

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษาปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกมโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมไซเบอร์ ทฤษฎีเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจของความสุข แนวคิดเรื่องเกมออนไลน์ ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) มาเป็นกรอบในการวิจัย

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างจาก ผู้เล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ในประเทศไทย และมีการบริโภคสินค้าเสมือนจริง โดยเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 ราย และ สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 ราย โดยผู้วิจัยจะนำเสนอ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

1) ความสำคัญของวัฒนธรรมไซเบอร์

จากผลการสำรวจกลุ่มเป้าหมายมีระยะเวลาการเล่นเกมออนไลน์กันมาหลายปีและยังมีแนวโน้มจะเล่นอีกต่อไปเรื่อยๆ โดยแต่ละคนใช้เวลาไปกับเกมมาก หลายคนเล่นทุกวัน วันละหลายๆ ชั่วโมง โดยมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่สามารถเล่นที่บ้านได้ตลอดเวลา มีความจริงจังมุ่งมั่นกับการเล่นเกม ผ่านการคิดการวางแผน และสามารถใช้จ่ายเงินเพื่อเกมได้ ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าวัฒนธรรมไซเบอร์อย่างเกมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตปัจจุบันของเรา ในที่นี้ก็คือเกมออนไลน์ สิ่งให้ความบันเทิงชนิดหนึ่งที่เทียบเคียงได้กับเพลงหรือภาพยนตร์ ผู้คนใช้จ่ายไปกับเกม

ออนไลน์ได้เหมือนกันการซื้อตัวเพื่อเข้าชมภาพยนตร์หรือซื้อซีดีเพลง เป็นการซื้อเพื่อตอบสนองความบันเทิงส่วนบุคคลที่ไม่ได้รู้สึกแปลกหรือไร้สาระอีกต่อไป ซึ่งปัจจัยนี้เป็นส่วนสำคัญมาก เพราะการใช้จ่ายด้วยเงินจริงเป็นเรื่องสำคัญ ผู้บริโภคต้องเกิดความเชื่อถือ ความเข้าใจ ก่อนการใช้จ่ายเงินจริงๆ จากสมัยก่อนการมองเกมยังเป็นเรื่องไร้สาระ หาได้ฟรีๆ หรือจ่ายเพียงแค่ซื้อตัวเกมแล้วจบไป กลายเป็นเกมที่ทำให้เกิดการจ่ายเรื่อยๆ แน่แน่นอนว่าความบันเทิงในชีวิตแต่ละคนเป็นสิ่งที่สำคัญ ทำให้คนยอมใช้จ่ายเพื่อความสุขแตกต่างกันออกไป

จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์พบว่า จาก 50 คน เป็นเพศชาย 38 คนและเพศหญิง 12 คนซึ่งเพศชายมีจำนวนมากกว่าเพศหญิงมาก โดยส่วนมากเพศชายจะมีอายุระหว่าง 19-22 ปี เป็นกลุ่มที่ศึกษาระดับอุดมศึกษา เพศหญิงส่วนมากอายุ 23-26 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน จะเห็นว่าการที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเสมือนได้ ผู้เล่นส่วนใหญ่มักมีรายได้ที่สามารถหางานพิเศษหรืองานประจำที่สามารถมีรายได้เป็นของตัวเอง สามารถใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ต้องการได้ ปริมาณรายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมายส่วนมากต่ำกว่า 5,000 บาท รองลงมาคือ 10,001 - 20,000 บาทและ 5,001 - 10,000 บาท ซึ่งมีความสัมพันธ์กับอายุ กลุ่มอายุ 15-18 ปี ซึ่งมีอาชีพนักเรียน ทุกคนมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มอายุ 19 - 22 ปี ซึ่งมีอาชีพ นักเรียนนักศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,000 -1,001 บาท ส่วนกลุ่มอายุ 23-30 ปี ซึ่งเป็นวันทำงาน มีรายได้ช่วงตั้งแต่ 5,000 - 40,000 บาท กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเล่นเกมออนไลน์มา 6 ปีขึ้นไป โดยความถี่อยู่ที่ เล่นทุกวันละ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และอัตราการเล่นต่อวันอยู่ที่ 3.1 - 5 ชั่วโมง และ 1 - 3 ชั่วโมง จะสังเกตได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงต่างมีความจริงจังในการเล่นเกมนสูง และมีความเชี่ยวชาญจากการที่เล่นเกมนานรวมถึงการให้เวลากับเกมมาก หลาย คนเล่นเกมทุกวัน วันละหลายชั่วโมง ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เพศและความถี่ในการเล่น เกมแล้ว เพศหญิงทั้ง 12 คน เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน ส่วนเพศชายส่วนมากจะเล่น 4 - 5 ชั่วโมงต่ออาทิตย์ และเล่นทุกวัน กลุ่มคนที่เล่นเกมมากกว่า 12 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนมากเป็นคนทำงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มนักเรียนนักศึกษาจะเล่น 3 - 5 ชั่วโมงต่อวัน โดยลักษณะพื้นฐานของเกมออนไลน์ประเภท MMORPG เป็นเกมที่ต้องใช้เวลานานพอสมควรในการเล่นเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย อีกทั้งเวลาในเกมก็ดำเนินไปเรื่อยๆ แม้จะออกจากเกมไป ถ้ามีกิจกรรมในเกมขึ้นมาจะมีระยะเวลา กำหนด ผู้เล่นก็ต้องเข้าไปร่วมในเวลานั้นๆ เท่านั้น ทำให้เห็นว่าผู้เล่นต่างทุ่มเท

เวลาให้เกมอย่างมากหลายคนเล่นทุกวัน วันละหลายชั่วโมง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตัวเอง โดยสถานที่ที่ใช้เล่นเกมกันมากที่สุดคือ ที่บ้านของตัวเอง ด้วยความที่ปัจจุบันคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้ง่ายขึ้นทำให้หาคอมพิวเตอร์ที่สามารถเล่นเกมได้อย่างไม่ยากนัก และสะดวกกว่าการไปเล่นเกมที่ร้านด้วย เพราะจะใช้งานเท่าไรก็ได้ เมื่อไรก็ได้

สำหรับผู้คนในปัจจุบัน ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไซเบอร์จากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ค่อยๆ มีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างอุปกรณ์ดิจิทัลต่างๆ นาฬิกา โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ที่กลายเป็นสิ่งจำเป็นมากๆ และยังพัฒนาความสำคัญในการใช้ทำงาน จัดการระบบต่างๆ การควบคุมเครื่องจักร รวมถึงเรื่องสำคัญๆ ซึ่งล้วนต้องใช้เครือข่ายไซเบอร์ในการจัดการ ผู้คนค่อยๆ ซึมซับความเข้าใจและความสำคัญของเทคโนโลยีเหล่านี้ เอามาใช้ในชีวิตประจำวันจนเป็นเรื่องปกติ ตั้งแต่เรื่องงานไปถึงเรื่องบันเทิง ก็สามารถใช้จ่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซอฟต์แวร์ เพื่อมาช่วยในการทำสิ่งต่างๆ ได้จากความนิยมทั้งจากความสนุกและประโยชน์ของเกม ทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไซเบอร์ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง มีการเปิดสอนทำเกมโดยเฉพาะ สร้างงาน สร้างธุรกิจมูลค่ามหาศาลอีกด้วย

2) ความสำคัญของการมีตัวตนบนโลกออนไลน์

จากเกมในอดีตที่เล่นเพื่อความสนุกสนานเพียงคนเดียว เมื่อพัฒนาเป็นเกมออนไลน์ที่สามารถเล่นกับเพื่อน หรือกับคนอื่น ๆ ปริมาณหลายพันคนในเวลาเดียวกันได้ผ่านระบบออนไลน์ มีตัวแทนของคนเป็นตัวละครในเกมที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามชอบใจ จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายทุกคนมีเพื่อนในเกมออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งคน แสดงว่าทุกคนเข้ามาเล่นเกมโดยจำเป็นที่ต้องพบปะคนอื่น โดยมีเพื่อนเพราะการเล่น เกม การขายสินค้ารวมถึงการพูดคุยเรื่องเทคนิคของเกม ซึ่งการกระทำทุกอย่างผ่านทางตัวละครในเกม ที่เป็นตัวแทนของผู้เล่น จากการสำรวจข้อมูล ผู้เล่นให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวในเกมอย่างมาก ทั้งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ชุดแฟชั่น อาวุธอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องดูดี สวยงาม ผู้เล่นหลายคนยอมใช้เงินซื้อในราคาแพงเพื่อให้ตัวละครของตัวเองดูดี แปลกมีเพื่อนจำนวนมากชื่นชม หรือแม้แต่กับคนแปลกหน้าหลายคนก็ยังให้ความสำคัญ การได้แต่งตัวดีๆ และ

ปรากฏตัวในเกมให้คนอื่นๆ ชักถาม รวมถึงมีความอิจฉาที่เห็นคนแต่งตัวดีกว่า จนต้องไปหาทำครอบครองด้วย

นอกจากการได้แสดงตัวตนผ่านภาพลักษณ์ของตัวเองแล้วความเก่งกับเลเวลของตัวเองก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างตัวตนในเกมที่ทำให้รู้สึกภูมิใจว่าเล่นเกมได้ดี ยิ่งถ้ามีเลเวลและความเก่งที่สูงกว่าเพื่อน ก็จะทำให้เกิดการชื่นชมมากยิ่งขึ้น การแสดงตัวตนในโลกออนไลน์อย่างเกมก็เป็นการให้ความสำคัญอย่างหนึ่งที่คล้ายกับการต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตจริง เพื่อตัวเองและเพื่อคนอื่นๆ การกลายเป็นที่รู้จักในโลกออนไลน์จึงสำคัญ ทั้งการได้รับการยอมรับและรวมกลุ่มกับคนที่มีความเชื่อเดียวกัน เมื่อไปที่ไหนคนก็จะรู้จักตัวละครในแง่ของชื่อเสียง ความเก่งในเกมหรือการมีสินค้าที่ตราค่าแพงแปลกใหม่ ให้ทั้งความรู้สึกภูมิใจและอยากเอาชนะ เป็นปัจจัยหนึ่งนอกเหนือจากการได้เล่นเกม ที่ผู้เล่นให้ความสนใจมากกว่าความสนุกจากการเล่นเกมทั่วไป

3) ความสนุกของเกมออนไลน์

ความสนุกเป็นปัจจัยหลักในการเล่นเกมนับตั้งแต่อดีตถูกสร้างมาเพื่อให้ความสนุกสนานผ่อนคลายกับมนุษย์ โดยเกิดจากการเข้าไปเล่นเกม มีปฏิสัมพันธ์กับเกมซึ่งปัจจุบันเมื่อเกมเกิดพัฒนามีหลากหลายรูปแบบ ความสนุกก็เกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยต่างๆ แล้วแต่บุคคลจะเลือก จากผลการวิจัยเป้าหมายเล่นเกมด้วยปัจจัยที่มากที่สุดคือ ชอบการค้นหาสิ่งใหม่ๆ ซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้เล่นที่หมกมุ่น ตามการแบ่งประเภทของ Nick Yee รองลงมาคือ ชอบการพัฒนาของตัวเอง เลื่อนเลเวล ซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้เล่นที่ต้องการความก้าวหน้า และอีกกลุ่มชอบแฟชั่น รูปแบบกราฟิกของเกม ซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้เล่นที่หมกมุ่น จากปัจจัยอันดับแรกทำให้ทราบว่าผู้เล่นส่วนมากจะหมกมุ่นกับตัวเอง ให้ความสำคัญกับความสนุกสนานพอใจของตัวเองเป็นหลัก ผ่านการเล่นเกมที่จริงจัง ด้วยเหตุผลหลายอย่างจากสิ่งแวดล้อมในเกมรอบๆ ตัวผู้เล่น จากผลการวิจัยที่ทราบว่าปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ผู้เล่นเลือกเล่นเกมในกลุ่มเป้าหมายได้ให้ความสำคัญกับเหตุผลของการเล่นเกมแบบต่างๆ อย่างใกล้เคียงกันในระดับมากและปานกลาง โดยไม่มีระดับน้อยเลย

จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม เหตุผลของการเล่นเกมของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดเพราะชอบการค้นหาสิ่งใหม่ๆ ชอบการพัฒนาของตัวเอง เลื่อนเลเวล และชอบเนื้อเรื่องของเกม ความแฟนตาซี ด้วยความที่เกมออนไลน์ประเภท MMORPG

เป็นเกมที่คล้ายกับว่าสร้างโลกจำลองขึ้นมาผสมผสานเนื้อเรื่องและความแฟนตาซีที่ทำให้ตื่นตาตื่นใจน่าค้นหาติดตาม ตัวละครสามารถท่องเที่ยวไปได้ทุกที่ แต่ละที่ก็จะมีสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน มีภารกิจและเป้าหมายต่างกัน หรือบางเกมก็มีความลับให้ผู้เล่นค้นหา ทำให้เกิดความสนุกสนานที่แตกต่างกันทุกครั้งที่เล่น แต่ผู้เล่นทุกคนย่อมไม่พลาดการพัฒนาเลเวลที่ทำให้ตัวละครสามารถทำกิจกรรมได้มากขึ้น เก่งขึ้น ไปในสถานที่ใหม่ๆ ได้มากขึ้น ถือเป็นพื้นฐานการเล่นเกมที่เดียว จากการวิเคราะห์การเล่นของกลุ่มเป้าหมายกับการแบ่งประเภทนักเล่นเกมของ Nick Yee แล้วพบว่าผู้เล่นส่วนมากอยู่ในกลุ่ม Discovery - ผู้เล่นที่สนุกกับการค้นพบ Role-Playing - ผู้เล่นชอบที่จะหมกมุ่นอยู่กับเรื่องราวที่มองผ่านตัวละคร และ Advancement - ผู้เล่นที่ได้รับความพึงพอใจจากการไปถึงเป้าหมาย ซึ่งผู้เล่นกลุ่ม Discovery และ Role-Playing นั้นจัดอยู่ในกลุ่ม Immersion - ผู้เล่นที่หมกมุ่น เป็นกลุ่มที่เล่นเกมอย่างจริงจังเพื่อความสนุกในรูปแบบของตัวเอง จึงไม่มีปัญหาที่จะจ่ายเงิน หรือเสียเวลาไปกับเกมที่ทำให้เกิดความสุขได้ โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนมากใช้เงินซื้อสินค้าเสมือนในเกมเฉลี่ยครั้งละ 100 - 500 บาท และ 501 - 1,000 บาท โดยเคยใช้เงินมากที่สุดในการซื้อครั้งหนึ่ง 100 - 500 บาท และ มากกว่า 2,000 บาท ซึ่งเป็นจำนวนที่ค่อนข้างมากเลยทีเดียวสำหรับการใช้จ่ายเพื่อสินค้าเสมือนเท่านั้น เมื่อนำรายได้ของกลุ่มเป้าหมายมาเทียบกับการใช้จ่ายสินค้าเสมือนในเกมต่อครั้งพบว่า กลุ่มที่รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท - 30,000 บาท ส่วนมากใช้จ่ายครั้งละ 100 - 500 บาท และกลุ่มที่รายได้ 30,001 บาท - มากกว่า 40,000 บาท ใช้จ่ายส่วนมากครั้งละ มากกว่า 2,000 บาท ส่วนความยากในการตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริง ส่วนมากก็จะคิดอย่างถี่ถ้วนก่อนซื้อ เปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่า แต่ก็ยังมีคนที่คิดไม่นาน อยากได้ก็ซื้อเลยเป็นปริมาณพอสมควร ด้วยสินค้าบางชิ้นพิเศษมีผลกับคนซื้ออย่างมาก เช่น สินค้าลดราคาพิเศษทำให้ตัดสินใจซื้อไม่ยาก และประเภทของสินค้าเสมือนที่กลุ่มเป้าหมายซื้อด้วยเงินจริงมากที่สุดคือ อุปกรณ์เสริมพลังให้อาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร เสื้อผ้าชุดแฟชั่นที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน และ เสื้อผ้า ชุดแฟชั่นเพื่อความสวยงาม ตามลำดับ และเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าเสมือนจริงมากที่สุดคืออยากให้ตัวละครเก่งขึ้น สินค้ามีความสวยงามน่าซื้อและซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก ซึ่งสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการเล่นเกม อุปกรณ์จำพวกเสริมพลัง เพิ่มทักษะ เป็นสิ่งจำเป็นหรับการเล่นเกมที่แตกต่าง ให้เก่งกว่าผู้อื่น ไปถึงเป้าหมายได้

รวดเร็ว ถึงจะมีอาชีพเดียวกันเลเวลเดียวกัน ก็สามารถเก่งกว่ามาก ๆ ได้ ด้วยการมีอุปกรณ์ช่วย โดยเฉพาะอุปกรณ์เสริมพลังที่ใช้แล้วหมดไป คือเมื่อซื้อมาใช้เสริมพลังให้ชุด-อาวุธแล้ว สินค้าก็จะหายไป เมื่อต้องการจะเสริมพลังอีก ก็ต้องซื้อใหม่ ทำให้ผู้เล่นต้องคอยซื้อมาใช้เรื่อยๆ จนกว่าจะพอใจ ถือเป็นสินค้าพื้นฐานจำเป็นที่ผู้เล่นเลือกซื้อบ่อย ส่วนเสื้อผ้า ชุดแฟชั่นเพื่อความสวยงาม ถึงจะไม่ได้ช่วยเล่นเก่งขึ้นแต่ก็เป็นส่วนสำคัญของสังคมเกม มีในครอบครองได้พอดีให้คนอื่นเห็น ยิ่งถ้าเป็นของที่หายาก ทำให้รู้สึกมีความสุขเต็มเต็มที่ ได้ใส่สิ่งที่สวยงาม ได้รับความสนใจ

ซึ่งแน่นอนว่าความสนุกในแบบต่างๆ ของผู้เล่นก็เป็นปัจจัยกระตุ้นการใช้จ่ายได้อย่างดี บางคนสนุกที่จะแข่งขันกับเพื่อนก็จำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์อัปเกรดตัวละคร และอาวุธที่ทำให้เก่ง บางคนสนุกกับเสื้อผ้าชุดสวยๆ ก็ซื้อชุดคอस्टูมพิเศษราคาแพงได้เช่นกัน กลุ่มเป้าหมายเริ่มต้นเล่นเกมจากความต้องการสนุกของเกม เมื่อเล่นไปเรื่อยๆ จึงสามารถค้นหาความสนุกที่แตกต่างกันออกไปในขณะที่เล่น ด้วยเกม MMORPG เป็นเกมที่ไม่ได้ดำเนินไปแบบเส้นตรง เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้ค้นพบสิ่งใหม่ๆ ได้ด้วยตัวเอง ประสบการณ์การเล่นของแต่ละคนจึงแตกต่างกัน สามารถค้นพบความสนุกได้มากมายที่ผู้ทำให้แอบแฝงไว้ รวมถึงการค้นพบความสนุกที่ความไม่ถึง เช่นการคุยกันกับเพื่อนผ่านทางตัวละคร โดยไม่ได้สนใจเล่นเกมหรือการใช้จ่ายเลือกซื้อสินค้าในเกมมาสะสม โดยไม่ได้นำมาใช้งาน ก็ทำให้เกิดความสุขได้

4) ระบบ การออกแบบ และการโฆษณาของตัวเกมออนไลน์

ระบบของเกมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญที่ได้ถูกพัฒนามาเพื่อให้ผู้เล่นได้ใช้เวลาเล่นเกมอย่างจริงจัง ทำให้สนองต่อความต้องการบนนั้นด้วยเวลาและเงิน ด้วยแนวคิดของมาร์คดับเบิลยูเบลล์ ที่กล่าวถึงโลกเสมือนจริงว่าเป็นการประสาธเวลา การคงอยู่ของเครือข่ายผู้คนแสดงผ่านภาพแทนตัว อำนวยความสะดวกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ขณะที่ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ได้ทันที แม้บางครั้งเวลาในโลกเสมือนจริงจะไม่ตรงกับเวลาจริง ถ้าปิดคอมพิวเตอร์ไป โลกเสมือนนั้นก็ยังคงอยู่และดำเนินต่อไป ผู้เล่นสามารถสัมผัสประสบการณ์การเล่นแบบที่สามารถโต้ตอบได้ในทันที (Real Time) ทำให้มีความรู้สึกร่วมได้อย่างไม่ยาก

เกมออนไลน์ถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้เล่นค่อยๆ เล่นค่อยๆ ค้นหาผ่านทางเนื้อเรื่อง ซึ่งตัวเนื้อเรื่องก็จะออกแบบให้มีความแฟนตาซี สนุกสนาน มีจุดขัดแย้งที่ตื่นเต้น ทำให้เราต้องสวมคาแรกเตอร์เพื่อเล่นไปตามเนื้อเรื่องและคลายปมขัดแย้งผ่านทาง เควส (Quest) ที่จะทำให้ผู้เล่นค่อยๆ เรียนรู้วิธีเล่นเกมตั้งแต่เริ่มต้น การใช้งานปุ่มต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ในเกม โดยผู้เล่นจะเก็บเลเวลไปเรื่อยๆ ทำให้เกมท้าทายและยากขึ้นตามลำดับ เกมจะไม่ได้ถูกออกแบบมาจนยากเกินไปที่จะเล่น หรือง่ายเกินไปจนน่าเบื่อ ยังมีระบบการช่วยกันเล่น (Party) ที่สามารถจับกลุ่มกับผู้เล่นคนอื่นที่ความสามารถแตกต่างกันออกไป ก็จะทำให้เกมสนุกสนานและผ่านด่านได้สะดวกขึ้น แม้ผู้เล่นบางคนจะเลือกอาชีพที่สามารถเล่นคนเดียวได้ แต่จากผลการวิจัยที่กลุ่มเป้าหมายทุกคนที่เพื่อนในเกมไม่น้อยกว่าหนึ่งคน เป็นสิ่งที่เกมออกแบบมาเพื่อให้ผู้เล่นต้องช่วยเหลือกันจึงจะประสบความสำเร็จ นอกจากการเล่นแล้วก็ยังมีการซื้อขายของที่เกมออกแบบมาให้ผู้เล่นสามารถแลกเปลี่ยนของและเงินกันเอง หรือตั้งร้านขายของในเกมได้ ทำให้ผู้เล่นเกิดมีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้นอีก สถานะของเกมที่เกิดการแข่งขันอย่างเจียบๆ บางเกมผู้เล่นไม่สามารถต่อสู้กันเองได้ แต่ผู้เล่นก็จะประลองกันระหว่างความสามารถหรืออุปกรณ์ที่โดดเด่นกว่า สินค้าเสมือนในเกมถ้าทุกคนมีเหมือนกัน ความสามารถเท่ากันหมด ก็จะไม่น่าสนใจไม่มีใครชนะ แต่ถ้าสามารถทำให้อุปกรณ์นั้นแตกต่าง ทั้งรูปลักษณ์ภายนอกและความสามารถ นั้นย่อมเกิดการเปรียบเทียบและแข่งขัน กระตุ้นให้ผู้เล่นเกิดความอยากได้ ยิ่งถ้าระบบเกมมีการโฆษณาสินค้า มีโปรโมชั่นลดราคา บัณฑิตเหล่านี้ก็ยิ่งทำให้ผู้เล่นสนใจที่จะซื้อมากขึ้นจากผลการวิจัยถึงเหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงเพราะซื้อตามโปรโมชั่นของบริษัทเกมในระดับมาก เกมออนไลน์ปัจจุบันอยู่ในตลาดมากมายหลายร้อยเกม ซึ่งมีเกมทั้งที่ประสบความสำเร็จและเกมที่ต้องปิดตัวลง ด้วยความที่ไม่สามารถทำให้เกมดึงดูดผู้เล่น หรือสนใจมากกว่าเกมอื่นๆ ได้ ด้วยความที่มีวิธีเล่นใกล้เคียงกัน การพัฒนาระบบการออกแบบและการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่นมากที่สุด

จึงกล่าวได้ว่าเกมออนไลน์ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับความบันเทิงหลากหลายของผู้เล่นอย่างแท้จริง ทั้งช่วยให้เล่นอย่างสนุกสนานครบทุกความต้องการและยังสามารถทำให้เกิดความต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ ไปด้วยจากระบบภายในที่ผลักดันให้

ผู้เล่นได้สร้างความรู้สึกจริงจังต่อเกม เกิดความสำคัญที่อยู่ในชีวิตประจำวันเลย
ทีเดียว

5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกม

ชุมชนในเกมเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในเกมออนไลน์ จากระบบของเกมที่ทำให้ผู้เล่นสามารถเล่นด้วยกันได้ทีละหลายคน และสร้างความท้าทายที่ผู้เล่นต้องช่วยกันเล่นทำให้ผู้เล่นเกมจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายทุกคนต่างมีเพื่อนในเกมออนไลน์อย่างน้อย 1 คน และส่วนมากมีเพื่อนมากกว่า 10 คนเลยทีเดียว ซึ่งถ้ามองจากตัวเกมเองก็ไม่ใช่เรื่องแปลกเพราะ การเล่นเป็นกลุ่มหรือปาร์ตี้ก็เล่นได้ครั้งละประมาณ 5 คน ส่วนกิลด์หรือกลุ่มใหญ่่นั้นสามารถอยู่ด้วยกันได้ถึง 50 คนเลยทีเดียว นั่นทำให้การรู้จักเพื่อนเป็นได้ง่ายขึ้น สามารถพูดคุยผ่านทางแชทหรือบางเกมรองรับระบบที่คุยผ่านทางไมโครโฟนได้ ทำให้สะดวกขึ้นไปอีก

ส่วนมากกลุ่มเป้าหมายเลือกมีเพื่อนในเกมก็เพราะการช่วยกันเล่นเกม ที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุด รวมถึงการแลกเปลี่ยนสินค้า การช่วยเหลือเรื่องวิธีการเล่น นอกจากนั้นยังมีเรื่องของ การพูดคุยทั่วไป ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเกมอยู่ด้วย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกก็พบว่าผู้เล่นบางคนไม่ได้เข้าเกมมาเพื่อเล่นเกม แต่เข้าเกมมาด้วยจุดประสงค์ของการหาเพื่อนที่สำคัญยิ่งกว่า ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนได้ดังนี้

1. หาเพื่อนเพื่อต้องการคนช่วยเล่นเกมให้ตัวเองเก่ง เป็นกลุ่มที่หมกมุ่นกับการเล่นเพื่อความสนุกและการเพิ่มความสามารถ โดยการเล่นเป็นกลุ่มกับเพื่อนจะทำให้ไปถึงเป้าหมายได้ไวขึ้น มีทั้งเพื่อนจากชีวิตจริงที่มาเล่นเกมด้วย กับเพื่อนที่บังเอิญเจอในเกมและชวนกันเล่น จนกลายเป็นเพื่อนกลุ่มเดียวกันในเกม เน้นความสัมพันธ์ภายในเกมเป็นหลัก
2. เล่นเกมให้เก่งจะได้มีเพื่อนเยอะๆ เป็นกลุ่มที่แสวงหาความเป็นมิตรและคำชื่นชมจากผู้อื่นจากการเล่นเกม ขอมซื้อสินค้าที่ทำให้ตัวเองเก่งเพื่อจะไปร่วมเล่นได้อย่างเท่าเทียมกับเพื่อน เกิดความสนุกเพราะตัวเองมีความสามารถและมีเพื่อนเล่นด้วยเยอะ มีความสัมพันธ์กับเพื่อนภายนอกเกมด้วยพอสมควร
3. หาเพื่อนอย่างเดียวไม่สนใจเกม เป็นกลุ่มที่ใช้ความสามารถของเกมในการหาเพื่อนคุยเพียงอย่างเดียว ต้องการพื้นที่ที่คนอยู่กันมากๆ และคุยติดต่อกับคนอื่นผ่านตัว

ละคร อาจสร้างเป็นกลุ่มสำหรับคุยกัน โดยเฉพาะ และสานสัมพันธ์ไปยังนอกเกม มีการคุยโทรศัพท์หรือนัดเจอกันด้วย

4. เล่นเกมอย่างเดียวโดยไม่สนใจเพื่อนเลย เป็นกลุ่มที่มีน้อย เข้าเกมมาเล่นคนเดียว โดยไม่สนใจจะเล่นกับใคร โดยเฉพาะ แต่กลุ่มนี้มักจะเลือกเล่นเกมประเภทอื่นที่เล่นคนเดียวมากกว่าเกมออนไลน์

จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายส่วนมากมีเพื่อนในเกมมากกว่า 10 คน ซึ่งสอดคล้องกับระบบของเกมที่เน้นการเล่นเป็นเป็นกลุ่ม ทั้งเล็กและใหญ่ สามารถติดต่อพูดคุยกันได้สะดวก บางเกมรองรับระบบที่คุยผ่านทางไมโครโฟนได้ด้วย ทำให้หาเพื่อนได้ง่ายและเพื่อนยังจำเป็นมากสำหรับเกมบางด่านที่ยาก ต้องใช้คนเล่นที่ละหลายสิบคน รวมถึงการซื้อขายสินค้าก็ทำให้รู้จักเพื่อนได้มากเช่นกัน คนที่เคยซื้อขายกันก็จะไว้ใจกันมากกว่าคนที่ไม่รู้จักซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีเพื่อนเพราะส่วนมากช่วยกันเล่นเกมและพูดคุยเรื่องทั่วไป โดยรู้จักกันจากการบังเอิญเจอและช่วยกันเล่นเกมเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงการอยู่ในกิลด์เดียวกันก็ทำให้รู้จักกันง่ายขึ้น ความสัมพันธ์กับเพื่อนในเกมภายนอกเกมส่วนมากก็จะเป็นการพูดคุยปรึกษากันเรื่องภายในเกม บางคนก็กลายเป็นเพื่อนสนิทกัน คุยกันทุกเรื่อง โดยกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าบทบาทของสังคมออนไลน์ต่อการบริโภคสินค้าเสมือนมีอยู่มาก ผู้เล่นยังสนใจว่าสังคมมองอย่างไร สังคมมีความเป็นไปอย่างไร อะไรทันสมัย ตกยุค อะไรที่เป็นที่สนใจ หลายคนก็จะไม่พลาดที่จะซื้อหามาครอบครอง และอวดให้คนอื่นเห็น

ความน่าสนใจของชุมชนออนไลน์ที่ดูจะมีความสำคัญอีกส่วนคือ การซื้อขายสินค้าที่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย บางเกมออกแบบโดยมีตลาดกลางที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องเจอกัน แต่ผู้ขายใส่สินค้าที่ต้องการขายลงไป เมื่อผู้ซื้ออยากได้สินค้าชิ้นไหนก็สามารถค้นหาเลือกซื้อได้เลย ชุมชนการขายของแบบนี้ถึงผู้เล่นจะไม่มีโอกาสต่อรองราคากัน แต่ก็มีความสัมพันธ์ในแง่ของการแข่งขันในการขายสินค้า กดราคา เพิ่มราคา ที่ผู้เล่นต้องคอยติดตามให้ดี สินค้าบางชิ้นมีราคาสูงมาก แต่เมื่อมีคนกดราคาจะทำให้เจ้าอื่นๆ ลดราคาตามลงมาเช่นกัน หรือบางเกมที่เปิดให้ผู้เล่นสร้างร้านค้าขายสินค้าได้เอง ผู้เล่นก็มักจะจับกลุ่มอยู่ส่วนใดส่วนหนึ่งในเกม เป็นเหมือนกติกากันเพื่อให้ลึกลับและผู้ซื้อรู้ว่าถ้าต้องการสินค้าจะต้องมาที่บริเวณไหน ซึ่งถ้าซื้อสินค้าจากตัวผู้เล่นกันเอง ก็จะมีปฏิสัมพันธ์

กันมากขึ้น จากการสอบถาม ต่อรอง รวมไปถึงการ โกงที่สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งยังมีผู้เล่นบางส่วนยอมซื้อสินค้าเสมือนจากระบบของเกมด้วยเงินจริง นำมาขายในตลาดเกมปกติเพื่อให้ได้เงินในเกมมาใช้ด้วย ซึ่งเป็นที่ดึงดูดของผู้เล่นบางกลุ่มที่ไม่ต้องการเสียเงินแต่อยากสินค้าในการพยายามเล่นเกมมากๆ หาเงินมาแลกสินค้า

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมไซเบอร์

ผู้ที่อยู่ในช่วงของการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีอยู่รายล้อม กลายเป็นความเคยชิน รับเอาวัฒนธรรมไซเบอร์ทั้งอินเทอร์เน็ต ดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตวิถีชีวิตของชุมชนเปลี่ยนไป ไซเบอร์สเปซเข้ามาเป็นชีวิตประจำวัน การใช้อุปกรณ์ดิจิทัล ไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไปและยังทำให้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม ทั้งยังมีระบบเครือข่ายเน็ตเวิร์คและอินเทอร์เน็ตที่ช่วยเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน การพัฒนาสิ่งบันเทิงบน ไซเบอร์จึงตามมาอย่างวิดีโอเกม และเกมออนไลน์ที่เป็นการใช้ความสามารถของเทคโนโลยีอย่างแท้จริง สามารถให้ผู้เล่นเล่นเกมพร้อมกันที่ละหลายร้อยหลายพันคนได้ เชื่อมต่อทุกคนเข้าหากัน

จากที่กลุ่มเป้าหมายได้ให้ความสำคัญของการเล่นเกมเป็นอย่างมากใช้เวลาในการเล่นเกมเยอะและเล่นมาเป็นเวลานานอย่างจริงจัง จากการพัฒนาของเทคโนโลยีเกมได้เข้าใกล้คนมากขึ้นกลายเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมไซเบอร์ที่ได้รับการยอมรับตามที่มาร์ค เดวี¹ ได้เขียนถึงวัฒนธรรมไซเบอร์ว่าเป็นวัฒนธรรมย่อย (Subculture) รูปแบบหนึ่ง ก่อตัวจากสภาพแวดล้อมทาง สังคมที่เทคโนโลยีได้รับการพัฒนาและถูกใช้เกิดเป็นโครงสร้างใหม่ เกมก็เป็นหนึ่งในนั้น ด้วย ความที่เกมสร้างขึ้นเพื่อให้คนมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เกิดการรับส่งข้อมูลแบบสองทาง ทำให้เกิดความสนุกและสนใจตื่นเต้น ในอีกรูปแบบที่แตกต่างจากการนั่งดูหนังหรือฟังเพลงเฉยๆ

ด้วยเกมออนไลน์ที่มีลักษณะของการสร้างโลกใหม่ขึ้นมาแบบแฟนตาซี เป็นโลกเสมือนจริงที่เติมแต่งด้วยจินตนาการ มีความสวยงามน่าตื่นเต้น พร้อมทั้งสร้างเนื้อเรื่อง มีปมขัดแย้งทำให้ลุ้นน่าค้นหา มอบบทบาทให้ผู้เล่นได้เลือกความสามารถ

¹ Dery, M. (1992). Cyberculture The South Atlantic Quarterly91, New York: Grove Press. 31-508

เครื่องแต่งกายเอง กลายเป็นคนพิเศษที่เคลื่อนไหวอยู่ในเกมตามใจ ติดต่อกับคนอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก การเข้าถึงตัวละครและเกมก็เป็นไปโดยง่าย ผู้เล่นก็อินกับเนื้อเรื่อง เข้าไปสู่ความบันเทิงหลากหลายจากการเล่นเกมได้

โบดริยาร์ด² ได้กล่าวถึงการจำลองและภาพเสมือนที่ก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางสายตาอย่างคอมพิวเตอร์ว่า เราไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระว่างโลกแห่งความเป็นจริง และมายาภาพ ออกจากกันได้อีกแล้ว จริงอยู่ที่เส้นแบ่งของความจริงกับเสมือนได้จางลง การจำลองภาพเสมือนปัจจุบันทำได้เหมือนจริง สร้างโลกที่เสมือนจริงได้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแม้จะอินกับเนื้อเรื่องของเกม เกิดความสนุกความชอบที่ได้เข้าไปใน โลกของเกม แต่ยังคงสามารถแยกความโลกลงจากความจริงและโลกของเกมออกได้โดยไม่ปะปนกัน ถึงจะยอมใช้จ่ายให้กับเกมเสมือนจริงไม่ต่างกับการใช้จ่ายในโลกแห่งความเป็นจริง แต่มองว่าเกมเป็นอีกโลกหนึ่ง เป็นสิ่งบันเทิงสิ่งหนึ่งที่เรายอมจ่ายเงินซื้อที่มีความรู้สึกคุ้มค่า ในช่วงระยะเวลาหนึ่งแม้จะไม่ยั่งยืน โดยไม่รู้สึกริคิดแปลกหรือคิดว่าไม่มีอยู่จริงแต่อย่างใด เช่นเดียวกับที่ Stephen Podesky กล่าวถึงเกมว่าในที่สุดก็จะเป็นที่ยอมรับ เป็นหนึ่งในสื่อบันเทิงที่แข่งขันกับภาพยนตร์หรือเพลงได้ โดยส่วนของการเติมเต็มอารมณ์และการทำงานประสานกันระหว่างประสาทส่วนต่างๆอย่างมือกับตา รวมถึงมุมมองที่หนังสือให้ไม่ได้อย่างกราฟิกต่างๆ

จากความสนุกสนานในการเล่น ความสะดวกสบายในการใช้จ่ายเงินด้วยระบบออนไลน์ การใช้จ่ายเงินบนเกมจึงไม่ใช่เรื่องแปลกอีกต่อไป ไม่มีการแบ่งแยกว่าเรากำลังซื้อของที่จับต้องได้หรือไม่ แต่ด้วยระบบสังคมที่เปลี่ยนไป วัฒนธรรมโซเชียลเข้ามามีบทบาท กลายเป็นเรื่องปกติประจำวัน การใช้จ่ายซื้อความบันเทิงในเกมจึงเป็นปกติ เหมือนกับการจ่ายเงินเข้าไปดูหนังในโรงภาพยนตร์หรือการซื้อเพลงฟัง เป็นการสนองความต้องการของตัวเองผ่านเทคโนโลยี โดยตัวเกมนั้นทำให้ผู้เล่นต้องใช้เวลา จดจ่ออยู่กับมัน จริงจังและให้ความสำคัญ แต่การมองเกมก็ยังเป็นเกมเป็นเพียงโลกเสมือน ที่ไม่ใช่โลกจริงๆ ซึ่งได้นำแนวคิดจากการวิจัยส่วนนี้มาจัดทำเป็นสื่อ ในภาคผนวก ค

² Baudrillard, J. (1988). Simulacra and Simulations. Stanford: Stanford University Press

2. ความสำคัญของการมีตัวตนบนโลกออนไลน์

นอกจากการเล่นผ่านการเล่นแบบบทบาทเป็นตัวละครแล้วผู้เล่นได้ถือตัวตัวเองเป็นตัวละครตัวนั้นจริงๆ แม้จะเป็นโลกออนไลน์ที่ไม่มีใครเห็นหน้ากันจริงๆ รู้จักกันจริงๆ และยังสามารถสร้างตัวตนใหม่ขึ้นมาโดยอาจจะแตกต่างกับตัวจริงอย่างสิ้นเชิง เช่น เพศ อายุ แต่ก็ทำไปด้วยจุดประสงค์สำหรับการสร้างตัวตนมาเพื่อการเข้าสังคมออนไลน์ มีทั้งการนำตัวตนจากชีวิตจริงมาสวมให้ตัวละคร การสร้างตัวตนที่ทำให้คนรัก การสร้างตัวตนเพื่อเป็นพื้นที่ระบายความความรู้ และการสร้างตัวตนเพื่อชดเชยสิ่งที่ขาด การมองเห็นกันผ่านทางตัวละครที่เป็นตัวแทนทำให้ผู้เล่นหลายคนสนใจภาพลักษณ์ของตัวละครตัวนั้น จากผลการวิจัยหัวข้อสินค้าราคาแพงที่กลุ่มเป้าหมายยอมจ่ายมากที่สุดก็คือชุดคอสตูมเพื่อความสวยงาม โดยไม่มีความสามารถเสริมใดๆ ซึ่งเกมออนไลน์มักจะมีชุดคอสตูมที่มีลักษณะสวยงามมากแตกต่างกับชุดทั่วไปที่ซื้อได้ด้วยเงินในเกม ราคาที่ยังสูงตามความสวยงามแม้จะไม่ได้ทำให้ตัวละครเก่งขึ้น ซึ่งจุดนี้ผู้เล่นก็ยอมซื้อเพื่อให้ตัวละครของตัวเองดูสวยงาม แตกต่างจากคนอื่น ไม่เพียงแต่การใส่ให้คนอื่นเห็น แต่เป็นยังเป็นความสุขส่วนตัวด้วยที่ได้ครอบครองชุดสวยงาม เลิกเปลี่ยนไปได้ตามเทศกาลหรือสถานที่ นอกจากความสามารถของตัวละครที่ทำให้รู้สึกภูมิใจแล้ว ผู้เล่นก็สนใจภาพลักษณ์ของตัวละครด้วย ถ้าเก่งก็ต้องมีชุดสวยๆ แปลกๆ เพื่อให้ดูแล้วรู้สึกเลยว่าเก่งแน่นอน นอกจากความต้องการเพื่อความสวยงามแล้ว ผู้เล่นหลายคนยังต้องการการยอมรับ ตามหลักการของมาสโลว์³ แล้วจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทั้งหมดถูกเติมเต็ม ซึ่งอยู่ในกลุ่มของความต้องการขั้นสูงที่สุดเมื่อมีทุกอย่างครบถ้วนรวมถึงความสามารถก็จะทำให้ความต้องการสูงขึ้น อย่างผู้เล่นที่ใช้เงินซื้อสินค้าน่าราคาแพงหายากจำนวนมากและยังมีเลเวลที่สูงที่สุดจนไม่สามารถไปสูงกว่านั้นได้ จะกลายเป็นผู้ที่สร้างความน่าเชื่อถือ โดดเด่น และเกิดการยอมรับ ทำให้ดำเนินชีวิตในเกมต่อไปได้อย่างเป็นสุข ต่างกับผู้เล่นเกมจนถึงจุดหนึ่งโดยที่ไม่สามารถหาความสนุก ความสำเร็จหรือความสุขจากเกมได้ ก็จะเปลี่ยนไปเล่นเกมอื่นทันที

ความสามารถในการสร้างตัวตนบนเกมนั้น ตัวเกมออนไลน์ก็เข้าใจดีและยังพัฒนาระบบที่ช่วยให้ผู้เล่นสร้างรูปแบบของตัวเองได้ง่ายขึ้น สามารถเลือก ชื่อ เพศ อายุ

³ Maslow, H. (2011). Toward a Psychology of Being. Eastford: Martino Fine Books 367

ได้โดยไม่ต้องตรงกับความเป็นจริง การสร้างตัวละครที่หลากหลาย สามารถเลือก ได้ตั้งแต่หน้าตา สีผิว เสื้อผ้า บางเกมผู้เล่นต้องจ่ายเงินแลกกับการมีหน้าตา สวยงามแตกต่างกับตัวละครอื่นด้วยซ้ำไป หรือบางเกมที่ผู้พัฒนาหน้าตาตัวละคร ให้เพียงไม่กี่แบบ ผู้เล่นก็พยายามสรรหาเสื้อผ้า หรือชื่อ ที่สร้างความเป็นปัจเจก ทำ ให้ตัวเองแตกต่างจากคนอื่น กลายเป็นตัวตนที่มีเอกลักษณ์

นอกจากรูปร่างหน้าตาของตัวละครที่บ่งบอกความเป็นตัวตนแล้ว ยังมีอาชีพของ ตัวละครที่ผู้เล่นหลายคนเห็นเป็นเรื่องใหญ่ที่ต้องศึกษา บางคนชอบเล่นอาชีพ แปลกๆ เพราะไม่อยากซ้ำกับคนอื่นมากเกินไป บางคนเลือกตามความถนัด โดยตัว ละครแต่ละตัวก็ทำให้เห็นสไตล์การเล่นที่แตกต่างกันของผู้เล่น หรือถ้าผู้เล่นเลือก อยากเปลี่ยนตัวละคร ก็จะใช้เหตุผลของการอยากทดลองสิ่งใหม่ ความอิสระของ ความสามารถที่เกมมีให้ ทำให้ผู้เล่นเลือกได้ตามชอบใจ ถ้าเลือกผิดพลาดก็ สามารถเลือกใหม่ เพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการมากที่สุด

บางเกมใช้การสร้างสินค้าหายาก ที่เรียกว่าสินค้าแรร์ อาจจะได้มาด้วยการเล่นเกม ตามหาได้ยากมากๆ หรือการซื้อด้วยเวลาจำกัด และราคาแพง สินค้าเหล่านี้มักจะ มีความสวยงามมากๆ หรือไม่ได้สวยงามมีความสามารถเลยแม้แต่น้อย แต่พอขึ้น ชื่อว่าเป็นของหายาก ก็ทำให้เป็นสิ่งที่คนในสังคมอยากครอบครอง บางคนอาจจะ ไม่อยากได้ แต่เมื่อสังคมไปในทิศทางเดียวกัน ก็อดไม่ได้ที่จะอยากได้ด้วย จาก ผลการวิจัยเหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมนอนไลน์ด้วยเงินจริง โดยอยากได้มาไว้ ครอบครอง /สะสม และ ซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก อยู่ในระดับปานกลาง ทำให้ เห็นว่าคนยังสนใจเพียงเพราะความหายากของสินค้า โดยไม่เกี่ยวกับความสามารถ หรือราคา เกิดความภูมิใจที่ได้ครอบครองและโชว์ให้ผู้อื่นเห็น

3. ความสนุกของเกมออนไลน์

ซึ่งเมื่อพิจารณาเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเศรษฐศาสตร์ของความสนุก โดย Castronova⁴ กล่าวถึงสิ่งที่ทำให้เกิดความสุขในเกม ที่สอดคล้องกับประเภทนักเล่นเกมของ Nick Yee ที่แสวงหาความสุขจากตัวเกมผ่านระบบ ความสามารถ และการค้นพบ ต่างๆ ดังนี้

⁴ Castronova, E. (2005). Synthetic worlds: the business and culture of online games. London: The University of Chicago Press. 170-182

- การบริโภคและการได้มา ที่ผู้เล่นสนุกกับการซื้อสินค้าใหม่ๆ สบายงาม การครอบครองสินค้า และยังชอบกระบวนการซื้อขาย ที่สะดวกและเกิดความสนุกสนานกับการมีปฏิสัมพันธ์
- ผลตอบแทนและทักษะ เลเวลเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกท้าทาย เหมือนการได้รับรางวัล การถูกยกย่อง และยังมีความสามารถที่เก่งขึ้นผ่านทางการเล่นเลเวลและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นแรงผลักดันให้ผู้เล่นเล่นมากขึ้นและจริงจังขึ้น
- การสร้างสิ่งของและตัวเอง ผู้เล่นสนใจในรูปร่างหน้าตาเสื้อผ้าของตัวละคร รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่สามารถเลือกได้ และยอมจ่ายเพื่อสินค้าเหล่านี้เช่นกัน
- ภารกิจและเป้าหมาย ทำให้ผู้เล่นเกิดการแข่งขันกับทั้งตัวเองและคนอื่น ทำให้ระบบของเกมดำเนินได้อย่างราบรื่นผ่านทางภารกิจที่มอบให้ผู้เล่น ผู้เล่นก็จะทำตาม โดยไม่สับสน และยังทำให้เกิดความสนุก ดึงดูดมากขึ้น
- การแข่งขันภายใต้โอกาสที่เท่าเทียมกัน การมีกฎกติกาอยู่ระดับหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้เล่นรู้สึกมีความหวังในการเอาชนะ แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่ทำให้แตกต่างอย่าง ความสามารถของสินค้าที่ทำให้เก่งขึ้น จึงยอมจ่ายเพื่อให้ชนะ
- ความเสี่ยงและการต่อรอง เป็นสิ่งที่ผู้เล่น โปรดปราน อย่างเช่นการเสียเงินซื้อ ภาษีปกป้องคุ้มครอง แม้ผลที่ได้อาจจะแย่มากในหลายครั้ง แต่ผู้เล่นก็สนุกกับการได้เสี่ยง เมื่อสำเร็จเพียงครั้งเดียวก็จะเกิดความสุขขึ้นได้
- ทรัพย์สินและอาชญากรรม ผู้เล่นชอบในการครอบครองสินค้า โดยเฉพาะบางคนที่หาทางครอบครองโดยไม่ต้องลงทุนอย่างการหลอกคนอื่นหรือระบบ

แนวคิดเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสุขกับเกมที่แตกต่างกันก่อให้เกิดผู้เล่นประเภทต่างๆ ที่มีรากฐานมาจากวิธีการเล่นและความสนุก ซึ่งสามารถตอบสนองด้วยการซื้อสินค้าเสมือนชนิดต่างๆ ที่ทำให้ผู้เล่นเกิดความสนุกในส่วนนั้นๆ ได้มากขึ้น จึงกล่าวได้ว่ายิ่งซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้นก็ยิ่งเพิ่มความสนุกให้ผู้เล่นมากขึ้น เงินที่จ่ายไปจึงเป็นการแลกความสุขอย่างแท้จริง

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในการซื้อสินค้าเสมือนในเกมเกิดจากหลายปัจจัยรวมกัน ความสำคัญของวัฒนธรรมหรือพื้นที่ไซเบอร์ในปัจจุบันทำให้การดำเนินกิจกรรมออนไลน์ไม่ได้เป็นสิ่งแปลกประหลาดแต่อย่างใด และยังสามารถทดแทนกิจกรรมเดิมๆที่เคยมีมาได้ ทำให้การมีตัวตนอยู่บนโลกออนไลน์ก็เป็นสิ่งที่จำเป็น ผู้คน

สนใจภาพลักษณ์ของตัวเองในนั้นด้วย จึงสามารถใช้จ่ายเพื่อตัวแทนของตัวเองบนโลกออนไลน์ให้ดูดี มีเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้โดดเด่นราวกับโลกแห่งความเป็นจริง ตัวเกมเองก็เป็นแรงกระตุ้นสำคัญ ด้วยวิธีการเล่นและสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการแข่งขัน ต้องมีสิ่งพิเศษเพื่อให้เห็นความแตกต่าง การมีสังคมที่ต้องพบปะเห็นกันและกัน มีการพูดคุยถึงความเก่งและอุปสรรคที่นำมาโอ้อวดกันได้ รวมถึงความสนุกของเกมที่ยังกระตุ้นให้ผู้เล่นเกิดความบันเทิงในหลายรูปแบบและแสวงหาความบันเทิงนั้นให้มากขึ้น

4. ระบบ การออกแบบ และการโฆษณาของเกมออนไลน์

สำหรับผู้ออกแบบเกมแล้ว จะมองเห็นได้ว่าการออกแบบสร้างเกมมีส่วนกระตุ้นให้ผู้เล่นซื้อสินค้าเสมือนมากขึ้น ภาพกราฟิก ระบบของเกมเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่จะทำให้แตกต่างจากเกมอื่นๆ เนื่องจากการเป็นเกม MMORPG ที่มีวิธีการเล่นคล้ายๆ กันไปหมด กราฟิกในเกมจะเป็นสิ่งแรกที่ทำให้ผู้เล่นจดจำและเป็นความประทับใจแรกที่จะเลือกเล่นเกมซักรุ่นหนึ่งซึ่งจะเชื่อมโยงไปถึงความรู้สึกระหว่างเล่นที่ต้องพบกับกราฟิกในเกมมากมาย ถ้าทำให้ผู้เล่นเกิดความพอใจ สามารถอยู่กับมันได้เรื่อยๆ และเชื่อมโยงไปถึงความอยากได้สินค้าที่สวยงามจากภาพกราฟิกในเกมเช่นกัน ยิ่งถ้าออกแบบให้มีความสวยงาม แปลกใหม่ ผู้เล่นย่อมอยากได้ระบบของเกมเองก็เป็นส่วนที่สำคัญมาก ผู้เล่นหลายคนไม่สนใจความสวยงามในเกม แต่เน้นระบบของเกมที่ต้องสนุก รองรับความต้องการได้โดยไม่มีปัญหาในตัวเกมมากเกินไป หรือข้อผิดพลาดต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้เล่นก็ทำให้ไม่อยากเล่นอีกได้ ระบบในเกมก็ช่วยกระตุ้นการซื้อสินค้าเสมือนในเกมเช่นกัน อย่างการจัดระบบซื้อสินค้าที่เข้าถึง เลือกดูได้ง่าย รองรับการจ่ายเงินหลายช่องทางทั้งบัตรเครดิตและเติมเงิน รวมถึงการออกแบบระบบสังคมที่มีการรองรับให้พูดคุยกับเพื่อนได้ง่าย หากันเจอได้สะดวก สามารถสร้างกลุ่มปาร์ตี้และกิลด์ได้โดยสะดวก จะช่วยให้สังคมในเกมแข็งแกร่งขึ้น การออกแบบตัวเกมก็เช่นกัน การทำให้เกมสนุกน่าติดตาม มีการอัปเดตเสมอ จะทำให้ผู้เล่นมีความกระตือรือร้นที่จะเล่น รวมถึงพยายามทำให้ตัวเองเก่งเพื่อจะไปสู้ในจุดสูงสุดได้ การออกโปรโมชั่น ลดราคาบ่อยๆ ก็จูงใจให้ผู้เล่นซื้อมากขึ้น คนที่ไม่เคยซื้อก็จะถูกจูงใจให้ซื้อด้วยกระบวนการทุกอย่างในเกมจึงมีผลต่อการซื้อสินค้าเสมือนทั้งนั้น ผู้ที่สร้างเกมสามารถสร้างความน่าสนใจต่างๆ ให้ผู้เล่น โดยต้องไม่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกถูกยัดเยียดหรือทำให้สินค้าเสมือนมีความจำเป็นต้องซื้อออกไป เพราะมีผู้เล่นอีกหลายกลุ่มที่

ไม่ต้องการการซื้อมากเกินไปหรือมีทางเลือกในการย้ายไปเล่นเกมอื่นได้ ความสมดุลจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกม

เกมออนไลน์มุ่งเน้นทำให้ผู้บริโภคที่มีความสนใจใกล้เคียงกัน ได้รับแรงจูงใจผ่านสถานะแวดล้อมใกล้เคียงกัน เช่น ภายในเกมออนไลน์ ซึ่งเห็นได้ว่าการบริโภคในเกมเกิดจากการกระตุ้นจากกิจกรรมในสังคมเกมเป็นหลัก สินค้าถูกผลิตซ้ำและบริโภคโดยกลุ่มคนในเกมที่เป็นไปในทางเดียวกัน สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ มาสโลว์⁵ ที่ว่า มนุษย์ทุกคนมีรูปแบบการรับแรงจูงใจคล้ายคลึงกัน โดยผ่านมาจากแหล่งกำเนิดภายในร่างกาย และจากการปฏิภริยาสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเมื่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานถูกเติมเต็มแล้ว ก็จะเกิดแรงจูงใจที่สูงขึ้น คาบที่ช่วยให้ต่อสู้ได้ดี แต่ถ้าซื้ออุปกรณ์ที่อัปเดตให้มีแสงแวววาวออกมา คุณดีขึ้น ก็กระตุ้นให้ผู้เล่นอยากซื้อ เพราะเป็นที่ยอมรับกันในสังคมเกมว่าอุปกรณ์ที่มีแสงแวววาวคืออุปกรณ์ที่ดีและมีราคาแพง ทุกคนอยากได้ ยิ่งสินค้าบางอย่างที่ต้องใช้โชคช่วย เมื่อมีคนหาได้ก็จะเกิดการกระตุ้นให้ผู้เล่นคนอื่นอยากได้เช่นกัน ประสบการณ์ในเกมและสิ่งแวดลอมทำให้ผู้เล่นเรียนรู้และเข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมเกมที่ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ที่เด่นชัด แต่ทุกคนสามารถเรียนรู้และเข้าสังคมได้ รวมถึงมีรสนิยมความต้องการที่คล้ายคลึงกัน

สำหรับผู้เล่นเอง เกมกลายเป็นความบันเทิงใกล้ตัวที่ให้ทั้งความสนุกสนานรวมถึงสังคมที่ผู้เล่นต้องคอยควบคุมให้พอดี การทำธุรกรรมออนไลน์ยังคงต้องคอยระมัดระวัง รวมถึงการวางแผนจ่ายเงินอย่างพอดีไม่ให้เดือดร้อนตัวเองและคนรอบข้าง การมีสังคมออนไลน์ก็เช่นกัน ตัวตนของแต่ละคนสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขหรือโกหกได้ตลอดเวลา ต้องระวังไม่ให้สังคมออนไลน์ก้าวท้าวสังคมความจริงของตัวเองมากเกินไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากการวิจัยยังสามารถลงลึกถึงการออกแบบระบบเกมที่เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งวิธีการออกแบบด้านและภาพกราฟิกที่มีแนวโน้มดึงดูดผู้เล่น โดยเฉพาะเทคนิคใหม่ๆ ที่ช่วยสร้างเกมให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งงานวิจัยชิ้นนี้ยังพบกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มที่นิยมใช้สินค้าเสมือน โดยไม่จ่ายเงินเอง แม้จะมีรายได้ที่ดี แต่จะใช้วิธีการเล่นเกมมากๆ และนำเงินในเกมไปซื้อจากคนอื่น ๆ

⁵ Maslow, H. (2011). Toward a Psychology of Being. Eastford: Martino Fine Books 367

ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าวิเคราะห์ และยังพบผู้เล่นเกมอีกจำนวนมากที่นิยมเกม ประเภทในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่สามารถขายสินค้าเสมือนในเกมได้อย่างมาก และกำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ความน่าสนใจคือเกมหลายเกมเป็นแค่เกมธรรมดาที่เรียกว่า casual เกมสำหรับเล่นฆ่าเวลา เล่นเป็นด่านๆ จบอย่างง่ายดาย แต่ผู้เล่นก็ยอมซื้อสินค้าที่ช่วยให้ตัวเองมีคะแนนนำเพื่อนคนอื่นได้ ซึ่งน่าสนใจในแง่ของการออกแบบเกมและความสำคัญของคะแนน ซึ่งมีผลต่อการซื้อสินค้าเสมือนอย่างมาก หรือเกมง่ายๆ อย่างเกมเลี้ยงสัตว์และแต่งบ้านให้สัตว์ ซึ่งผู้เล่นก็ยอมซื้อของแต่งบ้านด้วยเงินจริง เพียงเพื่อให้สัตว์เลี้ยงในโทรศัพท์ที่มีบ้านที่สวยงาม เมื่อเพื่อนคนอื่นๆ มาเปิดดูก็จะเห็นและชื่นชม หรือการทำเพื่อความสุขของตัวเองที่ได้ครอบครองด้วยเช่นกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved