

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชน

ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมติดเกมคอมพิวเตอร์ (2) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเกมคอมพิวเตอร์และสื่ออื่น ๆ ที่เป็นการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ (3) ศึกษาเนื้อหาหรือองค์ประกอบของเกมคอมพิวเตอร์ และ (4) ศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ใช้ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15-40 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 2,159,913 คน มาคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 4 เขต คือ เขตดินแดง เขตราชเทวี เขตบางกะปิ และเขตห้วยขวาง โดยจะเน้นผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เครื่องเกมมือถือแบบมาสำหรับการเล่นเกมโดยเฉพาะหรือเครื่องคอนโซล และเครื่องเล่นเกมแบบพกพา ไม่รวมเกมที่เป็นซอฟต์แวร์เสริมในอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เกมในโทรศัพท์มือถือ หรือเกมในอุปกรณ์พกพาอื่น ๆ เช่น ไอแพด (iPad)

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำขึ้นโดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม โดยการทดลองใช้ (try-out) และทดสอบคุณภาพด้วยค่าความถูกต้อง (validity) และค่าความเชื่อถือได้ (reliability) จนทำให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้จริง การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลช่วงพฤษภาคมถึงมิถุนายน พ.ศ. 2554

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW Version 14.0 (Statistical

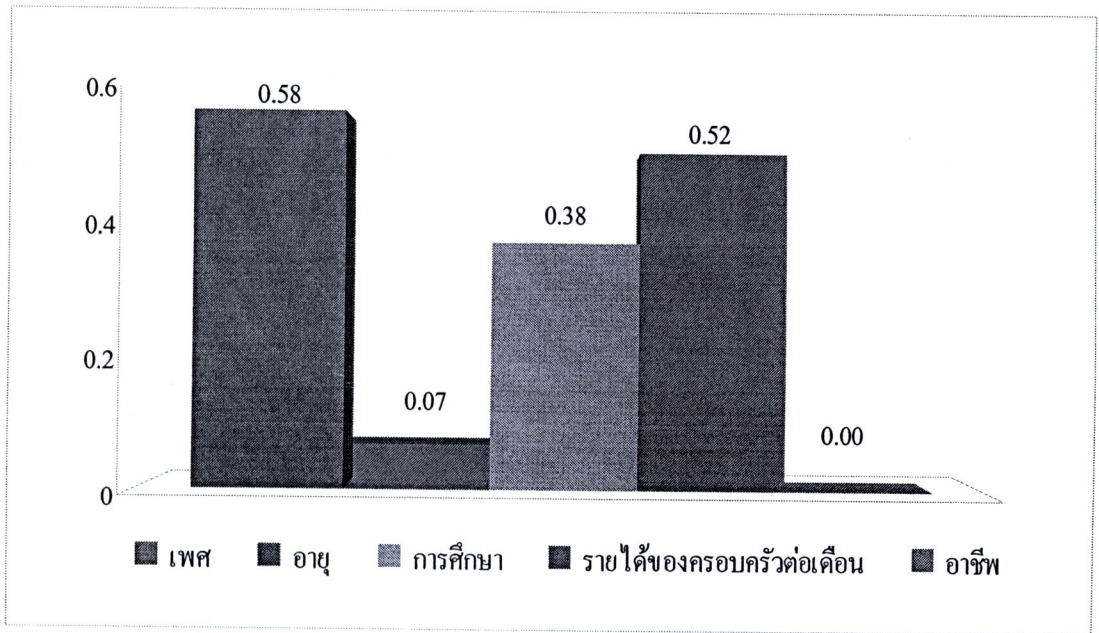
Package for Social Sciences/for Windows Version 14.0) ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้วิธีคำนวณค่าต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนออยู่ในรูปตารางประกอบความเรียง เพื่ออธิบายลักษณะประชากรของผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเกมคอมพิวเตอร์และสื่ออื่น ๆ ที่เป็นการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ เนื้อหาหรือองค์ประกอบของเกมคอมพิวเตอร์ และประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ โดยจะใช้สถิติ t test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) หรือ F test ส่วนระดับปัจจัยที่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์จะใช้สถิติ Pearson's product-moment correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรของประชาชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ลักษณะประชากร



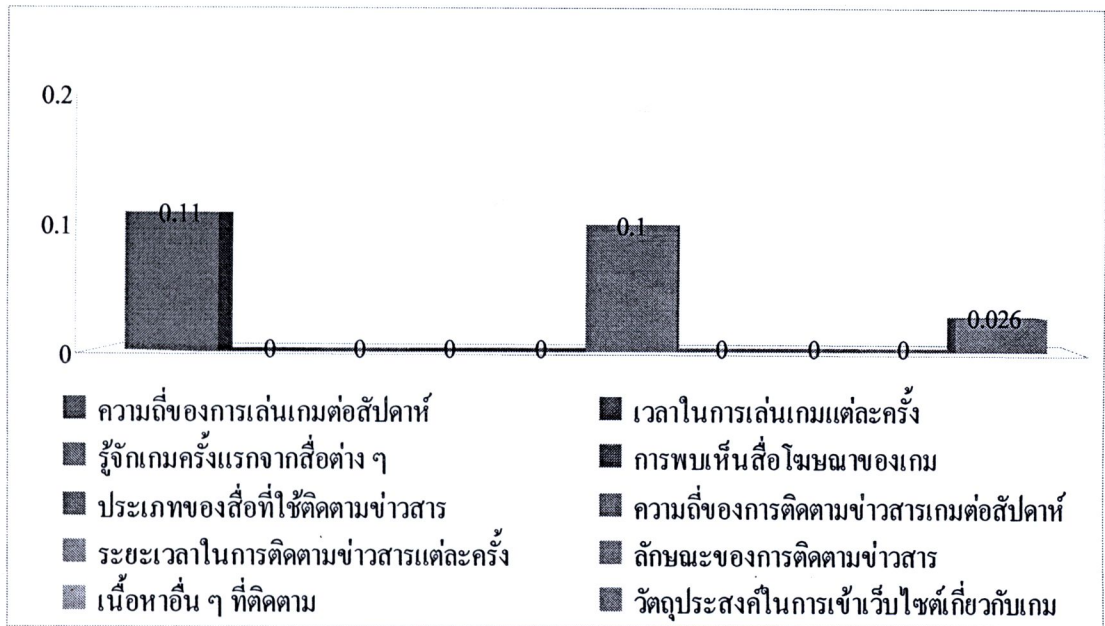
ภาพ 1 ลักษณะประชากรของประชาชนที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ต่างกัน

จากภาพ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างลักษณะประชากรของประชาชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการคิดเกมคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า เพศ อายุ การศึกษาและระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะประชากรที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการคิดเกมคอมพิวเตอร์ ส่วนอาชีพเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการคิดเกมคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน

สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของประชากรผู้รับสาร จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า สถานะทางสังคม ซึ่งรวมถึงอาชีพของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะว่าคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนแตกต่างกัน มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชน



ภาพ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนแตกต่างกัน จะมีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากภาพ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ความถี่ของการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ต่อสัปดาห์ และความถี่ของการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ต่อสัปดาห์ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ ส่วนระยะเวลาในการเล่นเกมแต่ละครั้ง การรู้จักเกมคอมพิวเตอร์ครั้งแรกจากสื่อต่าง ๆ การพบเห็นสื่อโฆษณาของเกม ประเภทของสื่อที่ใช้ติดตามข่าวสาร ระยะเวลาในการติดตามข่าวสารแต่ละครั้ง ลักษณะของการติดตาม

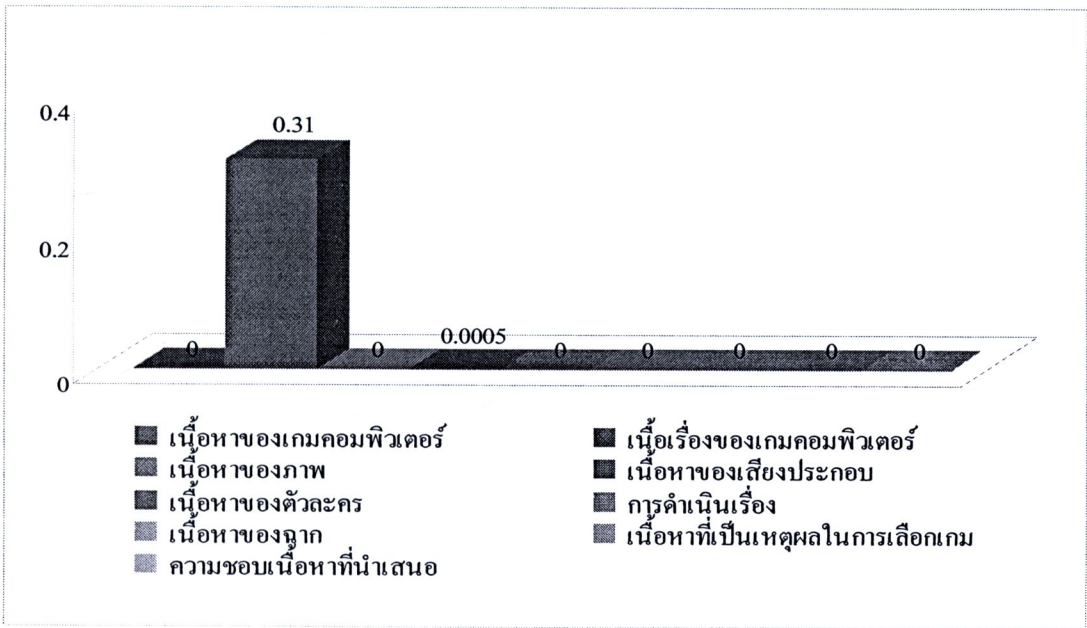
ข่าวสาร เนื้อหาอื่น ๆ ของข่าวสารที่ติดตามและวัตถุประสงค์ในการเข้าเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับเกมเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนแตกต่างกัน มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ที่แสดงให้เห็นว่าสื่อมีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ ต่อผู้รับสาร เช่น สามารถชักจูงความคิด ความเชื่อ กระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและความต้องการในด้านต่าง ๆ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับได้อย่างรวดเร็ว แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ (1) สื่อสิ่งพิมพ์ (2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ (3) สื่อโทรคมนาคม แต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับได้เป็นจำนวนมาก หรือกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตหรือเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

และยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีความเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์ที่มีบทบาทในการพัฒนาเครือข่ายสารสนเทศ (information networks) ทำให้สามารถส่งข้อมูลไปได้ทั่วโลก ติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลา โดยใช้อินเทอร์เน็ต (internet) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายสารสนเทศนี้ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่มีจุดเด่นตรงที่สามารถสื่อสารกันได้ทุกรูปแบบ ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง สามารถตอบโต้กันได้ มีการรับข่าวสารแบบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์ ทำให้การรับสารมีทางเลือกมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 เนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

เนื้อหาในด้านต่าง ๆ ของเกมคอมพิวเตอร์



ภาพ 3 เนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์
ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

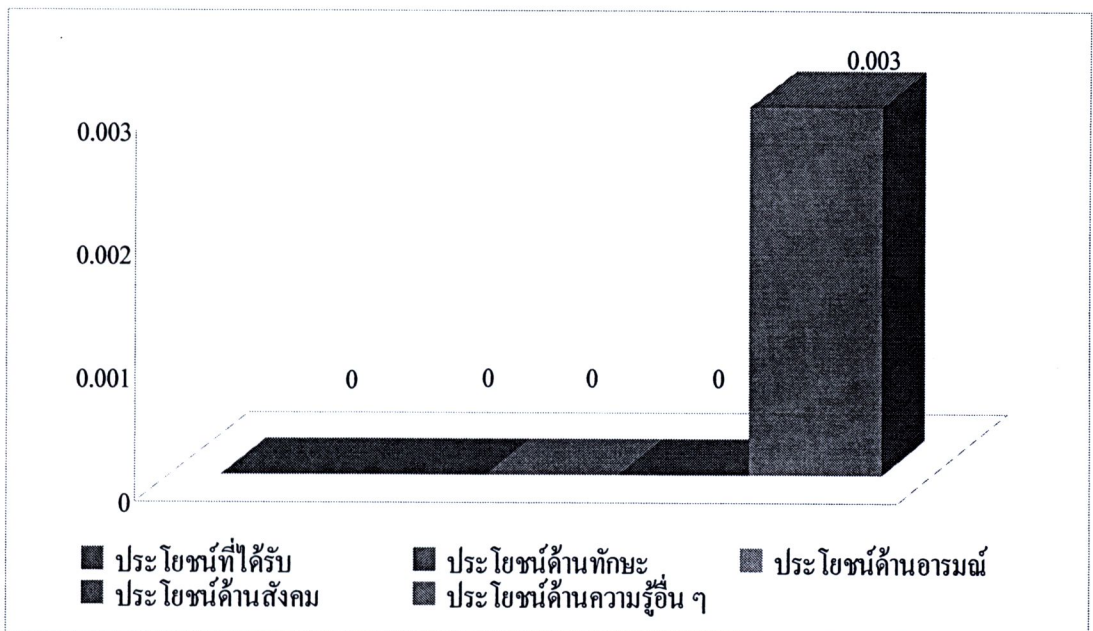
จากภาพ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่าง
เนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชน
แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า เนื้อเรื่องของเกมคอมพิวเตอร์ ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
การวิจัย นั่นคือ เนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์
ของประชาชน ส่วนเนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ เนื้อหาของเกมภาพ เนื้อหาของเสียงประกอบ
เนื้อหาของเกมตัวละคร การดำเนินเรื่อง เนื้อหาของเกมฉาก เนื้อหาที่เป็นเหตุผลในการเลือกเกม
และความชอบเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาของ
เกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชน
ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของธนะวัฒน์ วรรณประภา (2547)
ศึกษาเรื่อง เส้นทางสู่การเล่นและปัจจัยด้านโปรแกรมของเกมออนไลน์ที่หลากหลายผู้เล่น
ชนิดผจญภัยที่ส่งผลให้ผู้เล่นชื่นชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านโปรแกรมส่งผลต่อ

การชื่นชอบการเล่นเกมนั้น ได้แก่ ความเป็นสังคมเสมือน ระดับชั้นในเกม ระบบการเล่น ความท้าทาย สิ่งของในเกม การพัฒนาตัวละคร ภารกิจที่มีให้ทำมากมาย ภาพกราฟิกที่สวยงาม

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยจากต่างประเทศของ Bouldin (2004) ศึกษาเรื่อง “The Animated and the Actual: Toward a Theory of Animation, Live-action, and Everyday Life” ซึ่งสรุปได้ว่า อนิเมชัน คือ เรื่องของการสร้างอย่างไร้ขีดจำกัด ระหว่างความจริงและจินตนาการ และสามารถนำไปใช้สร้างสรรค์องค์ประกอบหรือเนื้อหา ด้านภาพของเกมคอมพิวเตอร์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของการคิด เกมคอมพิวเตอร์

สมมติฐานข้อที่ 4 ประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์



ภาพ 4 ประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากภาพ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชนแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ประโยชน์ที่ได้รับ ประโยชน์ด้านทักษะ ประโยชน์ด้านอารมณ์ ประโยชน์ด้านสังคมและประโยชน์ด้านความรู้อื่น ๆ ที่ได้รับจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชน ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาของสารที่เป็กรับ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล และให้ความพอใจแก่ผู้รับสารในการสื่อสารนั้น

บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์จากสื่อมวลชน เพื่อช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เพื่อต้องการข้อมูลในการพุดคุยหรือสนทนา เพื่อต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเสริมความเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว และเพื่อความบันเทิง เพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการคิดเกมคอมพิวเตอร์ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรนำมาสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

การวิจัยในครั้งนี้มีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เลือกโดยการจับฉลาก จำนวน 4 เขต คือ เขตดินแดง เขตราชเทวี เขตบางกะปิ และเขตห้วยขวาง ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเป็นเพศหญิง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุ 21-25 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา อายุ 26-30 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อายุ 36-40 ปี จำนวน

65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุ 31-35 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอายุ 15-20 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมา ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และระดับอนุปริญญา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา เป็นลูกจ้าง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของประชากรผู้รับสาร โดยผู้รับสารหรือประชากรแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป โดยลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ศาสนา และลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาจากสื่อต่าง ๆ แตกต่างกันไปอีกด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอังจิรา ชูมมานนท์ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่น ผลการวิจัยพบว่า เพศชายมีความถี่ในการเล่นเกมนมากกว่า 1 เท่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุมากกว่าและมีระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีพฤติกรรมการเล่นเกมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าและมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเกม

การวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา เล่น 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เล่น 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ทุกวัน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในแต่ละครั้งไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา ใช้เวลาในการเล่น 2-3 ชั่วโมงในแต่ละครั้ง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ใช้เวลาเล่น 4-5 ชั่วโมง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และใช้เวลาในการเล่น 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักเกมคอมพิวเตอร์ครั้งแรกจากสื่อบุคคล เช่น เพื่อน บุคคลแวดล้อม จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา เป็นสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 กลุ่มตัวอย่างพบเห็นโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเกมคอมพิวเตอร์จากเว็บไซต์ต่าง ๆ มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา เป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับเกม จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 จากโปสเตอร์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 จากนิตยสารคอมพิวเตอร์หรือนิตยสารเกม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 จากโฆษณาทางวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 จากจากหนังสือคู่มือเล่นเกม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และจากรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา เป็นสื่อบุคคล เช่น เพื่อนหรือบุคคลแวดล้อม จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และจากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมา ติดตามข่าวสาร 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ติดตามข่าวสารทุกวัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และติดตามข่าวสาร 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์น้อยกว่า 10 นาที จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา ใช้เวลา 10-20 นาที จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ใช้เวลา 20-30 นาที จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ใช้เวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และใช้เวลาในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่จะอ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา จะดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อ่านบทวิจารณ์ และการให้คะแนนเกมที่ออกวางจำหน่ายแล้ว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อ่านทั้งหมด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อ่านเฉพาะเนื้อหาที่แนะนำเกมที่กำลัง พัฒนาหรือกำลังจะวางจำหน่าย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 คน และอ่านเนื้อหา เกี่ยวกับการถาม-ตอบปัญหา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 นอกจากข่าวสารที่เกี่ยวกับ เกมคอมพิวเตอร์แล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวงการไอที จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น TV แบบ Full HV ลำโพงหรือหูฟัง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ติดตาม การถาม-ตอบปัญหาต่าง ๆ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และติดตามวิธีบำรุงรักษา อุปกรณ์ต่าง ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าไปในเว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์เพื่ออ่านข่าวสารหรือค้นหาข้อมูลต่าง ๆ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา เข้าไปเพื่ออ่านบทวิจารณ์และการให้คะแนนเกม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 เข้าไปเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เข้าไปเพื่อซื้อ-ขายสินค้าที่เกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เข้าไปเพื่อถาม-ตอบปัญหาต่าง ๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และเข้าไปด้วยวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสิ่งเร้าที่มีต่อ การรับรู้ที่ว่า สิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในต่างก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งจะกระตุ้น ให้เกิดความใส่ใจไปจนถึงกระบวนการตอบสนองต่อความใส่ใจนั้น สำหรับพฤติกรรม การติดเกมคอมพิวเตอร์ ผู้ติดเกมคอมพิวเตอร์จะมีพฤติกรรมในการเลือกเล่น เกมคอมพิวเตอร์ในหลายรูปแบบแตกต่างกันไป ก็ด้วยอิทธิพลของสิ่งเร้าที่มีต่อการรับรู้ ทั้งสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายใน ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและยังสอดคล้อง กับทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร ที่ว่า บุคคลโดยทั่วไปในสังคมจะใช้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของตน รวมทั้งเพื่อประโยชน์อย่างอื่นในการดำรงชีวิตและความต้องการ สื่อจะเพิ่มมากขึ้น

เมื่อบุคคลนั้นมีความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ผู้รับสารจะมีพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่ตนเองสนใจ โดยแต่ละบุคคลจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารจากสื่อแตกต่างกันตามความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ผลวิเคราะห์ข้อมูลยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรณ วิจักรขณะ (2544) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนในสาขาต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาวัยรุ่นนิยมเปิดรับรายการที่สนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ ส่วนข่าวก็สนใจเรื่องความบันเทิงมากกว่าข่าวสารที่หนักสมองและมีสาระมากเกินไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์

การวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเนื้อเรื่องของเกมคอมพิวเตอร์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา ชอบเนื้อหาของภาพ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ชอบเนื้อหาของฉากในเกม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ชอบเนื้อหาของตัวละคร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และชอบเนื้อหาของเพลงประกอบ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบเนื้อเรื่องสนุก ตื่นเต้น ชวนติดตาม จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา ชอบเนื้อเรื่องที่ต้องอาศัยการวางแผน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เนื้อเรื่องที่ต้องใช้การไขปริศนา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และเนื้อเรื่องสยองขวัญ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบภาพที่มีความคมชัดสูง มีความสมจริง แสดงรายละเอียดต่าง ๆ ในฉากได้ดี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมา ชอบภาพแบบ 3 มิติ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ชอบภาพที่ปรับเปลี่ยนได้ตามต้องการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และชอบภาพแบบ 2 มิติ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเสียงประกอบหรือเพลงบรรเลงที่เข้ากับสถานการณ์ภายในเกม จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ชอบเสียงประกอบหรือเพลงบรรเลงที่เข้ากับสถานการณ์ภายในเกมรวมกับเพลงที่นำมาจากนักร้องหรือวงดนตรีที่มีชื่อเสียง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ชอบเพลงที่นำมาจากนักร้องหรือวงดนตรีที่มีชื่อเสียง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

คน และชอบเพลงที่ที่ผู้เล่นสามารถนำไปใส่ในเกมได้ด้วยตนเอง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบตัวละครที่สามารถพัฒนาความสามารถในด้านต่าง ๆ ได้ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา ชอบตัวละครที่มีการปรับเปลี่ยนอาวุธหรืออุปกรณ์ที่ใช้ได้ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ชอบตัวละครที่สามารถสลับสับเปลี่ยนกันใช้ได้ หรือมีให้ใช้มากกว่า 1 ตัวละคร จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และชอบตัวละครแบบอื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบการดำเนินเรื่องแบบใช้เหตุการณ์และสถานที่ที่ไม่มีอยู่จริงมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ชอบแบบใช้เหตุการณ์และสถานที่ในปัจจุบัน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ชอบแบบใช้เหตุการณ์และสถานที่ในอนาคต จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และชอบแบบใช้เหตุการณ์และสถานที่ในอดีต จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบฉากที่มีขนาดใหญ่ มีอิสระในการเลือกเส้นทางหรือเลือกจุดหมาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเป็น ฉากที่มีหลายแบบในเกมเดียว จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ฉากที่มีการจำกัดเส้นทางเพื่อให้เป็นไปตามบท หรือเนื้อเรื่องของเกม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และฉากแบบอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบเนื้อหาของเกมที่นำเสนอ เช่น แนวเดินยิง แอ็คชั่น วางแผน เป็นต้น มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา ชอบการดำเนินเรื่องของเกม จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ชอบเนื้อเรื่องโดยรวมของเกม เช่น เกี่ยวกับเทพกรีก เกี่ยวกับสงครามโลก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และชอบเนื้อหาของฉากสื่อความหมายเข้ากับเรื่อง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชอบเนื้อหาของเกมแบบ Action Game มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา ชอบ Adventure Game จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ชอบ Sport Game จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ชอบเนื้อหาที่นำเสนอแบบ RPG (Role Playing Game) จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ชอบ Puzzle Game จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ชอบ Strategy Game จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ชอบเนื้อหาแบบ Racing Game จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ชอบ Simulation Game จำนวน 13 คน จำนวน 3.3 และชอบ Turn-Based Game จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการวางเงื่อนไขและการเสริมแรงที่ว่า การสร้างความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่ง บุคคลจะต้องมีความรู้สึเกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ และเมื่อสิ่งเร้าตั้งแต่สองสิ่งขึ้นไปปรากฏขึ้นในเวลาเดียวกัน ณ สถานที่แห่งเดียวกันอยู่บ่อย ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าเหล่านี้จะเกิดขึ้น และในด้านของการเสริมแรงนั้นจะมีผลต่อการสร้างและเปลี่ยนความคิดเห็นของบุคคลได้ สำหรับผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์ การจะเลือกเล่นเกมคอมพิวเตอร์เกมใดหรือประเภทใด เมื่อได้รับการวางเงื่อนไขและการเสริมแรงจากเนื้อหาของเกม กราฟิกของเกม เนื้อเรื่อง การดำเนินเรื่อง ข่าวสารเกี่ยวกับเกมที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมของผู้เล่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเกมคอมพิวเตอร์

การวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ในด้านความเพลิดเพลิน สนุกสนาน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา ในด้านการพักผ่อน คลายเครียด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ในด้านการฝึกทักษะสมาธิ ไหวพริบ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ในด้านการเปิดมุมมองใหม่ ๆ ให้กับตนเอง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และในด้านการออกกำลังกาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ด้านทักษะการวางแผน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา ได้รับประโยชน์ด้านทักษะการแก้ไขปัญหา จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ทักษะด้านการตัดสินใจ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และทักษะด้านการเรียนรู้ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ในด้านอารมณ์ คือ มีไหวพริบ หรือระบบการคิดที่ดีขึ้น จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ มีสมาธิมากขึ้น จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 มีความเยือกเย็น รู้จักรอคอย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมีความมั่นคงทางอารมณ์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ในด้านสังคม คือ การได้อยู่กับตนเอง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา คือ การได้พบเพื่อนใหม่ ๆ สังคมใหม่ ๆ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 นำไปใช้พูดคุยและทำความเข้าใจกับเพื่อน ๆ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

และด้านการแข่งขัน (e-Sport) ทั้งแบบเดี่ยวและทีม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้ในด้านไอทีหรือข้อมูลข่าวสารในด้านไอที จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา ในด้านฮาร์ดแวร์หรืออุปกรณ์แบบใหม่ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ด้านช่าง เช่น การแก้ไขปัญหาหรือการซ่อมแซม จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และด้านอื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาข่าวสารที่เป็กรับ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล และให้ความพอใจแก่ผู้รับสารในการสื่อสารนั้นบุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์จากสื่อมวลชน เพื่อช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา เพื่อต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเสริมความเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว และเพื่อความบันเทิง เพลิคเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hull (2010) ศึกษาเรื่อง *Computer/Video Games as a Play Therapy Tool in Reducing Emotional Disturbances in Children* เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์หรือวิดีโอเกมในการใช้งานเป็นอุปกรณ์การเล่นสำหรับบำบัดในการลดความสับสนทางอารมณ์ ในเด็กพบว่า เกมคอมพิวเตอร์หรือวิดีโอเกมมีความสนุกสนานและสามารถดึงดูดเด็กสามารถใช้ลดความสับสนทางอารมณ์และใช้รักษาเด็กที่มีปัญหาทางด้านอารมณ์

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปัจจัยที่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวม 2.91 โดยการติดเกมคอมพิวเตอร์ เพราะได้รับความเพลิคเพลิน สนุกสนาน เป็นอันดับแรก มีระดับคะแนนเท่ากับ 4.07 รองลงมา คือ การติดเกมคอมพิวเตอร์ ต้องการพักผ่อน คลายเครียด มีระดับคะแนนเท่ากับ 3.91 และการติดเกมคอมพิวเตอร์เพราะมีภาพ เสียง สมจริง มีระดับคะแนนเท่ากับ 3.91 มีคะแนนเท่ากัน

ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ผลการวิจัยต่าง ๆ ผู้วิจัยเห็นควรว่าเพื่อให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป จึงได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

เกมคอมพิวเตอร์ควรมีการควบคุมเนื้อหาในการนำเสนอ จากการวิจัย สังเกต และติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมคอมพิวเตอร์พบว่า เนื้อหาในเกมคอมพิวเตอร์ที่เป็นที่นิยมหรือมียอดขายเป็นจำนวนมากนั้น มักเป็นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีเนื้อหารุนแรง นอกจากนี้ การจำหน่ายเกมคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยยังมีปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างรุนแรง ไม่มีการควบคุมที่เข้มงวดจากรัฐบาล ทำให้บริษัทผู้ผลิตและพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์ไม่ให้ความสำคัญกับตลาดในประเทศไทยเท่าที่ควร หากมีการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับผู้บริโภคเกม ช่วยสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์ ตลอดจนมีการสนับสนุนจากรัฐบาล ในอนาคต ประเทศไทยอาจสามารถสร้างเกมคอมพิวเตอร์ได้ หรือได้รับความสำคัญจากผู้ผลิตและผู้พัฒนาเกม จนทำให้เกมคอมพิวเตอร์ที่ส่งไปจำหน่ายทั่วโลกที่โดยปกติจะมีแต่ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี อาจจะมีภาษาไทยให้เลือกเล่นได้ ซึ่งจะส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการเล่นทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ มองเกมคอมพิวเตอร์ในภาพรวม และเกมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ไม่ได้แยกรูปแบบการเล่นแบบออนไลน์และออฟไลน์ออกจากกันอย่างสิ้นเชิงแบบในอดีต

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยทางด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากราคา ค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เป็นปัจจัยสำคัญอีกข้อที่มีผลต่อการติดเกมคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ผู้ผลิตและผู้พัฒนาเกมมักจะมีการจำหน่าย

อุปกรณ์เสริม หรือมีส่วนต่อขยายเกมให้ดาวน์โหลด ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น และส่งผลถึงการใช้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทย

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการใช้เกมคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ในด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากอุปกรณ์เสริมสำหรับเครื่องเกมแบบใหม่ ๆ ทำให้มีการเล่นเกมโดยการใช้ตัวผู้เล่นในการบังคับ เช่น เกมเกี่ยวกับการเดิน การกีฬา เป็นต้น รวมถึงเกมคอมพิวเตอร์ที่เล่นได้จากโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์พกพาอื่น ๆ เช่น iPad

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก หรือมีการติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และมีการสังเกตการณ์จากสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านเช่าเกม ร้านจำหน่ายเกมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดเกมคอมพิวเตอร์

5. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และใช้การสุ่มเลือกมาเพียง 4 เขต ในการศึกษาครั้งต่อไปเพื่อเป็นการขยายขอบเขตการวิจัย ควรเลือกศึกษาทั่วกรุงเทพมหานคร หรือเลือกศึกษาในเขตต่างจังหวัดด้วย เพื่อเป็นการขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขวางและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น