

## ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกในสังคมไทย

### Sense of Community: a Case Study of Pokemon GO Players in Thailand

พศิน เหล่าแสงธรรม<sup>1</sup> และ บุหงา ชัยสุวรรณ<sup>2</sup>

Pasin Lhaosangdham<sup>1</sup> and Bu-nga Chaisuwan<sup>2</sup>

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์<sup>1</sup>

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์<sup>2</sup>

Graduate student, The Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration<sup>1</sup>

Major Advisor, Assistant Professor, The Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration<sup>2</sup>

E-mail: pasin29527@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรของผู้เล่นเกมโปเกมอน โกในสังคมไทย 2) ศึกษาความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนและพฤติกรรมการเล่นของผู้เล่นเกมโปเกมอน โกในสังคมไทย 3) ศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเล่นเกมโปเกมอน โก ของผู้เล่นที่มีลักษณะประชากรที่ต่างจากกัน และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน และพฤติกรรมการเล่นของผู้เล่นโปเกมอน โกในสังคมไทย โดยงานวิจัยดังกล่าวใช้วิธีการศึกษาเชิงผสมผสาน ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก 30 คน และการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก 400 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยทั้งแบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้างและแบบสอบถามชนิดปลายปิด จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโปเกมอน โกส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่สอดคล้องต่อความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกในทุกด้าน โดยด้านที่ผู้เล่นโปเกมอน โกมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนมากที่สุดคือด้านความเป็นสมาชิก รองลงมาคือ ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน และด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน รองลงมาอีกคือ ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น และจากผลการวิจัยการสำรวจด้วยแบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมผู้เล่นโปเกมอน โกส่วนใหญ่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเป็นสมาชิก รองลงมาคือ ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น รองลงมาอีกคือ ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน และด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกันตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน พฤติกรรมของผู้เล่นโปเกมอน โก

#### Abstract

This study researches on Sense of Community case of Pokemon GO players community in Thailand. This study used both qualitative research and quantitative research. The study examples included 30 Pokemon GO players for deep Interview and 400 Pokemon GO players for questionnaires. Results from deep interview indicate that overall, most players share the same behavior similar to Sense of Community in four elements. Those four elements that most players share with by descending order are Membership, Shared Emotional Connection, Integration and Fulfillment of Needs and Influence. And results from questionnaires also indicate that overall, most players share the same behavior similar to Sense of Community at medium level. The elements that most players share with by descending order are Membership (Mean = 3.60), Influence, Shared Emotional Connection and Integration and Fulfillment of Needs.

**Keywords:** Sense of Community, Behavior of Pokemon GO players

## บทนำ

เกมถือเป็นกิจกรรมสันทนาการอย่างหนึ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์มาอย่างยาวนาน โดยถือเป็นกิจกรรมยามว่างที่นอกจากจะช่วยให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้กับผู้เล่นแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมทักษะทั้งทางด้านร่างกาย และความคิดให้กับผู้เล่นเองด้วยเช่นกัน ประเด็นที่น่าสนใจ คือ มีแอปพลิเคชันเกมหนึ่งที่ได้กลายเป็นกระแสปรากฏการณ์ขึ้นมาในช่วงกลางปี 2016 นั่นก็คือ เกม โปเกม่อน โก (Pokemon GO) เป็นเกมสมาร์ตโฟนที่เปิดให้บริการให้เล่นครั้งแรกทั่วโลกเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2559 โดยเปิดให้เล่นทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android [1]

เกมโปเกม่อน โกเป็นเกมที่ได้รับคามนิยมในหมูผู้เล่นสูงมากเช่นเดียวกัน สังกัดได้จากยอดจำนวนดาวน์โหลดเกมที่มีมากกว่า 100 ล้านครั้ง ทำเงินไปได้มากกว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อช่วงเดือนสิงหาคมในปีเดียวกัน หลังเกมโปเกม่อน โกเปิดเพียงแค่หนึ่งเดือน [2] จนเมื่อช่วงเดือนเมษายน ปี 2017 มียอดผู้เล่นเพิ่มขึ้นสูงถึง 65 ล้านคนเลยทีเดียว [3] อีกทั้งยังได้รับรางวัลมากมายอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น รางวัล The Game Award 2016 สาขาเกมโทรศัพท์มือถือ/ เกมเครื่องพกพายอดเยี่ยม และสาขาเกมครอบครัวยอดเยี่ยม [4] และยังได้รับรางวัล BAFTA Games Award สำหรับเกมโทรศัพท์มือถือและเกมเครื่องพกพา ปี 2017 อีกด้วย [5] อาจกล่าวได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ครั้งใหญ่ในวงการสมาร์ตโฟนครั้งหนึ่ง

ส่วนในประเทศไทย ก็ยังคงมีผู้เล่นโปเกม่อน โกอยู่เช่นกัน ดังเช่นในช่วงเดือนกรกฎาคม ปี 2560 สืบเนื่องจากการอัปเดตระบบ Raid Battle ในเกมโปเกม่อน โก ดังที่ได้กล่าวไป ทำให้เกิดปรากฏการณ์ รวมผู้เล่นโปเกม่อน ขึ้นมาเป็นกลุ่มกัน 10-20 คน ณ บางจุดตามห้างสรรพสินค้าวัดศาลเจ้าและจุดต่าง ๆ กระจายไปทั่วประเทศไทยโดยที่ทุกคนล้วนกันหน้าเอานิ้วแตะหน้าจอบนโทรศัพท์สมาร์ตโฟนพร้อม ๆ กัน เพื่อที่ลองเล่นระบบใหม่ของเกมโปเกม่อน โคนั้นเอง [6]

จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ผู้วิจัยพบว่า งานศึกษาโปเกม่อน โกในประเทศไทยนั้นยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีการที่สนใจศึกษาในเรื่องความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกม่อน โก อันก่อให้เกิดชุมชนผู้เล่นโปเกม่อน โกวขึ้นมาแต่อย่างใด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีสนใจ และต้องการที่จะศึกษาถึงลักษณะของประชากร พฤติกรรมการและความรู้สึกที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้เล่นโปเกม่อน โกวในสังคมไทย เพื่อทำความเข้าใจว่า เพราะเหตุใดจึงมีผู้นิยมเล่นโปเกม่อน โกวกันมากในสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากการมีกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโปเกม่อน โกว ไทยบนสื่อออนไลน์ Facebook ที่มีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 5 หมื่นคน โดยวิเคราะห์ผ่านการใช้แนวคิดความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยี รูปแบบการเล่นเกมใหม่ ๆ และนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจต่อไป

### 1. วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้เล่นเกมโปเกม่อน โกวในสังคมไทย
- 1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการและความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของผู้เล่นเกมโปเกม่อน โกวในสังคมไทย
- 1.3 เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเล่นเกมโปเกม่อน โกว ของผู้เล่นที่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน
- 1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน และพฤติกรรมการเล่นของผู้เล่นโปเกม่อน โกวในสังคมไทย

### 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน

McMillan & Chavis [7] ได้นำเสนอว่า ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน (Sense of community) ประกอบไปด้วย 2 คำที่มีความสำคัญ คำแรกคือคำว่า ชุมชน (Community) หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่รวมกัน

สถานที่ต่าง ๆ เช่น ในหมู่บ้าน หรือในเมือง คำที่สองคือ ความสัมพันธ์ (Relation) หมายถึง สิ่งที่คนในชุมชนมีส่วนร่วม มีความเชื่อมโยงกัน โดยที่สิ่งที่มีร่วมกันดังกล่าวอาจไม่จำเป็นต้องอิงกับสถานที่เสมอไป

นอกจากนี้ McMillan & Chavis ยังได้นำงานของ Gusfield [8] มาใช้ประกอบในงานของตนเองด้วยว่าสังคมในปัจจุบันได้มีลักษณะเอื้อต่อการพัฒนาความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล โดยมีเรื่องของสิ่งที่ชอบ รสนิยม หรือความสนใจต่าง ๆ เป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่มีร่วมกันในลักษณะของชุมชนขึ้น เช่นเดียวกับชุมชนทั่วไปที่หมายถึงกลุ่มคนที่อยู่อาศัยในบริเวณท้องที่เดียวกัน เพียงแต่ลักษณะของชุมชนดังกล่าวไม่ได้มีพื้นที่มาเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์กัน

ทั้งนี้ McMillan & Chavis ได้นำเสนอองค์ประกอบของความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน โดยมีทั้งหมด 4 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) ความเป็นสมาชิก (Membership) หมายถึง ความรู้สึก หรือสัญลักษณ์ พิธีกรรม ขอบเขตต่าง ๆ ของสมาชิกที่มีร่วมกันในกลุ่ม หรือมีส่วนร่วมต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เกิดเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันที่มีเฉพาะในกลุ่มนั้น ๆ 2) ความมีอิทธิพลต่อกัน (Influence) หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกที่ส่งผลกระทบต่อสมาชิกคนอื่นร่วมกันในกลุ่ม ทำให้สมาชิกรู้สึกถึงคุณค่า ความสำคัญของตนเองที่มีในกลุ่มร่วมกับสมาชิกคนอื่น ๆ ส่งผลต่อความคิด การปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่ม 3) การร่วมกันเติมเต็มความต้องการที่มีต่อกัน (Intigration and fulfillment of needs) หมายถึง ความต้องการของสมาชิกที่ต้องอาศัยการพึ่งพิง การพูดคุย หรือมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน ทำให้สมาชิกรู้สึกถึงลักษณะที่ต้องการของสมาชิกร่วมเดียวกัน และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ความรู้สึกที่มีร่วมกัน (Shared emotional connection) หมายถึง การที่สมาชิกมีการแบ่งปันความรู้สึก อารมณ์ ประสบการณ์ของแต่ละสมาชิกด้วยกัน ทำให้ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีลักษณะเป็นรวมกันเป็นหนึ่งเดียว มีความเหนียวแน่นแน่นแฟ้น

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของ Yang & Liu [9] ที่ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีต่อการเล่นเกมไปเกมอน โภเพื่อความสุข ความสบายใจในการเล่น ผลการวิจัย พบว่า มีแรงจูงใจ (Motives) ถึง 7 ประเภทที่มีผลต่อการเล่นเกมไปเกมอน โภ ได้แก่ เพื่อออกกำลังกาย (Exercise) เพื่อความสนุก (Fun) เพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง (Escapism) เพื่อการระลึกถึงอดีตที่เคยรู้จักไปเกมอน (Nostalgia) เพื่อความต้องการรักษามิตรภาพ (Friendship Maintenance) เพื่อต้องเริ่มต้นความสัมพันธ์ใหม่ ๆ (Relation Initiation) และเพื่อบรรลุความสำเร็จ (Achievement) โดยที่แรงจูงใจเพื่อความสนุกและแรงจูงใจเพื่อต้องการรักษามิตรภาพนั้น มีความสัมพันธ์ร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่แรงจูงใจเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง และแรงจูงใจเพื่อต้องการระลึกถึงอดีตนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน และแรงจูงใจเพื่อการเริ่มต้นความสัมพันธ์ใหม่ ๆ มีความเกี่ยวข้องกับผู้ที่มีความสุขจากการเล่นเกมมากขึ้น และผู้ที่มีความสุขจากการเล่นเกมน้อยลง

จากงานวิจัยของ Ágnes et al. [10] ที่ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อการเล่นเกมไปเกมอน โภภายใต้กระแสไปเกมอน พีเวอร์ และเกมที่ใช้ Augmented Reality ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจทั้งช่วงในกระแสไปเกมอน โภ และหลังช่วงกระแส มีอยู่ 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ เล่นเพื่อได้ทำกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor Activity) เล่นเพื่อระลึกถึงอดีตที่เคยรู้จักกับไปเกมอน โภ มาก่อน (Nostalgia) และเล่นเพราะความเบื่อหน่ายในชีวิต (Boredom) นอกจากนี้ยังพบว่า ความหุนหันพลันแล่น (Impulsivity) ไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับแรงจูงใจในการเล่นไปเกมอน โภ และยังพบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการเล่นเกมภายใต้ การแข่งขัน (Competition) และจินตนาการ (Fantasy) ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมอีกด้วย

จากงานวิจัยของอุษา บิ๊กกินส์, และอมรรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ [11] ที่ศึกษาเรื่องการสร้างชุมชนเสมือนจริงในเกมออนไลน์กับพฤติกรรมการติดต่อออนไลน์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การสร้างชุมชนเสมือนจริงจะมีอยู่ 2 แบบคือ การสร้างปาร์ตี้และกิลด์ โดยเป็นการรวมตัวของผู้เล่นเพื่อไปตีสัตว์ประหลาด และตีปราสาท พฤติกรรมการสื่อสารจะเป็นการสนทนาทั่วไป การสนทนาในปาร์ตี้และการสนทนาในกิลด์ ปัจจัยที่ทำให้เด็กติดเกมคือ การเดินทางผจญภัยในดินแดนต่าง ๆ การได้เล่นกับเพื่อนหลายคนในเวลาเดียวกัน และการแข่งขันเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. เครื่องมือการวิจัย

1.1 แบบสัมภาษณ์ ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview Form)

1.2 แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questions)

โดยมาตรวจวัดในเครื่องมือทั้งสองแบบนี้ ได้พัฒนามาจากแบบสอบถามในงานวิจัยของ Patricia [13] และมีการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่า 0.946 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ตามระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

### 2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ที่มาจากกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่ม Pokemon GO Thai สังคมสาธารณะ, (ครบวงจร) กลุ่ม Pokemon GO Thailand Fanclub, กลุ่มโปเกมอน 4.0 สังคมเปิดกว้าง, กลุ่ม Pokémon Go @ Lopburi, กลุ่ม Pokémon Go Saraburi (สระบุรี), กลุ่มคนรักโปเกมอนโซนลาซาล-ปากน้ำ-บางปู, กลุ่ม PokemonGo สายตีบอส สายม่อน, กลุ่มโปเกมอน ทีมเสรีไทย, กลุ่มโปเกมอน โก แฟนคลับประเทศไทย (Pokemon Go Fanclub Thailand), และกลุ่มโปเกมอน บางแสน 108 โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จะทำการคัดเลือก ทั้งหมด 30 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คัดเลือกจากกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกดังกล่าว มาทำแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน

### 3. ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็น มี 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

3.1 ใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview Form) จำนวน 30 คน และผู้วิจัยจะใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยสังเกตพฤติกรรมการเล่น และการโต้ตอบพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์กันทั้งในกลุ่ม Facebook ที่มีความเกี่ยวข้องกับเกมโปเกมอน โก และทั้งสถานที่ที่มีกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกรวมตัวกัน จากนั้นก็จะดำเนินการติดต่อกับผู้เล่นโปเกมอน โกในกลุ่ม Facebook ด้วยการติดต่อผ่านกล่องข้อความส่วนตัวของ Facebook และติดต่อกับผู้เล่นโปเกมอน โกในสถานที่จริง เพื่อที่จะขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

3.2 ใช้แบบสอบถาม โดยการทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีติดต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มีช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือช่วงเดือนมิถุนายน ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questions) แบบมีตัวเลือก และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทางด้านประชากร 2) พฤติกรรมการเล่นเกมโปเกมอน โก 3) ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นเกมโปเกมอน โก มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Likert Scale โดยให้ค่าของคำตอบเป็น 5 ช่วง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบโดยประเมินค่า 1-5 ในระดับความคิดเห็นที่ใกล้เคียงของตนเองมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ตามปัจจัยความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน 4 ด้าน

## ผลการวิจัย

### 1. ลักษณะประชากรของผู้เล่นเกมโปเกมอน โกในสังคมไทย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก ว่าด้วยเรื่องของความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก สังคมไทย จำนวนทั้งหมด 30 คน พบว่า มีผู้เล่นโปเกมอน โก ที่ให้ทั้งข้อมูลและความเห็นที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเด็น สามารถสรุปเป็นประเด็นสั้น ๆ ได้ดังนี้

**1.1 ผลจากการวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก** พบว่า กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก มีเพศที่หลากหลาย โดยมีผู้ชายทั้งหมด 20 คน และมีผู้หญิงทั้งหมด 10 คน ผู้เล่นมีอายุตั้งแต่อายุ 26 ไปจนถึง 55 ปี สถานภาพโสด/หย่าร้าง 25 คน สมรสแล้ว 5 คน ระดับการศึกษามีตั้งแต่มัธยมปลาย 1 คน ปริญญาตรี 12 คน ปริญญาโท 14 คน ไปจนถึงปริญญาเอก 1 คน และรวม ปวส. อีก 2 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในที่ต่าง ๆ ที่หลากหลาย ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล 18 คน ภาคกลาง 1 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 คน ภาคเหนือ 4 คน ภาคใต้และภาคตะวันตก 41 คน ประกอบอาชีพที่หลากหลาย เช่น รับจ้างทั่วไป ฟรีแลนซ์ มัณฑนากร พนักงานบริษัท อาจารย์มหาวิทยาลัย นักศึกษา รวมไปถึงแม่บ้าน มีผู้เล่นที่มีทั้งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 9,500 บาท ไปจนถึง 100,000 บาท และยังมีผู้ที่ยังไม่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนด้วย

**1.2 ผลจากการวิจัยเชิงสำรวจ** พบว่า กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.75 เพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 5.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 71.50 และสมรส คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.75 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 6.25 และอนุปริญญาตรี / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 3.75 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล) คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือ รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50

### 2. พฤติกรรมการและความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของผู้เล่นเกมโปเกมอน โกในสังคมไทย

**2.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก** พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการใช้โทรศัพท์มือถือในการเล่นโปเกมอน โก ทุกวัน โดยมีเวลาการเล่นในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงาน ช่วงหลัง 18.00 นาฬิกา แต่บางส่วนก็เล่นตอนกลางคืนไปจนถึงช่วง 0.00 นาฬิกา โดยผู้เล่นโปเกมอน โก เหล่านี้มีระยะเวลาการเล่นตั้งแต่ 2 ชั่วโมง ไปจนถึง 6 ชั่วโมงต่อวัน เริ่มเล่นเกมโปเกมอน โก มาตั้งแต่วันที่แรกที่เกมโปเกมอน โก ได้เปิดให้มีการเล่นขึ้นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการเล่นที่หลากหลาย ได้แก่ เพราะรู้จักเกมโปเกมอน โก มาก่อนหน้านี้อยู่แล้ว เพราะต้องการความสนุกสนานเพื่อคลายเครียด เพราะต้องการเล่นเพื่อเข้าสังคม หรือเพราะต้องการเล่นเพื่อต้องการลองรูปแบบการเล่นใหม่ ๆ ของเกมโปเกมอน โก เพราะต้องการทำความรู้จักกับโปเกมอน โก เพราะที่ต้องการจะสะสมโปเกมอน ให้ครบหมดทุกตัว หรือเพราะต้องการฝึกภาษาอังกฤษจากการสัมภาษณ์เรื่องความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน จากกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก พบว่า ผู้เล่นโปเกมอน โก มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนในแต่ละด้าน

ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก พบว่า ผู้เล่นโปเกมอน โก มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ 1) ด้านความรู้สึกถึงความเป็นสมาชิกในกลุ่มจริง กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก ส่วนใหญ่มีความรู้สึกถึงความเป็นสมาชิกในกลุ่มจริง มีการเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนในกลุ่มที่ค่อนข้างบ่อยให้ความสำคัญกับกฎระเบียบภายในกลุ่ม และมีการใช้ภาษาเฉพาะทางในกลุ่มกันทุกคน 2) ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น พบว่ากลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โก มีการติดตามข่าวสาร และได้รับข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับการเล่นเกมโปเกมอน โก จากในกลุ่มกันหมดทุกคน มีการเข้าไปพูดคุยสนทนาในกลุ่มโปเกมอน โก ที่ค่อนข้างบ่อย 3) ด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน พบว่า ผู้เล่นโปเกมอน โก มีการเข้าไปพูดคุย ตอบกระทู้ ตอบโพสต์ต่าง ๆ อยู่เสมอ

เพื่อเติมเต็มความต้องการของผู้ตั้งกระทู้ มีการให้ความช่วยเหลือกับคนในกลุ่มจริง ๆ แต่เรื่องที่จะช่วยต้องอยู่ในขอบเขตความสามารถที่ได้และไม่ซ้ำกับคนอื่น มีการแชร์หรือแบ่งปันข้อมูล (4) ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน พบว่า ผู้เล่นไปเกมอื่น โกไม่ค่อยได้มีการตั้งกระทู้โพสพูดคุยเรื่องต่าง ๆ ภายในกลุ่มเลย แต่อาจจะมีโพสบ้างถ้าเป็นกระทู้แนวต้องการความช่วยเหลือ มีการแบ่งปันช่วยประสบการณ์ในการเล่นของตนเองให้กับคนในกลุ่มเสมอ มีการชักชวนออกไปทำกิจกรรมอย่างอื่นที่นอกเหนือจากการเล่นไปเกมอื่น โกอยู่สม่ำเสมอ มีกลุ่มพูดคุยส่วนตัว หรือกลุ่มเฉพาะที่แยกมาจากกลุ่มหลัก และมีการให้ความช่วยเหลือกับคนในกลุ่มส่วนตัว มีความเห็นตรงกันว่า เป็นเรื่องของความถ้อยที่ถ้อยอาศัย หากสามารถช่วยได้ก็จะช่วย

**2.2 ผลจากการวิจัยเชิงสำรวจ** พบว่า พฤติกรรมการเล่นไปเกมอื่น โก พบว่า มีผู้เล่นไปเกมอื่น โก ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ในการเล่นเกมไปเกมอื่น โก คิดเป็นร้อยละ 99.25 และใช้แท็บเล็ต คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีการเล่นเกมไปเกมอื่น โก ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 87.25 รองลงมาคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.00 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเล่นเกมในแต่ละครั้ง 30 นาที - 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.50 ส่วนใหญ่เล่นในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือ 16.00-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 53.75 วัตถุประสงค์ของผู้เล่นไปเกมอื่น โก ส่วนใหญ่ คือ เล่นเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อความบันเทิงต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 95.25 รองลงมาคือ เล่นเพราะเคยรู้จักไปเกมอื่น โก ในรูปแบบของสื่ออื่น ๆ มาก่อนหน้านี้ คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมาอีกคือ เล่นเพื่อต้องการออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 34.75 และเล่นเพื่อต้องการสังคมพบปะพูดคุย ทำกิจกรรมร่วมกันในหมู่ผู้เล่น คิดเป็นร้อยละ 34.25

โดยภาพรวมผู้เล่นส่วนใหญ่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โก อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเป็นสมาชิก (Mean = 3.60) รองลงมาคือ ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น (Mean = 3.55) รองลงมาอีกคือ ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน (Mean = 2.93, SD. = 0.80) และด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน (Mean = 2.93, SD. = 0.68) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โก

ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โก	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นสมาชิก	3.60	0.58	มาก
ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น	3.55	0.62	มาก
ด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน	2.93	0.68	ปานกลาง
ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน	2.93	0.80	ปานกลาง
รวม	3.25	0.59	ปานกลาง

### 3. พฤติกรรมการเล่นเกมไปเกมอื่น โก ของผู้เล่นที่มีลักษณะประชากร และพฤติกรรมการเล่นที่แตกต่างกัน

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน ในการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า ลักษณะทางประชากรมีเพียง อายุ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นด้านความบ่อยในการเล่นไปเกมอื่น โก ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญ จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน ในขณะที่ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นไปเกมอื่น โก โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### 4. ความสัมพันธ์ของความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน และพฤติกรรมการเล่นของผู้เล่นไปเกมอื่น โก ในสังคมไทย

4.1 ผลจากการทดสอบสมมติฐาน ผู้เล่นที่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โก ต่างกัน มีพฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โก ที่แตกต่างกัน จากการศึกษา ในด้านความถี่ในการเล่นต่อสัปดาห์ พบว่า ผู้เล่นที่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โก ต่างกัน มีพฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โก

ด้านความถี่ในการเล่นต่อสัปดาห์ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ด้านระยะเวลาในการเล่นแต่ละครั้งพบว่า ผู้เล่นที่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเล่นเกมไปเกมอื่น โโก ด้านระยะเวลาในการเล่นแต่ละครั้งที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05

4.2 ผลจากการทดสอบสมมติฐาน ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก กับพฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โโกมีความสัมพันธ์กัน จากการศึกษา ด้านความบ่อยในการเล่นเกมไปเกมอื่น โโกต่อสัปดาห์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นสมาชิกในกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.179$ ) และปัจจัยความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.121$ ) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน ในขณะที่ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นไปเกมอื่น โโก โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกันในกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.316$ ) ปัจจัยด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกันในกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.316$ ) ปัจจัยความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.281$ ) และปัจจัยด้านความเป็นสมาชิกในกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก ( $r = 0.267$ ) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่สามารถทำนายพฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โโกในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นไปเกมอื่น โโก โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง สามารถสรุปดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่เป็นปัจจัยพยากรณ์ต่อพฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โโก ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นไปเกมอื่น โโก โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

ปัจจัยความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน	พฤติกรรมในการเล่นไปเกมอื่น โโก ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นไปเกมอื่น โโก โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง				
	B	S.E	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.263	.521		.505	.614
ความเป็นสมาชิกในกลุ่ม	.346	.224	.119	1.544	.123
ความมีอิทธิพลต่อกัน	.056	.233	.021	.238	.812
การร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน	.072	.228	.029	.314	.753
การแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกันในกลุ่ม	.442	.183	.209	2.413	.016

R Square = .116 S.E.E = 1.593 F = 12.964 Sig. = .000 p = <0.05

เมื่อพิจารณาตัวแปรที่อิสระที่มีผลต่อความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกันในกลุ่มผู้เล่นไปเกมอื่น โโก (Beta = 0.209) มีค่า  $t = 2.413$  และมีค่า Sig. = 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า แม้ผู้เล่นไปเกมอื่น โโกจะมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนโดยรวมที่เห็นได้ในระดับที่ไม่ชัดเจนมาก แต่ถ้าหากสังเกตจากลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมของผู้เล่นไปเกมอื่น โโกอย่างถี่ถ้วน จะพบว่าผู้เล่นไปเกมอื่น โโกหลายคนเองก็ยังมีลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนอยู่บ้าง สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์ให้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ อาจมีความเป็นไปได้ว่าการทำแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ตนั้นมีความแตกต่างกับการสัมภาษณ์ที่เป็น การสื่อสารในลักษณะโดยตรงระหว่างผู้ให้ข้อมูลกับตัวผู้วิจัยบนโลกแห่งความเป็นจริง ในขณะที่การทำแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ตนั้น เป็นการให้ข้อมูลผ่านตัวกลาง ในที่นี้คือแบบสอบถามบนอินเทอร์เน็ต ถือว่าไม่ได้เป็นการให้

ข้อมูลกับผู้วิจัยโดยตรง ทำให้กลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามออนไลน์บางคนไม่สามารถให้ข้อมูลที่เจาะจงหรือชัดเจนได้เท่ากับการสัมภาษณ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภนิสา ทดลา [12]

นอกจากนี้ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกยังจะเห็นได้จากผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทั้ง 4 ด้าน พบว่า โดยรวมผู้เล่นโปเกมอน โกส่วนใหญ่มีความเห็นที่ในเชิงที่ให้ความสำคัญกับความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด อีกทั้งยังมีบางส่วนที่ผู้เล่นโปเกมอน โกให้ความเห็นตรงกันในการให้ความสำคัญกับความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนอีกด้วย ได้แก่ การใช้ภาษาเฉพาะทางในกลุ่ม การติดตามข่าวสารจากคนในกลุ่ม และการได้รับข้อมูลเทคนิคเกี่ยวกับการเล่นโปเกมอน โกจากในกลุ่ม การให้ความช่วยเหลือต่างๆ กับคนในกลุ่ม การแชร์หรือแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจให้กับคนในกลุ่มและการให้ความช่วยเหลือกับคนในกลุ่มส่วนตัว

จากผลการวิจัยในด้านพฤติกรรมการเล่นโปเกมอน โกบางส่วน ก็ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang and Liu [9] ด้วยว่า ผู้เล่นโปเกมอน โกมีจุดประสงค์ หรือแรงจูงใจในการเล่นโปเกมอน โก ได้แก่ เพราะรู้จักเกมโปเกมอนมาก่อนหน้านี้อยู่แล้ว เพราะต้องการความสนุกสนานเพื่อคลายเครียด เพราะต้องการออกกำลังกาย เพราะต้องการเล่นเพื่อเข้าสังคม เพราะต้องการทำความรู้จักกับโปเกมอน โกเพราะที่ต้องการจะสะสมโปเกมอน โกให้ครบหมดทุกตัว หรือเพราะต้องการฝึกภาษาอังกฤษ ซึ่งวัตถุประสงค์เหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวในบางส่วนว่า มีแรงจูงใจ ที่มีผลต่อการเล่นโปเกมอน โก ได้แก่ เพื่อความสนุก ที่จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นโปเกมอน โกมีจุดประสงค์ในการเล่นความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือเพื่อการระลึกถึงอดีตที่เคยรู้จักโปเกมอน โกที่จากผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นโปเกมอน โกมีจุดประสงค์ในการเล่นเพราะเคยรู้จักโปเกมอน โกในรูปแบบของสื่ออื่น ๆ มาก่อน รองลงมาอีกคือเพื่อออกกำลังกาย (Exercise) ที่จากผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นโปเกมอน โกมีจุดประสงค์ในการเล่นเพื่อต้องการออกกำลังกาย รองลงมาอีกคือเพื่อความต้องการรักษาสุขภาพ และเพื่อต้องการเริ่มต้นความสัมพันธ์ใหม่ ๆ จากผลการวิจัยพบว่าผู้เล่นโปเกมอน โกมีจุดประสงค์ในการเล่นเพื่อต้องการสังคม พบปะพูดคุย ทำกิจกรรมร่วมกันในหมู่ผู้เล่น รองลงมาอีกคือเพื่อบรรลุความสำเร็จ ที่จากผลการวิจัย พบว่า ยังมีผู้เล่นโปเกมอน โกบางส่วนที่ยังเล่นโปเกมอน โก ด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุเป้าหมายตามความต้องการตัวเองอยู่ด้วย เช่น ต้องการจับโปเกมอนให้ครบทุกตัว หรือต้องการฝึกภาษาอังกฤษ ฯลฯ

นอกจากนี้ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการเล่นโปเกมอน โกก็ยังมีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ágnes et al. [10] อีกด้วย ว่าแรงจูงใจที่มีผลต่อการเล่นโปเกมอน โก ได้แก่ เล่นเพื่อได้ทำกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor Activity) เล่นเพื่อระลึกถึงอดีตที่เคยรู้จักกับโปเกมอนมาก่อน และจินตนาการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมอีกด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว แม้ว่าในกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกโดยรวมจะมีพฤติกรรมที่ไม่ได้แสดงถึงความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนที่ชัดเจนมากนัก แต่กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกก็ยังคงมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนอยู่บ้างในระดับปานกลาง ดังจะเห็นได้จากผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณที่ผู้เล่นโปเกมอน โกมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนในด้านต่าง ๆ

### ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมให้มีการเล่นโปเกมอน โกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยให้มากขึ้น ทั้งในด้านการท่องเที่ยวและการตลาด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้ หรือจะนำแนวคิด Gamification [15] เข้ามาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวให้เข้ากับเกมโปเกมอน โกก็ได้เช่นกัน เช่น หากสามารถจับโปเกมอน หายากได้จำนวนหนึ่ง ก็จะได้รับรางวัลที่ช่วยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น ฯลฯ

2. กลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกเป็นกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มผู้เล่นโปเกมอน โกจะมีการพบเจอกันในสถานที่จริงต่าง ๆ โดยที่เกมโปเกมอน โกเป็นเกมที่จะต้องเล่นเกมอยู่บนสถานที่จริง ทำให้ต้อง



พบเจอกัน ซึ่งจะต่างจากกรณีเกมอื่น ๆ ดังนั้นกรณีเกมโปเกมอน โกจึงเป็นกรณีที่น่าสนใจมาก จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาดของเกมโปเกมอน โก แรงจูงใจที่ทำให้ผู้เล่นอยากโปเกมอน โกขึ้นมา ฯลฯ

3. จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าในประเทศไทยยังมีงานวิจัยหรือผลงานทางด้านวิชาการต่าง ๆ ที่มีการใช้แนวคิด ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน เป็นแนวคิดหลักในการศึกษาที่ค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีกรณีศึกษาที่น่าสนใจอีกมากที่สามารถใช้แนวคิดดังกล่าวนี้นำมาเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาได้ เช่น ศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ชนกลุ่มน้อย ฯลฯ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] Bulbapedia. (2017). **Pokémon GO**. Retrieved from [bulbapedia.bulbagarden.net/wiki/Pokémon\\_GO](http://bulbapedia.bulbagarden.net/wiki/Pokémon_GO).
- [2] FlashFly. (2559). ยอดดาวน์โหลด Pokémon GO ทะลุ 100 ล้านครั้ง ฟันรายได้วันละ 348 ล้านบาท. สืบค้นจาก <http://www.flashfly.net/wp/153745>
- [3] Gamespot. (2017). **Pokemon Go Has 65 Million Monthly Active Users, As Dev Teases New Features**. Retrieved from: <https://www.gamespot.com/articles/pokemon-go-has-65-million-monthly-active-users-as-/1100-6449243/>
- [4] Polygon. (2016). **The Game Awards: Here's the full winners list**. Retrieved from: <http://www.polygon.com/2016/12/1/13784410/the-game-awards-winners>
- [5] Nintendo Power. (2017). **Pokemon GO receives BAFTA Games Mobile Award**. Retrieved from: <https://nintendo-power.com/2017/04/08/pokemon-go-receives-bafta-games-mobile-award/>
- [6] Digital Age. (2560). **สรุปปรากฏการณ์ “ล่ากในตำนาน” Pokemon Go ในไทย**. สืบค้นจาก <http://www.digitalagemag.com/legendary-pokemon-thailand/>
- [7] McMillan, D.W. & Chavis, D.M. (1986). Sense of community: A definition and theory. **American Journal of Community Psychology**, 14(1), 6-23.
- [8] Gusfield, J. R. (1975). **The community: A critical response**. New York: Harper Colophon.
- [9] Yang, Chia-chen & Liu, Dong. (2017). Motives Matter: Motives for Playing Pokémon Go and Implications for Well-Being. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 20(1), 52-57.
- [10] Ágnes Zsila, Gábor Orosz, Beáta Bothe, István Tóth-Király, Orsolya Király, MarkGriffiths & Zsolt Demetrovics. (2017). **An empirical study on the motivations underlying augmented reality games: The case of Pokémon Go during and after Pokémon fever**. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886917304117>
- [11] อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ. (2551). **การสร้างชุมชนเสมือนจริงในเกมออนไลน์กับ พฤติกรรมการติดสื่อออนไลน์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิดำรงชัยธรรม.
- [12] ศุภิสรา ทดลา. (2542). **รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- [13] Obst, Patricia. (2004). **Community Connections: Psychological Sense of Community and Identification in Geographical and Relational Settings**. Brisbane City: School of Psychology and Counselling Queensland University of Technology.
- [14] เบลูจกั๊ด จงหมื่นไวย, กริช กองศรีมา, แสงเพชร พระฉาย, สายสุนีย์ จัปโจร และอรุณ ชูยกระเดื่อง. (2561). **เกมมิฟิเคชันเพื่อการเรียนรู้**. *วารสารโครงการนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 4(2), 36-45.
- [15] O'Donovan, S., Gain, J., and Marais, P. (2013). **A case study in the gamification of a university-level games development course**. Paper presented at the Proceedings of the South African Institute for Computer Scientists and Information Technologists Conference, East London, South Africa.