกมออนไลน์ในครอบครัวมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม และยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัย และการเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะโดยผ่านเจตคติ และอิทธิพลของเพื่อนในการเล่นเกมออนไลน์มีอิทธิพลต่อเจตคติต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างปลอดภัย และเล่นเกมออนไลน์เพื่อการเสริมสร้างทักษะเพียงทางอ้อมเท่านั้น

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Thongkambunjong et al. (2010) พบว่า พฤติกรรมติดเกมออนไลน์ได้รับผลจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสมซึ่งมีอิทธิพลทางลบอย่างมาก แต่กลับได้รับอิทธิพลทางบวกจากการควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตในครอบครัว และยังสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาในนักเรียนของ Saetier and Intarakamhang (2015) ซึ่งพบว่าอิทธิพลครอบครัวประกอบด้วย การสนับสนุนของครอบครัว และการเป็นแบบอย่างที่ดีของครอบครัว และอิทธิพลกัลยาณมิตร ประกอบด้วย การให้คำแนะนำ การสนับสนุนของกัลยาณมิตร และการเป็นแบบอย่างที่ดีของกัลยาณมิตรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 จากผลจะเห็นได้ว่าเจตคติ และพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาของเยาวชนสูงขึ้น เป็นผลมาจากการได้รับการถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวและกลุ่มเพื่อน โดยมีเจตคติเป็นปัจจัยเชื่อมอีกทางในการส่งผ่านค่านิยม ความคิดความเชื่อ และความพึงพอใจจากครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนไปสู่พฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา เนื่องจากช่วงวัยนี้เยาวชนจะมีการตัดสินใจกระทำของตนเองว่าผิดหรือถูกนั้นไม่ขึ้นอยู่กับคำสั่งสอนของผู้ปกครอง แต่เยาวชนจะใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมที่เป็นของตนเอง (Autonomous) ในการตัดสินใจเลือกว่าจะทำหรือไม่ทำ โดยพิจารณาจากผลของการกระทำหรือผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการกระทำหรือไม่กระทำตามคำสอนของผู้ใหญ่ แต่พิจารณาถึงการได้รับการยอมรับโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนที่เล่นเกมด้วยกัน และด้วยช่วงวัยนี้ยังมีความใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อนมากกว่าผู้ปกครอง อย่างไรก็ตามคำสอนเหล่านั้นมีผลต่อการคิดประเมินถึงประโยชน์ และความรู้สึกรับรู้พอใจต่อการบริโภคด้วยปัญญา

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากข้อค้นพบหากจะส่งเสริมให้เยาวชนให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา เนื่องจากส่งผลต่อพฤติกรรมสูงมากที่สุดและยังเป็นปัจจัยที่ส่งผ่านลักษณะทางจิตสังคม ดังนั้น จึงควรส่งเสริมเจตคติควบคู่กับการส่งเสริมการรู้เท่าทันเกมออนไลน์ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม เพื่อให้เยาวชนมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาและการเล่นเกมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และมีการคิดไตร่ตรองก่อนเลือกบริโภคสินค้า รวมทั้งส่งเสริมลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองให้แก่เยาวชน เพื่อให้ตระหนักถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา รวมทั้งต้องสร้างสิ่งแวดล้อมเอื้อต่อการเกิดเจตคติและพฤติกรรมที่ดีในการบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญาผ่านตัวแทนทางสังคม คือ ผู้ปกครองควรควบคุมการเล่นของเยาวชนอย่างถูกวิธีใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ควบคุมการใช้งาน 2) ให้คำแนะนำในการเล่น และ 3) สนับสนุนให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ร่วมกันภายในครอบครัว สิ่งที่ควรคำนึง คือ เยาวชนอาจรับแบบอย่างจากกลุ่มเพื่อนมีพฤติกรรมเล่นเกมออนไลน์อย่างไม่เหมาะสม ดังนั้น ต้องส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักไม่เลือกรับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการเล่นออนไลน์จากเพื่อน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กรมสุขภาพจิต และสถานศึกษา สามารถนำข้อค้นพบสร้างแนวทางหรือพัฒนาโปรแกรมสำหรับส่งเสริมให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยปัญญา และเป็นแหล่งข้อมูลวิชาการในการเผยแพร่สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้เยาวชนมีความคิดความรู้สึที่ดีในการบริโภคด้วยปัญญา สร้างความตระหนัก รู้เท่าทันเกมออนไลน์ และคิดไตร่ตรองถึงความจำเป็นก่อนบริโภค เพื่อให้เยาวชนฉลาดบริโภค และการบริโภคสินค้าเสมือนภายในเกมออนไลน์อย่างเหมาะสม ไม่เดือดร้อนตนเองและผู้อื่น นอกจากนี้กรมสุขภาพจิต และสถานศึกษา อาจนำข้อค้นพบไปเผยแพร่ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ปกครองในการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์ตลอดจนการใช้จ่ายเงินสำหรับการเล่นเกมของบุตรหลาน

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์โทรคมนาคมแห่งชาติ และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเข้ามากำหนดมาตรการสำหรับเกมที่มีเนื้อหาการพนัน เช่น ลูทบ็อกซ์ ก๊าซ กล่องสุ่ม โดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นธรรม รวมทั้งบังคับให้ผู้บริการเกมรายงานอัตราการได้รับสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อประกอบการตัดสินใจของเยาวชนก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทกล่องสุ่ม และสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้และเครื่องมือป้องกันผลกระทบ สร้างการตระหนักรู้เท่าทันเกมออนไลน์แก่เยาวชน ผลักดันให้เกิดในผู้บริการเกม ทำกิจกรรมเพื่อสังคมสร้างการเรียนรู้และสร้างความตระหนักรู้ทางสาธารณะกับตัวเยาวชน และผู้ปกครอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาในบริบทของผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์เท่านั้น อาจมีการศึกษาในรูปแบบของ Multiple Group Design เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีประสบการณ์บริโภคกับไม่มีประสบการณ์ในการบริโภค หรือเปรียบเทียบระหว่างประเภทเกมเพื่อค้นหาหรือขนาดอิทธิพลของปัจจัยที่อาจต่างกัน หรือศึกษาในรูปแบบ Multilevel Research Design เพื่อศึกษาขนาดอิทธิพลระหว่างปัจจัยทางจิตเดิมของบุคคล และจิตสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกเสมือน หรือตัวแทนทางสังคมที่เป็นกลุ่มเสมือน (Virtual groups) ในเกมออนไลน์

2) การวัดการคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม และการได้รับแบบอย่างจากเพื่อน ควรทำการวัดโดยแบ่งออกเป็น 2 มิติอย่างชัดเจน กล่าวคือ การคิดแบบรู้คุณค่าแท้คุณค่าเทียม ควรนิยามปฏิบัติการ ทั้งมิติการคิดแบบรู้คุณค่าแท้ และมิติการคิดแบบรู้คุณค่าเทียม ส่วนการได้รับแบบอย่างจากเพื่อนควรนิยามปฏิบัติการทั้งในมิติแบบอย่างที่ดี และแบบอย่างที่ไม่ดี เพราะในธรรมชาติบุคคลย่อมเห็นแบบอย่างจากตัวแทนทางสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

3) การดำเนินการเก็บข้อมูลมีข้อจำกัดจากลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในการศึกษามีหลายตัวแปรทำให้มีข้อคำถามเป็นจำนวนมาก และงบประมาณ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่เป็นเอกสาร เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีความตั้งใจในการตอบ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้แบบสอบถามประเภทออนไลน์กระจายผ่านตัวเกมออนไลน์ และอาจมีการให้ค่าตอบแทนเป็นรางวัลภายในเกม จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่และมีคุณสมบัติที่หลากหลาย แต่ตัวแปรในการศึกษาไม่ควรมีจำนวนมาก

เอกสารอ้างอิง

- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In *Handbook of Social Psychology*. Clark University Press.
- Bandura, A. (1997). *Self – Efficacy: The Exercise of Control*. W. H. Freeman and Company.
- Boonyasana, P., & Punnarong, S. (2011). Kān wikhro phruttkam kānchai chāi ngoēn khōng dek lāe yaowachon thī tit kēm: Kōranī suksā yaowachon nai phūnthī chāngwat Chīang Mai lāe lamphūn [An analysis of payaying behavior for game playing in game addicted child and youth groups: A case study of child and youth groups in Chiang Mai and Lamphun provinces]. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(5), 51-62.
- Charoenwanit, S. (2012). Phruttkam kān tit kēm: Phonkrathop lāe kān pōngkan [Game addiction behaviors: Impacts and preventions]. *Thai Science and Technology Journal*, 22(6), 871-879.
- ChooChom, O., Tanachanan, S., & Thongpukdee, T. (2009). Patchai choēng hēt lāe phon khōng phūmkhumkan thāng chit khōng yaowachon [Antecedents and consequences of youths' psychological immunity]. *Warasarn Phuettikammasat*, 18(2), 1-15.
- Christ, W. G., & Potter, W. J. (1998). Media Literacy, Media Education and the Academy. *Journal of Communication*, 48(1), 5-15.
- Intasuwan, P., Parkbongkoch, C., Satrathpat, D., Vanindananda, N., Soadmanee, O., Bhookang, S., & Srijindarat, U. (2005). kānwichai lāe phatthanā phruttkam kān bōriphōk duai panyā khōng yaowachon [Research and development of youths' appropriate consumption behavior]. *Journal of Srinakharinwirot University*, 1(1), 11-27.
- Kaewkangwan, S. (2010). *Chittawitthayā phatthanākān chīwit thuk chuāng wai Phim khrang thī kao* [Developmental Psychology of Life at all Ages (9th ed.)]. Thammasat Printing house.
- Kline, R. B. (2005). *Methodology in the Social Sciences: Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). Guilford Press.
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 97-113.
- Lehtiniemi, T. (2008). *Macroeconomic indicators in a virtual economy* [Unpublished master's thesis]. University of Helsinki.
- Lianyang, T., Pimthong, S., & Peungposop, N. (2018). Kānsuksā klum siāng lāe patchai pokpōng phruttkam kān len kēm 'ōnlai yāng moṣom khōng nakriān chan matthayommasuksā tōn ton [A study of the ai-risk groups and factors to protect the pro online gaming behaviors of lower secondary school students]. *Panyapiwat Journal*, 10(2), 165-175.

- Majumdar, R. (2010). *Consumer Behaviour: Insights from Indian Market*. PHI Learning.
- Marketeer Team. (2015, October 12). *GAME ONLINE khrai tœm ngoen khon nan thep* [GAME ONLINE Whoever pay, that Person is Cool]. Metketeer.
<https://marketeeronline.co/archives/26431>
- Marlithong, P., & Hirunchalothorn, P. (2014). Phon khong kanchat kitchakam tam naekhit yonisomanasikan bap rukhun ka thae - rukhun ka thiam thi mi to phruttkam boriphok niyom khong dek pathommawai [The effect of activities provision based on Yonisomanasikara thinking: true and artificial values on consumerism behavior of preschool children]. *Kasetsart Educational Review*, 30(1), 55-61
- 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*. Academic Press.
- Nanthanasit, A. (2014, November 27). Watthuniyom nai lok kem 'online [Materialism in the game online world]. http://natthapholjuve.blogspot.com/2014/11/blog-post_44.html
- Piamdee, M., & Junprasert, T. (2015). Laksana thang sangkhom lae laksana thang chit thi kieokhong kap phruttkam likliang 'abaiyamuk khong nakrian radap matthayommasuksa nai phak tawan 'ok chiang nua [Social and Psychological factors related to temptation avoidance behaviors of students in secondary school in The North - East Region]. The 6th National & International Conference 2015 (pp 375-386). National Institute of Development Administration.
- Pimthong, S. (2015). Psychosocial factors correlated with sufficient consumption behavior of students in Thailand and Malaysia. *Asian Social Science*, 11(4), 169-179.
- Prayudh Payutto, P. (2012). kansuksa roemton mua khon kin yu pen [True education begins with wise consumption]. *Buddhism for Peace Journal*, 1(1), 152-162.
- Saetier, S., & Intarakamhang, U. (2015). Kansuksa bapchamlong choeng sahet khong phruttkam kan boriphok duai panya khong nakrian prathom suksa pi thi hok rongrian sangkat samnangkhan khet Krung Thep Maha Nakhon [The causal model Study of Intelligent consumption behaviors for Grade 6 students under the department of bangkok metropolitan]. *Journal of Behavioral Science for Development*, 8(1), 229-240.

- Saipin, N. (2020). *Phruttkam k̄n̄ tit k̄m̄ k̄n̄ s̄ sinkhā samuān nai k̄m̄ lūthabok̄ læ k̄n̄ tit phanan nai k̄m̄ ‘ōnlai khōng wairun Thai* [Gaming addiction behavior, Virtual goods purchases in game, Loot boxes and Gambling in online game of Thai adolescent] (Research report). Centre for Addiction Studies.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner’s Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Shaver, K. G. (1997). *Principle of Social Psychology*. Wintrop Publisher.
- Sittipornanan, P. (2009). *R̄ænḡ ch̄unḡch̄ai nai k̄n̄ b̄ō̄iphok̄ sinkhā samuān nai k̄m̄ ‘ōnlai* [Motivation for consumption of virtual products in online games] [Unpublished master’s thesis]. Chulalongkorn University.
- Sohsoongnarn, S., & Bhanthumnawin, D. (2016). *Patch̄ai choēnḡ hēt̄ thānḡ ch̄it sangkhom thī k̄iēokhōnḡ kap phruttkam chalāt̄ lūak̄ kin khōnḡ nakriān matthayommasuksā tō̄n̄ plāi* [Psychosocial factors as correlate of smart eating choice behavior of secondary school students]. The 9th National Conference 2016 (pp. 147-158). National Institute of Development Administration.
- Sukcharoen, W. (2012). *phruttkam phub̄ō̄iphok̄* [Consumer Behavior]. G.P. CYBERPRINT.
- Tananchai, S. (2001). *r̄ūpb̄æp̄ k̄āndamnoēn̄ ch̄iwit thī song phon tō̄ thatsanakhati læ krabūank̄n̄ tatsinch̄ai s̄ sinkhā s̄m̄ū* [Lifestyle affecting attitude and decision making process toward the purchase of virtual goods]. *Journal of Public Relations and Advertising*, 5(1), 121-142.
- 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.
- Tansuwannond, C. (2008). *Phonk̄n̄ fuk ‘oprom phūā phatthanāk̄n̄ rūthao than s̄ khōnḡ naksuksā mahawitthayalai ratchaphat sūan Dusit* [Effects of Training on Media Literacy Development of Suan Dusit Rajabhat University Students]. *Warasarn Phuettikammasat*, 14(1), 21-32.
- Tansuwannond, C., Wongpinpech, P., & Leesattrupa, C. (2010). *Phruttkam k̄n̄ b̄ō̄iphok̄ s̄ duāi panyā khōnḡ naksuksā radap ‘udomsuksā nai khēt̄ Krung Thēp̄ Mahā Nakhō̄n* [Factors related to intellectual media consumption behavior of undergraduate students in Bangkok]. *Warasarn Phuettikammasat*, 16(1), 122-135.
- Thongkambunjong, W., ChooChom, O., Intasuwan, P., & Suppareakchaisakul, N. (2010). *Patch̄ai choēnḡ hēt̄ læ phon khōnḡ phruttkam tit ‘inthoēnet khōnḡ nakriān matthayommasuksā nai khēt̄ Krung Thēp̄ Mahā Nakhō̄n* [Causal factors and effect of internet dependency behavior of high school students in bangkok metropolis]. *Warasarn Phuettikammasat*, 17(2), 103-119.

Wallace, P. (2001). *The Psychology of the Internet*. Cambridge University.

Waranusantikul, S. (2003). *chittawitthaya sangkhom: Thritsadi læ kan prayuk* [Social Psychology: Theories and Applications]. SE-ED.

Yenjabok, P. (2015). *Dek Thai ruthao than su chalat ru chalat luak* [Thai Children know the Media Smart Knowledge, Smart Choice]. Office of the Permanent Secretary.