

การพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดร่วมกับผู้ติดเกมออนไลน์

Interactive Game Development for Creating a Marketing Plan, in Collaboration with Avid Online Gamers

นิชยา ศรีสุชาติ¹ ณัฐพล นาคคู่สุข² ธันวิตา สิริวรภัทร พุทธพงษ์ศิริพร³

Nichaya Srisuchart¹ Nuttapol Naksusook² Thunwita Sirivorapat Puthpong Siriporn³

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Tel: 08-3999-9350 E-mail: nichayasri@pim.ac.th

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

²Lecturer, Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Tel: 08-1988-8615 E-mail: nuttapolnak@pim.ac.th

³อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

³Lecturer, Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Tel: 08-1840-2540 E-mail: thunwitaput@pim.ac.th

(Received: March 8, 2025 ; Revised: April 30, 2025 ; Accepted: May 5, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาประสิทธิผลของการบูรณาการเกมออนไลน์เข้ากับกระบวนการเรียนรู้การวางแผนการตลาด โดยคำนึงถึงทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของเกมที่มีต่อเยาวชน โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ (1) ศึกษาข้อคิดเห็นของผู้ติดเกมออนไลน์ก่อนพัฒนาเกมและหลังการเล่นเกมต้นแบบสำหรับพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด (2) ศึกษาข้อคิดเห็นของผู้เรียนทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนโดยใช้การเล่นแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด (3) พัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด โดยใช้ชื่อเกมว่า "MarkWarrior" ซึ่งผสมผสานองค์ประกอบที่น่าสนใจจากเกมออนไลน์ยอดนิยมเข้ากับเนื้อหาการจัดทำแผนการตลาด โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักศึกษาผู้ติดเกมออนไลน์และนักศึกษานิติศาสตร์ในโครงการห้องเรียนนวัตกรรมระดับปริญญาตรี ทั้งก่อนและหลังการทดลองใช้เกม ผลการวิจัยชี้ว่าเกมที่พัฒนาขึ้นช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพิ่มความพึงพอใจ และพัฒนาทักษะการวางแผนการตลาดของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของเกมในการเป็นเครื่องมือทางการศึกษาด้านธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เกมแบบปฏิสัมพันธ์, แผนการตลาด, เกมออนไลน์

Abstract

This study explored the potential of leveraging online game engagement to improve learning outcomes in marketing plan development, acknowledging both the potential benefits and drawbacks of video games for young people. The research pursued three objectives: (1) to analyze the perceptions of avid online gamers before and after the development of an interactive marketing plan game; (2) to analyze student perceptions of the game-based learning activity using the interactive marketing plan game before and after implementation; and (3) to develop an interactive marketing plan game, "MarkWarrior," that incorporates engaging mechanics and elements from popular online games. Qualitative data was gathered through focus group interviews with undergraduate students—both avid online gamers and those participating in an innovative business program—before and after playing the game. Results showed significant improvements in student engagement, satisfaction, and marketing planning skills, suggesting the potential of the game as a practical and effective business educational tool.

Keywords: *interactive game, marketing plan, online game*

บทนำ

ในโลกยุคดิจิทัล เกมได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเด็กและเยาวชน แต่อิทธิพลของเกมนี้สามารถถือเป็นดาบสองคมที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยด้านหนึ่ง เกมสามารถมอบความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และสร้างความสุขให้แก่ผู้เล่น อีกด้านหนึ่งคืออันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาถึงเกมออนไลน์ที่เยาวชนมักใช้เวลาเล่นมากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่การขาดความยับยั้งชั่งใจและการควบคุมตนเอง จนส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในการเสพติดเกม ทำให้เสียการเรียน เสียสุขภาพ และก่อให้เกิดผลกระทบต่อการศึกษาสัมพัทธ์กับบุคคลรอบข้างในสังคมได้ ข้อมูลเชิงสถิติแสดงให้เห็นว่าเยาวชนไทยมีการใช้เวลาเล่นเกมออนไลน์อยู่ระหว่าง 2-5 ชั่วโมงต่อวัน เกมที่ได้รับความนิยมอย่างสูงมีหลายประเภท เกมประเภทแอ็กชัน เช่น ROV ซึ่งเป็นเกมการต่อสู้เป็นทีม มีภาพกราฟิกและเสียงที่ตื่นเต้นตื้นใจ การออกแบบตัวละครที่โดดเด่น และมีรูปแบบการเล่นที่สนุกสนาน PUBG ซึ่งเป็นเกมแนวต่อสู้เพื่อเอาชีวิตรอดโดยการเลือกอาวุธประเภทต่างๆ เพื่อโจมตีศัตรูในหลากหลายสมรภูมิ และ Free Fire ซึ่งเป็นเกมยิงต่อสู้ที่ดุเดือดมีการกำหนดให้เลือกอาวุธเพื่อต่อสู้โจมตีฝ่ายตรงข้ามจนกว่าจะเหลือผู้รอดชีวิตเพียงคนเดียวเป็นผู้ชนะ เป็นต้น และเกมกลุ่มนี้เป็นเกมที่นักเรียนเล่นมากที่สุด (ร้อยละ 79.10) ซึ่งบางเกมยังจัดอยู่ในกลุ่มเกมที่มีความก้าวร้าว นอกจากนี้พฤติกรรมการติดเกมมากยังส่งผลเสียในหลายๆด้านอีกด้วย (Bhatiasavi & Pholpirul, 2020)

อย่างไรก็ตาม ในแวดวงการศึกษาได้มีการนำเกมมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่น่าสนใจ เนื่องจากเกมสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาทักษะที่สำคัญตั้งแต่วัยเรียนไปจนถึงวัยทำงาน จนถึงขั้นที่หลายองค์กรได้มีการนำเกมมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร อันเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ของคณะบริหารธุรกิจ ณ สถาบันการอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยยบรรมัท (Corporate university) มีแนวคิดในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นนวัตกรรมที่มีความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างคล่องตัวผ่านการคัดเลือกนักศึกษาในแต่ละชั้นปีมาทำโครงการนวัตกรรมแล้วฝึกฝนให้รู้จักการนำเสนอแนวคิด โครงการ หรือธุรกิจ เพื่อสร้างความสนใจและโน้มน้าวผู้ฟังให้สนับสนุนหรือลงทุน (Pitching) เพื่อส่งผลงานเข้าประกวดแข่งขันในเวทีประกวดระดับชาติและนานาชาติต่อไป โดยเริ่มจากการคัดเลือกนักศึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าจัดกระบวนการเรียนการสอนแบบเข้มข้นพิเศษห้องละ 15-30 คนต่อรุ่น โดยจัดให้มีกระบวนการฝึกฝนให้นักศึกษาคิดค้นนวัตกรรมธุรกิจ (Srisuchart et al., 2024) และจัดทำแผนการตลาดซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการฝึก Pitching เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการประกวดแข่งขันในเวทีการประกวดแข่งขันระดับอุดมศึกษา ซึ่งมีการดำเนินการมาแล้วตั้งแต่ปี 2564 และทำให้นักศึกษาสามารถคว้ารางวัลจากหลายเวทีได้อย่างประสบผลสำเร็จ โดยในปี 2567 พบว่านักศึกษาที่ผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนนี้ได้รับรางวัลจากการประกวดระดับชาติหลายเวที เช่น Ted Fund, I New Gen Award, Higher Education Innovation Award (วช.) รวม 8 รางวัล

ในการดำเนินงานการจัดการเรียนการสอนผ่านกระบวนการดังกล่าวพบว่า นักศึกษามีการเรียนอย่างเข้มข้นทุกวิชา นำโดยทีมโค้ช มีการนัดเรียนและให้คำปรึกษาเสริมสัปดาห์ละครั้งโดยจัดผู้มีความเชี่ยวชาญในส่วนต่างๆมาสอนนักศึกษา เช่น อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีและงานวิเคราะห์งบการเงิน เข้าสอนเสริมด้านการจัดทำแผนการเงิน อาจารย์ที่มีประสบการณ์ทำงานด้านการตลาดมาสอนเขียนแผนการตลาดเป็นต้น ทำให้การบริหารจัดการเวลาทำกิจกรรมหรือโครงการเพื่อประกวดแข่งขันเป็นความท้าทาย เช่นการจัดทำแผนการตลาดนั้นยาก น่าเบื่อ ใช้การบรรยายอยู่ดี ถึงแม้จะมีโครงการให้นักศึกษาทำจริงแต่โดยในส่วนหนึ่งของกิจกรรมค่นน้ำยังต้องอาศัยการบรรยาย วิเคราะห์เชื่อมโยง ที่ต้องทำความเข้าใจในเวลาอันสั้น เนื่องจากเป็นเรื่องไกลตัวนักศึกษา ทั้งอาศัยการหาข้อมูลด้วยตนเอง นักศึกษายังเชื่อมโยงไม่ได้ว่าทำไมต้องทำนวัตกรรม และความเข้มข้นทำให้นักศึกษามีภาวะเบื่อ เครียด และหมดไฟ (Burnout) บางคนมีความท้อหน้ของโครงการลดลงโดยพบว่าเครียดจึงหนีความจริงโดยการหันไปเล่นเกมแทนเพื่อการผ่อนคลาย ทำให้ผลการดำเนินงานเป็นไปด้วยความล่าช้า ยากลำบาก ผู้วิจัยจึงตั้งคำถามว่า หากผู้สอนพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนให้เป็นรูปแบบเกมที่บูรณาการคุณลักษณะของเกมออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้กับเนื้อหาเรื่องแผนการตลาดที่ถูกมองว่าน่าเบื่อ ออกแบบให้เหมาะสมต่อบริบทของนักศึกษา จะทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจองค์ประกอบของแผนการตลาดหาข้อมูล วิเคราะห์และทำงานเป็นทีมร่วมกันได้เพื่อการจัดทำแผนการตลาดได้ในระยะเวลาอันสั้น ทั้งมีความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนที่มากขึ้นได้หรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาข้อคิดเห็นของผู้ติดเกมออนไลน์ก่อนพัฒนาเกมและหลังการเล่นเกมนั้นแบบสำหรับพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด
2. ศึกษาข้อคิดเห็นของผู้เรียนทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้การเล่นแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด
3. พัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด

บททวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นฐานความรู้สำหรับการใช้ในการศึกษา โดยมีประเด็นการค้นคว้าดังต่อไปนี้

แนวคิดการเรียนรู้แบบกลุ่มโดยใช้เกมเป็นฐานในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

เกมเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังช่วยลดความเครียดและเพิ่มความสุขสนุกสนานในชีวิต เกมส่วนใหญ่ที่วัยรุ่นไทยชื่นชอบมักเป็นเกมที่ 1) มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่น โดยการกระทำของผู้เล่นจะส่งผลต่อการดำเนินเรื่องราวหรือผลลัพธ์ของเกม เช่น โจมตี ป้องกัน เป็นต้น 2) มีแนวคิดเนื้อเรื่องน่าสนใจ ทำให้ผู้เล่นรู้สึกมีส่วนร่วม และมีอิทธิพลต่อการเล่นเกม เช่น การเลือกอาชีพตัวละครที่ตนสวมบทบาทเพื่อตัดสินใจ แก้ปัญหา หรือทำภารกิจต่างๆ 3) มีกลไกที่ดึงดูด เช่น รางวัล เหรียญหรือไอเท็มต่างๆ เป็นตัวช่วยพิเศษ หรือการต่อสู้แข่งขันในการทำกิจกรรมในเกม 4) ภาพและเสียงน่าดึงดูด มีการออกแบบตัวละครและทักษะเด่นให้เหมาะสมกับความชื่นชอบของผู้เล่น เช่น ROV เป็นเกมทำภารกิจเป็นทีม Roblox เป็นเกมที่ให้ผู้ใช้สร้างและเล่นเกมที่สร้างโดยผู้ใช้อื่น มีเกมหลากหลายประเภทและสามารถเล่นได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์และมือถือ (Monahan, 2023; TK Park, 2023)

ปัจจุบันแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน (Game-based Learning) เป็นเทคนิคการสอนที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในบรรยากาศที่ท้าทายและสนุกสนาน เกมที่ใช้จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และเป็นสื่อดิจิทัล เช่น Kahoot, Socrative ซึ่งเข้าถึงได้ง่ายจากคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งนอกจากความสนุกแล้วเป้าหมายสำคัญของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ยังรวมถึงการสร้างให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (lifelong learning) โดยทำให้ผู้เรียนรู้จักวิธีการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเช่น Youtube, E-learning platform หรือ AI (Artificial Intelligence) ควบคู่กับการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking) พิจารณาเหตุผล และข้อมูลรอบด้านก่อนตัดสินใจโดยไม่หลงเชื่อข้อมูลในโลกออนไลน์เพียงอย่างเดียว

การเรียนรู้แบบนี้ยังช่วยให้ผู้เรียนใช้ศักยภาพและบูรณาการความรู้เพื่อบรรลุเป้าหมายของเกม ส่งเสริมการทำงานร่วมกับผู้อื่น การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และการหาวิธีพิชิตเกมหรือได้รับรางวัลตามเป้าหมายช่วยให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และเกิดความผูกพันในการเรียนรู้ ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ การบูรณาการและสร้างกลยุทธ์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยอาศัยการวิเคราะห์ จุดอ่อนจุดแข็งของสมาชิกในกลุ่มเพื่อทำงานร่วมกัน ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ การทำงาน หรือการเล่น เกมเป็นทีม สมาชิกจำเป็นต้องรู้จักวิเคราะห์ตนเองและเพื่อนร่วมทีมตัวอย่างเช่น การใช้แบบทดสอบ บุคลิกภาพ DISC ซึ่งเป็นแบบทดสอบอย่างง่ายช่วยในการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของตนและสมาชิก ในทีม คือ บุคลิกภาพแบบ Dominance (D) มีความมั่นใจสูง มุ่งเน้นผลลัพธ์และการควบคุมสถานการณ์ ส่วนบุคลิกภาพแบบ Influence (I) เป็นบุคลิกภาพที่เปิดเผย ชอบการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ ในขณะที่บุคลิกภาพแบบ Steadiness (S) มีความมั่นคง เน้นความร่วมมือและความจริงใจ และ บุคลิกภาพแบบ Conscientiousness (C) เน้นคุณภาพ ความถูกต้อง และความเชี่ยวชาญเพื่อให้สามารถ เลือกรงานที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและ กลมเกลียวกันมากขึ้น (Chonticha, 2021) ในขณะเดียวกันก็ได้เรียนรู้เนื้อหาสาระสำคัญและทักษะต่างๆ ที่สอดแทรกอยู่ในเกม โดยใช้เทคนิคการปรับทุกสิ่งให้อยู่ในรูปแบบของเกม (Gamification) เป็น แนวทางการพัฒนาซึ่งเริ่มจาก 1) การหาเป้าหมายการเรียนรู้ 2) การสร้างแนวคิด และกลไกของเกม 3) การสร้างตัวเกม 4) การทดลองเล่นและการเก็บข้อคิดเห็น (Manager 360, 2022)

แนวคิดแผนการตลาด

แผนการตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาเรียนรู้เพื่อการทำธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่ เริ่มต้นจากแนวคิดของสินค้าและบริการที่มีความเป็นนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่โดยยังไม่เกิดการขายจริง การสร้างแผนการตลาดเป็นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการกำหนดทิศทางและวิธีการเพื่อบรรลุ เป้าหมายที่ผู้ประกอบการตั้งไว้ และยังจัดเป็นต้นน้ำของการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ ซึ่งหาก ผู้ประกอบการเริ่มต้นจากแผนการตลาดที่ลงตัวแล้ว การสร้างแผนการเงิน แผนทรัพยากรบุคคล แผนการดำเนินงาน ย่อมเป็นไปได้โดยง่าย แผนการตลาดประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) การ วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อเข้าใจตลาด คู่แข่ง และลูกค้า 2) การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถ วัดผลได้ 3) การวางกลยุทธ์และกิจกรรมที่เหมาะสม เช่น การตลาดดิจิทัลหรือการตลาดเนื้อหา การ กำหนดยุทธวิธี อาทิการวิเคราะห์ 6Ps หรือ 7Ps 4) การดำเนินการตามกลยุทธ์ ยุทธวิธี หรือ กิจกรรมที่ วางไว้ เช่น การโฆษณาออนไลน์หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และ 5) การประเมินผลและ ปรับปรุงกลยุทธ์ตามผลลัพธ์ที่ได้ โดยแต่ละองค์ประกอบของแผนการตลาดต้องมีความเชื่อมโยงและ เป็นเหตุเป็นผลต่อกัน (Kotler & Armstrong, 2020; Marketing Association of Thailand, 2025)

แนวคิดความพึงพอใจและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของผู้เรียน

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนมีความสุขและพอใจกับการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วยบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจและมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ เช่น ความรู้และทักษะที่ได้รับ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงผลักดันที่ทำให้ผู้เรียนต้องการประสบความสำเร็จในการเรียน ประกอบด้วย การเข้าชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ การส่งงานตามกำหนด การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการอภิปรายในชั้นเรียน และการให้ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมชั้นอย่างมีประสิทธิภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งที่ควรคำนึงในการจัดเรียนการสอน (Tabchum & Wutchana, 2024)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อคิดเห็นของนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนการสอน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนการตลาด โดยทำการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มละ 10 คน จำนวน 1 กลุ่ม คัดเลือกจาก กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เกมคือตัวแทน นักศึกษาห้องเรียนที่ให้ชื่อเรียกว่านวัตกรรมรุ่นใหม่ ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยบริษัท (Corporate university) แห่งหนึ่ง ซึ่งได้รับการคัดเลือกให้จัดทำโครงการเพื่อการ Pitching จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 17 คนซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกของขนาดตัวอย่างมาจากจำนวนที่ทำให้เกิดความอิ่มตัวของข้อมูลและอธิบายการเปลี่ยนแปลงภายในของประชากรเป้าหมายได้ เช่นสามารถใช้แนวทางการเลือกสัมภาษณ์ประมาณ 1-3 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มควรมีประมาณ 5 – 10 บุคคลเป็นต้น (Sutheewasinon & Pasunon, 2016)

2. ศึกษาข้อคิดเห็นของกลุ่มผู้คิดเกม เพื่อนำมาพัฒนาเกม คัดเลือกจากนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจระดับปริญญาตรีผู้คิดเกมออนไลน์ โดยพิจารณาจากระยะเวลาที่ใช้เล่นเกมออนไลน์มากกว่า 4.5 ชั่วโมงต่อวัน (Posttoday, 2563) เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด จำนวน 8 คน โดยใช้วิธีประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

3. นำข้อคิดเห็นในข้อ 1-2 มาพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดร่วมกับผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวข้องกับฝ่ายการตลาดและการจัดทำแผนการตลาดในภาคธุรกิจจริง จำนวน 3 คน

4. นำเกมไปทดสอบเล่นกับกลุ่มผู้คิดเกม คือ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาตรี ผู้คิดเกมออนไลน์ จำนวน 8 คน และศึกษาข้อคิดเห็นหลังเล่นด้วยวิธีประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

5. ผู้วิจัยปรับปรุงเกมก่อนนำไปดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนจริงกับกลุ่มนักศึกษาเป้าหมายคือนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่

6. ศึกษาข้อคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้เกม คือนักศึกษา ห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนการสอนซึ่งใช้เกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำ แผนการตลาด โดยทำการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มละ 10 คน จำนวน 1 กลุ่ม คัดเลือก จากตัวแทนนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษา เอกชนซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยบริษัท (Corporate university) แห่งหนึ่ง

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้เกม

เนื่องจากจำนวนประชากรคือผู้เรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนนวัตกรรม รุ่นใหม่ ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยบริษัท (Corporate university) แห่งหนึ่งที่ได้รับการคัดเลือกให้ทำโครงการเพื่อประกวดแข่งขันแบบ Pitching จำนวนทั้งหมด 17 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นนักศึกษาจากห้องเรียน นวัตกรรมรุ่นใหม่ คณะบริหารธุรกิจของสถาบัน รวม 10 คน จำนวน 1 กลุ่ม ซึ่งได้เข้าทำการสัมภาษณ์ จำนวน 2 ครั้งคือ ก่อนจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการใช้เกม และหลังจัดกิจกรรมการเรียน การสอนโดยการใช้เกม

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการข้อคิดเห็นมาพัฒนาเกม

เนื่องจากผู้วิจัยต้องการถอดคุณลักษณะของเกมออนไลน์มาบูรณาการในเกมแบบ ปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด ดังนั้นผู้ที่คลุกคลีและใช้เวลาเล่นเกมมากที่สุดจึงเป็นผู้ที่สามารถ ให้ข้อมูลเชิงลึกที่เพียงพอที่จะอธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ วิจัย และมีคุณสมบัติพื้นฐานใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้เกม (Sutheewasinnon & Pasunon, 2016) ฉะนั้นจำนวนประชากรของกลุ่มที่ผู้วิจัยต้องการข้อคิดเห็นมา พัฒนาเกมจึงกำหนดเป็นนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งมีพฤติกรรมติดเกมโดยเลือก จาก ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้เล่นเกมออนไลน์ มากกว่า 4.5 ชั่วโมงต่อวัน รวม 8 คน จำนวน 2 กลุ่ม

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูล ซึ่งได้พัฒนาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive selection) มีการเตรียมตัวก่อนการสัมภาษณ์ และใช้คำถาม ปลายเปิด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ ในการให้ข้อมูลที่ต้องการ และตรวจสอบ ข้อมูลสามเส้าโดยการทบทวนข้อมูล โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลังจากที่ทำการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว (Lincharearn, 2018)

3. เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ เกมและโสตทัศนูปกรณ์ ปากกา สมุดบันทึก อุปกรณ์บันทึกเสียง และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งประเด็นเนื้อหาถามแบ่งเป็น 4 ชุด ซึ่งเรียบเรียงจากเนื้อหาสำคัญในการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

ชุดที่ 1) ข้อคิดเห็นของนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ก่อนการพัฒนาเกม

1. ในการทำโครงการเพื่อการ Pitching ของท่านมีการดำเนินการอย่างไร ท่านคิดว่ามีสิ่งที่เป็นไปด้วยดี ปัญหาและอุปสรรค อะไรบ้าง

2. ในส่วนของแผนการตลาดท่านมีความคิดเห็นอย่างไร มีการดำเนินการอย่างไร พบสิ่งที่เป็นไปด้วยดี ปัญหาและอุปสรรค อะไรบ้าง

3. สำหรับกิจกรรมการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ก่อนจัดทำโครงการเพื่อการ Pitching ในอดีตที่ผ่านมาท่านได้รับความรู้และทักษะใดบ้าง

4. สำหรับแรงจูงใจของการทำงานกลุ่มที่ผ่านมาท่านพบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนการสอน การทำงานให้ทันตามกำหนด การร่วมมือกันของกลุ่มเพื่อน และการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างไรบ้าง

5. ความพึงพอใจด้านบรรยากาศการเรียนการสอนเพื่อจัดทำโครงการเพื่อการ Pitching ในอดีตการจัดกิจกรรม และประโยชน์ที่ได้รับเป็นอย่างไร

6. หากจะมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อจัดทำโครงการเพื่อการ Pitching ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ท่านคิดว่าควรเป็นอย่างไรจึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้เรียนมากที่สุด

ชุดที่ 2) ข้อคิดเห็นของผู้เล่นเกม ก่อนการพัฒนาเกม

1. ปกติแล้วท่านชอบเล่นเกมออนไลน์ใดมากที่สุด เพราะอะไร

2. จากเกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่สุด ท่านคิดว่า การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่น เป็นอย่างไร

3. จากเกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่สุด ท่านคิดว่า แนวคิด และเนื้อเรื่องของเกมนั้น เป็นอย่างไร

4. จากเกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่สุด ท่านคิดว่า เกมนั้นมีกลไกอะไรที่ทำให้เกมน่าดึงดูดบ้าง

5. จากเกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมที่สุด ท่านคิดว่า ตัวละคร ทักษะของตัวละคร และภาพและเสียงเป็นอย่างไร

6. หากจะมีการพัฒนาเกมเพื่อสอนการจัดทำแผนการตลาดโดยนำองค์ประกอบของเกมออนไลน์ที่ท่านนิยมมากที่สุดนี้เข้าไปผนวกร่วมด้วยในกิจกรรมการสอนในห้องเรียนซึ่งมีเป้าหมายคือ

ทำให้เข้าใจและรู้จักองค์ประกอบหลักๆของแผนการตลาด วิเคราะห์เชื่อมโยงได้และนำไปเขียนแผนการตลาดได้สำเร็จ ท่านคิดว่าควรเป็นเกมลักษณะใดและมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมบ้าง

ชุดที่ 3) ข้อคิดเห็นของผู้ติดเกมหลังการทดสอบเล่นเกมต้นแบบเสร็จสิ้น

1. ตอนนี้การเล่นเกมได้จบลงแล้ว เกมนี้มีเป้าหมายคือทำให้ผู้เล่นเข้าใจและรู้จักองค์ประกอบหลักๆของแผนการตลาดและนำไปเขียนแผนการตลาดเพื่อการ Pitching อย่างมีประสิทธิภาพ หากท่านต้องเอาข้อมูลนี้ไปทำสื่อนำเสนอและ Pitching คิดว่าสามารถทำได้ไหม คาดว่าจะปัญหาและอุปสรรค อะไรบ้าง
2. ในส่วนของแผนการตลาดท่านมีความคิดเห็นอย่างไร มีการดำเนินการอย่างไร พบสิ่งที่ดี ปัญหาและอุปสรรค อะไรบ้าง
3. หลังการเล่นเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด ท่านได้รับความรู้และทักษะใดบ้าง
4. สำหรับแรงจูงใจของการทำงานกลุ่มที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการเรียนการสอนเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด เช่นการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนการสอน การทำงานให้ทันตามกำหนด การร่วมมือกันของกลุ่มเพื่อน และการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างไรบ้าง
5. ความพึงพอใจด้านบรรยากาศของกิจกรรมการเรียนการสอนเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดการจัดกิจกรรมเป็นอย่างไร และประโยชน์ที่ได้รับเป็นอย่างไร
6. เกมนี้ถูกออกแบบเพื่อสอนเรื่องแผนการตลาดให้นักศึกษากลุ่มที่ฝึกฝนนำโครงการนวัตกรรมไปประกวดแข่งขันแบบ Pitching หากต้องใช้กับคนกลุ่มนั้นจริง ท่านมีคำแนะนำอย่างไรสำหรับกิจกรรมนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้เรียนมากที่สุด

ชุดที่ 4) ข้อคิดเห็นของนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ หลังการเล่นเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด

1. ท่านได้เข้าใจและรู้จักองค์ประกอบหลักๆของแผนการตลาดและนำไปเขียนแผนการตลาดเพื่อการ Pitching อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการเล่นเกมเรียบร้อยแล้ว ท่านคิดว่าสิ่งที่ได้เรียนรู้จะนำการดำเนินงานต่อไปอย่างไร จะมีสิ่งที่ดี ปัญหาและอุปสรรค ที่อาจเกิดขึ้นอย่างไรบ้าง
2. ในส่วนของแผนการตลาดท่านมีความคิดเห็นอย่างไร มีการดำเนินการอย่างไร ท่านคิดว่าจะมีสิ่งที่ดี ปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นอย่างไรบ้าง
3. หลังกิจกรรมการเรียนการสอนเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด ท่านได้รับความรู้และทักษะใดบ้าง

4. สำหรับแรงจูงใจของการทำงานกลุ่มที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการเรียนการสอนแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนการสอน การทำงานให้ทันตามกำหนด การร่วมมือกันของกลุ่มเพื่อน และการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างไรบ้าง

5. ความพึงพอใจด้านบรรยากาศของกิจกรรมการเรียนการสอนแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดการจัดกิจกรรมเป็นอย่างไร และประโยชน์ที่ได้รับเป็นอย่างไร

6. หากจะมีกิจกรรมการเรียนการสอนแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดในอนาคตเพื่อนักศึกษากลุ่มอื่นๆ หรือในรายวิชาการตลาดเลย ท่านมีคำแนะนำอย่างไรสำหรับกิจกรรมนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้เรียนมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (Conventional Content Analysis) เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญและสร้างความเข้าใจเชิงลึก เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูงและเหมาะสมสำหรับการหาแนวทางการพัฒนาและเชื่อมโยงความรู้ในทางปฏิบัติ (Hsieh & Shannon, 2005) โดยใช้การถอดรหัสข้อมูล (Coding) จากการสัมภาษณ์

1. ทำการจัดกลุ่มความหมายของข้อมูลซึ่งถูกจัดเรียงเป็นประเด็นต่าง ๆ โดยนำความหมายที่เหมือนกันจัดไว้ด้วยกัน
2. จากนั้นจึงตีความ ให้ความหมาย และแจกแจงชื่อกลุ่มชุดข้อมูล
3. ทำการวิเคราะห์ และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับหัวข้อที่ได้กำหนดไว้
4. บรรยายแนวคิดที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน
5. ทำการสรุปข้อมูลและแนวคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในประเด็นต่างๆ

ผลการศึกษา

1. ข้อคิดเห็นของนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ก่อนการพัฒนาเกม

1.1 ความเข้าใจในการทำโครงการเพื่อการ Pitching

จากการศึกษาพบว่านักศึกษามีทัศนคติโดยรวมที่ค่อนข้างเชิงลบต่อกระบวนการเรียนการสอนการทำโครงการเพื่อการ Pitching แม้จะตระหนักถึงประโยชน์และคุณค่าของการทำโครงการ นักศึกษาส่วนใหญ่ระบุถึงความยากลำบาก ความเครียด และความไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการเรียนรู้ ข้อกำหนดเกี่ยวกับนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือบริการยังก่อให้เกิดความสับสนเนื่องจากขาดความชัดเจนเกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการประยุกต์ใช้ นอกจากนี้กระบวนการแก้ไขงานซ้ำหลายครั้ง การแบ่งงานที่ไม่เท่าเทียมกันในกลุ่ม และการทำงานนอกเวลาเรียนของบางคน ยังส่งผล

ให้ภาระงานหนักเกินไป ความยากมิใช่อยู่ที่การจัดทำสไลด์นำเสนอ แต่เป็นกระบวนการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่น่าสนใจนั้นมีความถูกต้องและความหมาย ซึ่งเป็นส่วนที่ใช้เวลามากที่สุดในกระบวนการนี้

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด

นักศึกษาระบุว่าแม้จะได้รับความรู้พื้นฐานด้านการตลาดจากรายวิชาต่างๆที่เคยเรียนผ่านมา แต่การประยุกต์ใช้ความรู้ในการวางแผนการตลาดจริงกลับเป็นเรื่องยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของงานวิเคราะห์ นักศึกษามีข้อสงสัยเกี่ยวกับความจำเป็นของการของการผสานนวัตกรรมเข้าไปในแผนการตลาด และเสนอแนะว่าควรมีทางเลือกอื่นที่สอดคล้องกับความสนใจเฉพาะตัวของนักศึกษา เช่น การสร้างบล็อกความงาม (Beauty blogger) เป็นต้น

1.3 ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการเรียนการสอน

กระบวนการให้คำแนะนำจากโค้ช แม้ว่าจะมีการให้แผ่นแบบ (Template) ตัวอย่างคำแนะนำเกี่ยวกับการวิจัยลูกค้า การหาข้อมูล และการวิเคราะห์คู่แข่ง แต่ระหว่างการทำแผนการตลาดโค้ชให้นักศึกษาแก้ไขงานหลายครั้ง ทำให้หมดกำลังใจ

1.4 ปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่ม

ปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มมีผลกระทบอย่างมากต่อประสิทธิภาพการทำงาน การแบ่งงานที่ไม่เท่าเทียมกัน การขาดความร่วมมือจากสมาชิกบางคน และความรู้สึกไม่เป็นธรรม ล้วนเป็นปัญหาสำคัญ แม้ว่าจะมีการคัดเลือกนักศึกษาที่มีความตั้งใจพัฒนาตนเองมาเข้าร่วมโครงการห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ แต่ภาระงานที่มากเกินไปก่อให้เกิดความเครียดและความเบื่อหน่าย ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การทำงานล่าช้า

1.5 ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนการสอนและประโยชน์ที่ได้รับ

ประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาแตกต่างกันไปตามวิธีการสอนของแต่ละอาจารย์ วิธีการสอนบางแบบสามารถสร้างแรงจูงใจ และบรรยากาศการเรียนรู้ที่ดี แต่บางแบบกลับทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและเครียด การนำเกมเข้ามาใช้ในบางรายวิชาได้รับการตอบรับที่ดี และช่วยสร้างความสนุกสนานในการเรียนรู้

1.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นควรให้มีการปรับปรุงวิธีการเรียนการสอน โดยเน้นให้มีความสนุกสนาน ใช้เวลาน้อยลง ลดภาระงาน และลดจำนวนครั้งในการแก้ไขงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการเวลาเป็นปัญหาที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

2. มุมมองของผู้เล่นเกมออนไลน์ต่อการออกแบบเกม

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้คิดเกม ก่อนการพัฒนาเกม มีดังนี้

2.1 เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม

เกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ ROV เนื่องจากเป็นเกมเล่นเป็นทีม กราฟิกสวยงาม การออกแบบฉากและตัวละครที่น่าสนใจ และการมีภารกิจใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ Roblox เนื่องจากมีตัวละครหลากหลายและมีด่านให้เลื้อมากมาย มีความแปลกใหม่ให้แก่ผู้เล่นอยู่เสมอ และสุดท้ายคือ Valorant ซึ่งเป็นเกมยิงปืนที่เน้นกลยุทธ์และทักษะการเล่นเป็นทีม มีตัวละครหลากหลาย และมีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เล่นหญิงมีความชื่นชอบเกมที่ออกแบบได้น่ารัก เช่น Hay Day

2.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น

การมีปฏิสัมพันธ์และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น โดยเฉพาะการได้พบปะผู้เล่นใหม่ๆ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดผู้เล่นให้เข้าร่วมเกม (เช่น ROV และ Valorant)

2.3 แนวคิด และเนื้อเรื่องของเกม

เนื้อเรื่องที่น่าสนใจ เช่น เรื่องราวของตัวละครในเกม ROV ที่ร่วมมือกันต่อสู้กับศัตรู เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของผู้เล่น

2.4 กลไกการเล่น

กลไกการเล่นที่น่าสนใจ เช่น การออกไอเทมใหม่ๆ อาวุธใหม่ๆ (ROV, Valorant) หรือระบบการแจกเหรียญในเกม (Roblox) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เล่น

2.5 การออกแบบตัวละคร ภาพ และเสียง

การออกแบบตัวละคร ทักษะ และสกินต่างๆ ในเกม ROV ที่มีความหลากหลายสวยงาม และสอดคล้องกับความต้องการของผู้เล่น เป็นองค์ประกอบที่ดึงดูดใจ

2.6 ข้อเสนอแนะในการออกแบบเกมเพื่อการเรียนรู้การวางแผนการตลาด

เพื่อให้เกมสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้การวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรออกแบบเกมให้มีความคล้ายคลึงกับเกม ROV ดังข้อเสนอแนะต่อไปนี้: (1) มีตัวละครที่มีบุคลิกหลากหลายให้เลือก (2) มีภารกิจย่อยที่ไม่ซับซ้อนหรือยากเกินไป (3) ผสมผสานกิจกรรมที่สร้างความบันเทิง (4) มีระบบการแข่งขันระหว่างทีม และ (5) ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สื่อสารได้อย่างเป็นกันเอง

การพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด

ผู้วิจัยทำการออกแบบเกมชื่อว่า "MarkWarrior" พัฒนาขึ้นโดยใช้โปรแกรม Canva โดยมีการผสมผสานและประยุกต์ใช้องค์ประกอบที่ได้จากเกมออนไลน์ยอดนิยม เพื่อสร้างสื่อและออกแบบเนื้อเรื่องของเกม และองค์ประกอบอื่นๆ เช่น บัตรอาชีพตัวละคร บัตรภารกิจ เหรียญ และบัตรไอเทมนำเสนอผ่านสไลด์ทัศนูปกรณ์ในห้องเรียนคือคอมพิวเตอร์และเครื่องฉายภาพพร้อมลำโพง จุดเด่นของเกมประกอบด้วย 1) การเล่นเป็นทีม มีการปฏิสัมพันธ์ของผู้เล่นในทีมร่วมกันทำภารกิจ และระหว่างทีมคือต่อสู้กันเพื่อสะสมเหรียญก่อนเข้าไปสู้กับบอสหรือหัวหน้าใหญ่ของเกม 2) เนื้อเรื่องที่กระตุ้นให้ผู้เล่นร่วมมือกันทำภารกิจ เรื่องราวที่ต้องร่วมมือกันแก้ปัญหา แนวคิดและเนื้อเรื่องของเกมคือการรวมตัวกันของเหล่าฮีโร่เพื่อทำภารกิจกอบกู้โลกโดยการต่อสู้สะสมทรัพยากรให้มีความสามารถมากพอจะสู้กับหัวหน้าใหญ่ของเกมให้ชนะ ซึ่งมีรายละเอียดเริ่มจากการมอบอาชีพตัวละครซึ่งเหมาะกับบุคลิกผู้เล่น จากนั้นให้สมาชิกในทีมร่วมกันทำภารกิจคือตอบคำถามลงในบัตรภารกิจจำนวน 15 ภารกิจ ซึ่งแต่ละคำถามจะเป็นการทดสอบความเข้าใจและการคิดวิเคราะห์เพื่อจัดทำส่วนต่างๆของแผนการตลาดซึ่งมีการเปิดให้แต่ละทีมมาทำกิจกรรมสนุกๆกับผู้สอนเพื่อแลกบัตรไอเทมตัวช่วย จากนั้นให้ผู้เล่นแต่ละทีมใช้ไอเทมที่ทีมตนได้รับนำไปต่อสู้ชิงเหรียญทองกับทีมอื่นเพื่อสะสมเหรียญ ซึ่งการต่อสู้คือการนำไอเทมที่ตนครอบครองไปตรวจคำตอบของอีกทีมนั่นเอง หากคู่ต่อสู้ตอบผิดฝ่ายทำสู้จะได้เหรียญของอีกฝ่ายมาครอบครอง เมื่อหมดเวลาต่อสู้ ทีมที่สะสมเหรียญได้มากที่สุดจะได้รับสิทธิ์ต่อคิวเข้าไปสู้กับบอสซึ่งคือผู้สอนเอง โดยการต่อสู้คือให้สมาชิกของทีมนำเสนอคำตอบของแต่ละการ์ดภารกิจหากมีคำตอบข้อใดข้อหนึ่งไม่ถูกต้องจะถือว่าแพ้ให้กลับไปแก้ไขคำตอบและต่อแถวกลับมาสู้ใหม่ ทีมที่ตอบถูกต้องหมดจะเป็นทีมที่ชนะเป็นอันดับเกม และให้ทีมผู้ชนะไปช่วยทีมอื่นๆในการเฉลยคำตอบจนครบ และปิดท้ายด้วยการนั่งล้อมวงสรุปกิจกรรม (After action review) ระหว่างผู้สอนและผู้เล่นทั้งหมด 3) กลไกของเกม เกมนี้ใช้การทำภารกิจแทนการตอบคำถามลงในใบงาน ใช้การแข่งขันให้ผู้เล่นฝึกหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จากบุคคลหรือ AI นำมาคิดวิเคราะห์และสรุปแล้วจึงใจด้วยรางวัลและเนื้อเรื่องที่น่าสนใจแทนการมอบหมายงานตามปกติและกำหนดเส้นตาย ฝึกให้ผู้เล่นรู้จักวิเคราะห์คน เข้าใจคน และปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานกันได้เหมาะสมผ่านการทำงานและต่อสู้ระหว่างอาชีพต่างๆของเกม 4) ตัวละคร ภาพกราฟิก ใช้การออกแบบตามหลักจิตวิทยาเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพของผู้เล่นจริงและเกม ROV โดยปรับการออกแบบภาพกราฟิกให้เป็นเกมต่อสู้ที่ดูน่ารักเหมาะกับผู้เล่นทุกเพศ

ขั้นตอนการเล่นเกมคือ

- 1) ผู้สอนแนะนำเนื้อเรื่องและภารกิจเกม
- 2) ผู้เล่นแบ่งเป็นทีม ทีมละ 5-8 คน โดยประมาณ

3) แต่ละทีมทำแบบทดสอบเชิงจิตวิทยาเพื่อรับอาชีพตัวละคร โดยแต่ละอาชีพจะมีทักษะพิเศษในการต่อสู้โดยห้ามบอกอาชีพสมาชิกกลุ่มตนกับกลุ่มอื่น

4) ผู้สอนแจกบัตรอาชีพ เหยียด บัตรภารกิจซึ่งภารกิจของทุกทีมคือการกรอกฟอร์มแต่ละองค์ประกอบของแผนการตลาดให้สมบูรณ์ที่สุด ผู้สอนแนะนำการใช้แอปพลิเคชัน AI เช่น Chat GPT และ Gemini อย่างถูกต้องโดยเฉพาะการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้แต่ละทีม จากนั้นแต่ละทีมเริ่มสะสมไอเท็มและเหรียญเพิ่มเติมโดยการทำงานย่อยเพื่อแลกกับไอเท็มและเหรียญตามความยากง่ายของงานภายในระยะเวลาที่กำหนด

5) ผู้เล่นแต่ละทีมทำสู้กับทีมอื่นเพื่อเก็บสะสมเหรียญจากผู้แพ้โดยให้วิเคราะห์บุคลิกเพื่อนร่วมทีมและเลือกคนที่จะสู้ด้วยในแต่ละรอบภายในระยะเวลาที่กำหนด

6) ทีมที่มีเหรียญสะสมมากที่สุดจะได้สิทธิ์สู้กับลาสต์บอสก่อนตามลำดับเหรียญสะสม

7) ทีมที่ตอบคำถามถูกทุกข้อจะเป็นฝ่ายชนะและไปช่วยทีมอื่นๆในการตอบคำถามให้ถูกต้องก่อนสรุปกิจกรรมร่วมกัน

เมื่อออกแบบเกมเสร็จแล้วจึงนำไปเกมต้นแบบไปทดสอบเล่นในลำดับต่อไป



CHOOSE YOUR HERO

Tank Support Berserker Mage

อาชีพ	skill	Challenge แพ้	Challenge ชนะ
Tank	โจมตีเสีย หลายมาก	ปกติ	ได้coin จากฝั่งตรง ข้าม x 2

จุดเด่น - มีความเป็นผู้นำสูง กล้าแสดงออก มุ่งมั่น และจริงจังกับทุกสิ่งที่ตั้งใจทำ

จุดด้อย - เชื้อนั้เป็นตัวเอามากเกินไป ทำอะไรด้วยความรวดเร็ว จนอาจเผลอลืมของรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ จนทำให้เกิดความผิดพลาดตามมาได้

หากคุณมีอาชีพนี้ - รับฟังผู้อื่นให้มากขึ้น ทำอะไรให้ช้าลงบ้าง เพื่อทบทวนเพิ่มความละเอียดรอบคอบให้มากขึ้น

สำหรับการทำจางร่วมกับคนบุคลิกแบบ Tank- เราควรที่จะความชัดเจน ตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อม



ไอเท็มหมายเลข 2
“อยากได้ต้องเดินเวท APT”

หากตลาดเล็กมากๆ หรือ นับวันยิ่งหดตัวจะเปลืองแรงเกินไปหรือไม่

- ✓ บอกขนาดตลาด (MARKET SIZE) ที่ใหญ่พอ
- ✓ การเติบโตหรือแนวโน้มเชิงบวกของตลาด (MARKET GROWTH)
- ✓ ข้อมูลมาจากแหล่งเชื่อถือได้เช่นสำนักข่าว รายงานของบริษัทวิจัยหรือหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งอัพเดทด้วย

เช่น ปี 2568 ตลาดอาหารเสริมไทยโต 15 % จากปัจจุบันที่มีมูลค่าตลาดกว่า 1 แสนล้านบาท ปีต่อไปได้มากขึ้น เพราะรายงานโดยเว็บข่าว กรุงเทพธุรกิจ เมื่อปี 2567 ถ้า

คำตอบจะถูกต้องได้ต้องประเมินตามเครื่องหมาย ✓ ครบนะจ๊ะ

ภารกิจ

2. ความน่าสนใจของตลาด : มากน้อยแค่ไหนนะ

ภาพที่ 1 ภาพสื่อ ตัวละคร บัตรอาชีพ และไอเท็มในเกม



ภาพที่ 2 ภาพสื่อ ภารกิจ และกิจกรรมการเรียนรู้ในเกม

3. ข้อคิดเห็นของผู้ติดเกมหลังการทดสอบเล่นเกมต้นแบบเสร็จสิ้น

3.1 ความเข้าใจในการทำโครงการเพื่อการ Pitching

หลังจากเล่นเกม ผู้เล่นเกมใหญ่ระบุว่ามีความเข้าใจในหลักการวางแผนการตลาดมากขึ้น แต่การนำความรู้ไปใช้นำเสนอในการ Pitching จริง อาจจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนเพิ่มเติม เช่น การจัดทำสไลด์และทักษะการนำเสนอ

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด

ผู้เล่นเกมใหญ่รู้สึกพึงพอใจในการเรียนรู้เรื่องหลักการวางแผนการตลาดผ่านการเล่นเกม มองว่าเกมสนุก และช่วยให้เข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อนเกี่ยวกับแผนการตลาดได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม การต่อสู้เป็นทีมในบางส่วนอาจมีความสับสนเล็กน้อยในเรื่องทักษะของตัวละคร

3.3 ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการเรียนการสอน

ผู้เล่นเกมได้เรียนรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์บุคลิกภาพ การทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่าง การค้นคว้าข้อมูล และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.4 ปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่ม

ผู้เล่นเกมทุกคนให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการเร่งทำภารกิจเพื่อให้ได้คะแนนสูง หรือได้เหรียญเยอะๆ เพื่อชนะฝ่ายตรงข้าม

3.5 ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนการสอนและประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้เรียนมีความพึงพอใจกับบรรยากาศการเล่นเกมน่าสนใจ สามารถนำมาใช้ในการเรียนการสอนได้ โดยช่วยให้ได้ทั้งความรู้และความสนุกสนาน อยากให้ทุกวิชามีเกมแบบนี้

3.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง

ควรเพิ่มเวลาในการเล่นเกมน่าสนใจ การปรับกติกาการต่อสู้ให้เข้าใจง่ายขึ้น เช่น การส่งตัวแทนต่อสู้คนละรอบ และควรมีการปรับระดับความยากของเกม เพื่อให้สามารถใช้ในการเรียนการสอนในห้องเรียนที่ไม่จำเป็นต้องมีการ Pitching ได้ด้วย

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อสรุปที่ได้ไปปรับปรุงในส่วนของเวลาที่ใช้เล่นเกม ทักษะตัวละคร และกฎเกณฑ์การแพ้ชนะ โดยกำหนดเป็นจำนวนเหรียญเพื่อความเข้าใจที่ง่ายขึ้น แล้วนำไปทดสอบเล่นจริงกับกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่

4. ข้อคิดเห็นของนักศึกษาห้องเรียนนวัตกรรมรุ่นใหม่ หลังการเล่นเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด

4.1 ความเข้าใจในการทำโครงการเพื่อการ Pitching

นักศึกษาคาดว่าจะสามารถพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น เนื่องจากเกมช่วยให้เข้าใจเนื้อหาส่วนที่ซับซ้อน และช่วยให้สามารถถ่วงน้ำหนักความต้องการของเนื้อหาที่ค้นคว้ามาได้ อย่างไรก็ตาม การจัดทำสไลด์นำเสนอและการฝึกฝนทักษะการนำเสนออาจต้องใช้เวลาเพิ่มเติม

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ผ่านเกม มองว่าเกมช่วยให้การเรียนรู้เรื่องแผนการตลาดเป็นเรื่องสนุก ไม่เครียด และส่งเสริมการทำงานร่วมกันภายในกลุ่มได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคอย่างหนึ่งคือจำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่มที่ไม่เท่ากันของอาจส่งผลต่อความเข้าใจในการทำงาน

4.3 ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการเรียนการสอน

นักศึกษาได้รับความรู้และทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์จุดบกพร่องในแผนการตลาด การระบุส่วนที่ขาดหายไป การเข้าใจความหมายของนวัตกรรม การพัฒนาความรู้ความเข้าใจตนเอง การประเมินบุคลิกภาพผู้อื่น การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้ AI ในการค้นคว้าข้อมูล

4.4 ปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่ม

นักศึกษาส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่มอย่างเต็มที่ และพยายามทำงานให้เสร็จทันกำหนด แต่กลุ่มที่มีสมาชิกน้อยอาจใช้เวลามากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมาก จึงทำให้เสียเปรียบโดยรวมแล้วบรรยากาศการทำงานเป็นไปอย่างสนุกสนาน และทุกคนมุ่งมั่นที่จะทำภารกิจให้สำเร็จ

4.5 ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนการสอนและประโยชน์ที่ได้รับ

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนานและตื่นเต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมย่อยที่ช่วยให้ได้รับไอเท็ม และการแข่งขันระหว่างกลุ่ม และการฝึกการแสดงท่าทางตลกๆ สร้างเสียงหัวเราะ ความสนุกสนาน และช่วยผ่อนคลายความเครียด การเปิดเผยตัวตนของ “ลาสต์บอส” ว่าคืออาจารย์ผู้สอน ก็ช่วยสร้างความผ่อนคลายและเป็นกันเอง

4.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ควรพิจารณาปรับปรุงดังนี้ (1) จัดกลุ่มให้มีจำนวนสมาชิกใกล้เคียงกัน (2) ปรับลดความซับซ้อนของทักษะตัวละครให้เข้าใจง่ายขึ้น (3) พิจารณาใช้เหรียญแบบสามมิติ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และ (4) ปรับระดับความยากง่ายของภารกิจให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เล่น

อภิปรายและสรุป

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของเกม "MarkWarrior" ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. ศึกษาข้อคิดเห็นของผู้ติดเกมออนไลน์ก่อนพัฒนาเกมและหลังการเล่นเกมนั้นแบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อการพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาด พบว่าข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ติดเกมออนไลน์ช่วยปรับปรุงกลไกและองค์ประกอบของเกมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยแนะนำจุดเด่นขององค์ประกอบด้านต่างๆของเกมยอดนิยม เช่น เนื้อเรื่องของการทำงานและการต่อสู้เป็นทีม การทำภารกิจ ออกแบบตัวละครที่เหมาะสมกับทุกเพศ หลังเล่นเกมยังมีคำแนะนำในจุดสำคัญคือด้านกลไกของเกมในขั้นตอนต่อสู้และระยะเวลาการเล่นที่เหมาะสมที่ต้องปรับแก้ไขอีกสอดคล้องกับหลักการออกแบบเกมเพื่อการอบรมในองค์กรคือ ได้แก่ การบูรณาการกับเป้าหมายการฝึกอบรม การให้ข้อคิดเห็นย้อนกลับที่รวดเร็ว การแข่งขันเป็นทีม กฎเกณฑ์ที่ชัดเจน ความท้าทายที่มุ่งเป้าหมาย และอิสระในการล้มเหลว คะแนนและการจัดลำดับในการแข่งขันยังเป็นกุญแจสำคัญสู่กลไกของเกมที่มีประสิทธิภาพ (Wang et al., 2022) และในการออกแบบเกมยังมีความจำเป็นในการทดสอบเกมนั้นแบบเพื่อเก็บข้อคิดเห็นของเกมก่อนใช้จริงอีกด้วย (Manager 360, 2022)

สำหรับ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. การสัมภาษณ์ผู้เรียนก่อนและหลังการเล่นเกมนั้นแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นจากความรู้สึกละเลยต่อการสร้างแผนการตลาดไปสู่ความเข้าใจและความ

สนุกสนานในการเรียนรู้ นักศึกษามีความเข้าใจและความสนุกสนานในการเรียนรู้มากขึ้น พบว่าการพิชิตเกมได้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้เล่นมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาคือการตอบคำถามในการกิจอย่างถูกต้องครบถ้วน นอกจากนี้พบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจด้านบรรยากาศการเรียน กิจกรรมที่สนุกสนานช่วยกระตุ้นการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม และปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งทำให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เพิ่มขึ้น รวมถึงมีการมีส่วนร่วม การทำงานให้ทันตามกำหนด และการให้ความร่วมมือกับสมาชิกในกลุ่มได้ถูกพัฒนาให้ดีขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อสรุปคือการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานแบบใช้ภารกิจและรางวัลเป็นตัวกระตุ้นช่วยพัฒนาความสนุกสนาน บรรยากาศการเรียน การทำงานเป็นทีม และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มากขึ้น (Tabchum & Wutchana, 2024; Meejaitam & U-nakarin, 2021)

สำหรับ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. การพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดพบว่า การพัฒนาเกมเพื่อกิจกรรมการสอนแทนการบรรยายให้ผู้เรียนฟังเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งพัฒนาได้ทั้งสมรรถนทักษะ (Hard skill) อันได้แก่ทักษะที่สามารถวัดผลได้และมักเกี่ยวข้องกับความรู้เฉพาะด้าน และ จรณทักษะ (Soft skill) อันได้แก่ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการจัดการตนเอง โดยพบว่าเป็นสอดคล้องกับองค์กรธุรกิจในประเทศให้ความสนใจเลือกใช้อย่างแพร่หลายเพื่อสร้างความรู้ ฝึกทักษะ ความพึงพอใจและแรงจูงใจด้านต่างๆของพนักงานโดยมีการเลือก Platform เกมดิจิทัลแบบมีปฏิสัมพันธ์ช่วยเพิ่มการให้ความรู้และประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างมาก ผ่านเทคนิคการใช้เกม เช่น คะแนน การแข่งขัน และการจัดลำดับ ส่งผลในเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งในทางกลับกันก็เพิ่มความสามารถในการคงความรู้และนำความรู้ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำงาน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นตัวกลางระหว่างเทคนิคการเล่นและการแบ่งปันความรู้ ซึ่งเน้นถึงบทบาทของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบร่วมมือกัน (Capatina et al., 2024)

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเกมแบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการจัดทำแผนการตลาดร่วมกับผู้คิดเกมออนไลน์สามารถนำมาใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างทักษะการวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนจากรูปแบบการบรรยายให้เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สนุกสนาน น่าสนใจ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองด้วย เป็นการพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนที่พิจารณาจากข้อคิดเห็นของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยนำทักษะที่โดดเด่นด้านความเชี่ยวชาญในเกมของผู้คิดเกมซึ่งมักถูกมองในแง่ลบด้านความตั้งใจเรียนและผลการศึกษาสามารถบูรณาการเข้ากับการพัฒนาสมรรถนทักษะ (Hard skill) อันได้แก่การสร้างแผนการตลาด และจรณทักษะ (Soft skill) ในด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น จนเกิดเป็นเกมที่นอกจากจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแล้วยังพัฒนาความพึงพอใจด้านบรรยากาศ กิจกรรม ประโยชน์จากการเรียนรู้ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของผู้เรียนเพิ่มขึ้น รวมถึงยังมีการส่งเสริม

ให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วม การทำงานให้สำเร็จตามกำหนด ตลอดจนการให้ความร่วมมือกับสมาชิกในกลุ่มอีกทางหนึ่ง จากที่ได้กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีและเกมมาใช้ในการศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจอันจะนำมาซึ่งผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ดีขึ้น ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม จนถึงในระดับหลักสูตรและรายวิชาด้วย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

งานวิจัยในอนาคตควรขยายผลการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น (50-100คน) ในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพิ่มเติมระดับความยากง่ายของเกม เนื้อหาและทักษะที่ต้องการให้ผู้เล่นเรียนรู้และฝึกฝน หรือพัฒนาเกมให้มีความเหมาะสมกับบริบทที่แตกต่างกัน เช่น การนำเกมไปปรับใช้กับการเรียนการสอนตามหลักสูตรปกติ หรือการฝึกอบรมระดับพนักงานองค์กร

REFERENCES

- Bhatiasevi, V., & Pholphirul, P. (2020). *The condition of online game addiction among Thai children*. Retrieved from <https://www.posttoday.com/columnist/640863>
- Capatina, A., Juarez, V. D., Micu, A., & Micu, A. E. (2024). Leveling up in corporate training: Unveiling the power of gamification to enhance knowledge retention, knowledge sharing, and job performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(3), 1-15.
- Chonticha, M. (2021). *DISC personality test: Find your strengths and weaknesses to find out which type of work is right for you*. Retrieved from <https://www.wongnai.com/articles/disc-personality-test>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). London: Pearson.
- Lincharearn, A. (2018). Qualitative data analysis techniques. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, 17(1), 17-28.
- Manager 360. (2022). *Garena joins hands with insKru to launch the 'Learning Arena, the battlefield of learning' activity to inspire teachers to use games to develop teaching and learning*. Retrieved from <https://gotomanager.com/content/118431/>
- Marketing Association of Thailand. (2025). *J-MAT Next Gen*. Retrieved from <https://www.marketingthai.or.th/j-mat-events/>
- Meejaitam, N., & Unakarin, T. (2021). The development of English language learning achievement using gamification techniques for the fifth-grade students. *Journal of Education Burapha University*, 32(2), 76-90.
- Monahan, B. (2023). *The ultimate guide to Garena RoV: Everything you need to know*. Hurricane District. Retrieved from <https://hurricanedistrict.org/garena-rov/>
- Srisuchart, N., Sungsrin, S., Denphit, R., Poonsawat, P., & Naksusook, N. (2024). The development of streamlined new innovator creation process through crafting business innovation for the competitions. *Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, 6(5), 36-51.

- Sutheewasinnon, P., & Pasunon, P. (2016). Sampling strategies for qualitative research. *Parichart Journal*, 29(2), 31-48.
- Tabchum, P., & Wutchana, U. (2024). Game-based learning integrated with gamification to enhance achievement motivation and improve learning achievement in science for grade 8 students. *Journal of Educational Technology and Communications Mahasarakham University*, 7(24), 130-142.
- TK Park. (2023). Get to know Roblox, the ultimate gaming platform of the era. Retrieved from https://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/1697341993077/รู้จัก-Roblox-สุดยอดแพลตฟอร์มเกมแห่งยุค
- Wang, Y., Hsu, Y., & Fang, K. (2021). The key elements of gamification in corporate training - The Delphi method. *Entertainment Computing*, 40, 1-9.