

นวัตกรรมแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

Innovative Factors Concept Affecting Play Choices of Digital Content Game Platform Using Women Characteristic Leading to Expanding Digital Content Business

เพ็ญประภา เกื้อชาติ (Penprapa Kueachart)

สุรศักดิ์ จิรวัดมงคล (Surasak Jirawatmongkol)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ เพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ผู้เล่นเกมในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เป็นพื้นที่ศึกษาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์นั้น มี 9 ด้านด้วยกัน โดยมีผลการวิจัยที่วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

1. เน้นไปที่ด้านเนื้อหาซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.54
2. ด้านกราฟฟิกและการออกแบบ มีค่าสถิติอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.63
3. รองลงมาคือ กฎการเล่นเกม มีค่าสถิติของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90
4. ด้านฉาก ซึ่งเกี่ยวข้องรองลงมาจากกฎการเล่นเกมคือฉาก มีค่าสถิติของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.14 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90
5. รองลงมาอีกคือ ดนตรีและเสียงประกอบ แสดงให้เห็นค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.95
6. อาศัยพื้นฐานของผลวิจัยแนวของเกม พบว่านัยสำคัญทางสถิติแสดงด้วยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94
7. สำหรับด้านการแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิง พบโดยรวมค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94

8. รองลงมาอีกคือ ด้านลักษณะของตัวละครหลักผู้หญิง มีความเกี่ยวเนื่องค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.10

9. ที่ถือว่าเป็นระดับต่ำสุดของการแสดงค่านัยสำคัญทางสถิติคือ ชนิดของเกมที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.88

คำสำคัญ: นวัตกรรมแนวคิด เกมดิจิทัลคอนเทนต์ เกมที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ

Abstract

The objectives of this research were to study of factors affecting play choices of digital content game platform using women characteristic leading to expanding digital content business. The research followed the quantitative research by using questionnaires as a research collective data instrument were used to random sampling 400 gamer persons in total and Bangkok metropolitan as area study. For data analysis, descriptive statistics including parsing percentage, mean and standard deviation were used.

The research result of factors affecting play choices of digital content game platform using women characteristic leading to expanding digital content business were 9 elements, it were analyzed by mean revealed that:

1. Focused on the content indicated at highest statistical significance level of mean equal to 3.66 and standard deviation equal to 0.54
2. With the more concern on graphic and design at higher statistical significance level of mean equal to 3.63 and standard deviation equal to 0.63
3. Followed by rule did significantly correlate with statistical significance level of mean equal to 3.21 and standard deviation equal to 0.90
4. Concerning rule that followed by the scene on the statistical significance level of mean equal to 3.14 and standard deviation equal to 0.90
5. Followed by music and sound effect showed that at statistical significance level of mean equal to 3.05 and standard deviation equal to 0.95
6. Based on the result of platform found that the statistical significance level of mean equal to 3.01 and standard deviation equal to 0.94
7. On the costume it was found that overall was statistical significance level of mean equal to 2.94 and standard deviation equal to 0.94
8. Followed by female main characteristics level did significantly correlate with statistical significance of mean equal to 2.72 and standard deviation equal to 0.10

9. And the lowest is genres showed that the statistical significance level of mean equal to 2.72 and standard deviation equal to 0.88

Keywords: Innovative concept, Digital content game platform, Women leadership characteristic in game.

บทนำ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยปีพ.ศ.2552-2556 โดยสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) พบว่า ดิจิทัลคอนเทนต์มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและพัฒนาขึ้นอย่างมากในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา และการเติบโตยังมีความชัดเจนมากขึ้นด้วยนโยบายของภาครัฐสนับสนุนสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ จากการประกาศแผนกระตุ้นเศรษฐกิจแห่งชาติครั้งที่ 2 ในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ.2552 เพื่อกระตุ้นภาคเศรษฐกิจ ภาคบริการ จึงทำให้ดิจิทัลคอนเทนต์ประเภทแอนิเมชันและเกมเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพอย่างมาก จากการเติบโตตามอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ทำให้มูลค่าการผลิตและการส่งออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ถึงร้อยละ 8.64 ในช่วงปี พ.ศ.2552-2556 โดยเติบโตตามตลาดเกมของโลก และเพื่อยืนยันว่าตลาดเกมยังมีอนาคตอีกยาวไกลก็จะขอแนะนำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ โดยเฉพาะเกี่ยวกับเกมมาแสดงที่มีการคาดการณ์ตลาดเกมทั่วโลกในปี ค.ศ.2016-2019 จะมีมูลค่าตลาดเกมทั่วโลกคิดเป็นมูลค่าที่เติบโตอย่างก้าวหน้ามาแสดงดังปรากฏตามตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงการคาดการณ์ตลาดเกมทั่วโลก ในปี ค.ศ.2016-2019

ปี ค.ศ.	มูลค่าตลาดเกมทั่วโลก (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	สัดส่วนรายได้ที่มาจาก PC / MMO (%)
2016	99.6	27 %
2017	106.5	26 %
2018	112.5	26 %
2019	118.5	25 %

ที่มา: NEWZOO, 2016 อ้างจาก Strategy+Marketing Magazine, 2016: 48.

หมายเหตุ: คำอธิบายคำในตาราง

PC คือ PC DLC (Downloadable Content) เนื้อหาจากการดาวน์โหลด

MMO คือ Pay-to-Play เล่นเกมที่ต้องจ่าย

นอกจากนี้เพื่อให้เกี่ยวเนื่องมากขึ้นกับงานวิจัยนี้ คือ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยเกมที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ จะขออ้างอิงด้วยการนำงานการศึกษาของ Hernandez (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจุบันผู้หญิงเป็นเพศที่เล่นเกมออนไลน์เป็นเวลานาน พัฒนาจากการเล่นเกมวิดีโอมาเป็นเกมจนทำให้เกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำคือเป็นตัวละครหลักในเกมมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมนิยมของกระแสสตรีนิยมในระดับโลกมากขึ้น จากจุดเริ่มต้นของเกมลาราคอฟท์ (Lara Croft) จนถึงเกมผีชีวะ (Resident Evil) และเกมล่าเกม (The Hunger Game) ซึ่งทำให้เห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำจากงานวิจัยของ Wake ที่พบว่ามีปัจจัยอยู่ด้วยกัน 9 ด้าน คือ 1) เนื้อหา 2) กราฟิกและการออกแบบ 3) กฎการเล่น 4) ฉาก 5) เสียงพิเศษและเพลงประกอบ 6) แนวของเกม 7) การแต่งกายของตัวละครหลัก 8) ลักษณะตัวละครหลักผู้หญิง 9) ชนิดของเกม โดยงานของ Wake นั้น Waldron (2014) ชี้ให้เห็นว่ามาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากปี ค.ศ.2000 จนถึงปี ค.ศ.2010 ที่หันมาใส่ใจในเรื่องคอนเทนต์เป็นสำคัญ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิดีโอเกมกับเนื้อหาภาพยนตร์และเพลง รวมถึงมัลติมีเดียจนทำให้เกิดการดำเนินรอยตามเกมลาราคอฟท์ เกมผีชีวะ เป็นต้น จนเกิดสิ่งที่งานวิจัยของ Smith (2011) เรียกว่า โลกแห่งราชินี เป็นความสำเร็จของเกมที่มีผู้หญิงเป็นตัวละครหลักหรือเป็นผู้นำตามงานวิจัยนี้ และงานของ Yee (2017) ก็ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทั้ง 9 ด้านนี้เป็นเสมือนปัจจัยตัวกระตุ้นให้ผู้เล่นเกมตัดสินใจในการเล่นอย่างชัดเจน

ดังนั้น ประเทศไทยในปัจจุบันการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ส่งผลให้อุตสาหกรรมเกมเติบโตตามเช่นกัน อาทิ เกมบนมือถือ เกมออนไลน์ และที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ก็คือ เกมที่มีตัวละครหลักหรือผู้หญิงเป็นผู้นำที่ประสบความสำเร็จที่เรียกว่า “Game Reference” ซึ่งสร้างความสำเร็จในตลาดเกมมาแล้ว ดังนำมาอ้างอิงได้เสมอคือเกม Lara Croft (Janz, 2007) และต่อมาก็มีเกมผีชีวะ (Resident Evil) จนถึงเกมล่าเกม (The Hunger Game) ที่เป็นที่ยอมรับจนถูกนำไปสร้างภาพยนตร์และประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับเกมอีกเช่นกัน ตลอดจนเกมแฟนตาซีที่เห็นได้ชัดกับความสำเร็จของการมีช่องทางการตลาด และส่งเสริมรายได้ให้กับธุรกิจและตลาดเกมดิจิทัลคอนเทนต์ด้วย สำหรับอุตสาหกรรมและธุรกิจเกมของไทย ตลอดจนถึงเกมผู้หญิงคือ บริษัทคิระเกมส์ (Kira Games) และเกมสุราออนไลน์ และ “400” ของบริษัททำเกมที่ได้รับรางวัลผลงานซอฟต์แวร์ดีเด่นแห่งชาติ (TICTA 2010 Awards) (ข้อแก้ว ประสงค์สม, 2558: 39-45)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในส่วนบทนำจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาถึงปัจจัยความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์โดยใช้ตัวละครหลักผู้หญิงในเกม ก็คือเกมที่มีตัวละครผู้หญิงเป็นผู้นำในตลาดเกมดิจิทัลคอนเทนต์ ที่ก่อประโยชน์สามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ในการประกอบธุรกิจได้ต่อไปด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ เพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เล่นเกม (Gamer) ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ คือเป็นตัวละครหลักในการเดินเรื่องที่มีความเป็นไปได้ในการนำมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบเกมต้นแบบที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำได้ เพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

3. ขอบเขตการวิเคราะห์ข้อมูล

การวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนระดับต่างๆ ดังนี้

มีความสำคัญมากที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	4
มีความสำคัญมาก	กำหนดค่าคะแนนเป็น	3
มีความสำคัญน้อย	กำหนดค่าคะแนนเป็น	2
มีความสำคัญน้อยที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	1

วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นเกม (Gamer) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane Taro, 1973) สำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย มีดังนี้ คือ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เล่นเกม (Gamer) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การดำเนินการแบ่งออก ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ หากแบบสอบถามใดไม่สมบูรณ์จะไม่นำมาวิเคราะห์เลย

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 4 ระดับ ด้วยการใช้เกณฑ์ของ Taylor-Powell (2009) & Revilla, Saris & Krosnick (2014) โดยมีค่าพิสัยที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.28-4.00 คะแนน หมายถึง มีความเป็นไปได้มากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.52-3.27 คะแนน หมายถึง มีความเป็นไปได้มาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.76-2.51 คะแนน หมายถึง มีความเป็นไปได้น้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.75 คะแนน หมายถึง มีความเป็นไปได้น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำคือเป็นตัวละครหลัก มีอยู่ด้วยกัน 9 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเนื้อหา (Content) พบว่า ผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับเนื้อหาหลักเดินเรื่องที่ชัดเจน เข้าใจง่าย หรือจากภาพยนตร์มีชื่อเสียง ในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 รองลงมาเป็นเรื่องจากเรื่องสมมติเหนือจินตนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 เนื้อหาจากชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และจากเรื่องจริงหรือดัดแปลงประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ส่วนที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ การนำเนื้อหาจากการ์ตูนที่มีชื่อเสียง

2. ปัจจัยด้านกราฟฟิกและการออกแบบ (Graphic and Design) พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับกราฟฟิกสวยงาม คมชัด เสมือนจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 รองลงมากราฟฟิกแนวแฟนตาซี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ กราฟฟิกภาพสีสดใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

3. ปัจจัยด้านกฎการเล่น (Rule) พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับการเล่นง่ายไม่ซับซ้อน มีระดับความยากง่ายในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 รองลงมาคือมีวัตถุประสงค์ชัดเจนและให้มีการสิ้นสุดของเกมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 มีการให้ผู้เล่นเกมคาดเดาไม่ได้หรือหักมุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 สำหรับที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือการให้มีการรวมทีมที่มีความสามารถเฉพาะตัวแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92

4. ปัจจัยด้านฉาก (Scene) พบว่า ผู้เล่นเกมให้ความสำคัญฉากที่เสมือนจริงใกล้เคียงกับฉากภาพยนตร์แนวแฟนตาซีในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 รองลงมาคือฉากจากจินตนาการเหนือจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 ส่วนที่ถือว่ามีความสำคัญน้อยที่สุดคือ สถานที่สำคัญและลักษณะเด่นๆ ของจังหวัดต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01

5. ปัจจัยด้านเพลงประกอบและเสียงประกอบ (Music and Sound Effect) พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญระดับสูงสุดกับแนวดนตรีสดใส ฟังสบายคลายเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 รองลงมาแนวนั้นเสียงบรรยายและเอฟเฟกต์ชัดเจนมากกว่าเสียงดนตรีประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 ส่วนแนวดนตรีแบบฮาร์ดคอร์เฮฟวีเมทัลมีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95

6. ปัจจัยด้านแนวของเกม (Platform) พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญระดับสูงสุดกับแนวเกมที่เล่นง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 รองลงมาแนวเกมที่รู้สึกผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และแนวเกมที่ทำให้ผู้เล่นมีจินตนาการเสมือนได้สร้างโลกเสมือนจริงด้วยตัวเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 ตลอดจนถึงแนว

เกมที่มีตัวละครน่ารักหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 และแนวเกมตื่นเต้นเร้าใจ บุกทะลุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 รวมทั้งแนวเสมือนจริงในเกมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 ส่วนแนวเกมน่ากลัว น่าค้นหา มีความสำคัญน้อยสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02

7. ปัจจัยด้านการแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิง (Costume) พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญระดับสูงสุดกับการแต่งกายทะมัดทะแมงสะดวกในการเคลื่อนไหว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 รองลงมาการแต่งกายร่วมสมัยตามแฟชั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 การแต่งการเหนือจินตนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 การแต่งกายสไตล์ญี่ปุ่นน่ารักสดใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 สำหรับการแต่งการเน้นสัดส่วนโค้งเว้าออกแนวเซ็กซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 มีความสำคัญน้อยสุด

8. ปัจจัยด้านลักษณะของตัวละครหลักผู้หญิง พบว่าผู้เล่นเกมให้ความสำคัญระดับสูงสุดกับการมีความมั่นใจ ฉลาดแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีไหวพริบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 รองลงมาได้แก่ ผู้หญิงสวย ไม่เซ็กซี่มาก ไม่เน้นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 ผู้หญิงแนวน่ารักสดใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 ผู้หญิงเปรี้ยวมีส่วนโค้งเว้าชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 สำหรับผู้หญิงที่ดูธรรมดาแต่มีพลังพิเศษเหนือมนุษย์ผู้เล่นเกม ให้ความสำคัญระดับน้อยสุด มีค่าเฉลี่ยเพียง 2.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94

9. ปัจจัยด้านชนิดของเกม (Genres) ผู้เล่นเกมให้ความสำคัญระดับสูงสุดกับการเข้าถึงได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 รองลงมาได้แก่ การเล่นได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 การพกพาได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 เกมมีราคาไม่แพงหรือให้ทดลองเล่นฟรีในช่วงแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และการสร้างสังคมออนไลน์เกิดการแลกเปลี่ยน พูดคุย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 ส่วนที่มีความสำคัญระดับน้อยสุด คือ เกมมีผู้เล่นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น นำมาจัดลำดับความสำคัญเพื่อสามารถนำไปสร้างเป็นแนวทางเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ คือ เป็นตัวละครหลักในเกมเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ได้ปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการจัดลำดับจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

ลำดับ	ปัจจัยด้านของเกมจากผลวิจัย	ค่าเฉลี่ย	ความสำคัญ
1.	เนื้อหา (Content)	3.66	มีความสำคัญมากที่สุด
2.	กราฟฟิกและการออกแบบ (Graphic and Design)	3.63	มีความสำคัญมากที่สุด
3.	กฎการเล่นเกม (Rule)	3.21	มีความสำคัญมาก
4.	ฉาก (Scene)	3.14	มีความสำคัญมาก
5.	เพลงประกอบและเสียงประกอบ (Music and Sound	3.05	มีความสำคัญมาก
6.	Effect)	3.01	มีความสำคัญมาก
7.	แนวของเกม (Platform)	2.94	มีความสำคัญมาก
8.	การแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิง (Costume)	2.72	มีความสำคัญมาก
9.	บุคลิกลักษณะของตัวละครหลักผู้หญิง (Female Main Character)	2.72	มีความสำคัญมาก
	ชนิดของเกม (Genres)		

อภิปรายผล

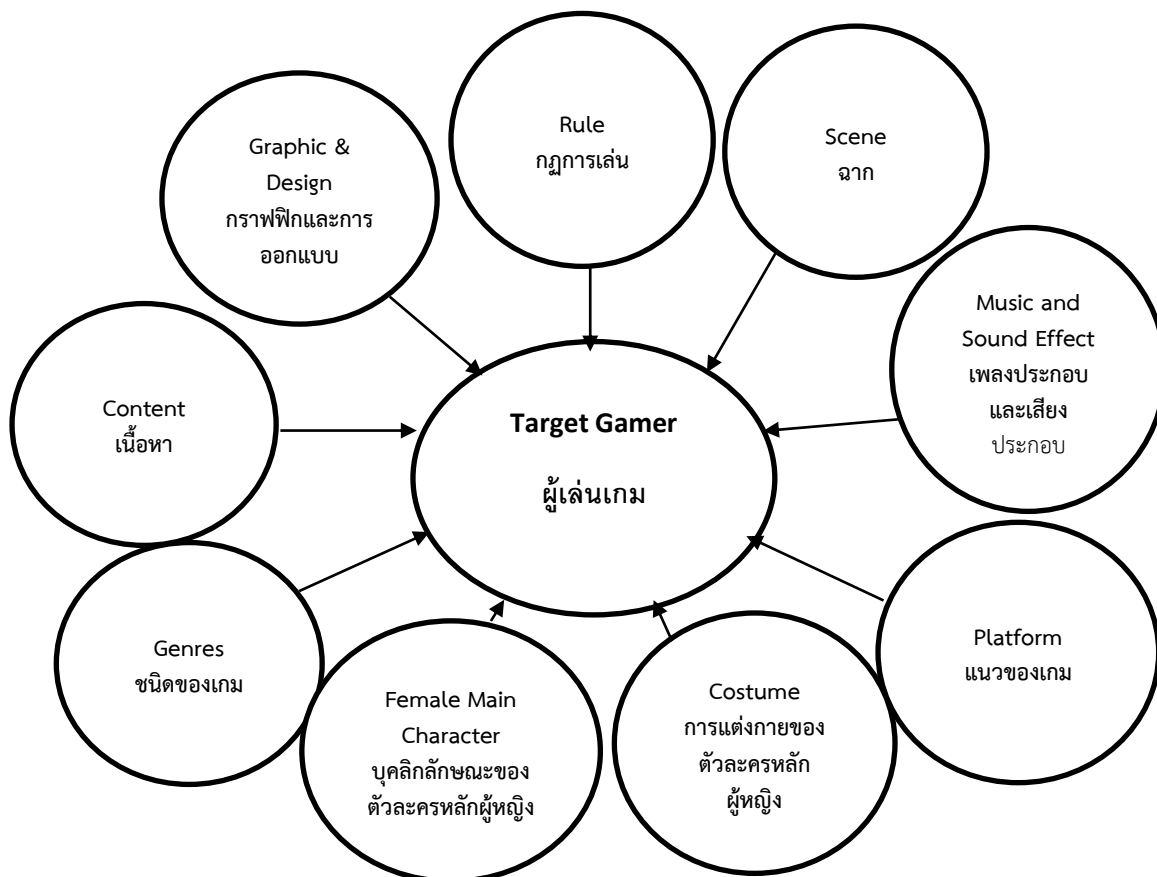
จากการสรุปผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์นำไปสู่การสร้างเป็นนวัตกรรมเชิงแนวคิดในการนำไปสร้างเกมต้นแบบได้ในฐานะเป็นองค์ประกอบ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ในส่วนแรกของผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Wake (2016) ที่ให้แนวคิดที่ว่าปัจจัยทั้ง 9 ด้านนั้นนำมาขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ได้ในการนำไปสร้างเป็นเกมต้นแบบที่มีความสอดคล้องกับ Near (2013) ที่นำแนวคิดของ Wake มาเชื่อมโยงกับการขายเนื้อหาด้วยการสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าเนื้อหาด้วยตัวละครหลักผู้หญิงในเกม โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิงซึ่งตรงกับปัจจัยที่ 7 และบุคลิกลักษณะของตัวละครหลักของผู้หญิง คือ ปัจจัยที่ 8 ของงานวิจัยนี้ เพราะจะมีผลเด่นชัดกับการพัฒนาและครอบครองลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์หรือบุคลิกลักษณะจนถึงการเพิ่มรายได้จากการขายอุปกรณ์การแต่งกายของตัวละครตามการเล่นแบบสวมบทบาท (Role Playing Game หรือ RPG) ให้กับผู้เล่นเกมและความนิยมในการเล่นแบบนี้ตัวละครหลักเป็นผู้หญิงกำลังเป็นที่นิยมมากตามแนวคิดที่สอดคล้องกับ Shaw (2011) และ Brown (1996)

2. ในส่วนเนื้อหาปัจจัยทั้ง 9 ด้าน สามารถนำงานวิจัยมาสนับสนุนอภิปรายผลให้เห็นความสอดคล้องของผลการวิจัยนี้ในปัจจัยทั้ง 9 ด้านที่มีงานวิจัยซึ่งแสดงผลการศึกษาไว้ทั้ง 9 ด้าน คืองานของ Connelly, Boyle, MacArthur และ Hainey ที่เห็นว่า 1) เนื้อหา 2) กราฟฟิกและการออกแบบ 3) กฎการเล่นเกม 4) ฉาก 5) เพลงประกอบและเสียงประกอบ 6) แนวของเกม 7) การแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิง (Costume) 8) บุคลิกลักษณะของตัวละครหลักผู้หญิง และ 9) ชนิดของเกม สำหรับงานวิจัยที่เน้นปัจจัยทางด้านเนื้อหาที่ต้องสร้างหรือออกแบบให้เข้ากับบุคลิกลักษณะของตัวละครหลักผู้หญิงและปรากฏกายสร้างความสนใจและดึงดูดใจ

ให้กับผู้เล่นด้วยการแต่งกายของตัวละครหลักผู้หญิง ซึ่งก็คือปัจจัยที่ 1, 7 และ 8 ของงานวิจัยนี้ คืองานวิจัยของ Raikowska (2014) ที่เห็นความสำคัญของปัจจัย 9 ด้าน ที่สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ และยังมีความเด่นชัดของงานวิจัยจากการนำเกมที่ประสบความสำเร็จอย่างเกมลาราคอฟท์ เกมผีชีวะ และเกมล่าเกมมาเป็นกรณีศึกษา ส่วนที่เน้นพิเศษทางปัจจัยด้านกราฟิกและการออกแบบที่สัมพันธ์กับปัจจัยฉากและเพลง จนถึงเสียงประกอบ ซึ่งก็คือปัจจัยที่ 2, 4 และ 5 ของงานวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับ Orihuela (2003) ที่ชี้ให้เห็นถึงการใช้เนื้อหาจากมัลติมีเดีย ทั้งกราฟิก การออกแบบ ภาพ เพลง เสียงประกอบ ข้อความ เป็นต้น เพื่อสร้างให้เกิดความตราตรึงใจให้แก่ผู้เล่นเกมในการอธิบายผล ปัจจัยที่ 3 กฎการเล่น เกม ปัจจัยที่ 6 แนวของ เกม และปัจจัยที่ 9 ชนิดของเกมของงานวิจัยนี้นั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Clapper Stone (2012) ที่ชี้ให้เห็นถึงแนวของ เกมและชนิดของเกม ที่สัมพันธ์กับกฎการเล่น เกมซึ่งนิยมทำให้ผู้เล่นเกมติดเกมต้นแบบจนได้ทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ บนชุมชนออนไลน์ขึ้น ตัวอย่างเช่น เกม 300 ชาวสปาร์ตัน 300 คนยอมพลีชีพสู้กองทัพเปอร์เซียเป็นแสนที่นำมาจากภาพยนตร์ดังชื่อ 300 และเกม 400 ของไทย ซึ่งก็เป็นเรื่องทหารและชาวบ้านภายใต้การนำของขุนรองปลัดชูจำนวน 400 คน พลีชีพสร้างวีรกรรมหาท้าวขาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแนวคิดของ Clapper Stone นี้ก็มีความสอดคล้องกับข้อแก้ว ประสงค์สม (2558) ปอม โชติกุลธนชัย และนันทนาฏ กฤษณจินดา รวมถึง Near (2013) Yee (2017) และ Wake (2016) ด้วย

ดังนั้น จากการอธิบายผลการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นรูปธรรมของการนำปัจจัยทั้ง 9 ด้าน นำมาออกแบบเพื่อสร้างเป็นนวัตกรรมเชิงแนวคิดที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ดังแสดงเป็นภาพได้ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 นวัตกรรมเชิงแนวคิดที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรพัฒนานวัตกรรมแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำเพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ให้เป็นรูปแบบที่สร้างเป็นเกมต้นแบบได้ต่อไป
2. นำเกมต้นแบบที่พัฒนาจากนวัตกรรมแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำ เพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์นำไปทดลองนำร่องทำการตลาดหรือหานักพัฒนาเกมอิสระหรือค่ายเกม ให้นำไปต่อยอดจากเกมต้นแบบเพื่อขยายต้นแบบเกมให้หลากหลายมากขึ้น
3. นำเสนอต่อกระทรวงดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้วางเป็นแนวทางหรือจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อหาทางส่งเสริมเกมต้นแบบจากผลวิจัยนี้ เพื่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ช่อแก้ว ประสงค์สม. (2558, กุมภาพันธ์). ม่อนม่อนซ่อนผ้า: เกมออนไลน์หัวใจไทย. *วารสารส่งเสริมการลงทุน*. 26 (2), 43-47.

ปอม โชติกุลธนชัย, และนันทนาฏ กฤษณจินดา. (2558, กุมภาพันธ์). Mobile Game: เกมที่ไม่ใช่แค่เกม. *วารสารส่งเสริมการลงทุน*. 26 (2), 33-38.

sm Strategy + Marketing Magazine. (2016, มิถุนายน/กรกฎาคม). *Cover story: คาดการณ์ตลาดเกมทั่วโลกในปี ค.ศ.2016-2019*. (Vol.15), 171, 48.

ภาษาต่างประเทศ

Alexander, C. (1977). *A pattern language*. New York, Oxford University Press.

Brown, J. Girl. (1996). *Gamers: Sugar spice everything profitable-wired*. 19 November.

Clapperton, G., (2012). *This is social commerce: Turning social media into sales*. Fadstow, Cornwall, U.K., John Wiley & Sons Ltd.

Connolly, T., Boyle, E., Boyle, J., Macarther, E., & Hailey, T. (2012). *A systematic literature review of empirical evidence on computer games and serious games* (Vol.59). *Computer & Education*, 661-686.

Dietz, T. L. (1998). *An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior*. *Sex Roles*. (Vol.38). University of Central Florida, 425-442.

Downs, E., Smith, S. L. (2010). *Keeping abreast of hypersexuality : A Video game character content analysis*. *Sex Roles*. (Vol.62), 11-12, 721-733.

Hernandez, P. (2015). *They're attractive, They're women, and they play games live on the internet, But they're not "Camwhores"*. Kotaku. Retrived from kotaku.com, 12-18.

Ivory, J. (2006). *"Still a man's game : Gender representation in online reviews of video games"*. *Mass Communication & Society*. 9(1), 103-118.

Jansz, J., Martis, R.G. (2007). *The Lara phenomenon: Powerful female characters in video games*. *Sex Role*. (Vol.56), 141-148.

Jayanth, M. (2014). *"52% of games are women-but the industry doesn't know it"*. theguardian.com. The Internet Advertising Bureau. 19 September.

Miller, M. K., Summers, A. (2007). *Gender differences in video game characters' roles, Appearances, and attire as portrayed in video game magazines*. *Sex Roles*. 57(9), 733-742.

- Modahl, M. (2000). **Now or Never : How companies must change today to win/the battle for internet consumers**. New York, Harper Collins Publishers. Inc.
- Near, C.E. (2013). **Selling gender: Associations of box art representation of female characters with sale for teen-and mature-rated video games**. *Sex Roles* (Vol.68) (3-4). University of Central Florida, 252-269.
- Ohridska - Olson, R., & Ivanov, S. (2012). **Creative tourism business model and its applications in bulgaria**. Dobrich, Bulgaria, International University College.
- Orihuela, J. L. (2003). eCommunication: The 10 paradigms of media in the digital age. II A 20 Cost Conference Towards New Media Paradigms Content, Procedures, Organizations and Audiences. **Pampola**, June 27-28.
- Rajkowska, P. E. (2014). **Roles of female video game characters and their impact on gender representation: Media and communication studies (Master's Thesis)**. Uppasala University.
- Revilla, M. A., Saris, W. E., & Krosnick, J. A. (2014). **Choosing the number of categories in agree-disagree scales** . *Sociological Methods & Research*, 43(1), 73-97.
- Saris, W. E., Revilla, M., Krosnick, J. A., & Shaeffer, E. M. (2010). **Comparing Questions with agree/disagree options to questions with item-specific options**. *Survey Research Method*, 4(1), 61-79.
- Shaw, A. (2011). *Do you identity as a game? Gender, race sexuality & gamer identity*. *New media & society*. 14, 28-44.
- Stewart, J., Bluemers, L., Looy, J. V., Mariln, I., All, A., Schurmans, D., ...Misuraca, G. (2013). **The potential of digital games for empowerment and social inclusion of groups at risk of social and economic exclusion evidence and opportunity for policy**. Seville (Spain): Luxemburg Publications Office of the European Union.
- Smith, S. L. (2006). **“Perps, pimps and provocative clothing: Examining negative content patterns in videogames”**, In P. Vorderer and Bryant J. (Eds). *Playing Video Games- Motives, Responses, and Consequence*. Manwah, N. J., Eribaum Associate, 57-75.
- Wake, W. K. (2016). **Design Paradigms: A sourcebook for creative visualization**. Creative commons attribution - shared alike license text. John Wiley & Sons, Inc.
- Waldron, V. L. (2014). **The rise of mobile games: Factors contributing to their success**. Ann Arbor: University of Michigan.
- Yee, N. (2017). **Beyond 50/50 breaking down the percentage of female gamers by genre**. quantic foundry retrived 20 January.