

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของประชาชนที่ใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ของประชาชน เฉพาะในห้างสรรพสินค้าใหญ่ 5 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เดอะมอลล์ บางแค , เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน , มาบุญครอง , อิมพีเรียล ลาดพร้าว และซีคอนสแควร์ โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 ตัวอย่าง ซึ่งสุ่มเลือกมาศึกษาจากห้างสรรพสินค้าทั้ง 5 แห่ง ทั้งนี้ ในการวิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ โดยให้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และตารางแสดงความสัมพันธ์ (Cross Tabulation) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 400 ตัวอย่างนั้น เป็นเพศชายร้อยละ 52 รองลงมา คือ เพศหญิงร้อยละ 48 ส่วนใหญ่มีอายุ 18 - 21 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้ว พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาท

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่ไม่มีรายได้ของตัวเอง ได้รับค่าใช้จ่ายจากบิดามารดาเดือนละ 1,000 - 2,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบิดาประกอบกิจการส่วนตัวมากที่สุด มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 - 20,000 บาท และมีมารดาประกอบอาชีพเป็นแม่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ประกอบอาชีพค้าขาย และมีระดับรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท โดยกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพทางครอบครัวซึ่งบิดามารดาอยู่ด้วยกันและพักอาศัยร่วมกับบิดามารดา ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกวัน โดยในแต่ละครั้งมีปริมาณการเปิดรับสื่อมากกว่า 3 ชั่วโมง รองลงมาคือ สื่อวิทยุ ส่วนวิดีโอเกม (ที่บ้าน) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีเครื่องเล่นชนิดนี้ที่บ้าน

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่กว่าครึ่งหนึ่งมาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์นานๆ ครั้ง ประมาณ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง ส่วนมากจะมาใช้บริการในวันเสาร์ - อาทิตย์มากที่สุด หรือมาใช้บริการในช่วงเย็นหลังเลิกเรียน/เลิกงาน และมักจะมาพร้อมกับเพื่อน

ระยะเวลาในการให้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์แต่ละครั้งประมาณ 16 - 30 นาที และเสียค่าใช้จ่ายในการให้บริการในแต่ละครั้งน้อยกว่า 50 บาท ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกให้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ประเภทเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) รองลงมาคือ วิดีโอเกม โดยให้เหตุผลในการมาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าคือ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน และช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน/ทำงาน เพื่อฝึกทักษะการใช้มือและสายตา ต้องการกิจกรรมทำเป็นเพื่อนแก้เหงา และทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากต่อความสนุกสนานเพลิดเพลินในเกม ความตื่นเต้นระทึกใจในเกม ความแปลกใหม่ในรูปแบบของเกม การออกแบบของเครื่องเล่นที่ทันสมัย สวยงาม การได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ การได้เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ การได้ฝึกสมองและทักษะ การได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การได้ผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน/ทำงาน และการได้พูดคุยกับเพื่อนคนอื่นที่เล่นเหมือนกัน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการได้เล่นพนันกับเพื่อน การได้ออกมานอกบ้าน การได้ใกล้ชิดกับแฟน/คนรัก และการได้หลีกเลี่ยงบ่นทะเลาะกันของผู้ใหญ่

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีสัดส่วน 52:48 ทั้งเพศชายและเพศหญิงจะมาใช้บริการแบบนานๆ ครั้งคือ ประมาณ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการใช้บริการนานประมาณ 16 - 30 นาที โดยใช้จ่ายมากที่สุดในระดับน้อยกว่า 50 บาท กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงเลือกให้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ประเภทเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) มากที่สุด รองลงมาคือ วิดีโอเกม ทั้งนี้เหตุผลในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์คือ ต้องการความ

สนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนทำงาน เพื่อฝึกทักษะการใช้มือและสายตา เป็นต้น

สำหรับความสัมพันธ์ของอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 - 21 ปี มาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 13-17 ปี โดยเลือกใช้บริการประเภทเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) มากที่สุด รองลงมาคือ วิดีโอเกม แต่ครั้งมีระยะเวลาในการใช้บริการ 16 - 30 นาที และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในระดับ 51 - 100 บาท ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากและอายุน้อยต่างก็เลือกใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ประเภทเดียวกันคือ เกมจำลองสถานการณ์ โดยมีเหตุผลในการมาใช้บริการคือ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนทำงาน นอกจากนี้ยังทำให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ อีกด้วย

ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมาใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มพวกอาชีวศึกษาและอนุปริญญา ส่วนใหญ่มาให้บริการนานๆ ครั้งคือ ประมาณ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง) มีระยะเวลาในการใช้บริการ 16 - 30 นาที โดยเสียค่าใช้จ่ายในระดับน้อยกว่า 50 บาท เลือกใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ประเภทเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) มากที่สุด โดยมีเหตุผลในการใช้บริการคือ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนทำงาน และเพื่อฝึกทักษะการใช้มือและสายตา

ความสัมพันธ์ของรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้วมาใช้บริการมากที่สุด โดยมีสองกลุ่มรายได้คือ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท มาให้บริการนานๆ ครั้งคือ ประมาณ 3-4 สัปดาห์ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการใช้บริการ 16 - 30 นาที และใช้จ่ายมากที่สุดในระดับน้อยกว่า 50 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท เลือกใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ประเภทเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) มากที่สุด

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกใช้บริการประเภทวิดีโอเกม และเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ 33:32 โดยมีเหตุผลในการใช้บริการคือ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน/ทำงาน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่ไม่มีรายได้ของตัวเอง ได้รับค่าใช้จ่ายจากบิดามารดาผู้ปกครอง มีสองกลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับค่าใช้จ่ายเดือนละประมาณ 1,000-2,000 บาท มาใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับค่าใช้จ่ายเดือนละ 2,001-3,000 บาท โดยทั้งสองกลุ่มมาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์แบบนานๆ ครั้งคือ ประมาณ 2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการใช้บริการ 15 นาที และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในระดับน้อยกว่า 50 บาท สำหรับประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ที่ใช้บริการมากที่สุดคือ วิดีโอเกม และเกมจำลองสถานการณ์ (ซีมูเลเตอร์) ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ 80:79 โดยมีเหตุผลในการมาใช้บริการคือ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน/ทำงาน ช่วยให้ได้ฝึกทักษะการใช้มือและสายตา

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถแยกอภิปรายได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์นานๆ ครั้ง (น้อยกว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์) โดยจะมาใช้บริการในวันเสาร์ - อาทิตย์ มากที่สุด หรือมาใช้บริการในช่วงเย็นหลังเลิกเรียน/ เลิกงาน โดยมีระยะเวลาในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์แต่ละครั้ง ประมาณ 16 - 30 นาที และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้งน้อยกว่า 50 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิภา อุดมจันทร์

(2533) เกี่ยวกับเรื่องผลกระทบของ วิดีโอเกมต่อเด็กญี่ปุ่น ซึ่งพบว่า การเล่นเกมเป็นงานอดิเรกที่ทั้งเด็กญี่ปุ่นและเด็กไทยชอบเป็นอันดับ 3 รองจากการอ่านการ์ตูนและการดูโทรทัศน์ โดยทั้งเด็กญี่ปุ่นและเด็กไทยต่างก็เคยเล่นเกมมาพอๆ กันคือ 97% และ 94% ตามลำดับ ทั้งนี้เด็กไทยจะใช้เวลาเล่นเกมอยู่ระหว่างครึ่งถึง 1 ชั่วโมง จากการศึกษายังพบว่าเหตุผลในการมาใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน และช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Stephenson (1967) เจ้าของทฤษฎีการเล่นได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์เราต้องการผ่อนคลายจากความตึงเครียด ต้องการพักผ่อน และจำเป็นต้องแสวงหาความสนุกสนาน ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ตัวเอง โดยการหลบหนีจากความจริงชั่วขณะหนึ่งด้วยวิธีการเปิดรับสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างสมดุลในชีวิต นอกจากนี้ยังให้เหตุผลในการมาใช้บริการเพิ่มเติมว่าเพื่อฝึกทักษะการใช้มือและสายตา ซึ่งสอดคล้องกับ Bloom (1956) ซึ่งได้จัดแบ่งลักษณะพฤติกรรมของบุคคลออกตามนิสัยของการเรียนรู้ 3 ลักษณะคือ

1. ทูทอพิสัย (Cognitive Domain) เป็นพฤติกรรมทางด้านการใช้ความจำ ความคิด และการแก้ปัญหาด้วยการใช้สมองหรือสติปัญญา
2. ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมทางด้านการใช้ทักษะการเคลื่อนไหว และการใช้กล้ามเนื้อของร่างกาย
3. จิตพิสัย (Affective Domain) เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ทางด้านจิตใจ เจตคติ ความรู้สึก และอารมณ์ และยังสอดคล้องกับ Gagne (1977) ซึ่งได้จำแนกความสามารถหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของบุคคลคือ ทักษะทางกล้ามเนื้อ (Motor skills) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อร่างกายให้เกิดทักษะความแม่นยำและความชำนาญ

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากต่อความสนุกสนาน เพลิดเพลินในเกม ความตื่นเต้นระทึกใจในเกม ความแปลกใหม่ในรูปแบบของเกม ดีไซน์ของเครื่องเล่นที่ทันสมัยสวยงาม การได้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ การได้เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ การได้ฝึกสมองและทักษะ การได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การได้ผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียน/ทำงาน และการได้พูดคุยกับเพื่อนคนอื่นที่เล่นเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งอธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นอกเหนือจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) ได้กล่าวไว้ เช่น ความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรัก ความนับถือ และความสำเร็จในชีวิต นั่นคือ ความต้องการอยากจะเรียนรู้ (Need of Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสถานะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน และยังคงสอดคล้องกับชุดตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่ง Blumer, Mcquail และ Brown ได้สร้างไว้ คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) จะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น
3. เอกลัทธิของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิง (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำตามความเชื่อของตน
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เพื่อให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น

3. ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ เช่น ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และเหตุผลในการใช้บริการ

ระดับอายุที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของพฤติกรรมทางด้านความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และเหตุผลในการใช้บริการ

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ เช่น ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และเหตุผลในการใช้บริการ

ความแตกต่างกันทางด้านรายได้ ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ เช่น ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และเหตุผลในการใช้บริการ

ซึ่งผลการศึกษาที่ได้พบว่า มีความขัดแย้งกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน , 2533) ที่กล่าวว่า

1. อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม
2. ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่ติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

3. อิทธิพลของการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ทำให้คนมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการแตกต่างกันไป
4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม的开รับสื่อแตกต่างกัน

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าตามทฤษฎีการเล่น (Play Theory) แล้ว ผู้คนมีความต้องการที่จะหลีกหนีจากสภาพที่คนต้องเผชิญอยู่ทุกวัน ทั้งในด้านการงาน อาชีพต่างๆ ซึ่งคอมพิวเตอร์เกมจะเป็นทางออกทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้คนสามารถหลีกหนีจากปัญหา ความกดดันต่างๆ ในความเป็นจริงได้ชั่วขณะ ขณะที่เล่นเกมอยู่ ตามที่ Stephenson เจ้าของทฤษฎีการเล่นได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์เราต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด ต้องการพักผ่อน และจำเป็นต้องแสวงหาความสนุกสนาน ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ตัวเอง โดยการหลีกหนีจากความจริงชั่วขณะหนึ่ง ด้วยวิธีการเปิดรับสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างสมดุลในชีวิต

กล่าวโดยสรุปก็คือ ในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า ถือได้ว่าเป็นการเล่นอย่างหนึ่งที่เป็นการสื่อสารจากสื่อเครื่องเล่นไปสู่ประชาชน โดยที่เนื้อหาของเกมเหล่านั้นทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเพลิดเพลิน เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนทำงาน และหลีกหนีจากความจริงชั่วขณะที่กำลังเล่นเกมอยู่ เมื่อเล่นเกมจบแล้ว ก็จะกลับมาเผชิญหน้ากับความเป็นจริงเหมือนเดิม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ แม้ว่าจะได้มีการจัดแบ่งประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าออกเป็น 5 ประเภทก็ตาม ทั้งนี้เทคโนโลยีของการผลิตสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งประเภทของสื่อและลักษณะของเกม อย่างไรก็ตาม การศึกษาข้อมูลของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ในอนาคต อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนประเภทไปเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้นจริงๆ

2. ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นเพียงการศึกษาพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าของประชาชนเท่านั้น มิได้ศึกษาให้ครอบคลุมไปถึงผลกระทบหรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อประชาชน หรือแม้แต่พฤติกรรมของประชาชนภายหลังจากการได้ใช้สื่อไปแล้ว จึงน่าที่จะมีการศึกษาอย่างต่อเนื่องเมื่อสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้ามีการขยาย หรือแพร่หลายออกไปมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการใช้สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับประชาชนต่างจังหวัด เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และสังคมของประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่มีความแตกต่างกัน

2. ควรทำการศึกษาลงลึกในการจูงใจผู้มาใช้บริการของผู้ให้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ เนื่องจากการแพร่กระจายของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ดังกล่าว เป็นไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง อีกทั้งยังสามารถครอบคลุมความนิยมของประชาชนในทุกระดับได้อีกด้วย