

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาขีดความสามารถให้สื่อสารถึงกันโดยไม่มีขอบเขตจำกัดไปทั่วโลก ชีวิตประจำวันและความทันสมัยของคนไทยได้ปรับเปลี่ยนไปเพื่อให้ทันกับความเจริญก้าวหน้าดังกล่าว นอกเหนือจากเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการศึกษาและวิทยาการแล้ว ความบันเทิงและสันทนาการก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เข้ามาสู่สังคมไทยโดยวิวัฒนาการของสารสนเทศเช่นกัน

เป็นเวลานานกว่า 15 ปีแล้วที่ความบันเทิงในรูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศประเภททมิฬเมนต์ หรือคอมพิวเตอร์เกม ได้เริ่มแพร่กระจายเข้ามาในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยเกมรุ่นแรกที่ผลิตโดยบริษัทอาตาริของอเมริกา ซึ่งได้ยกเลิกกิจการไปแล้วและได้แพร่กระจายเข้ามาอย่างแท้จริงในยุคของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ โดยการนำร่องของวิดีโอเกม ซึ่งนักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ยอมรับว่า วิดีโอเกมเป็นส่วนหนึ่งของ "สื่อ" ที่มีอิทธิพลมหาศาล โดยจัดให้วิดีโอเกมเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) อย่างหนึ่งที่มีความหมายและความสำคัญมากกว่าที่จะเป็นเพียงเกม หรือของเด็กเล่นอย่างที่เข้าใจกัน แม้แต่บุคคลในวงการบันเทิงเองก็ยอมรับว่าวิดีโอเกมมีความหมายมากกว่าเครื่องเล่นเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว (วิภา อุดมจันทร์, 2536)

วิดีโอเกมในยุคแรก ประกอบด้วยกล่องเครื่องเล่นสีดำขนาดประมาณ 7×10 นิ้ว สำหรับใส่ดิสก์เกมที่เป็นซอฟต์แวร์ (Software) มีสายไฟเชื่อมโยงกันกับคั่นโยกไปซ้ายหรือขวา ทั้งหมดนี้เชื่อมเข้ากับโทรทัศน์ แต่เนื่องจากยุคแรกของวิดีโอเกมมีอายุค่อนข้างสั้น และประสบปัญหาล้มลุกคดทุกคราว อิทธิพลของมันในสังคมไทยจึงอยู่ในวงจำกัด

วิดีโอเกมยุคที่ 2 นำเสนอโดย นินเทนโด (Nintendo) ของญี่ปุ่น ซึ่งได้เข้ามาแทนที่ อตาริของอเมริกา ตั้งแต่ปี 1983 (2526) และครั้งนี้การแพร่กระจายของมันในประเทศไทย เป็นไปอย่างรวดเร็วและรุนแรงไม่แพ้ในญี่ปุ่นหรือในอเมริกา เด็กไทยเริ่มพูดถึง Family Computer เริ่มหาซื้อหรือหยิบยืมกันเล่นจนกระทั่งวิดีโอเกมกลายเป็นหัวข้อสนทนาที่มีรส มีชาติที่สุดในหมู่ประชาชนทั้งหลาย

อาจกล่าวได้ว่าวิดีโอเกมเป็นสิ่งเสพติดชนิดหนึ่ง คือ ถ้าได้ลงมือเล่นแล้ว ก็ยากที่จะหยุดหรือเลิกได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่บุคคลพยายามที่จะกระทำสิ่งที่สนองความต้องการของตนเอง (ยงยศ พรตปกรณ , 2532) หรือกล่าวตามทฤษฎีของการเล่นทฤษฎีหนึ่งที่สรุปไว้ว่า การเล่นเกมเป็นการสร้างความพอใจให้ตนเอง เพื่อทดแทนความรู้สึกที่ไม่สมหวังในชีวิตจริง การเล่นเกมจึงเป็นการผลักดันให้บุคคลต้องการเอาชนะ และสนองกับลักษณะของเกมทีเมื่อเล่นแล้วจะมีการแพ้ชนะ ผู้เล่นเกมสามารถเลือกชนิดและความยากง่ายของเกมได้ตามความพอใจ ด้วยคุณสมบัติเด่นของวิดีโอเกมดังกล่าว ในแง่ที่สามารถโต้ตอบกับผู้เล่นได้ จึงทำให้ผู้เล่นเกิดความพอใจเป็นอย่างมาก (เลขา ปิยะอัจริยะ , 2523)

ยงยศ พรตปกรณ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้ผู้เล่นวิดีโอเกมแล้วเกิดความหลงใหล คือ (ยงยศ พรตปกรณ , 2532)

1. ความรู้สึกภายในของบุคคลที่ต้องการเอาชนะ นอกจากนี้การเล่นยังเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยระบบความรู้สึกที่ถูกกดดันทำให้สามารถเปิดเผยพฤติกรรมที่แสดงออกมาในเวลาปกติไม่ได้ด้วยโปรแกรมของวิดีโอเกมจะถูกสร้างขึ้นมามีกฎเกณฑ์ เงื่อนไข หรือวิธีการที่จะเอาชนะเกมได้ ดังนั้น ผู้เล่นเกมจึงสามารถที่จะคิดค้นวิธีการที่จะเอาชนะเกมได้เมื่อชนะเกมได้แล้วจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจขึ้น

2. การที่ผู้เล่นสามารถเล่นได้ตามความพอใจของตนเองอีกทั้งผู้เล่นยังสามารถเลือกเล่นเกมที่มีความยากง่ายตามระดับความสามารถของตนเอง เกมที่ดีจะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เล่นได้เป็นอย่างดี

3. ทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเกมนั้นด้วย ไม่ใช่การนั่งดูเพียงอย่างเดียว

4. ผู้เล่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนตัว คือ เล่นคนเดียวได้ ไม่ต้องมีผู้ช่วยเหลือและสามารถเล่นได้ในสถานที่ส่วนตัว

ในช่วงเวลาไม่นานนักคอมพิวเตอร์เกมได้ขยายรูปแบบหรือช่องทางทำให้บริการหลากหลายมากกว่าเดิม จากที่เคยเป็นวิดีโอเกมขนาดเล็กเครื่องเล่น 8 บิต เกมที่ออกมาไม่ต่างอะไรจากภาพถ่ายเส้นที่ไม่ค่อยมีชีวิตชีวา ต่อมามีการพัฒนาให้มีหน่วยความจำมากขึ้นเป็นเครื่องเล่น 16 บิต เกมมีลักษณะเป็นสองมิติ ดูเป็นรูปเป็นร่าง ภาพละเอียดสวยงาม และมีการเคลื่อนไหวในลักษณะธรรมชาติมากขึ้น ทำให้ตลาดวิดีโอเกมคึกคักขึ้น ซึ่งในขณะนั้นเครื่องเล่นนินเทนโด 16 บิต ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง จนกระทั่งโซนี่ออกเครื่องเล่น 32 บิต ที่เรียกว่า "เพลย์สเตชัน" ใช้เทคโนโลยีของซีดี-รอม สามารถให้ภาพสามมิติ และมีความสมจริงทั้งคุณภาพเสียง และภาพดีกว่าเครื่องเล่น 16 บิต เป็นผลให้เครื่องเล่นเพลย์สเตชันเติบโตอย่างรวดเร็ว

จากตัวเลขความนิยมเล่นคอมพิวเตอร์เกม ทางศูนย์ข้อมูลวิจัย บริษัทธนาคารกสิกรไทย เคยได้ประเมินมูลค่าตลาดคอมพิวเตอร์เกมทั้งระบบไว้ประมาณ 20,000 ล้านบาท เป็นมูลค่าตลาดทั้งในส่วนส่วนตัวเครื่องเล่นวิดีโอเกม อุปกรณ์เล่นเกมในตลาด พีซี รวมถึงซอฟต์แวร์เกมที่ขายกันอยู่ ซึ่งหากนับรวมเม็ดเงินในการเล่นคอมพิวเตอร์เกมตามห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าต่างๆ ตลาดคอมพิวเตอร์เกมจะมีมูลค่าเกือบ 30,000 ล้านบาท และในแต่ละปีจะมีจำนวนคนที่เล่นคอมพิวเตอร์เกมเพิ่มขึ้นประมาณ 10 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งจำนวนคนเล่นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เป็นผลมาจากการพัฒนาของเครื่องเล่นและซอฟต์แวร์ที่มีความสมจริงและเป็นเกมอินเตอร์แอคทีฟที่ผู้เล่นสามารถโต้ตอบกับคอมพิวเตอร์ หรือผู้เล่นอีกคนหนึ่งได้ (คูแ่ง , 2540)

ล่าสุดพัฒนาการเทคโนโลยีของเครื่องเล่นวิดีโอเกม ก็คือ 64 บิต ซึ่งคุณภาพของเกมมีความสมบูรณ์ และสมจริงยิ่งกว่าเครื่องเล่น 32 บิต ทั้งภาพและมุมมอง ตลอดจนความเป็นสามมิติที่ให้ภาพลึกได้อย่างชัดเจน (คูแ่ง , 2540) ขณะเดียวกันเครื่องเล่นที่เรียกว่า arcade game ซึ่งแต่เดิมมีอยู่เพียงไม่กี่เครื่องตั้งอยู่ตามตึกแถวหรือมุมหนึ่งในห้าง

สรรพสินค้า ปัจจุบันได้ขยายตัวกลายเป็นสวนสนุกในร่มเต็มพื้นที่ตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เรียกว่าอามิวส์เมนต์พาร์ค หรืออิมพาร์ค

อามิวส์เมนต์พาร์ค (สวนสนุกในร่ม)

อามิวส์เมนต์พาร์ค (Amusement Park) หรืออิมพาร์ค (Theme Park) เป็นสวนสนุกในร่มรูปแบบหนึ่งของสวนสนุกแห่งอนาคตที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า เกิดจากแนวคิดของบริษัทยักษ์ใหญ่ในวงการวิดีโอเกม และเกมอาเขต คือ “เซก้า” ที่ผสมผสานเอาเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เกมของซอฟต์แวร์วิดีโอเกมกับเกมอาเขตเข้าด้วยกัน คิดค้นประดิษฐ์เป็นเครื่องเล่นขนาดใหญ่ ซึ่งอุปกรณ์เครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ทุกชนิดสามารถให้ความบันเทิงและการเรียนรู้ประสบการณ์แห่งโลกอนาคตอย่างแท้จริง

เซก้าทำสำเร็จเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา ใช้ชื่อว่า “เซก้า อะมิวเมนต์ อิม พาร์ค” หรือ เซก้าเวิลด์ เป็นสวนสนุกในร่มแห่งแรก ตั้งอยู่ที่กาโบ โอซาก้า เปิดเมื่อเดือนเมษายน 1994 (2537) ด้วยพื้นที่ทั้งสิ้น 71,000 ตารางฟุต มีเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ 3 เครื่องเล่น และเครื่องเล่นขนาดกลาง 2 เครื่องเล่น ต่อมาอีก 3 เดือน เซก้าเวิลด์ เปิดสวนสนุกไฮเทคที่เต็มรูปแบบที่สุดที่จอยโพลิส เมืองโยโกฮาม่า มีขนาดพื้นที่ 88,750 ตารางฟุต ภายในแบ่งเป็นส่วนของสวนสนุกไฮเทคที่มีเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ถึง 5 ประเภท และเครื่องเล่นขนาดกลางอีก 2 ประเภท ปัจจุบันเซก้าเวิลด์ที่ญี่ปุ่นมีอยู่ถึง 7 แห่ง และกำลังขยายตัวเข้าไปในตลาดอเมริกาด้วย (คู่แข่ง , 2540)

สำหรับอามิวส์เมนต์พาร์ค หรือ อิมพาร์ค ในประเทศไทยนั้น มีเครื่องเล่นมากมายหลายประเภท โดยเฉพาะเครื่องเล่นขนาดใหญ่ที่มีจอภาพใหญ่ สีสันสดสวย และใช้เทคโนโลยีเหมือนจริง (Virtual reality) มีความสมจริงสมจังทั้งรูป ทั้งเสียง และบรรยากาศ ให้ความสนุกสนานที่เร้าใจมากขึ้น เหมือนจริงมากขึ้น จนผู้เล่นมีความรู้สึกเหมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของฉากเหตุการณ์ในเกม ซึ่งเสน่ห์ของคอมพิวเตอร์เกมนั้นจะอยู่ที่ Action คือผู้เล่นได้ลงมือกระทำเอง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตลาดคอมพิวเตอร์เกมขยายตัวอย่างรวดเร็ว

จากการที่นักวิชาการได้จัดให้คอมพิวเตอร์เกมเป็นสื่อประเภทหนึ่ง ทั้งยังยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่า คอมพิวเตอร์เกมเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นอย่างยิ่ง จึงสามารถเข้าถึงได้ตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้ใหญ่ในทุกระดับ ซึ่งเราจะต้องยอมรับว่า มันเป็นอย่างยิ่งกว่า "สื่อ" และมีผลกระทบมากกว่าสื่ออีกหลายๆ ชนิดอย่างไม่น่าเชื่อ

ด้วยคุณลักษณะเด่นและการพัฒนาเกมอย่างไม่หยุดยั้งของคอมพิวเตอร์เกมที่มีทั้งภาพ เสียง และใช้เทคโนโลยีล้ำยุคต่างๆ มาประกอบกันเป็นเนื้อเดียว อีกทั้งยังใช้เทคนิคการถ่ายทำแบบเดียวกับภาพยนตร์ ทำให้รูปแบบและชนิดของการให้บริการขยายตัวออกไป พฤติกรรมการใช้และบุคคลที่ใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าที่รวมเอาแนวความคิดสองแนว คือ ความเหมือนจริงและการมีปฏิสัมพันธ์โดยทันที (Interactive) เข้ามาไว้ด้วยกัน เพื่อจะได้จำแนกประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นและศึกษาถึงลักษณะทางประชากรตลอดจนพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าว่ามีลักษณะอย่างไร มากน้อยเพียงใด และลักษณะทางประชากรนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการหรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของประชาชนที่ใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือชายหญิงที่เข้ามาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
2. การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ของประชาชนเฉพาะในห้างสรรพสินค้าใหญ่ 5 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เดอะมอลล์ บางแค , เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน , มาบุญครอง , อิมพีเรียล ลาดพร้าว และซีคอนสแควร์

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. **สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์**
หมายถึง วิดีโอเกมขนาดใหญ่ เกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) เกมฝึกทักษะ ตู๋สินค้ากึ่งอัตโนมัติ และเครื่องเล่นขนาดใหญ่ที่ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงที่พบเห็นกันตามห้างสรรพสินค้า การเล่นเกมจะต้องหยุดเหรียญ หรือซื้อ บัตรต่อเกมหนึ่งเกม เป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์และสามารถโต้ตอบกับผู้เล่นได้ทันที
2. **อิมเมอร์สเมนต์พาร์ค หรือ อิมพาร์ค (สวนสนุกในร่ม)**
หมายถึง สวนสนุกที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ ปัจจุบันตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีอุปกรณ์เครื่องเล่นคอมพิวเตอร์จำนวนมากโดยเฉพาะเครื่องเล่นที่ให้ความบันเทิงและประสบการณ์ในการเรียนรู้
3. **เกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์)**
หมายถึง คอมพิวเตอร์เกมที่สร้างภาพ เสียง รูปทรง และการเคลื่อนไหวเสมือนจริงให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริงๆ
4. **เครื่องเล่นเสมือนจริง (Virtual Reality)**
หมายถึง เครื่องเล่นขนาดใหญ่ที่สามารถทำให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริงตามที่โปรแกรมคอมพิวเตอร์กำหนด

5. ประชาชน

หมายถึง ชายหญิงที่เข้ามาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

6. ลักษณะทางประชากร

หมายถึง องค์ประกอบทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพของบิดามารดา อาชีพของบิดามารดา รายได้ของบิดามารดา ที่พักอาศัย แหล่งที่มาของรายได้ การเปิดรับสื่อ และปริมาณการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

7. พฤติกรรมการใช้

หมายถึง ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ วันที่ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ประเภทของเกมที่ใช้บริการ บุคคลที่มาใช้บริการด้วย และเหตุผลในการมาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

8. ความพึงพอใจ

หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า โดยแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ผู้ที่สนใจศึกษาในเรื่องนี้ให้ละเอียดยิ่งขึ้นต่อไป
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
3. ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ