

การพัฒนาเกมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้แนวคิดเกมิฟิเคชัน กรณีศึกษาจังหวัดน่าน

THE DEVELOPMENT OF GAME FOR CULTURAL TOURISM BY USING GAMIFICATION CONCEPT: NAN PROVINCE

ณัฐกมล ทุ่งสุวรรณ* NATTAKAMOL TOONGSUWAN*
ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์** SUPPAKORN DISATAPUNDHU**

บทคัดย่อ

งานศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อในรูปแบบของเกมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้แนวคิดเกมิฟิเคชันขึ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดของเกมิฟิเคชัน เพื่อหาหลักการในการออกแบบเกมิฟิเคชันในสื่อประเภทเกมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการรับรู้ในเนื้อหาสาระ เรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่เชื่อมโยงกับในพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ศึกษาการออกแบบด้านสุนทรียะทางภาพในเกมเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบภาพในเกม เพื่อการส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิธิดำเนินการใช้วิธีวิจัยแบบผสม ด้วยการศึกษานแนวคิดทางด้านเกมิฟิเคชัน แนวการใช้รูปแบบของศิลปะของการออกแบบภาพในเกม ร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเกมิฟิเคชัน และด้านการออกแบบเกม รวมถึงการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย คือในช่วงอายุ 22-39 ปี ที่เล่นเกมมือถือและชอบท่องเที่ยว ในเรื่องของพฤติกรรมการเล่นเกมที่แรงจูงใจในการเล่นเกมที่กระตุ้นให้เกิดความผูกพันในเกม และด้านของความงาม (Aesthetic) รูปแบบของศิลปะ (Art Style) ในเกม ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ได้เป็นแนวทางในการออกแบบเกมิฟิเคชัน ดังนี้ 1) ประเภทผู้เล่นที่จะเป็นกลุ่มหลักได้แก่ Explorers คือผู้เล่นที่ชอบค้นหา และชอบความมีอิสระ 2) รูปแบบที่จูงใจในการเล่น คือความมีอิสระในการเล่น 3) ประเภทของแรงกระตุ้นให้เกิดความผูกพัน และเข้ามาเล่นซ้ำบ่อย ๆ คือการพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละคร หรือเลเวลขึ้นไปเรื่อย ๆ 4) Art Style รูปแบบศิลปะในเกม เป็นแนว Stylized ที่เป็นแนวการออกแบบภาพเกินจริง ที่เปิดโอกาสให้ใส่จินตนาการลงไปภาพได้ ผสมกับความเป็น Minimal คือการลดทอนรายละเอียดลงไป

คำสำคัญ : เกมิฟิเคชัน/ เกม/ ศิลปะในเกม/ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

*นิสิตระดับปริญญาตรีบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, nattakamol.to@spu.ac.th.

*D.F.A. Candidate, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, nattakamol.to@spu.ac.th.

**ศาสตราจารย์ ดร., คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, suppakorn.d@chula.ac.th.

**Professor Dr., Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, suppakorn.d@chula.ac.th.

ABSTRACT

The research on game media to promote tourism and culture by using the concept of gamification has the following objectives: 1) Study the concept of gamification in order to find the principle of gamification design for games used in promoting Thai culture related to cultural tourism in specific areas. 2) Study the visual aesthetics aspect of the game to guide the visual design that enhance and encourage cultural tourism. Mixed Research Method was used to study the concept of gamification and game art design. This study utilized an expert interview method to obtain data from both gamification designers and game designers. The survey was used to obtain data samples related to game behavior's, gaming motivation, game attachment, aesthetics and art styles in games from the prospective Generation-Y consumers (22-39 years of age) who frequent mobile games and tourism. The results suggested the concept of gamification design as the following: 1) The main target group is the explorer-type players who favor exploration and flexibility. 2) Freedom/flexibility is a contributing factor in encouraging the users to play. 3) In-game progression and character development is essential to continued engagement. 4) The stylized art style which involves exaggeration and non-realistic shapes helps enhance imagination when combines with minimalism art style.

KEYWORDS: Gamification/ Game/ Art Style in Game/ Cultural Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสามารถเผยแพร่องค์ความรู้ทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามไปสู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยมีอยู่หลายพื้นที่ โดยมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง แต่สิ่งที่เป็นลักษณะร่วมกันในแต่ละที่ คือ เป็นการท่องเที่ยว การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสวยงาม สภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี¹

สื่อดิจิทัลอินเทอร์แอคทีฟในรูปแบบของเกม เป็นสื่อรูปแบบหนึ่งในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งปัจจุบันเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงเนื่องจากการเข้าถึงได้มากขึ้นจากอุปกรณ์เคลื่อนที่ อ้างอิงจากการรวบรวมสถิติการใช้งานของกิจกรรมต่าง ๆ บนสมาร์ตโฟนของประชากรในประเทศไทยในปี ค.ศ.2018 แสดงให้เห็นว่าการเล่นเกมบนโทรศัพท์มือถือเป็นกิจกรรมซึ่งเป็นที่นิยมอันดับที่ 3 โดยมีส่วนแบ่งการใช้งานสูงถึง 66%²

คำว่าเกมมิฟิเคชัน (Gamification) ถือเป็นคำศัพท์ใหม่ สำหรับแวดวงของอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล (Digital Media Industry) ซึ่งเริ่มเป็นที่รู้จักในช่วงปีค.ศ. 2010 เกมมิฟิเคชัน คือแนวคิดของการใช้องค์ประกอบของเกมเพื่อช่วยกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจ ในการเรียนรู้หรือให้ทำกิจกรรมใดเพื่อเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง³ ด้วยวิธีการที่ทำให้สนุกโดยการใส่กลไกของเกม (Game Mechanics) และเทคนิคการออกแบบเกม (Game Design Elements and Techniques) มาใช้เป็นเครื่องมือทางธุรกิจและการตลาดของอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ⁴

หลักการของเกมมิฟิเคชันนั้นมิได้กำหนดเพียงแค่การให้คะแนนในตารางผู้นำหรือเหรียญรางวัลเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของผู้เล่น แต่เป็นการประยุกต์การใช้แนวคิดของเกมเพื่อการกระตุ้น (Encourage) และจูงใจ (Motivation) ผู้ใช้งานเพื่อให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องในอนาคต

เพื่อเป็นการนำเอาเรื่องราวของวัฒนธรรมในพื้นที่การท่องเที่ยวมาเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยในงานวิจัยนี้ใช้พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน ซึ่งมีความหลากหลายทั้งในด้านของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม งานศิลปะ ความเป็นชนเผ่าของชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีการสั่งสมวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาจังหวัดน่านให้คงอยู่อย่างมีเอกลักษณ์ สืบทอดเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่นบนฐานของวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม เป็นทุนที่มีคุณค่าที่มีอยู่ในตัวเองมานำเสนอในรูปแบบที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตสังคมที่ใช้การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล ด้วยแนวทางสร้างสรรค์ให้เข้าถึง

1. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, *การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการใช้อุทยานการท่องเที่ยว* (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557), 14.

2. "สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก "ไทย" เหนืออันดับมากสุดในโลก," WP, บันทึกข้อมูลเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561, <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.

3. "A Gamification Framework to Improve Participation in Social Learning Environments," Simões, Jorge et al., last modified August, 2015, <https://www.researchgate.net/publication/281273463>.

4. ชนัตต์ พูนเดช, "แนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยแนวคิดเกมมิฟิเคชัน." *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร* ปีที่ 12, ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2559): 331.

กลุ่มเป้าหมายที่ชอบความสนุกจากการเล่นเกมและชอบท่องเที่ยว จึงได้ริเริ่มการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อในรูปแบบของเกม อันเป็นการต่อยอดนำแนวความคิดทางด้านการพัฒนาเกมและแนวความคิดของเกมิฟิเคชัน มาปรับใช้กับการนำเสนอเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่การท่องเที่ยว เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่เนื้อหาเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ดิจิทัล ซึ่งจะเป็นการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลเทคโนโลยี ในการสร้างความสัมพันธ์ของการเล่นเกมกับการท่องเที่ยวในสถานที่จริง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาแนวคิดของเกมิฟิเคชัน เพื่อหาหลักการในการออกแบบเกมิฟิเคชันในสื่อประเภทเกม ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการรับรู้ในเนื้อหาสาระ เรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่เชื่อมโยงกับในพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ศึกษาการออกแบบด้านสุนทรียะทางภาพในเกม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบกราฟิกสำหรับเกม ในการส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาแนวคิดเกมิฟิเคชันร่วมกับการออกแบบเกม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบระบบการเล่นของเกมให้ตอบสนองพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงความชอบในด้านของศิลปะในเกม เพื่อหาแนวทางในการออกแบบภาพในเกม ในการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถือ โดยใช้สถานที่จากพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่านเป็นพื้นที่ต้นแบบ

ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed-Method Methodology) คือการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็นเป็นขั้นตอนหลักได้ 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 – การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการออกแบบสื่ออินเทอร์แอคทีฟ เกมและแนวคิดเกมิฟิเคชัน ทั้งในส่วนของเอกสารและตัวงานสร้างสรรค์ รวมถึงศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบทั้งในด้านของงานออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบเกม

ขั้นตอนที่ 2 – การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับผู้เชี่ยวชาญด้านที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเกมิฟิเคชัน 2) ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบเกม ทั้งทางด้านกลไก และด้านความสวยงาม สุนทรียะในเกม โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้าน ด้านละ 5 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3 – การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การใช้แบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเล่น เกม ความชอบในรูปแบบของกราฟิกจากการออกแบบภาพในเกมแนวต่าง ๆ เพื่อข้อมูลเป็นแนวทางในการออกแบบด้านระบบของเกมิฟิเคชันและเกม รวมถึงด้านแนวความชอบของการออกแบบกราฟิกในเกม

การดำเนินงานวิจัย

ด้านการออกแบบเกมฟิเคชัน

ประเภทของผู้เล่น จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายด้านพฤติกรรมในการเล่นเกมนั้น สิ่งที่จะเป็นแรงดึงดูดใจและกระตุ้นให้เกิดการเล่นเกมที่เกี่ยวข้องการเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ ได้จากการศึกษารวบรวมในเรื่องของประเภทของผู้เล่นในการออกแบบเกมฟิเคชันที่เป็นที่รู้จักและนิยมในการนำมาอ้างอิงในการทำงาน ได้แก่ Bartle's Four Player Type ของ Richard Bartle⁵, Social Action Matrix ของ Amy Jo Kim⁶ และ Marczewski's Player and User Types Hexad ของ Andrzej Marczewski⁷

จากการวิเคราะห์ทฤษฎี ร่วมกับการใช้ข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเกมและเกมฟิเคชัน จำนวน 5 ท่าน ได้มาเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับเป็นพฤติกรรมในการเล่น ผู้เล่นที่สร้างจากลักษณะผู้เล่นประเภทต่าง ๆ ตามทฤษฎี และความเชื่อมโยงกับแนวทางของหัวข้องานศึกษาเกมฟิเคชัน โดยแบ่งได้เป็น 5 ประเภทคือ 1) Socializers 2) Explorers 3) Achievers 4) Philanthropists 5) Players

จากข้อมูลข้างต้นร่วมกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเกมฟิเคชันและเกม สามารถนำมาสร้างเป็นคำถามที่อ้างอิงมาจากพฤติกรรมของหลักของผู้เล่นแต่ละประเภท เพื่อจัดประเภทของผู้เล่นและพฤติกรรมการเล่น ในการหาประเภทของผู้เล่นที่จะเป็นกลุ่มหลักของงานวิจัยนี้ได้ดังนี้ 1) ผู้เล่นประเภท Socializers-ให้ความสำคัญกับการได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเกม / ชอบเป็นส่วนหนึ่งของทีม มีความสุข สนุกกับการทำกิจกรรมเป็นทีม / ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในเกมเป็นสิ่งสำคัญ / คุณชอบที่จะได้ "Like" หรือ "Comment" จากการโพสต์การเล่นของคุณในโซเชียล 2) ผู้เล่นประเภท Explorers-ชอบที่จะทดลองแนวทางเล่นใหม่ ๆ / ไม่ต้องการพึ่งพาผู้อื่นในการเล่น / มักจะเล่นไปตามความอยากรู้ของตนเอง ชอบค้นหา / มักมีรูปแบบ แนวทางการเล่นเป็นของตนเอง 3) ผู้เล่นประเภท Achievers-ชอบที่จะเข้าร่วม หรือเรียนรู้ในภารกิจยาก ๆ / ชอบที่จะเอาชนะอุปสรรค / มักจะไม่ปล่อยผ่านภารกิจยาก ๆ ไป โดยที่ยังไม่พบวิธีการทำให้สำเร็จ / การบรรลุภารกิจให้สมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ 4) ผู้เล่นประเภท Philanthropists-รู้สึกยินดีไปกับความสำเร็จของผู้เล่นเกมคนอื่น / มีความสุขที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่นในเกม / ชอบที่จะแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้เล่นอื่น / ชอบที่จะช่วยเหลือผู้อื่น เมื่อผู้เล่นอื่นต้องพบเจอกับสถานการณ์ใหม่ ๆ 5) ผู้เล่นประเภท Players-การได้ผลตอบแทนจากการลงทุนลงแรงไป เป็นสิ่งสำคัญ / การแข่งขันที่มีรางวัลตอบแทนเป็นสิ่งสำคัญ / รางวัลเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญ / จะมีความมุ่งมั่นพยายาม หากรางวัลที่จะได้นั้นมีความน่าสนใจพอ

แรงจูงใจในการเล่น ในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลด้านแรงจูงใจ (Motivation) ในการเล่น ได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยมาจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันระหว่างประเภทของผู้เล่น และรูปแบบแรงจูงใจที่จะเป็นตัวผลักดันให้เล่นเกม แรงจูงใจมี 2 ลักษณะ คือ

5. "Virtual Worlds: Why People Play," Bartle, Richard, last modified January, 2005, https://www.researchgate.net/publication/308073596_Virtual_worlds_Why_people_play.

6. "Social Engagement: who's playing? how do they like to engage?," Kim, Amy Jo, last modified September 19, 2015, <https://amyjokim.com/blog/2012/09/19/social-engagement-whos-playing-how-do-they-like-to-engage/>.

7. "HEXAD: A Player Type Framework for Gamification Design," Marczewski, Andrzej, last modified October, 2018, <https://www.gamified.uk/user-types/>.

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) เป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ เป็นต้น การได้ความพึงพอใจ ความภาคภูมิใจ การได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นรางวัลแล้วในตัวของมันเอง⁸

Pink (2009)⁹ สรุปไว้ว่าแรงจูงใจที่มาจากภายใน (Intrinsic Motivators) มี 3 องค์ประกอบสำคัญของการจูงใจ (Three elements of motivation) คือ Autonomy (ความอิสระ), Mastery (ความชำนาญ), Purpose (เป้าประสงค์) ซึ่ง Andrzej Marczewski มีองค์ประกอบที่สี่เพิ่มขึ้นมาจากพื้นฐานของ Dan Pink's Drive เพื่อให้เหมาะสมกับระบบของเกมมีเฟ้นมากขึ้นคือ Relatedness (ความสัมพันธ์)¹⁰

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) เป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชมหรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร¹¹ เนื่องจากเราจะถูกดึงดูดใจให้ทำอะไรสักอย่าง ก็เพราะว่าเราต้องการที่จะได้รับสิ่งตอบแทนเมื่อสามารถบรรลุภารกิจนั้น เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเนื่องจากผลลัพธ์ ไม่ใช่เพราะผู้เล่นเห็นคุณค่าของสิ่งที่ได้ทำไป ตัวอย่างของสิ่งจูงใจที่เป็นแรงจูงใจจากภายนอกได้แก่ ของรางวัลต่าง ๆ การได้รับการยกย่อง การยอมรับจากสังคม¹²

ลักษณะของแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของแรงจูงใจ ตามข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม และข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้ 1) Relatedness-สามารถลึกลับกับโซเชียลเพื่อแสดงผลสำเร็จในเกมได้ / การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้เล่นเกมคนอื่น / มีการสร้างชุมชนในเกม 2) Autonomy-มีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไร อย่างไร / การสามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นได้หลากหลาย / การสามารถปรับแต่งตัวละครของตัวเองในเกม 3) Mastery-มีระดับความยากง่ายในการเล่น / มีระบบการเล่นที่ใช้ทักษะ ความสามารถของผู้เล่นเอง / ความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของบางสิ่งบางอย่างในเกมและต้องเล่นเพื่อพัฒนา อัปเดตสิ่งนั้น 4) Purpose-การเล่นมีเหตุผล เป้าหมายชัดเจนว่าเล่นเพื่ออะไร / มีสถานที่ ภารกิจหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา / ข้อมูลใหม่ ๆ เรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่จะได้รับการเล่นเกม 5) Rewards-รางวัลรูปแบบต่าง ๆ ที่จะได้รับในเกม / รางวัลที่ได้รับและนำไปใช้ในสถานที่จริงได้ เช่นบัตรส่วนลด แลกของที่ระลึก / การแลกสิ่งของ หรือรางวัลที่ได้ในเกมกับผู้เล่นอื่น

ความผูกพันกับเกม ในงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ใช้แนวคิดจาก Gamification Framework และหลักการที่เกี่ยวกับการออกแบบเกมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ที่เป็นการผลักดันกระตุ้นให้เล่นเกมที่แตกต่างกัน บางเกมด้วยการสร้างแรงบันดาลใจและการสร้างอำนาจ บ้างก็ใช้การจัดการและการสร้างความหลงใหล ได้วิเคราะห์และนำมาประยุกต์ใช้โดยการแบ่งเป็น 8 ประเภทของรูปแบบการเล่นที่จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความผูกพันกับเกม ที่เหมาะสมกับเนื้อหาของเกมคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้ 1) การเล่นที่มีเป้าหมาย และมีเนื้อหาที่น่าติดตาม 2) การพัฒนาการ การได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ 3) การสำรวจ สร้างสรรค์

8. Yu-Kai Chou, *Actionable Gamification—Beyond Points, Badges, and Leaderboards* (California: Octalysis Media, 2014), 105.

9. Daniel H. Pink, *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us* (New York: Riverhead Books, 2009), 74-75.

10. "The Intrinsic Motivation RAMP," Marczewski, Andrzej, last modified 2018, <https://www.gamified.uk/gamification-framework/the-intrinsic-motivation-ramp/>.

11. Yu-Kai Chou, *Actionable Gamification—Beyond Points, Badges, and Leaderboards* (California: Octalysis Media, 2014), 107.

12. "Does Gamification Inspire Intrinsic Motivation," Growthengineering, last modified March 6, 2019, <https://www.growthengineering.co.uk/intrinsic-motivation-gamification/>.

- 4) การได้เป็นเจ้าของ ได้ครอบครอง
- 5) การมีสังคมในเกม
- 6) การสะสม
- 7) การวางแผนหรือแก้ปัญหา
- 8) บทบาทการเล่น

จากการใช้แนวทางดังกล่าวข้างต้นร่วมกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ได้มาเป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อหาแนวทางในการออกแบบให้สามารถกระตุ้นผู้เล่นให้เข้ามาเล่นเกมได้ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการผูกพัน (Engage) กับตัวเกมทางด้านใดด้านหนึ่ง หลักขับเคลื่อนและรูปแบบการกระตุ้นให้เกิดความผูกพันกับเกมที่มีความสัมพันธ์กันสามารถแสดงได้ดังนี้ 1) การมีเป้าหมายและมีเนื้อหาที่น่าติดตาม คือข้อมูลใหม่ ๆ เรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรมของท้องที่ที่จะได้รับจากการเล่นเกม / ภารกิจในเกมที่ต้องติดตามทำต่อเนื่อง / เป้าหมายในการเล่นที่ชัดเจน น่าสนใจจนต้องเล่นไปให้สุด 2) การพัฒนาการ การได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ คือมีความกระตือรือร้นในการเล่น / ผลลัพธ์จากการเล่นสำเร็จที่ดึงดูดใจ / การพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละครหรือเลเวลขึ้นไปเรื่อย ๆ 3) การสำรวจ การสร้างสรรค์ คือการได้สำรวจพื้นที่สถานที่ในเกม / การได้สร้างบางสิ่งบางอย่างในเกม / การเล่นที่ปรับวิธีการได้ ถึงเป็นภารกิจที่ซ้ำแต่ก็สามารถเล่นได้ด้วยวิธีที่ต่างออกไป 4) การได้เป็นเจ้าของได้ครอบครอง คือการได้เป็นเจ้าของบางสิ่งบางอย่างในเกม และสิ่งนั้นสามารถอัปเกรด / การเล่นเพื่อให้ได้ของพิเศษที่ผู้เล่นอื่นไม่มี / เพื่อการสะสม Point ในเกมเพื่อนำไปแลกกับของรางวัลในสถานที่จริงได้ 5) การมีสังคมในเกม คือเพื่อการปฏิสัมพันธ์กับสังคมหรือทีมในเกม / การได้ร่วมมือกันเล่นกับผู้อื่น / เพื่อตารางผู้นำในเกมหรือถ้วยรางวัลต่าง ๆ 6) การสะสม คือการมีไอเทมที่ต้องตามเก็บสะสม / การรวบรวมบางอย่างเพื่อให้ได้สิ่งของที่พิเศษมากขึ้น / รางวัลพิเศษหรือการอัปเกรดต่าง ๆ ที่ต้องเข้ามาตามช่วงเวลา 7) การวางแผนหรือแก้ปัญหา คือการภารกิจที่แตกต่างกันออกไป / ระบบที่ต้องคิดหรือวางแผนเพื่อการบรรลุภารกิจ / มีปัญหาปริศนาที่ต้องตามแก้ไข 8) บทบาทการเล่น คือสามารถเปลี่ยนลักษณะตัวละครได้ / การได้ทำอะไรที่เป็นจินตนาการ / การได้สวมบทบาทไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนด

ด้านสุนทรียะ (Aesthetic) หรือความสวยงามในเกม

ในแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบด้าน Art Style (รูปแบบศิลปะ) ในเกม การใช้รูปแบบของงานที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยสร้างให้เกิดการสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึกของเกมได้ตรงกับที่นักออกแบบต้องการได้ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ Art Style ที่เหมาะสมในเกม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จึงได้สร้างแบบสอบถามเพื่อหาแนวที่กลุ่มเป้าหมายชอบและอยากให้เป็นในเกมนี้มากที่สุด การคัดเลือกภาพมาใช้ในแบบสอบถามมีรายละเอียดในภาพปานกลางไปถึงมาก ซึ่งรูปแบบภาพที่ใช้มี 3 รูปแบบหลัก คือ การออกแบบแนว Stylized (รูปแบบเกินจริง) Abstract (รูปแบบนามธรรม) และแนว Realistic (รูปแบบเหมือนจริง)

1. Stylized คือ การนำเสนอภาพที่เน้นความทันสมัยในการสื่อสาร จุดสำคัญอยู่ที่การนำเสนอทั้งฉากตัวละครและสิ่งของต่าง ๆ ให้เป็นรูปแบบที่เกินความจริง ซึ่งการใช้ภาพรูปแบบนี้จะสามารถส่งเสริมให้ได้ผลงานตามจินตนาการของผู้ออกแบบมากขึ้นและสร้างจินตนาการให้เกิดผู้เล่นได้ ซึ่งภาพแนว Stylized ก็มีแยกย่อยออกไปได้อีกหลายรูปแบบ ทั้งในแบบ 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) เช่น

- Pixel Art เป็นเทคนิคการสร้างภาพด้วยคอมพิวเตอร์ในยุคการแสดงผลในจอมีความละเอียดค่อนข้างน้อยและใช้สีได้แค่ 256 สี เป็นผลให้เกมส่วนใหญ่ในยุคนั้นเป็นรูปแบบพิกเซล
- Cel Shading ใช้เทคนิคการสร้างภาพ 3 มิติ ในการแสดงความรู้สึกของภาพให้ดูเหมือนเป็น 2 มิติแบบดั้งเดิม ด้วยการใช้สี การให้แสงเงาแบบเรียบง่าย (Flat Color) บนวัตถุ 3 มิติ
- Cartoon (Comic) คือการนำเสนอตัวละคร (Character) และสภาพแวดล้อม (Environment) ที่ดูเกินจริง ภาพล้อและให้ความรู้สึกเหมือนเป็นภาพในแนวจากหนังสือการ์ตูน
- Minimal เป็นแนวศิลปะที่เน้นความเรียบง่าย ใช้เรื่องของรูปทรงเป็นนัยสำคัญ เป็นการเล่นกับโทนสี รูปทรง และองค์ประกอบ¹³

2. Abstract เป็นรูปแบบที่เน้นไปที่การนำเสนอภาพในเกมโดยใช้รูปร่างรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Shapes) แทนที่ของการวาดเป็นภาพของตัวละคร สถานที่และสิ่งของประกอบต่าง ๆ ในเกม

3. Realistic คือการที่ภาพที่เน้นไปที่เรื่องของความสมจริง ทั้งในรูปแบบของภาพ 2 มิติและภาพ 3 มิติ มีรายละเอียดมากมายในภาพทำให้เกมดูสมจริงมากขึ้น

จากคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบเกมในการกำหนด Art style ที่เหมาะสมกับการใช้งานในอุปกรณ์มือถือ รวมถึงเหมาะสมกับเนื้อหาของเกมที่ต้องการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวจริง ในแบบสอบถามจึงใช้รูปแบบหลักแค่ 2 รูปแบบ คือภาพแบบ Stylized และภาพแบบ Realistic ทั้งที่เป็นแบบ 2 มิติและ 3 มิติ โดยมีคำอธิบายแนวทางการออกแบบร่วมกับการใช้ นำภาพจากในเกมมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เห็นด้วยเช่นกัน ซึ่งภาพที่คัดมาใช้เป็นตัวเลือกเป็นภาพจากในเกมที่มีความโดดเด่นและที่ได้รับความนิยมทางด้านความสวยงาม ดังนี้ 1) เกม Old man's Journey แนว 2D Stylized นำเสนอพื้นผิวแบบแนว Chalk, Charcoal, Brush Stroke ให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนใช้งาน Handmade ใช้สีสันอยู่ในโทนสว่าง สบายตา มีสีสดใสในบางจุดเพื่อไม่ให้รู้สึกเบื่อ 2) เกม Sky: Children of Light แนว 3D Stylized Minimal Fantasy ใช้สีหลักของท้องฟ้าร่วมกับพื้นหญ้าที่มีความตัดกันแบบไม่ฉูดฉาด การคุมโทนโดยส่วนใหญ่จะใช้สีโทนเย็นเป็นน้ำเงินของฟ้าและก้อนเมฆ ใช้โทนร้อนคู่ตรงข้ามอยู่ในจุดสำคัญที่ดำเนินเรื่องราว 3) เกม Doraemon Story of seasons แนว 3D Cartoon นำเสนอด้วยอารมณ์สีน้ำ ทำให้ภาพเย็นสบายท่ามกลางธรรมชาติและมีมนต์เสน่ห์ของงานสีน้ำ 4) เกม Ori and the Blind Forest แนว 2D Realistic ผสม Fantasy นำเสนอฉากและรายละเอียดภาพอย่างชัดเจนในรูปแบบ Hand Painting 5) เกม Legend of Zelda: Breath of fire แนว 3D Stylized Fantasy นำเสนอด้วย Cel shading หรือ Toon shading และมีรายละเอียดคุณภาพสูงสมจริงเป็นส่วนใหญ่แต่ยังคงการใช้สี โทนสว่าง 6) เกม Desertopia แนว 2D Stylized นำเสนอด้วยสีในแบบ Pastel และตัวละครที่เป็นแบบลดทอนรายละเอียด 7) เกม Journey แนว 3D Minimal ตัวกราฟิกแทรก Curve line ลงไปในรูปทรงให้มีเหลี่ยมแหลม รู้สึกแข็งแรงดูมีความรู้สึกเคลื่อนไหวและกว้างใหญ่ เพิ่มเติมสีให้สดใสในส่วนของสิ่งดำเนินเรื่องหรือจุดสำคัญคุมโทนบรรยากาศของทะเลทรายโดยรวมให้ดูกว้างขวางและลึกกลับ 8) เกม Tabikaeru 2D illustration Adventure นำเสนอความเป็นญี่ปุ่นด้วยงาน Ink Brushstroke ใช้ค่าความสว่างของสี อยู่ในช่วงกลางถึงช่วงสูง ทำให้ภาพนวลดูง่าย

13. "ศิลปะที่ว่าด้วย "ความน้อย" (Minimalist Theory)," Omm Gallery, บันทึกข้อมูลเมื่อ 3 มีนาคม 2560, <https://es-la.facebook.com/notes/omm-gallery/ศิลปะที่ว่าด้วย-ความน้อย-minimalist-theory/1315140698532174/>.

และน่ารัก ใช้ Flat Color ตัดเงาเล็กน้อยทำให้ภาพดูร่วมสมัย 9) เกม Stardew valley แนว 2D Pixel Art สีสดใส มีความสดและความอึมของสีสูง ทำให้รู้สึกกระตือรือร้นอยู่ตลอด 10) เกม Red Dead Redemption 2 แนว 3D Realistic คือเป็นการนำเสนอภาพที่มีความสมจริงมาก สีที่ใช้จะดึงความสมจริงเสมือนเราอยู่ในยุคคาวบอย สีสนของทุกอย่างจะอ้างอิงจากประวัติศาสตร์และสิ่งแวดล้อมจริง

สรุปผล

จากการศึกษาและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (อายุ 22–39 ปี) ที่เล่นเกมมือถือและชอบท่องเที่ยว โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 359 คน โดยการใช้วิธีวัดแบบ 5-point Likert Rating Scale พบว่าการออกแบบสื่ออินเทอร์แอกทีฟและเกม ด้วยแนวคิดเกมิฟิเคชัน สามารถได้แนวทางในการออกแบบระบบและรูปแบบของเกมที่ตอบสนองของกลุ่มผู้บริโภค ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. เพื่อหาแนวทางในการออกแบบเกมิฟิเคชันในสื่อประเภทเกมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการรับรู้ในเนื้อหาสาระ เรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่เชื่อมโยงกับในพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.1 ในด้านของพฤติกรรมการเล่นเกม โดยการใช้วิธีวัดแบบ Rating Scale (5 ระดับ) สามารถสรุปผลออกมาได้ ดังนี้ 1) Explorer หรือ Free (M=4.08) 2) Philanthropist (M=3.92) 3) Achiever (M=3.87) 4) Player (M=3.86) 5) Socializer มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61

1.2 สิ่งที่จะเป็นแรงจูงใจให้เล่นเกมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ โดยการใช้วิธีวัดแบบ 5-point Likert Rating Scale ได้ผลดังนี้ 1) มีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไร อย่างไร (M=4.46, SD=.65) 2) มีสถานที่ ภารกิจหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา (M=4.34, SD=.75) 3) การสามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นเกมที่หลากหลาย (M=4.30, SD=.75) 4) ระดับความท้าทายในเกม (M=4.21, SD=.80) 5) มีระบบการเล่นเกมที่ใช้ทักษะความสามารถของผู้เล่นเอง (M=4.27, SD=.80)

1.3 สิ่งที่จะสามารถกระตุ้นให้ผู้เล่นเข้ามาเล่นเกมได้เป็นประจำหรือทำให้ผู้เล่นเกิดความผูกพันกับเกม (Engagement) โดยการใช้วิธีวัดแบบ Rating Scale (5 ระดับ) ได้ผลดังนี้ 1) การพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละครหรือเลเวลขึ้นไปเรื่อย ๆ (M=4.39, SD.83) 2) มีเป้าหมายในการเล่นที่ชัดเจนน่าสนใจจนต้องเล่นไปให้สุด (M=4.35, SD.85) 3) การได้สำรวจพื้นที่สถานที่ในเกม (M=4.22, SD.81) 4) มีไอเทมที่ต้องตามเก็บสะสม (M=4.19, SD.82) 5) ข้อมูลใหม่ ๆ เรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวที่จะได้รับจากการเล่นเกม (M=4.15, SD.95)

2. เพื่อหาแนวทางในการออกแบบกราฟิกสำหรับเกม ในการส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การใช้แบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกการออกแบบของภาพที่ชอบและคิดว่าเหมาะสมสำหรับเกมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ และสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ภาพ แจกแจงค่าความถี่ในการเลือกเป็นร้อยละ จากการสังเคราะห์และสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้เป็นข้อมูลในการ

สนับสนุนการออกแบบแนวทางของ Art style ได้ผลดังนี้ แบบที่ 2 Sky: Children of Light แนว 3D Stylized Minimal (77.14) แบบที่ 5 Legend of Zelda: Breath of fire แนว 3D Stylized Cel shading (72.38) แบบที่ 3 Doraemon Story of seasons แนว 3D Cartoon Stylized (65.71) แบบที่ 4 Ori and the Blind Forest แนว 2D Realistic ผสม Fantasy (60.00) แบบที่ 10 Red Dead Redemption 2 แนว 3D Realistic (52.38)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อในรูปแบบของเกม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้แนวคิดเกมิฟิเคชัน สรุปจากผลของการวิจัยได้เป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ประเภทของผู้เล่นที่มากที่สุดคือ Explorers หรือ Free Spirits ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของเกมที่จะเป็นแรงจูงใจให้เล่นเกมมากที่สุด คือการมีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไรก่อนหลังอย่างไร เป็นรูปแบบของแรงจูงใจในกลุ่มของ Autonomy (ความอิสระ) คือ การมีอิสระในรูปแบบการเล่นเกม

2. จากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ Intrinsic Motivation มากกว่า Extrinsic Motivation โดยผลของแบบสอบถามของแรงจูงใจที่เป็นประเภทของรางวัลต่าง ๆ (Rewards) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับท้าย ๆ คือ รางวัลที่ได้รับและนำไปใช้ในสถานที่จริงได้เช่น บัตรส่วนลด แลกของที่ระลึก (M=3.57) รางวัลรูปแบบต่าง ๆ ที่จะได้รับในเกม (M=3.92) และการแลกเปลี่ยนของหรือรางวัลที่ได้ในเกมกับผู้เล่นอื่น (M=3.90) ส่วนที่เป็นแรงจูงใจที่เป็นสิ่งตอบแทนจากภายในที่มีคะแนนสูงในอันดับต้น ๆ คือการมีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไรอย่างไร (M=4.46) มีสถานที่ ภารกิจหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา (M=4.34) การสามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นได้หลากหลาย (M=4.30)

3. ข้อที่จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้เล่นเข้ามาเล่นเกมได้เรื่อย ๆ หรือนึกถึงเกมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนี้ได้เป็นเวลานาน คือการพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.39 ซึ่งอยู่ในประเภทหลักในเรื่องของการพัฒนาการ การได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ คือการที่ผู้เล่นได้ทำอะไรลงไปแล้วรู้สึกเห็นผลจากการกระทำนั้น การได้เกิดความชำนาญหรือเชี่ยวชาญจากการกระทำนั้น เรียกว่าเป็นผลประโยชน์ระยะยาว (long-term benefit)

4. ด้านสุนทรียะ (Aesthetic) ในเกม Art Style ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด คือภาพของเกม Sky: Children of Light ซึ่งเป็นรูปแบบ 3D Stylized ที่ตัดทอนเป็น Minimal และใส่ความเป็นแฟนตาซี ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อคิดเห็นว่า การนำเสนอภาพในเกมที่แสดงบนโทรศัพท์มือถือไม่สมควรให้มีรายละเอียดของภาพที่มากเกินไป เนื่องจากข้อจำกัดของขนาดพื้นที่การแสดงผล การใช้ภาพในตัวเกมที่มีรายละเอียดแบบเต็มที่อาจจะทำให้ผู้เล่นใช้เวลาอยู่กับเกมสั้นลงเนื่องจากอาจเกิดการเมื่อยล้าสายตาได้เร็วขึ้น

5. Art Style ที่เป็นรูปแบบ Realistic ที่มีผู้เลือกถึงร้อยละ 60.00 เป็นอันดับที่ 4 ก็สามารถนำมาเป็นข้อให้คำหนึ่งถึงในการออกแบบด้วยในความเป็น Stylized ที่มีความเหนือจริงเชิงจินตนาการ แต่ถ้าเพิ่มความเหมือนจริงเข้าไปบ้างตามความเหมาะสม ก็อาจจะได้ผลที่ดีได้

การนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบ

ในประเด็นที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ คือการเลือกรูปแบบของเกมเพื่อมุ่งหวังผลไปที่ความน่าสนใจ และการใช้แนวคิดทางด้านของเกมิฟิเคชันในการกระตุ้นให้อยู่กับเกม เพื่อสร้างให้เกิดการเรียนรู้ในระหว่างการเล่น รวมถึงการได้รับข้อมูลของแต่ละสถานที่หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านระบบของการเล่นเกม

1. ด้านการออกแบบระบบเกมฟิเคชัน

จากผลการวิจัยที่น่าเสนอนี้ แสดงประเภทผู้เล่นแสดงให้เห็นว่าประเภทที่มีจำนวนมากที่สุดคือ Explorers จึงควรนำมาปรับใช้ด้วยการออกแบบสถานที่ ภารกิจหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา และการสามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นเกมที่หลากหลายตามลำดับ

ทั้งนี้ การออกแบบกลไกเกมหรือระบบเกมที่ดี จะสามารถสร้างให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการเล่น เกมเพื่อส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจต่อผู้เล่น ประเภทของแนวเกมที่เหมาะสมที่สุดซึ่งเป็นเสียงส่วนใหญ่จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเกมและสอดคล้องกับประเภทผู้เล่นหลักของกลุ่มเป้าหมาย คือเกมแนว Open World ที่รูปแบบการเล่นไม่มีการบังคับให้ผู้เล่นทำอะไรก่อนหลังหรือต้องทำอะไรใดตามลำดับ ผู้เล่นสามารถได้รับประสบการณ์เลียนแบบการท่องเที่ยวจากการเดินสำรวจสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในเกม

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการเล่นที่เป็นแรงจูงใจผู้เล่นกับการเล่นในเกม Open World และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถานที่จริง
ที่มา : ผู้วิจัย

รูปแบบการเล่นที่เป็นแรงจูงใจในการเล่น	การเล่นที่สามารถทำได้ในเกมแนว Open world	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถานที่จริง
ความมีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไรอย่างไร	รูปแบบการเล่นไม่มีการบังคับให้ผู้เล่นทำอะไรก่อนหลัง จะไปส่วนไหนก่อนของเกมก็ได้	นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ก่อนหลังได้ตามความสะดวกหรือความชอบ เช่น ไปวัด พิพิธภัณฑ หรือเลือกที่จะไปร้านอาหาร เป็นต้น
มีสถานที่ภารกิจหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา	ผู้เล่นสามารถได้รับประสบการณ์เลียนแบบการท่องเที่ยวจากการเดินสำรวจสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในเกม และทำภารกิจที่เลียนแบบมาจากกิจกรรมในพื้นที่การท่องเที่ยวจริง	นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มากมายในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น เข้าวัดทำบุญ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์จากจิตรกรรมฝาผนัง การทดลองทอผ้า เป็นต้น
สามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นเกมที่หลากหลาย	การสามารถสร้างสรรค์การดำเนินเรื่องราวเองในการเล่น	นักท่องเที่ยวสามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ว่าจะเป็นอย่างใดในแต่ ละครั้ง หรือแต่ละวันของการเที่ยว ให้ไม่ซ้ำกัน หรือยากไปเที่ยวที่เดิมซ้ำอีกครั้ง

การออกแบบการเล่นที่ออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่การท่องเที่ยว โดยการทำให้เนื้อหา นั้นน่าสนใจดึงดูดใจต่อผู้เล่นเพื่อให้สามารถดึงดูดหรือกระตุ้นผู้เล่นให้เข้ามาเล่นได้บ่อย ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ จากกระบวนการเล่นและจากเนื้อหาที่แฝงอยู่ในระบบของเกมจนทำให้ผู้เล่นรับรู้เรื่องราวข้อมูลต่าง ๆ ได้โดย ไม่รู้สึกว่าคุณบังคับให้ต้องรับรู้ข้อมูลนั้น

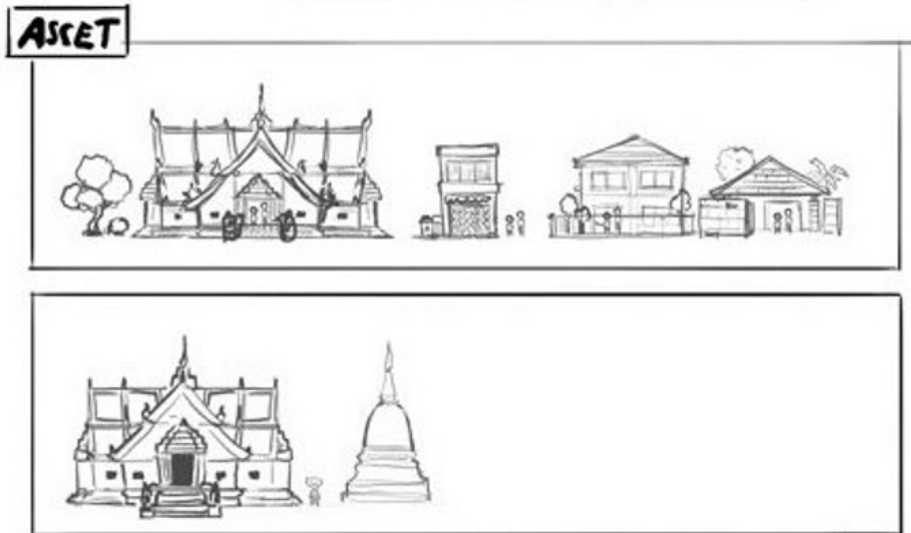
จากผลของการวิจัยนี้ ผู้เล่นชอบที่จะมีการพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละคร ในการออกแบบ การเล่นจึงสามารถแทรกเนื้อหาทางศิลปวัฒนธรรมที่ต้องการให้ผู้เล่นได้รับรู้เข้าไปกับตัวละคร อย่างเรื่อง ของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งทางวัฒนธรรมของนาน ผู้เล่นจะได้รู้ถึง ชื่อของลวดลายผ้าที่ใช้กับการแต่งกายตัวละครหรือชื่อของเครื่องประดับที่ใช้ได้ การพัฒนาของเลเวลในเกม ก็สามารถใช้ในเรื่องของสถานที่ใหม่ซึ่งสามารถอ้างอิงกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมกิจกรรม ที่มีในสถานที่นั้น แต่ผู้เล่นหรือนักท่องเที่ยวอาจยังไม่เคยรู้จักยังไม่เคยลองสัมผัสกิจกรรมนั้น ๆ ก็สามารถ ได้ทดลอง ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ในเกมได้ก่อน เป็นการสร้างประสบการณ์แก่ผู้เล่นที่อาจจะสร้าง แรงบันดาลใจให้กับผู้เล่นและส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกอยากไปเที่ยวในสถานที่จริง

2. ด้านความสวยงาม (Aesthetic)

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามและผู้เชี่ยวชาญพบว่าภาพเกมแนว Stylized ที่มีการลดทอน รายละเอียดของภาพนั้นน่าสนใจมากที่สุด จึงนำมาทดลองในการออกแบบขั้นต้น ในการออกแบบร่างของ สภาพแวดล้อมหรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในเกม คือการสร้างให้เกิดความรู้สึกถึงชีวิต รูปร่างรูปทรงของ สิ่งแวดล้อม หรืออาคารสถานที่ต่าง ๆ

การออกแบบสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างในเกม เปรียบเทียบความจริงเมื่อคนอยู่ต่อหน้าอาคารสถานที่ นั้นจริงจะสามารถเข้าถึง สัมผัส สามารถเดินเข้าไปด้านในเดินไปรอบ ๆ หรือสัมผัสกับพื้นผิว สัดส่วนของ โครงสร้างหรือทำอย่างอื่น ๆ ได้ตามที่ต้องการ แต่ในวิดีโอเกมผู้เล่นจะรู้สึกได้รับรู้ที่แตกต่างคลาดเคลื่อน เพราะสิ่งที่ผู้เล่นเกมนั้นได้รับคือประสบการณ์จากการเห็นที่ไม่สามารถได้รับประสบการณ์ทางผัสทาง ภายได้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบในการเพิ่มความรู้สึกของน้ำหนัก ความแข็งแรงหรือขอบบางของ สภาพแวดล้อมในเกม โดยใช้ตัวชี้หน้าที่สัมผัสได้ด้วยตาเห็นที่จะทำให้รู้สึกถึงความมีน้ำหนักหรือแข็งแรง¹⁴

พื้นที่ที่ใช้เป็นพื้นที่ศึกษาในงานออกแบบเกมนี้ คือพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน จากการศึกษาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของเมืองน่านคือวัด ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มี วัดกระจายอยู่ทั่วเมือง เป็นศูนย์รวมกิจกรรมทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนเมืองน่าน รวมถึงสถาปัตยกรรมที่แสดงให้เห็นผ่านอาคารโบราณ บ้านโบราณ

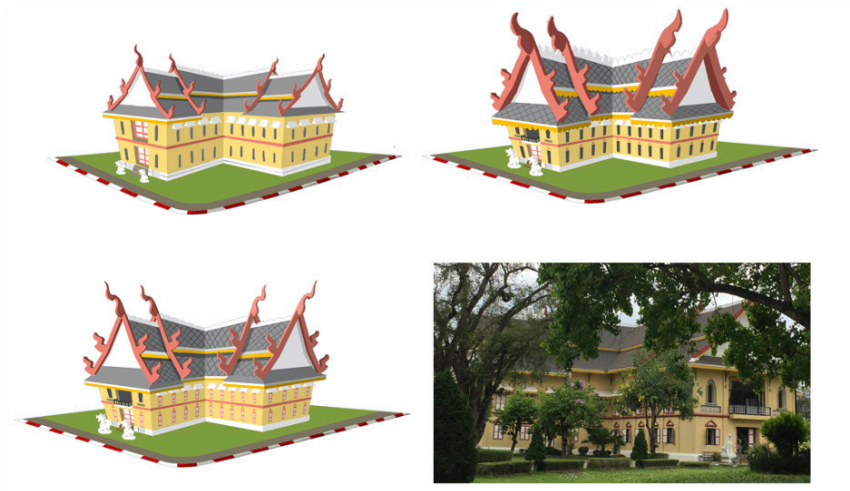


ภาพที่ 1 แบบร่างวัด สถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน
ที่มา : ผู้วิจัย

จากภาพแบบร่างสถานที่นำไปสู่การสร้างภาพต้นแบบที่มีรายละเอียดเหมือนกับที่จะใช้จริงในเกม เพื่อใช้ในแบบสอบถามในการหาแนวทางของรูปแบบสุดท้ายและนำไปพัฒนากับส่วนอื่น ๆ ต่อไป โดยสถานที่ที่นำมาใช้อ้างอิงในการสร้างภาพต้นแบบคือวัดภูมินทร์และหอคำ เนื่องจากวัดภูมินทร์เปรียบเสมือนเป็นสถานที่หลัก (Landmark) ของน่านที่คนทั่วไปส่วนใหญ่รู้จัก ส่วนหอคำในปัจจุบันใช้เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน แนวทางที่ใช้ในการออกแบบเป็นในสไตล์ Minimal Stylized คือการออกแบบที่มีการลดทอนรายละเอียดออกไป เน้นไปที่โครงสร้างหลักที่เป็นรูปร่าง รูปทรงเด่นของตัวสถานที่ให้สามารถเป็นที่จดจำหรือทำให้นึกถึงสถานที่นั้น ๆ ได้



ภาพที่ 2 การทดลองออกแบบกราฟิกในเกมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในสถานที่จริง
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 3 การทดลองออกแบบกราฟิกในเกมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในสถานที่จริง
ที่มา : ผู้วิจัย

บรรยากาศสิ่งแวดล้อมของเมืองน่านดูสบายใจ อบอุ่น สงบ เพราะประกอบไปด้วยวัดหลายแห่ง ตึกโบราณ อาคารพาณิชย์ ตลาด ร้านอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น ไม่มีอาคารสูง แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่น่าสนใจและดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว ที่สำคัญคือมีความสะอาดไม่มีเศษขยะ ในการออกแบบ จึงนำลักษณะพื้นที่และบรรยากาศมาใช้ในการสร้างต้นแบบสภาพแวดล้อมในเกม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตัวเกมและให้สอดคล้องกับรูปแบบการเล่น ในการออกแบบจากจึงตัดความสมจริงในเรื่องของตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่รวมถึงอาคารบ้านเรือนต่าง ๆ



ภาพที่ 4 การทดลองออกแบบกราฟิกในเกมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในสถานที่จริง
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามที่ร่วมกับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปผลเป็นแนวทางที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบได้ คือ 1) การหาอัตลักษณ์หรือความโดดเด่นของสถานที่ที่จะต้องมีการออกแบบเพื่อใช้เป็นหลักของสื่อสารได้ชัดเจนถึงพื้นที่นั้น จะสามารถส่งผลไปถึงการสร้างเชื่อมโยงระหว่างผู้เล่นกับสถานที่จริง 2) การออกแบบภาพในการสื่อสารให้อยู่บนพื้นฐานของความชัดเจน แต่รายละเอียดไม่เยอะมาก จะเหมาะสมกับภาพในเกมที่เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากกว่าการใช้ภาพที่มีรายละเอียดมาก 3) ทิศทาง ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวทางของภาพในเกม 4) โทนสี ที่สามารถสื่อสารได้ถึงอารมณ์ (Mood & Tone) ของสถานที่ และสะท้อนความรู้สึกในการท่องเที่ยวในสถานที่จริง 5) การใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบเพื่อส่งเสริมการสื่อสารอารมณ์ของภาพและการเล่น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสื่อให้เห็นได้ว่าสิ่งสำคัญที่มีส่วนเชื่อมโยงกับการออกแบบทั้งระบบของเกมและเกมพีเคชั่น รวมถึงด้านของความสวยงามในเกม คือเนื้อหาของพื้นที่การท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ การเลือกเนื้อหาในการนำมาใช้และออกแบบให้มีการนำมาใช้อย่างแตกต่างแต่ลงตัว จะมีผลดีต่อการออกแบบกลไก ความสวยงามและกระบวนการทั้งหมด

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

ความสำคัญของกลุ่มประเภทผู้เล่นคือ สามารถนำมาใช้เป็นหลักในการออกแบบกลไกของเกม (Game Mechanics) คุณสมบัติของเกม (Game Features) ที่สามารถตอบสนองได้ตามพฤติกรรม ความชอบของผู้เล่นซึ่งต้องมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหา อีกทางหนึ่งสามารถออกแบบกลไกเกมให้ตอบสนองผู้เล่นโดยยึดตามสัดส่วนของประเภทผู้เล่นได้ ซึ่งแต่ละแนวทางก็จะมีข้อดีข้อเสียต่างกัน กล่าวคือการออกแบบให้ตอบสนองผู้เล่นประเภทหลักที่มีจำนวนมากที่สุดกลุ่มเดียวเลย ข้อดีคือการออกแบบระบบอาจจะทำได้ง่ายกว่าใช้เวลาน้อยกว่า ในทางกลับกันการออกแบบกลไกการเล่นที่มีรูปแบบหลากหลายตามสัดส่วนของกลุ่มประเภทผู้เล่น ก็อาจสามารถทำให้ได้กลุ่มผู้เล่นเกมที่ออกแบบหลากหลายกว่า แต่ขั้นตอนในการออกแบบก็มักจะมีความซับซ้อน การสร้างระบบของเกมพีเคชั่นให้ตอบโจทย์ผู้เล่นกลุ่มเป้าหมายควรต้องใช้ในการวัดผลจาก Prototype หรือการได้ทดลองใช้กับต้นแบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถได้ประสบการณ์ที่ใกล้เคียงของจริง จะทำให้การวัดผลก่อนที่จะพัฒนาเป็นงานจริงได้แนวทางที่ชัดเจนมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนบทความขอขอบพระคุณทุนสนับสนุนการศึกษาต่อภายในประเทศ จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม และหน่วยวิจัยแพชชั่นและนวัตกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

บรรณานุกรม

- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- ชนันต์ พูนเดช. "แนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยแนวคิดเกมมิฟิเคชัน." วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2559): 331-339.
- Bartle, Richard. "Virtual Worlds: Why People Play." ResearchGate.https://www.researchgate.net/publication/308073596_Virtual_worlds_Why_people_play.
- Chou, Yu-Kai. *Actionable Gamification—Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. California: Octalysis Media, 2014.
- Growthengineering. "Does Gamification Inspire Intrinsic Motivation." Gamification. <https://www.growthengineering.co.uk/intrinsic-motivation-gamification/>.
- Kim, Amy Jo. "Social Engagement: who's playing? how do they like to engage?." <https://amyjokim.com/blog/2012/09/19/social-engagement-whos-playing-how-do-they-like-to-engage/>.
- Marczewski, Andrzej. "HEXAD: A Player Type Framework for Gamification Design." Gamification UK. <https://www.gamified.uk/user-types/>.
- Marczewski, Andrzej. "The Intrinsic Motivation RAMP." Gamification UK. <https://www.gamified.uk/gamification-framework/the-intrinsic-motivation-ramp/>.
- Omm Gallery. "ศิลปะที่วาดด้วย "ความน้อย" (Minimalist Theory)." <https://es-la.facebook.com/notes/omm-gallery/ศิลปะที่วาดด้วย-ความน้อย-minimalist-theory/1315140698532174/>.
- Pink, Daniel H. *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*. New York: Riverhead Books, 2009.

Simões, Jorge et al. "A Gamification Framework to Improve Participation in Social Learning Environments." ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/281273463_A_gamification_framework_to_improve_participation_in_social_learning_environments.

Solarski, Chris. *Drawing Basics and Video Game Art*. New York: Watson-Guption Publications, 2012.

WP. "สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก "ไทย" เหนืออันดับหนึ่งสูงสุดในโลก." Brand Buffet. <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.