



v1.1.1

# Gamification fundamental

12 November 2025

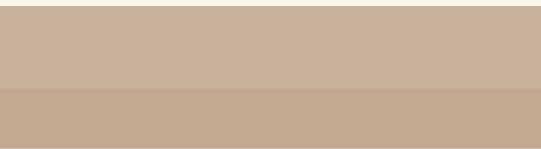
@chonla  
Chonlasith Jucksriporn

# Outcome

- สามารถแยกความแตกต่างระหว่าง Game กับ Gamification ได้
- สามารถอธิบายวัตถุประสงค์ของการใช้ Gamification ได้
- สามารถแยกความแตกต่างระหว่าง Intrinsic motivation กับ Extrinsic motivation ได้

# Learning group

กลุ่มละ 3-4 คน



ชื่อกลุ่ม + ชื่อสมาชิก



ไอคอนประจำกลุ่ม



5 mins



Class activity

# Workshop

หา Business problem/challenge ที่ต้องการแก้ไข หรือต้องการใช้กับ Gamification ถ้ามีงานที่ทำอยู่แล้ว และอยากรองให้สามารถเอามาลองได้



15 mins



Team activity

# Outline

- Gamification introduction
- Motivation
- Gamification in organization
- Framework
- Abuses

# Gamification introduction

ส่วนประกอบหลักของการสร้างเกมคือ  
**Game elements และ Game design techniques**

# Game elements

គីឡូវ៉ានប្រាកបតាន ទាំង ៧ នៃកែវ  
មេន Points, Badges, Leaderboard,  
Quests, Resource collection,  
Avatar, Social graph, Level, Rewards

# Game design techniques

คือแนวคิดของการออกแบบเกม  
เช่น เป้าหมายของเกม กลิตกา การ Motivate ผู้เล่น

# Gamification

คือการเอา **Game elements** กับ **Game design techniques** มาใช้ในการ **Motivate** กลุ่มเป้าหมาย (player) ให้ไปถึงเป้าหมายอะไรก็ตามที่ไม่ใช่เกม เช่น ธุรกิจ การเรียน การพัฒนาตนเอง การสร้างผลกระทบต่อสังคม

# Gamification in your pocket

ลองเปิดแอปในมือถือที่ชอบเล่นแล้วติดมาแชร์ใน Learning group  
ว่าเจอ Gamification ตรงไหนบ้าง



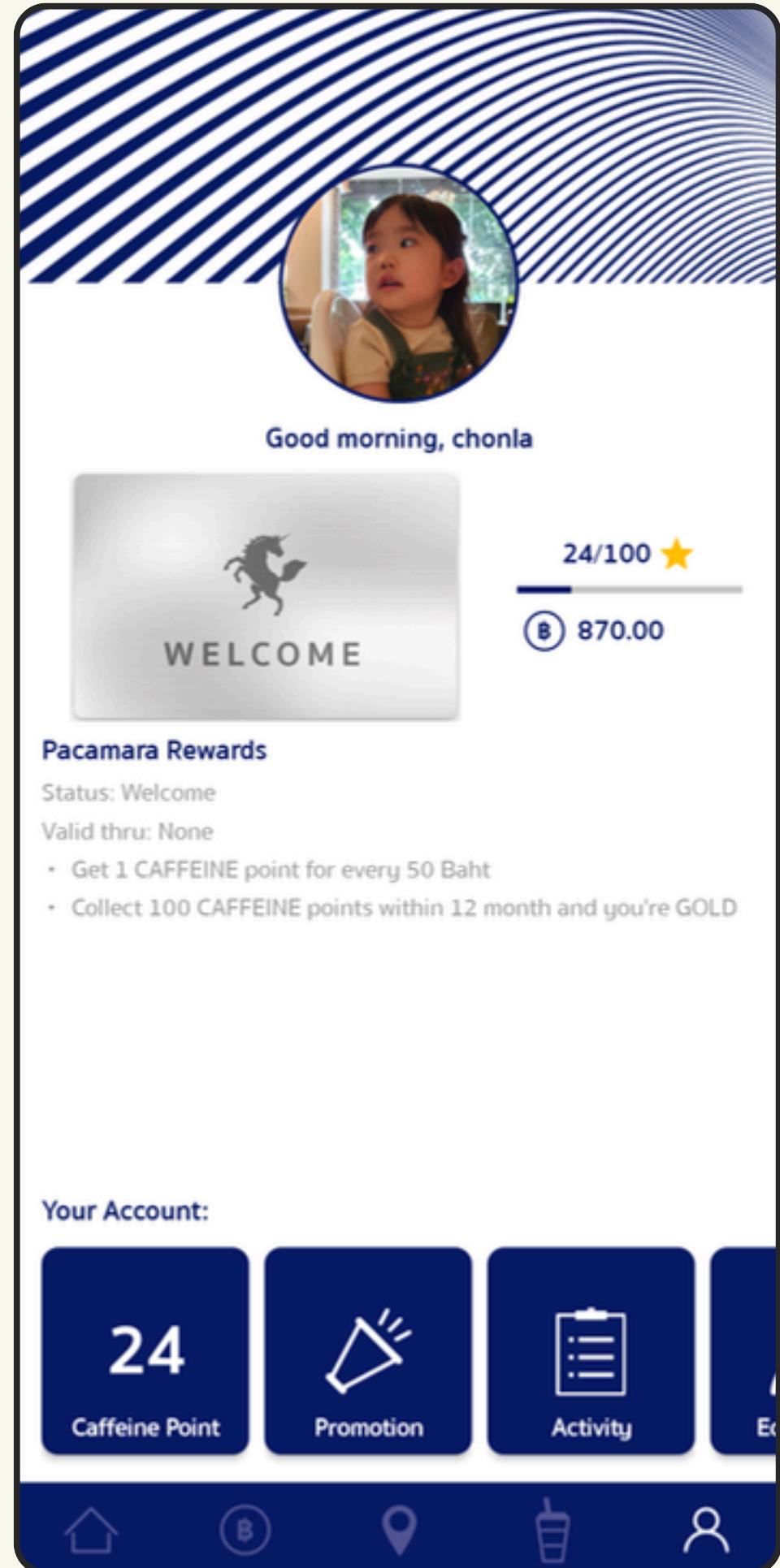
5 mins



Team activity

# Pacamara

- Avatar
- Points
- Rank



# Garmin Sports

- Avatar
- Level
- Challenges
- Leaderboard

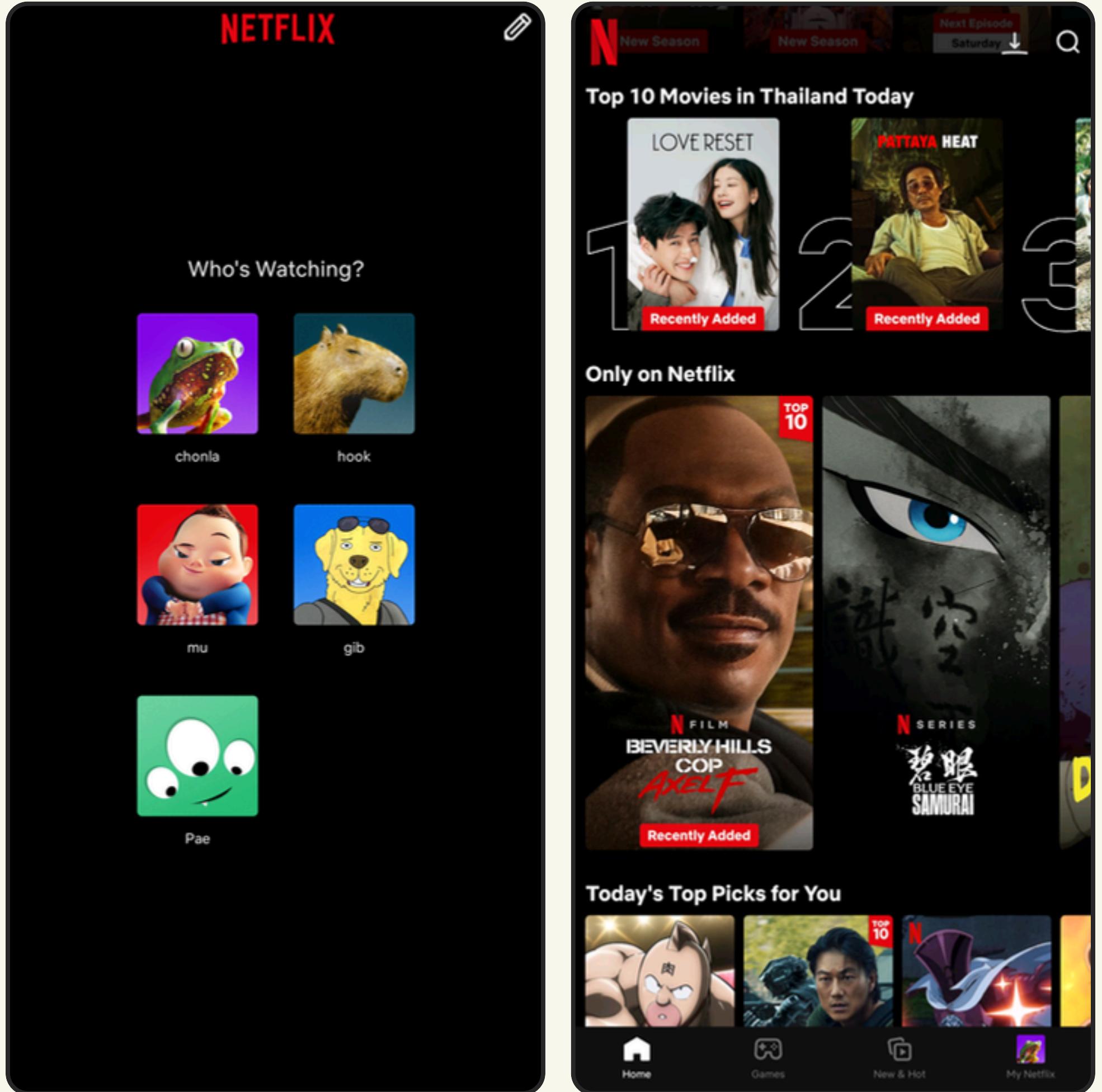
The left screenshot displays the Garmin Sports app's main dashboard. At the top, it shows the user's profile picture, name (chonla), level (Level 5), a notification bell icon with a red dot, and a gear icon. Below this is a large circular summary card for July, showing a total distance of 15.22 km. It also displays 2 Activities, a time of 1.8 hours, and a pace of 7'04". Under "Recent Activities 2024/6/7 Fri", it lists a distance of 7.72, time of 54:31, and pace of 7'04". Below these are several navigation icons: My Single Workout, Camps, My Courses, My Plans, Competitions, Joined Events, PB Leaderboard, and My Report. A section titled "My Injury" indicates no injury record has been registered for 28 weeks and 6 days since 2023/12/24, with a "Injury Mgmt" button. The "My Calendar" section shows the current week from Monday to Sunday, with Friday the 12th highlighted in red. A "SGRunners 2024 (inc Threadmill)" challenge card is visible at the bottom, showing a distance competition for running from 2024/1/1 to 2024/12/31, with a 15 Place multiplier. The bottom navigation bar includes Discover, Training, Competitions, and Profile.

The right screenshot shows the "SGRunners 2024 (inc Threadmill)" challenge details. It includes a medal icon, the challenge period (2024/1/1 - 2024/12/31), a private invitation note, and participant statistics: 35 entered, joined on 2024/1/1, ongoing, currently at 19 place, and total distance 33.74K km. The screen features tabs for Info, Leaderboard (which is selected), and Discussions. The Leaderboard table lists participants by rank, name, and distance (km). The top 12 participants are:

Rank	Participants	Distance (km)
19	chonla	597.06
1	Khunnapat Chavanothai	4408.58
2	Chet.S	3242.15
3	Churin	3044.33
4	Tokmong	2077.78
5	sam	2028.89
6	chanet_oat	1820.89
7	Aon Pravit	1809.79
8	pharadon19	1596.43
9	Chote	1576.19
10	Natthaphon Taechashong	1548.81
11	Paitoon Manasilp	1398.14
12	Wit78	957.04

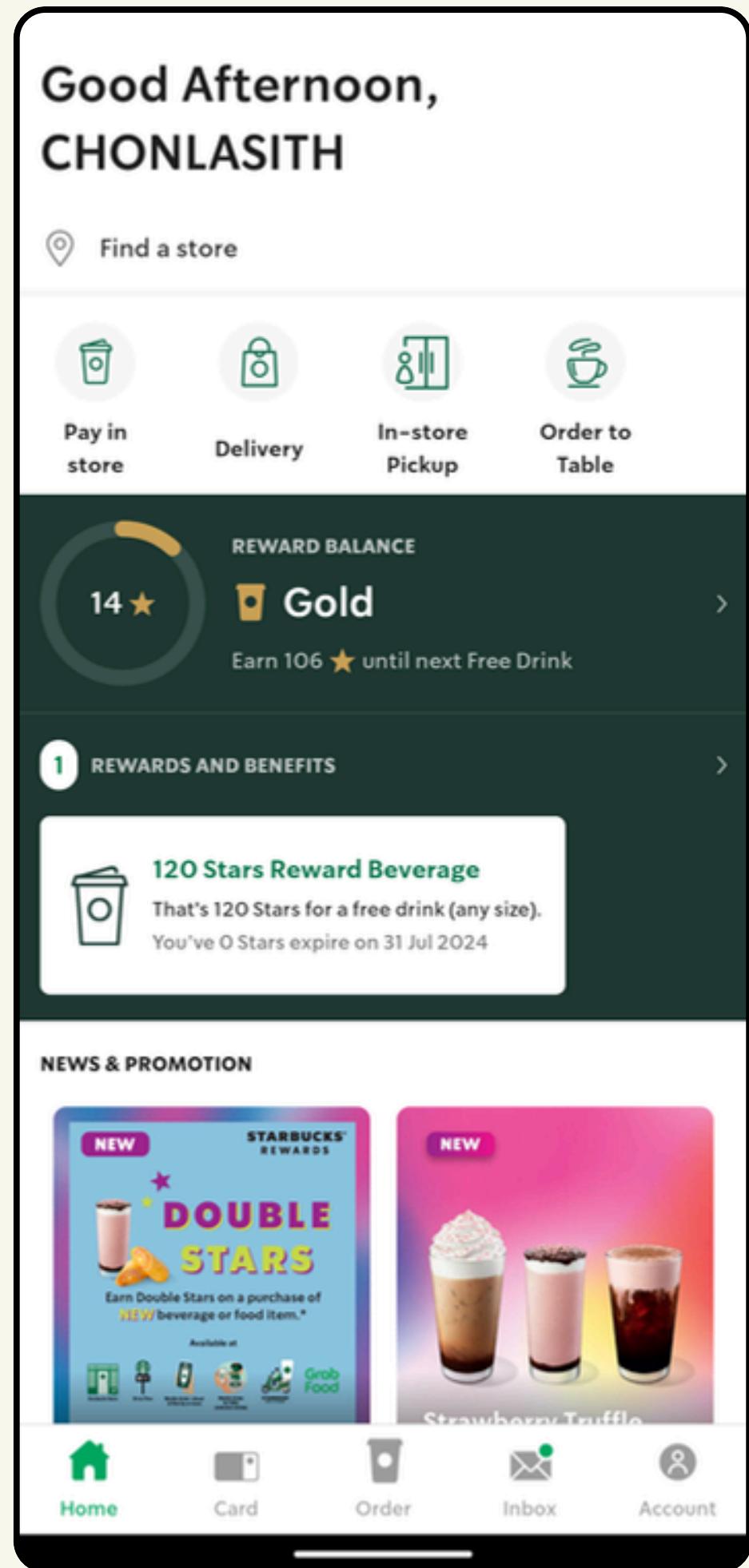
# Netflix

- Avatar
- Class



# Starbucks

- Reward
- Quest
- Points
- Rank



# Game

ต้องมีเป้าหมายชัดเจน  
เช่น วิ่งแปรง ต้องวิ่งจากจุดเริ่มต้นไปที่เส้นชัย

ต้องมีกติกา หรือข้อจำกัดบางอย่าง  
เช่น ม้าในหมากรุก จะเดินเฉพาะแบบ  $3 \times 2$  ช่อง  
เท่านั้น

ผู้เล่นต้องเล่นด้วยความสมัครใจ  
เมื่อผู้เล่นเจออุปสรรค ผู้เล่นต้องสมัครใจ  
แก้ไขปัญหานั้นเอง

ต้องบalaนซ์ให้ดี ปล่อยให้ทำ  
อะไรมากไปก็ขาดเป้าหมาย  
กติกาเยอะไปก็ไม่สนุก

ถ้าคนเล่นเกมด้วยความสมัครใจ  
แสดงว่าเกมต้องมีความ  
หมายอะไรกับคนนี้ เขาถึง  
ยอมเล่นภายใต้กติกา

# Game designer hat

เราต้องออกแบบจาก  
**มุ่มมองของ Game designer**  
ไม่ใช่มุ่มมองของผู้บริหาร  
ไม่ใช่มุ่มมองของผู้เล่น

# Game player

- ทุกคนที่มีส่วนในเกมคือผู้เล่น ต่างกันที่บทบาทที่ได้รับ
- ผู้เล่นคือศูนย์กลางของเกม
- ผู้เล่นเลือกได้ว่าจะทำอะไร หรือไม่ทำอะไร
- ผู้เล่นมีอิสระเต็มที่ ภายใต้ข้อจำกัดที่เกิดขึ้น

เราจะทำอย่างไรให้คนมาเล่น และทำอย่างไรให้คนยังเล่นอยู่ตลอด?

# 3 Fundamental concepts

## 1. Player Journey

- ทำอย่างไรให้ผู้เล่นเข้ามาเล่นได้ง่าย และเร็วที่สุด
- ทำอย่างไรให้ผู้เล่นเข้าใจวิธีเล่น และแก่ไปปัญหาได้ด้วยตัวเอง
- ทำอย่างไรให้ผู้เล่นมีทักษะ และความสามารถที่สูงขึ้นภายใต้ขอบเขตของเกม

# 3 Fundamental concepts

ในแอปในมือถือที่ชอบ  
วางแผน Player Journey ไว้อย่างไรบ้าง



5 mins



Team activity

# 3 Fundamental concepts

## 2. Balance

- เกมต้องไม่ยาก ไม่ง่ายเกินไป
- ถ้ามีทางเลือกให้ตัดสินใจ ต้องไม่เยอะเกิน ไม่น้อยเกิน
- บางครั้งต้องมีความรู้สึกถึงการแบ่งบันบ้าง
- อยปรับสมดุลย์ของเกมบ้าง เพื่อให้เกมสมดุลย์เสมอ
- ไม่อนเอียงไปให้ประโยชน์กับคนกลุ่มใดกลุ่มนี้

# 3 Fundamental concepts

## 3. Experience

- ทำอย่างไรให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนเล่นเกม ในบริบทที่ไม่ใช่เกม เช่น การใช้ Game Element มาช่วย

# Funs

**Chilling**

เล่นเพลิน ไม่ซีเรียล

**Challenge**

ท้าทาย ลับสมอง ฝึกทักษะ

**Multiplayers**

แบ่งกัน ร่วมมือกัน

**Serious**

เป้าหมายสำคัญ เพื่อโลก เพื่อตัวเอง เพื่อสังคม เพื่อครอบครัว

# Funs

ในแอปในมือถือที่ชอบ  
ความสนุกที่เราติดเป็นแบบไหน



5 mins



Team activity

# Game elements

- ทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นเกม
  - Physical เช่น เกม OX
    - บอร์ด, ตัว O, ตัว X, คนเล่น 2 คน, การแบ่งบัน, ตาเล่น, การนับแพ้ชนะ, ไม่มีการนับคะแนน
  - Virtual เช่น วิดีโอเกม
    - Points, Badges, Leaderboard, Social graph, Guild (Team), Avatar, Level
  - Business
    - Badges เช่น บัตรเครดิต Platinum
    - Teams เช่น Group deal, มา 4 จ่าย 3, Grab group
    - Rewards เช่น ซื้อขายแพครบ 10 แก้ว แมมฟรี 1 แก้ว

# Side effects

Game element บางอันอาจสร้างผลกระทบบางอย่างได้ ถ้าเราไปใช้อย่างไม่ถูกต้อง

- Leaderboard สามารถสร้าง motivation ได้ แต่ก็สามารถสร้าง demotivation ได้เช่นกัน
- Points อาจจะไม่มีประโยชน์ ถ้า Point นั้นไม่ได้เอาไปใช้ทำอะไรต่อ
- Social graph สามารถสร้าง peer pressure ได้ แต่ถ้ามากเกินไป ก็อาจจะสร้าง demotivation ได้เช่นเดียวกัน

# Workshop

กลับไป Update เป้าหมายของ Business problem ว่าทำเพื่ออะไร  
และใครเป็น Player ของระบบ



15 mins

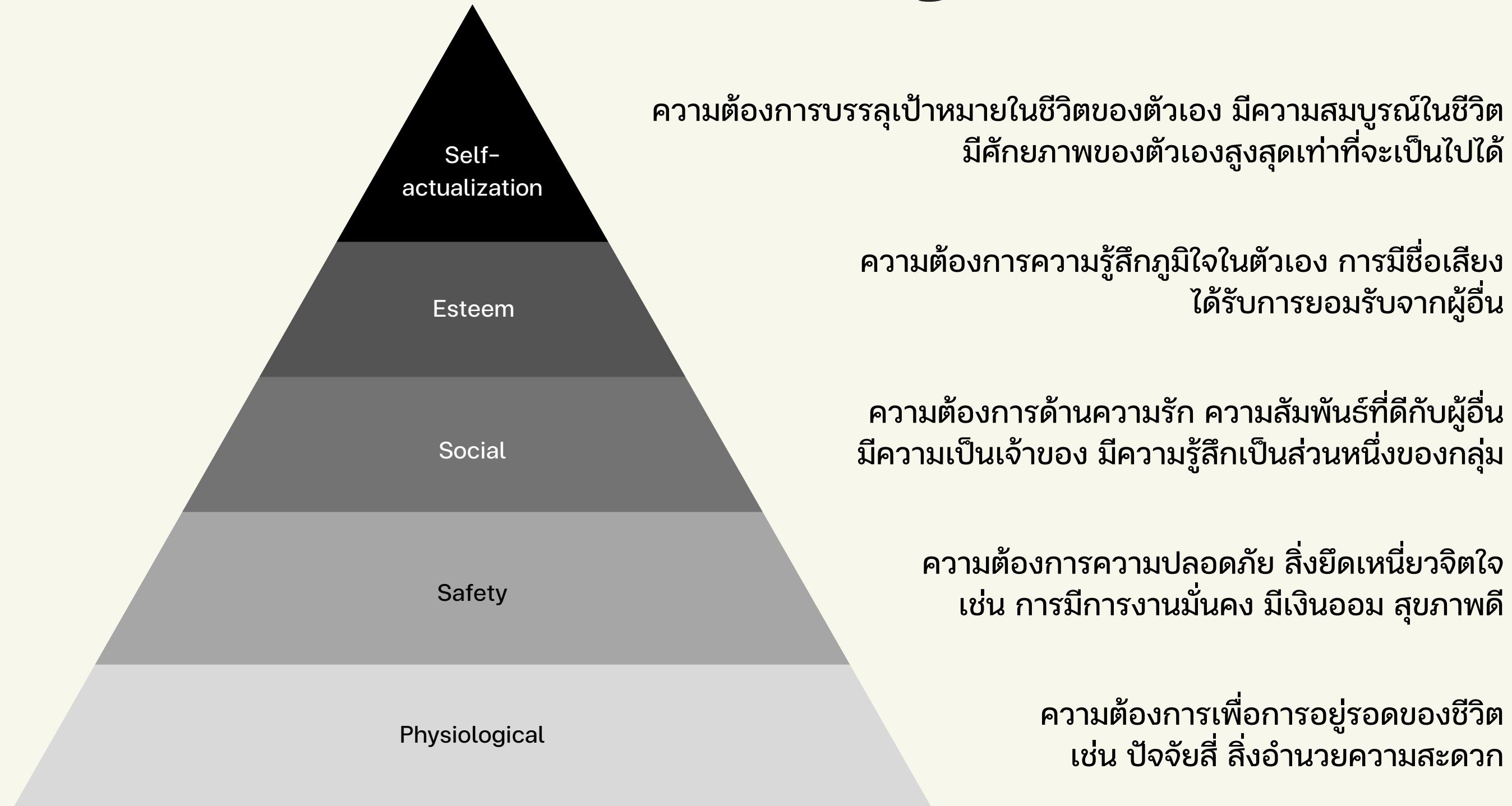


Team activity

# Motivation

คือ การกระตุ้นเพื่อให้เราตัดสินใจทำอะไร หรือไม่ทำอะไร โดยที่แต่ละคนมีเหตุผลในการตัดสินใจทำอะไรแตกต่างกัน เช่น บางคนทำงานหนักเพื่อเงิน บางคนเล่นกีฬาเพื่อความสนุก เพื่อสุขภาพ

# Maslow hierarchy of needs



# Motivational learning

ในจิตวิทยา Learning theories ที่สำคัญ ๆ มี 2 ทฤษฎีคือ

- Behaviorism จะดูจากการกระทำ หรือพฤติกรรม
- Cognitivism จะดูจากของที่อยู่ในสมอง

# Behaviorism

- มองว่า borgในใจมันทดสอบไม่ได้ อยากรู้ว่าคิดอย่างไร ทำได้แค่ถามว่าคิดอย่างไร
- วิธีที่จะสามารถทดสอบได้นั้นคือ ดูจากข้อมูล ดูจากการกระทำ ตั้งสมมติฐาน และ พิสูจน์
- Behaviorism จะดูเกี่ยวกับการกระตุ้นด้วยปัจจัยภายนอกเพื่อให้เกิดพฤติกรรม บางอย่าง

# Classical conditioning

จะพูดถึงการเรียนรู้บางอย่างผ่านการเชื่อมโยง คือมีสิ่งกระตุ้นอะไรบางอย่างและส่งผลให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

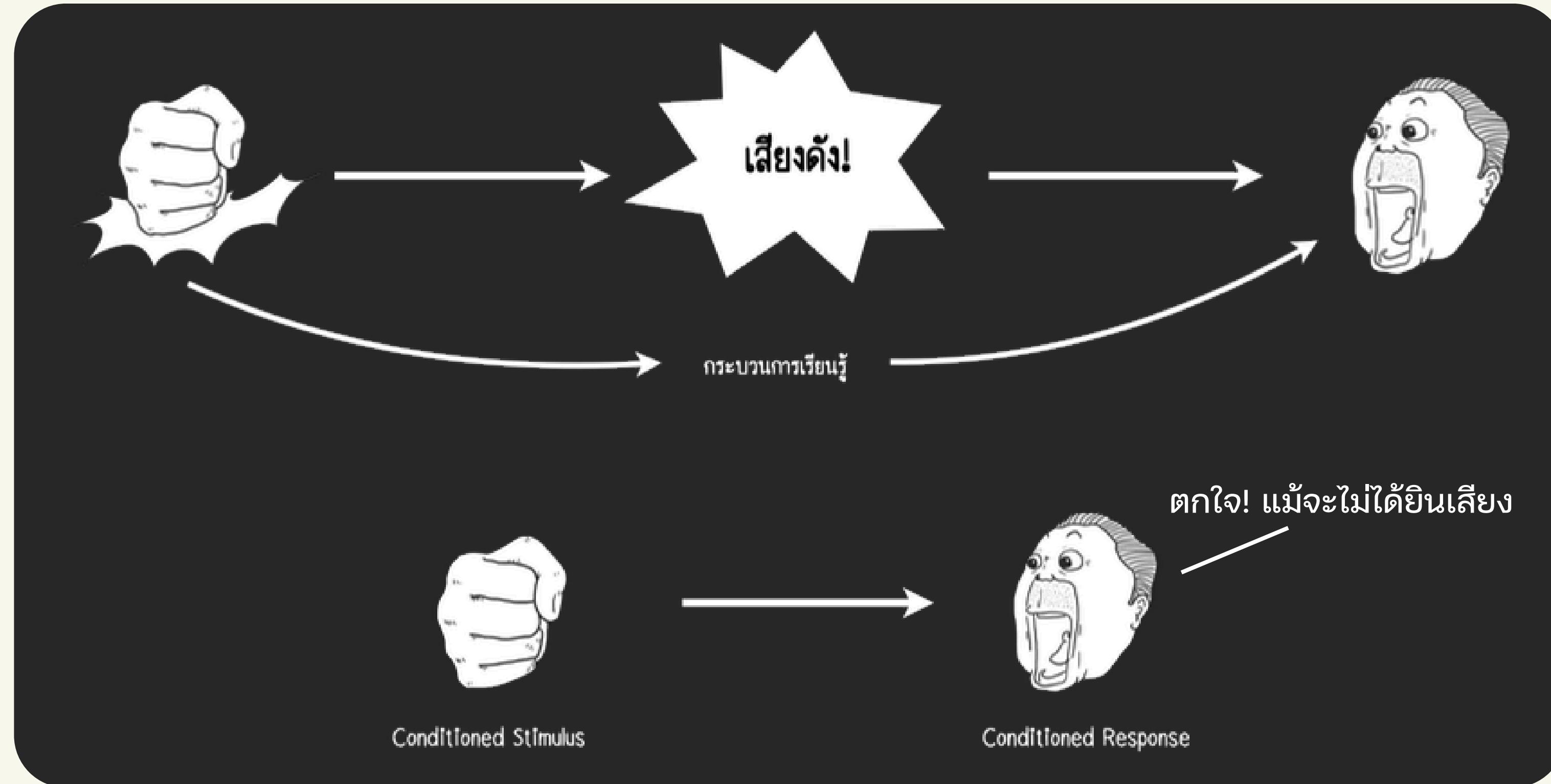
- สิ่งกระตุ้นที่ไม่ได้วางเงื่อนไข (Unconditioned Stimulus)
- การตอบสนองที่ไม่ได้วางเงื่อนไข (Unconditioned Response)
- สิ่งกระตุ้นที่วางเงื่อนไข (Conditioned Stimulus)
- การตอบสนองที่วางเงื่อนไข (Conditioned Response)

# Classical conditioning

เห็น

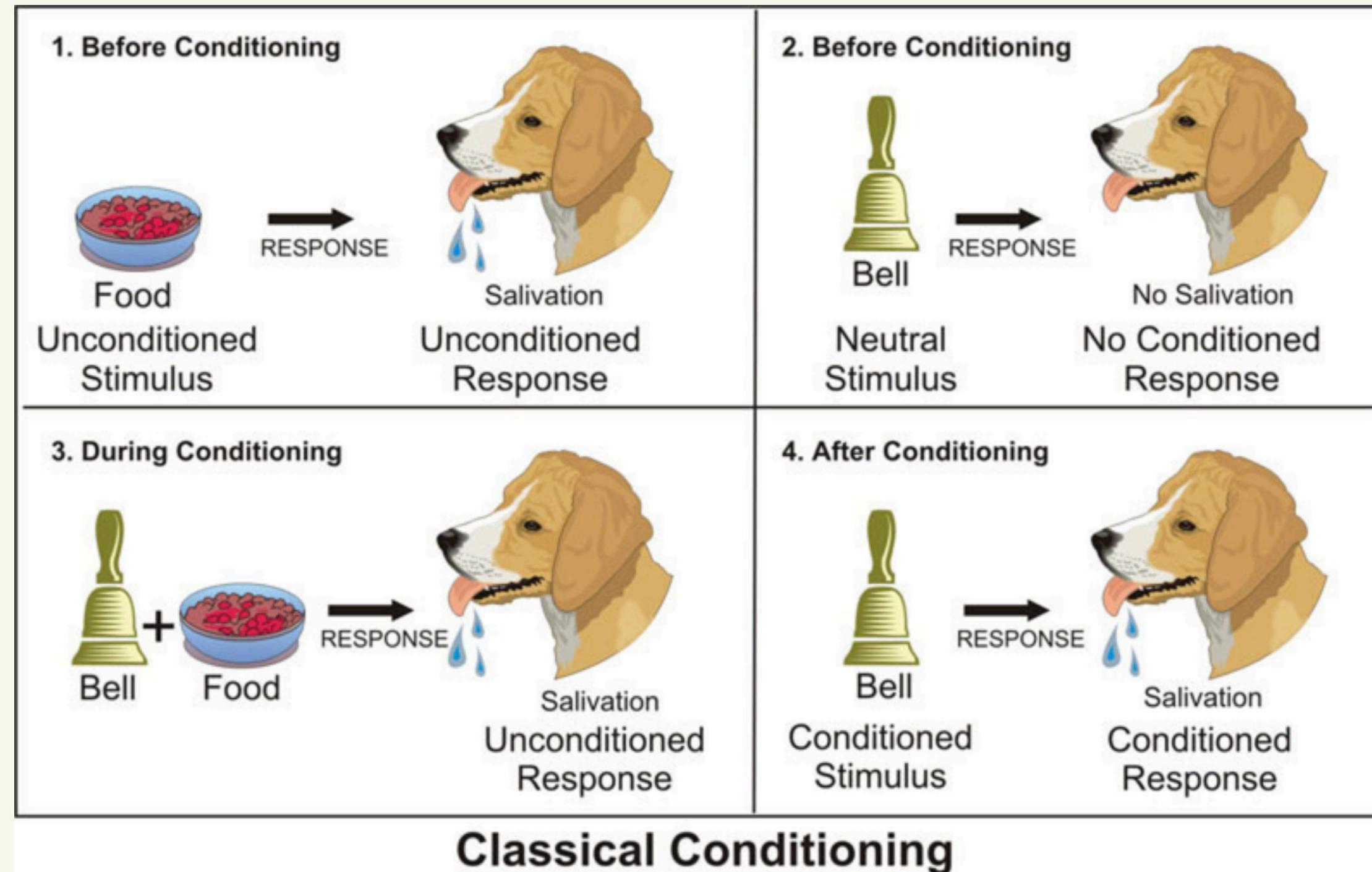


# Classical conditioning



# Classical conditioning

Dog experiment - Ivan Pavlov

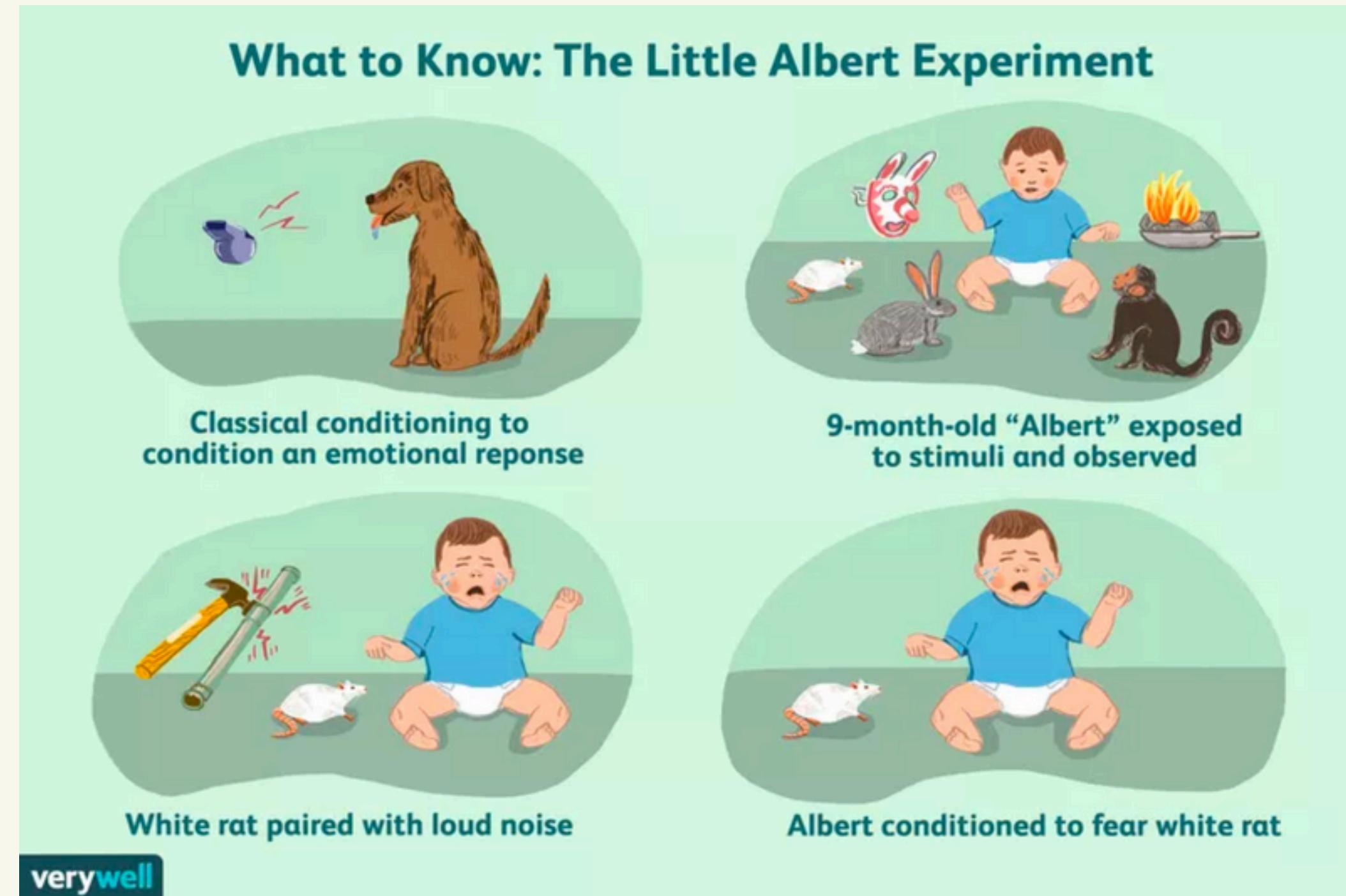


# Classical conditioning

นอกจากนี้ยังมีนักจิตวิทยาได้ทำการทดลองเพิ่มเติมต่อจาก Pavlov ภายใต้การทดลองที่เรียกว่า “การทดลองหนูน้อยอัลเบิร์ต (Little Albert Experiment)” โดย John B. Watson

# Classical conditioning

Little Albert experiment – John B. Watson



# Classical conditioning

การทดลองได้ค้นพบสิ่งที่เรียกว่า **การแฝงขยายสิ่งเร้า (Stimulus Generalization)** ซึ่งหมายถึงการที่ผู้ถูกทดสอบตอบสนองต่อสิ่งเร้า ที่มีความเหมือนกับสิ่งเร้าเดิม ถึงแม้ จะเป็นคนละสิ่งก็ตาม

การทดลองของ Pavlov ใช้กระดิ่ง และเห็บเป็นการตอบสนองทางกายภาพแต่ของ Watson เป็นการใช้ท่อเหล็ก เลี้ยงดัง และหนูขาว ส่งผลเป็นการตอบสนองทาง อารมณ์ ซึ่งผลการทดลองของ Watson พบว่า เมื่อเพียงแค่เด็กพบร่องรอยสิ่งเร้า ก็เกิด อาการกลัวแล้ว ถึงแม้จะไม่มีเสียงดังก็ตาม ส่งผลไปถึงวัตถุอื่นที่มีสิ่งเร้าด้วย

# Classical conditioning

ในแอปในมือถือที่ชอบ  
มี Classical conditioning ปรากวอยู่ตรงไหนบ้าง



8 mins



Team activity

# Behavioral economics

- มองว่า คนพยายามที่จะหลีกเลี่ยงความสูญเสีย มากกว่า การได้มาในปริมาณที่เท่ากัน
- มองว่า คนชอบไปกับตัวเลือก default มากกว่าในบริบทเดียวกัน เช่น ตีกช่องนี้ถ้าคุณอยากรับบริษัทจ่ายเงินสมบทกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กับถ้าไม่ตีกช่องนี้ บริษัทจะจ่ายเงินสมบทฯ พบร่วมกันไม่ตีกมากกว่า
- มองว่า คนมักจะมองหาสิ่งที่ตัวเองเชื่อ เพราะมองพยากรณ์ราูปแบบของสิ่งที่ตัวเองคิดว่าใช่เสมอ

# Nudge theory

- เป็นหนึ่งใน Behavioral Economy
- ใช้เทคนิคการสร้างแรงจูงใจโดยเทคนิคที่เรียกว่า **Choice Architecture** คือการเสนอทางเลือกให้ผู้เลือกได้เลือก แต่ทำให้ทางเลือกที่ต้องการให้เลือกดูโดดเด่นกว่าทางเลือกอื่น เช่น การวางบันมในระดับสายตาของเด็ก ในชูเปอร์มาร์เก็ต การทำซื้นวางของที่เป็น Best Seller
- การต่อต้านอาหาร Junk food ไม่นับว่าเป็น Nudge

# Nudge theory

เทคนิคหนึ่งในการใช้ Nudge ที่มีคนพูดถึงเยอะคือ การติดสติ๊กเกอร์รูปแมลงวันที่โถปัสสาวะที่ห้องน้ำ ชายที่สนามบินสchiphol ที่เมือง อัมสเตอร์ดัม (Amsterdam's Schiphol Airport)



# Operant conditioning

- เป็น Behaviorism
- จะพูดถึง ตัวกระตุ้น จักระตุ้นเป้าหมาย ให้เป้าหมายแสดงพฤติกรรมบางอย่าง และพฤติกรรมนั้น ส่งผลอะไรบางอย่างตามมา
- ผลที่ตามมานี้ ทำให้เราเปลี่ยนพฤติกรรม หรือ เกิดการเรียนรู้ (Learning)

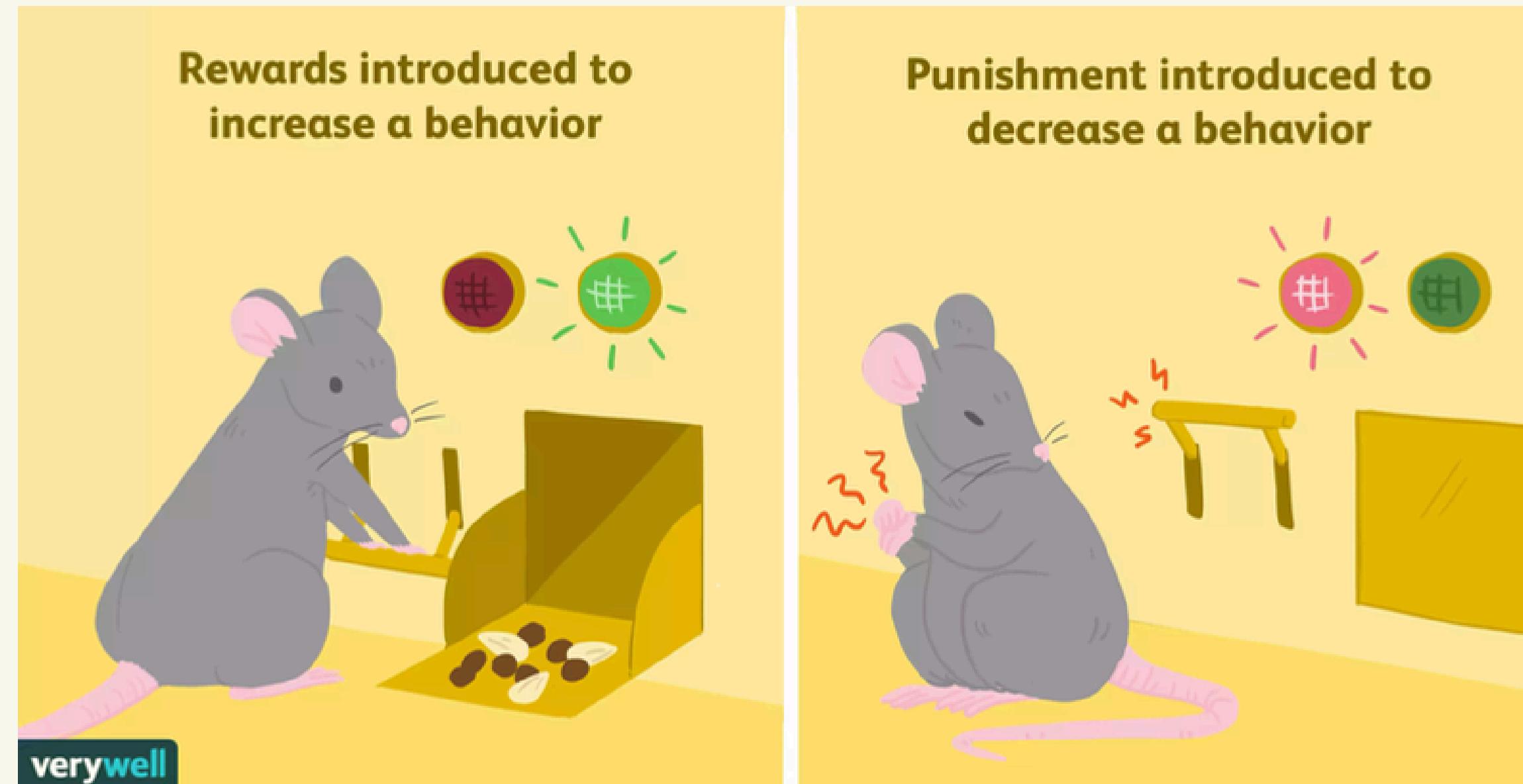
# Operant conditioning

แบ่งการวางเงื่อนไขเป็น 4 แบบ

- **การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement)** เป็นการกระตุ้นให้  
อยากทำอีกด้วยการให้สิ่งที่อยากได้
- **การเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement)** เป็นการกระตุ้นให้  
อยากทำอีกด้วยการเอาสิ่งที่ไม่อยากได้ออก
- **การลงโทษ (Punishment)** เป็นการกระตุ้นให้ไม่อยากทำโดยการให้สิ่งที่  
ไม่อยากได้
- **การยุติพฤตกรรม (Extinction)** เป็นการกระตุ้นให้ไม่อยากทำโดยการเอา  
สิ่งที่อยากได้ออก

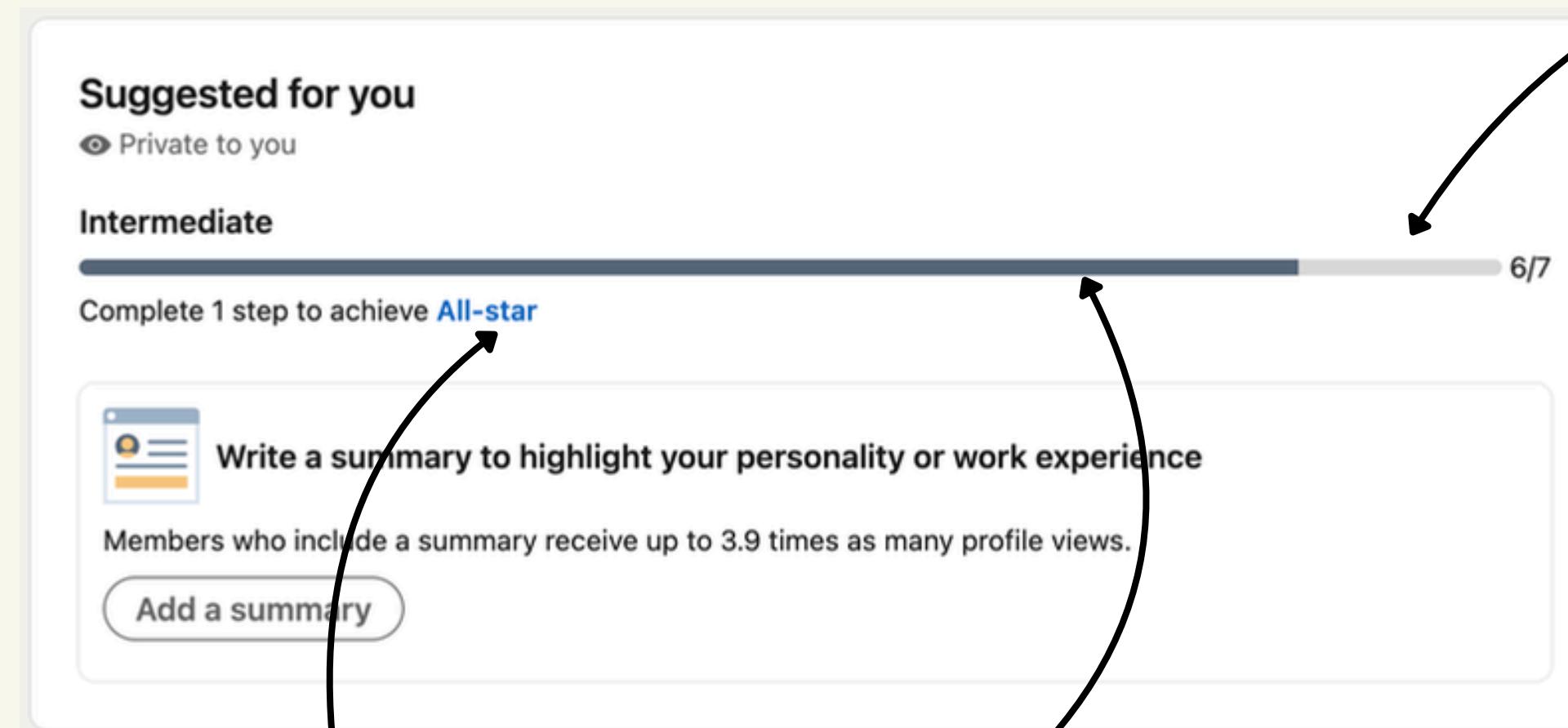
# Operant conditioning

Skinner box experiment – B.F. Skinner



# Operant conditioning

## Profile Completeness Level Meter - LinkedIn



ตัวกระตุ้นแบบข้อความ

ตัวกระตุ้นแบบภาพ

ตัวกระตุ้น

เอํย! ทำอีกแค่ขั้นตอนเดียว ก็ได้แล้ว  
All-star แล้วนะ

### Profile status

Profile level shows how complete your profile is. Complete the recommended sections and build toward achieving your professional goals.

#### Beginner

All members start off as beginners and completing 4 sections will help you advance to Intermediate.

#### Intermediate

Members with intermediate profiles see more relevant job recommendations and refined connection suggestions. Complete 4 sections to achieve Intermediate.

#### All-star

Members with All-star profiles see more relevant feed updates and receive more profile views. Complete 7 sections to achieve All-star.

# Operant conditioning

Appointment mechanic - Farmville



เป็นเกมทำสวน ผู้เล่นปลูกพืช เก็บเกี่ยว และเอาไปขาย ผู้เล่นจะต้องเข้ามารดน้ำเรื่อย ๆ เพื่อไม่ให้พืชที่ปลูกไว้แห้งตาย (**Negative Reinforcement**) สิ่งนี้จะสร้างสิ่งที่เรียกว่า **Appointment mechanic** ซึ่งเป็นการทำให้ผู้เล่นจะต้องเข้ามาตามช่วงเวลา (Interval) เพื่อกำจัดร่างอย่าง

# Operant conditioning

ในแอปในมือถือที่ชอบ  
มี Operant conditioning ปรากฏอยู่ตรงไหนบ้าง



5 mins



Team activity

# Rewards

- Dopamine คือฮอร์มอนแห่งความสุข ความพึงพอใจ
- Dopamine จะหลัง เมื่อทำอะไรบางอย่างแล้วมีความสุข รวมถึงการได้ reward
- ทำให้ผู้เล่นเรียนรู้ว่า ทำอะไร แล้วจะเกิดความพึงพอใจ
- เกมมิพิเคชั่นลาย Behaviorism จะเน้นเรื่อง reward ซึ่งส่งผล ให้เกิดการเลขติดพฤติกรรมนั้น ๆ

# Reward types

- จับต้องได้ - เงิน, โล่รางวัล
  - จับต้องไม่ได้ - badge, level มงกุฎเพชร
- 
- คาดไว้ - รางวัลยอดขายสูงสุด
  - ไม่ได้คาดไว้ - ล็อตเตอรี่ (สมองซ่อนมาก เพราะสมองซ่อนเรื่อง surprise)
- 
- ไม่ต้องทำอะไรก็ได้รางวัล
  - ต้องเริ่มทำอะไรไรบ้างอย่างถึงจะได้รางวัล
  - ต้องทำอะไรไรบ้างอย่างเสร็จถึงจะได้รางวัล
  - ต้องทำอะไรไรบ้างอย่างได้ดีถึงจะได้รางวัล

# Rewarding frequency

- เกิดตลอด - ให้ reward ตลอดเมื่อเกิด action อะไร (น่าสนใจอยสุด)
- เกิดทุก ๆ x การกระทำ - ให้ reward เมื่อเกิด action นั้น ๆ x ครั้ง
- เกิดทุก ๆ ช่วงเวลา - ให้ reward ทุก ๆ ช่วงเวลา เช่น ทุกวัน
- ไม่แน่นอน (surprise - สมองชอบจังเลย)

# Behaviorism downside

- การเอาไปใช้ในทางที่ผิด เช่น เอาไปใช้ในการกระตุ้นให้คนทำ หรือไม่ทำอะไรบันความต้องการของคนอื่น ซึ่งอาจจะส่งผลเสียตามมา
- **Hedonic Treadmill**
  - เมื่อเริ่มให้ reward แล้ว การที่จะคงความน่าสนใจของเกมได้อย่างต่อเนื่องได้นั่นคือการให้ reward ช้าแล้วช้าอีก และหาก reward นั้นช้ากจนนานเป็น ท้ายที่สุดคนก็จะเริ่มเบื่ออยู่ดี
- **ให้ความสำคัญกับ Status**มากเกินไป
  - Status เช่น Badge, Top 5 ของ Leaderboard, ฯลฯ แรก ๆ อาจจะดูเท่แต่คนไม่ได้บ้า Badge ตลอด และจะมีเพียงแค่ล่วงหน่อยมาก ๆ เท่านั้นที่อาจจะติดอยู่กับ Status

# Extrinsic motivation

- จะพูดถึงแรงกระตุ้นจาก**ภายนอก** ในรูปแบบของ Rewards
- Extrinsic Rewards ในเกมมิพิเคชั่น แบ่งออกได้ 4 แบบ
  - **Status** - ได้แล้วดูเจํง ดูเก่า เช่น ได้อยู่ Top 5 ของ Leaderboard, มีบัตร Black card ของ Amex
  - **Access** - ได้แล้วจะได้สิทธิ์เหนือคนอื่น ได้การเข้าถึงเนื้อหาที่คนอื่นไม่มีสิทธิ์ดู
  - **Power** - ได้อ่านาจจะไรบางอย่าง เช่น การเป็น moderator สามารถแก้ไข post ได้
  - **Stuff** - ได้ของที่จับต้องได้
- เรียกรวม ๆ ว่า SAPS

# SAPS in organization

ในองค์กรที่เราทำงาน  
เราเห็น SAPS แบบไหน ตอนไหนบ้าง  
แต่ละอย่างส่งผลกระทบต่อ motivation ในการทำงานอย่างไรบ้าง



8 mins



Team activity

# SAPS in organization

- องค์กรนิยมใช้ Status เป็น reward เพราะถูก และเวิร์ก
- ส่วน reward ที่เป็น Stuff มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า และไม่ค่อยเวิร์ก

**ระวัง!! คนไม่ได้ภิหลา Status ตลอดเวลา**

# Intrinsic motivation

- จะพูดถึงแรงกระตุ้นจาก **ภายในใจ** เราทำเพื่อสนุก ทำเพื่อชอบ ทำเพื่อมี passion อะไรบางอย่าง เช่น ชอบงานนี้มากจนจะให้ทำฟรีก็ได้

# Demotivating by rewards

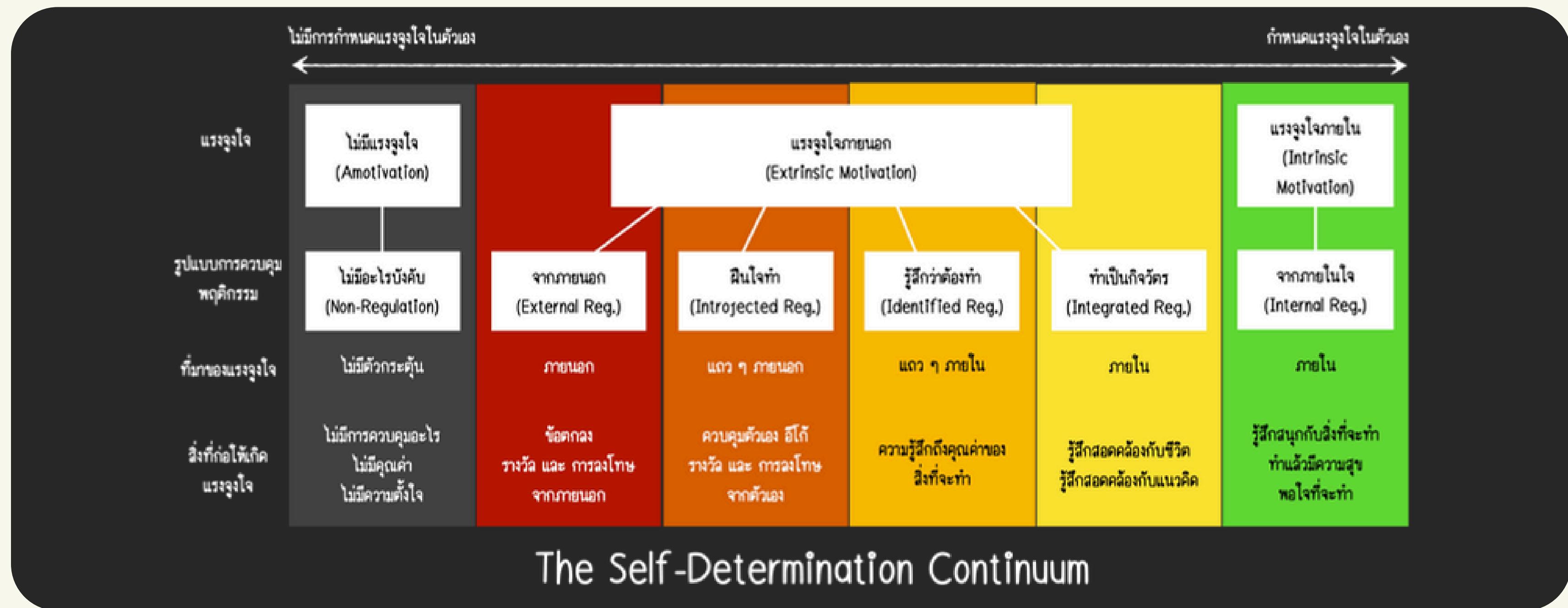
เพราะว่า เมื่อการเอา Extrinsic Motivator มาใช้ เช่น reward มันจะส่งผลให้ผู้เล่นลุญเลีย Intrinsic Motivation ไป แล้วก็จะ **ลืมไปว่า แท้ที่จริง อะไรเป็นตัวกระตุ้นเราให้ทำลิ่งนั้นกันแน** เช่น การเปลี่ยนประพฤติความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรบางอย่างเพื่อชิงรางวัล ผู้เข้าแข่งขันอาจจะสนใจแต่การทำอย่างไรถึงจะได้เงินรางวัล 多กว่า การใช้ทักษะ หรือความคิดสร้างสรรค์ที่ตัวเองมีเพื่อสร้างผลงานอันสุดยอดก็ได้

# Demotivating by punishment

สถานรับเลี้ยงเด็ก Daycare ที่ตั้งกฎไว้ว่า ถ้าผู้ปกครองมารับเด็กช้า จะโดนปรับโดยหวังไว้ว่า ผู้ปกครองจะไม่อยากเสียเงิน กลายเป็นผลที่ได้คือ ผู้ปกครองมารับเด็กช้ากว่าเดิมอีก เพราะคิดว่า ในนั้น ก็โดนปรับแล้ว ก็ฝากเด็กไปยาวยังไง เลยก็แล้วกัน

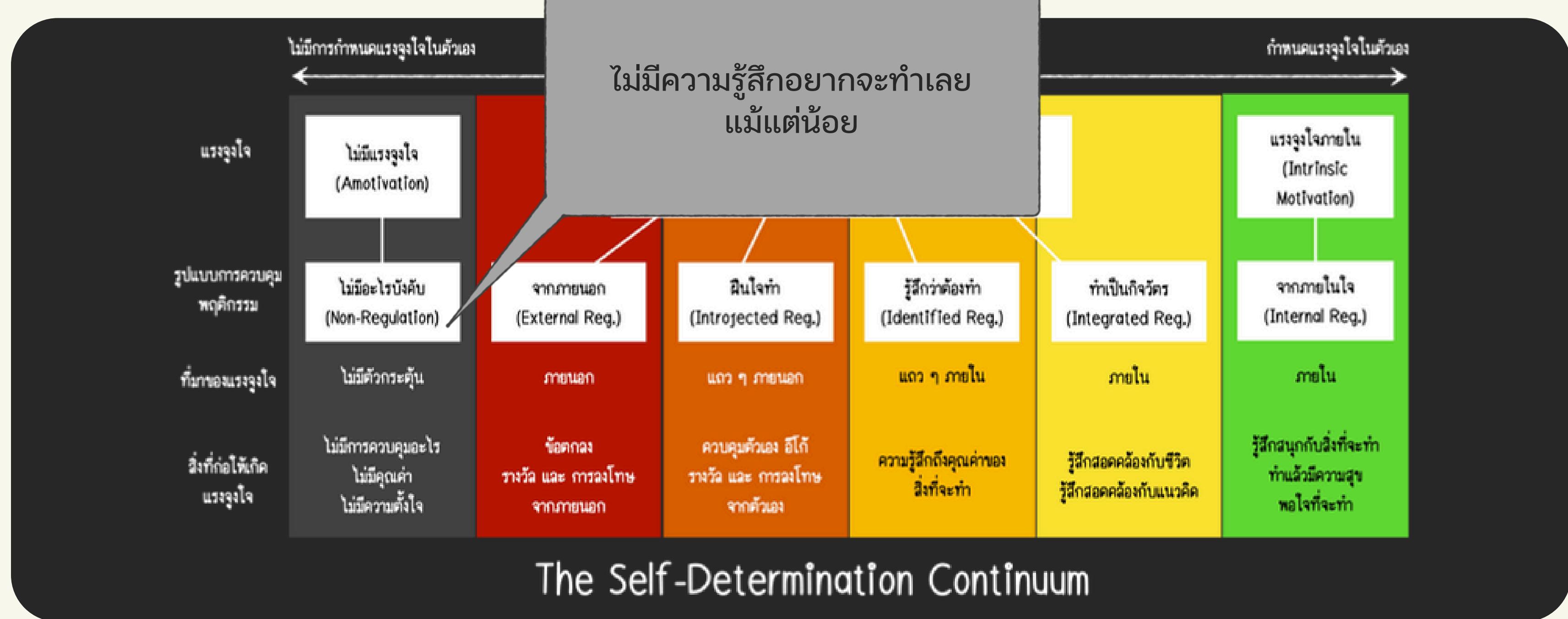
# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักคนทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# The Self-Determination Continuum

# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



# Heart of SDT

ลักษณะสำคัญ 3 อย่างของ Intrinsic Motivation ที่ถ้ามีเมื่อไหร่ มันจะทำให้คนรู้สึกอยากทำ

- **Competence** - คนเราจะรู้สึกดี ถ้าสิ่งที่ทำ ทำให้คนนั้นรู้สึกได้ว่าตัวเองมีความสามารถ เช่น การแก้ไขปัญหา การใช้อุปกรณ์
- **Autonomy** - คนเราชอบความรู้สึกที่สิ่งต่าง ๆ อยู่ภายใต้การควบคุม จัดการได้ เช่น การตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง เลือกทางเลือกต่าง ๆ ได้เอง โดยไม่ต้องมีใครมาบอกรู้สึก
- **Relatedness** - ถ้ากิจกรรมนั้นสามารถโยงถึงสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตัวเรา เช่น เป้าหมายที่ทำเพื่อโลก ทำเพื่อสังคม ทำเพื่องค์กร ทำเพื่อครอบครัว

# Self-determination theory

ในองค์กรที่เราทำงาน  
เราจะทำอย่างไรเพื่อสร้าง Intrinsic Motivation ให้เกิดขึ้นได้จริง



10 mins



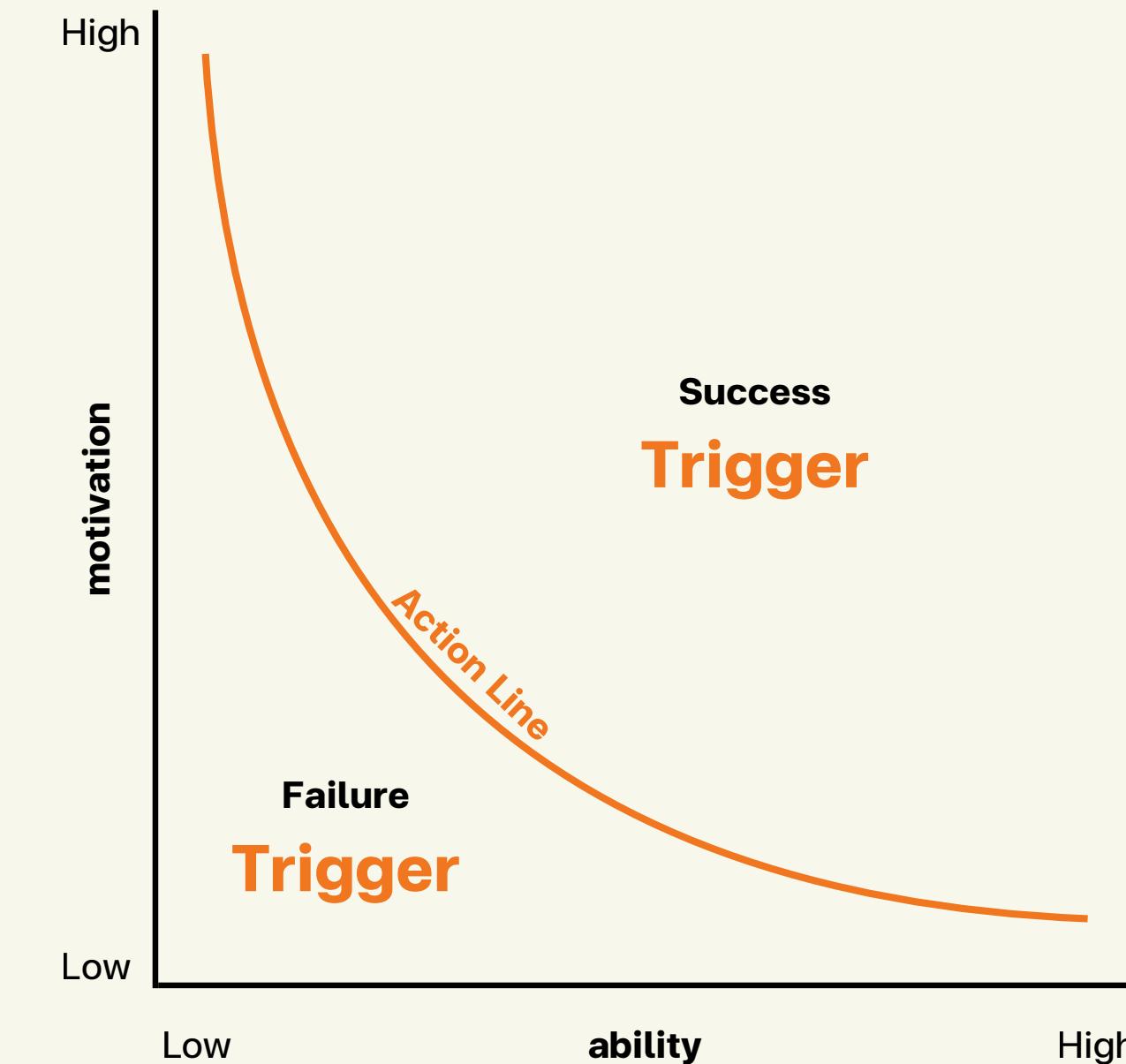
Team activity

# Fogg Behavior Model

สูตรในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

**B=mat**

เมื่อเรามีแรงจูงใจ (motivation)  
มากพอ และความสามารถ (ability)  
กับ trigger ที่เหมาะสม จะก่อให้  
เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้



# Fogg Behavior Model

Trigger คืออะไรก็ตามที่ทำให้เรารู้สึกตัวว่าจะต้องทำอะไรบางอย่าง เช่น นาฬิกาปลุกที่เตือนให้อาบน้ำไปเท หรือความรู้สึกหิวทำให้เราต้องกินอาหาร

ลักษณะของ Trigger ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ

1. สังเกตได้ (เช่น เห็น ได้ยิน รู้สึก)
2. สิ่งนั้นจะต้องลอดคล้องกับพฤติกรรมที่เราต้องการ
3. เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับตอนที่เรามีแรงจูงใจ และมีความสามารถในการทำพฤติกรรมนั้น ๆ

# Workshop

กลับไป Update business problem ว่าเราอยากให้กลุ่มเป้าหมายมี  
พฤติกรรมอย่างไร แบบไหนที่เรียกได้ว่า กลุ่มเป้าหมายบรรลุตาม  
วัตถุประสงค์แล้ว



15 mins



Team activity

# Gamification in organization

- Theory X and Theory Y
- Two-Factor Theory (Motivators & Hygiene Factors)

# Theory X and Theory Y

- Douglas McGregor สร้าง Theory ที่ต่างกัน 2 ทฤษฎี ที่ใช้อธิบายถึงลักษณะของบุคคลเพื่อให้หัวหน้าสามารถเข้าใจพนักงาน รวมไปถึงแรงจูงใจที่ส่งผลกับพวกรเขา ซึ่งจะส่งผลถึงวิธีการบริหารกีมด้วย
- Theory ทั้ง 2 เรียกว่า Theory X และ Theory Y

# Theory X and Theory Y

## Theory X

- ไม่ได้ขอบทำงาน
- พยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ
- ต้องควบคุม บังคับ ลงโทษ ถึงจะทำงาน
- ต้องกำกับลงไปในทุกขั้นตอนของการทำงาน
- ไม่มีความทะเยอทะยาน
- ต้องการเงิน และความมั่นคง
- ขับเคลื่อนด้วยรางวัล

## Theory Y

- ขอบทำงาน ขอบริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ
- ขอบมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- มีแรงจูงใจในตัวเองในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง
- แสวงหาความรับผิดชอบ
- อาจจะต้องการการชี้นำบ้าง
- มองงานเป็นสิ่งเติมเต็ม หรือสิ่งท้าทาย
- แก้ปัญหาด้วยความคิดสร้างสรรค์

# Two-factor theory

Frederick Herzberg พูดถึงแรงจูงใจต่อพนักงานในสองด้านคือ

- สิ่งที่ทำให้รู้สึกพึงพอใจกับการทำงาน หรือ Motivators – Job Satisfiers
- สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่พึงพอใจกับการทำงาน หรือ Hygiene Factors – Job Dissatisfiers

# Two-factor theory

## Satisfier

- ความสำเร็จ
- การได้รับการยอมรับ
- ตัวงาน
- ความรับผิดชอบ
- ความก้าวหน้า
- ความเติบโต
- โอกาสที่ได้รับการทำงานที่มีคุณค่า

ทำให้รู้สึกดี รู้สึกพึงพอใจกับงาน

## Dissatisfier

- นโยบายบริษัท
- ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้ากับเพื่อนร่วมงาน
- ผลประโยชน์ที่ได้รับ
- เงินเดือน
- ส地位
- ความมั่นคงในหน้าที่การทำงาน

ทำให้รู้สึกแย่ ด้วยสูญเสียมันไป

# Two-factor theory

รูปแบบ 4 แบบที่จะเป็นไปได้คือ

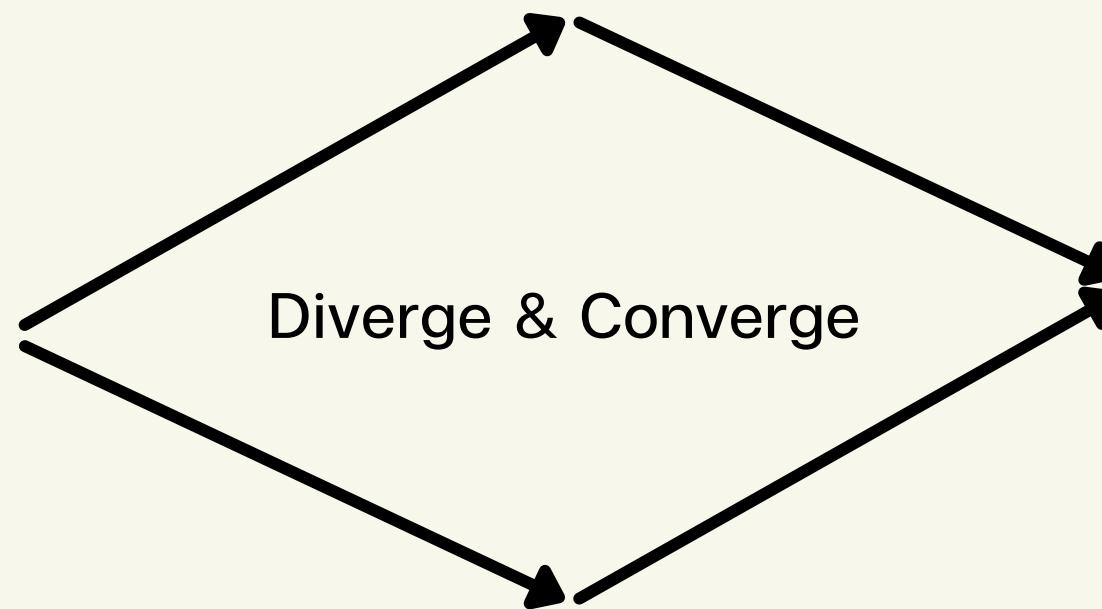
- High Hygiene + High Motivation = ดีสุด ๆ พนักงานชอบ บ่นน้อย
- High Hygiene + Low Motivation = บ่นน้อย แต่ไม่มีอะไรจูงใจ งานคือเงินอย่างเดียว
- Low Hygiene + High Motivation = เรื่องจูงใจเยอะ แต่บ่นเยอะ ได้เงินไม่คุ้มค่า
- Low Hygiene + Low Motivation = ไม่มีแรงจูงใจ คำบ่นเยอะ

# Framework - 6Ds

1. **Define Business Objective** - กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน
2. **Delineate Target Behavior** - กำหนดพฤติกรรมที่ต้องการ
3. **Describe Your Players** - รู้จักผู้เล่น
4. **Devise Activity Loops** - ออกแบบ Activity Loops
5. **Don't Forget the Fun** - อย่าลืมความสนุก
6. **Deploy the Appropriate Tools** - เลือกใช้เครื่องมือให้เหมาะสม

# 1 - Business objective

1. **Brainstorm** - เอ้าเป้าหมายที่เป็นไปได้ทั้งหมด
2. **กำจัดอันที่ไม่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายที่แท้จริงออก** - ของที่เหลือ จะต้องมีคุณค่าในตัว  
เองต้องตระหนักไว้ว่า ผลประโยชน์ต่อผู้เล่น และผู้ใช้ เปรียบเสมือนผลประโยชน์ ของ  
องค์กร
3. **อริบทะเป้าหมาย** - เบียนคำอริบทะลึ้น ๆ ว่ามันเป็นเป้าหมายของเราได้อย่างไร ทำไมเรา  
ถึงอยากจะใช้เกมมิพิเคชั่นกับเรื่องนี้



# 2 - Target behavior

1. ต้องบัดเจนกี่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น ฉันอยากให้ลูกค้ามาแลกแต้มไปกับกระดาษทิชชู เกินครึ่ง
2. สร้างตัวชี้วัดให้บัดเจนว่าแบบไหนเรียกว่าการทำเกมมิพิเศษนองเราสำเร็จแล้ว มันควรจะต้อง relate กับพฤติกรรมในข้อ 1 ด้วย ถ้ามัน conflict ให้ทำเหมือนตอน Business Objective คือ จัดลำดับความสำคัญ แล้วเอาส่วนที่ไม่ใช่ออก
3. กำหนดข้อมูลที่ใช้สำหรับ **analytics** เช่น
  - a. DAU/MAU - สัดส่วนระหว่างจำนวนผู้ใช้ต่อวันเทียบกับจำนวนผู้ใช้เฉลี่ยต่อเดือน (จำนวนผู้ใช้ ไม่เอาจำนวน visit) ถ้าค่านี้เป้าใกล้ 1 แสดงว่าคนเข้ามาทุกวัน และคนน่าจะติดเกมเราแล้ว
  - b. Virality - คนบอกให้คนอื่นเข้ามาใช้ระบบกันมากแค่ไหน เช่น การใช้ referral
  - c. Volume of activity - มี activity เกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน จำนวน point จำนวน badge ที่แจก บอกได้ถึงว่าคนติดระบบเราแค่ไหน

# 3 - Players

1. ใครบ้างคือผู้เล่นในระบบ - ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับเกมมิพิเคชั่น
2. อะไรบ้างที่ต้องรู้ - demographic, กลุ่มอายุ, รายได้, อื่น ๆ ขึ้นอยู่กับเราจำลังพูดถึงผู้เล่นกลุ่มไหน เป้าหมายคือ การพยายามเข้าใจว่าอะไรคือแรงจูงใจที่สำคัญของคนกลุ่มนั้น

# 3 - Players



ผู้เล่น ไม่จำเป็นจะต้องอยู่ใน type ใด type หนึ่งตลอด อาจเปลี่ยนไปเปลี่ยนมา ตามแต่สถานการณ์

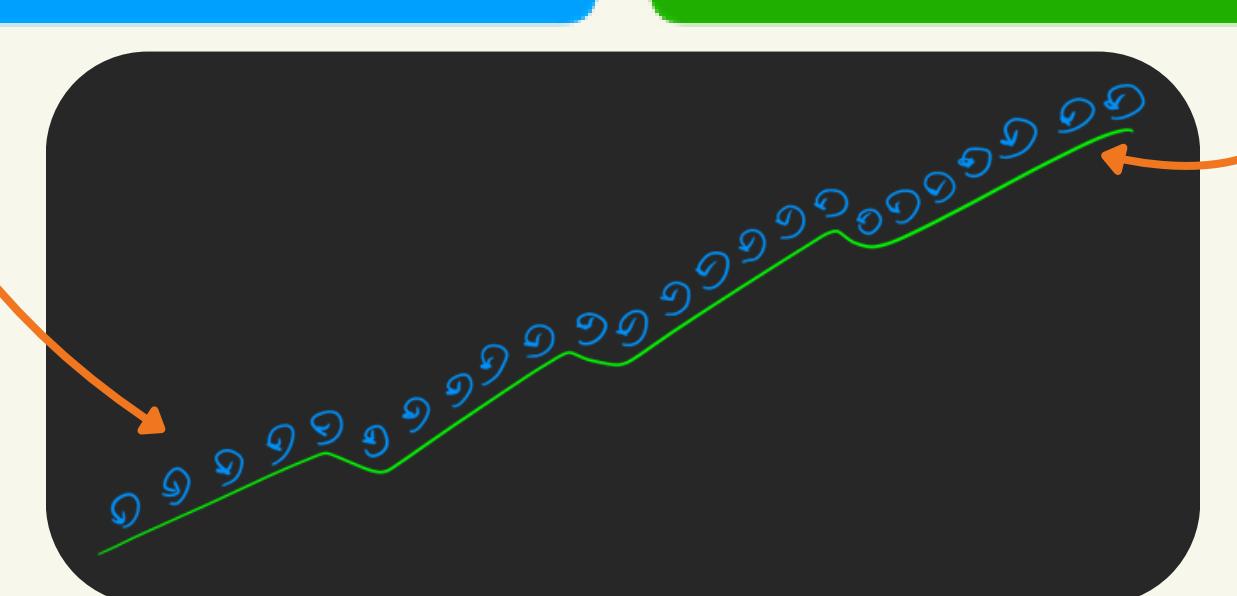
# 4 - Activity loops

## Engagement Loops

- เป็นลูปย่อๆ ที่เกิดขึ้นบน journey ทั้งหมด
- แต่ละลูปคือแต่ละแรงจูงใจให้เกิดการกระทำ
- ผู้เล่นอาจจะตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือไม่ก็ได้
- ถ้าไม่ตอบสนอง ลูปนั้นก็จะไป แรงจูงใจใหม่ก็จะผลักดันแทน
- ถ้าตอบสนอง ก็ให้ feedback กับผู้เล่น

## Progression Loops

- เป็นลูปใหญ่ เป็น journey ของเกม
- ใช้วิธี challenge ผู้เล่นด้วย sub-challenge อาจจะเป็น quest ย่อย ๆ เพื่อเป็นการค่อย ๆ พาผู้เล่นไปยังเป้าหมายที่ต้องการได้จ่ายless
- Novice to Mastery



# 5 - Fun

เรามักจะลืมว่าเกมมิพิเคชั่นของเราควรจะสนุก แรก ๆ อาจจะใช่ ทำไปทำมาเราอาจจะลืม  
แล้วก็ทำอะไรมากอย่างที่ทำให้ความสนุกหายไป เช่น การใช้ reward พร่าเพรื่อ การเอาร  
opinion ของผู้บริหารเป็น center ทั้ง ๆ ที่ เกมมิพิเคชั่นมันเป็น player-centric

มันเป็นเรื่องท้าทายที่เราจะทำให้เกมมิพิเคชั่นเราสนุก โดยไม่ใช้ reward

# 6 - Tools

- เลือก tool ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เป้าหมายที่ต้องการ
- เรียนรู้จากการตอบสนองของผู้เล่น และปรับปรุง gamified system ของเราอยู่สม่ำเสมอ

# Workshop

กลับไป Update business problem ให้ชัดขึ้นด้วย 6Ds



1 hour



Team activity

# Abuses - Playbor

- Playbor = Player + Labor
- Playbor ไม่ใช่เกม ไม่ใช่ส่วนประกอบของเกม
- ผู้เล่นในเกม ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ เล่นด้วยความสมัครใจ
- ถ้าผู้เล่น ถูกบังคับให้เล่น ไม่ว่าเกมนั้นจะสนุกขนาดไหนก็ตาม ผู้เล่นอาจจะไม่ได้คิดแบบนั้น  
ผู้เล่นอาจจะคิดว่ากำลังถูกควบคุม ถูก monitor อยู่

ข้อมูลเดือน ตุลาคม 2565

คุณอู สามารถปิดการขายได้

**32**

จากจำนวน **124** transactions



# Abuses - Gaming the game

- ผู้เล่น เล่นเกม
- ผู้เล่น อาจจะไม่ได้ทำงานสิ่งที่เราคาดหวัง
- ผู้เล่น พยายามทำทุกอย่างเพื่อเอาชนะเกม  
อาจจะเป็นการโงง การกระทำบางอย่างที่  
อันตราย

กำหนดไว้ว่า  
ถ้าข้ามละพานก่อน 7 โมง จะต้องเสียค่า<sup>ร</sup>  
ธรรมเนียม \$6 แต่ถ้าหลัง 7 โมง  
ค่าธรรมเนียมจะลดเหลือ \$4



# Abuses - Legal

- **Privacy** - การเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของผู้เล่น กิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้เล่นทำ เกี่ยวข้องกับเรื่อง Privacy Data หรือไม่
- **Employment/Labor Law** - เช่น Playbor
- **การหลอกขายของ** - การทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าเขาได้ของรางวัล แต่จริง ๆ แล้วเป็นการหลอกให้ผู้เล่นซื้อของโดยไม่รู้ตัว
- **ทรัพย์สินทางปัญญา** - การเอาใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้โดยไม่รู้ตัว เช่น Badge
- **กรรมลิทธิ์ในการครอบครองทรัพย์สินที่เป็น virtual** - หากวันหนึ่งเจ้าของระบบ หรือผู้ออกแบบเกม เอาของนั้นออกจากระบบ จะเกิดอะไรขึ้น จะต้องมีหน่วยงานอะไรก่อมาช่วยดูแลเรื่องนี้หรือไม่ เช่น การซื้อบัตร Gift Card ด้วยเงินสด และบัตร Gift Card นั้นหมดอายุ

# Workshop

Presentation



30 mins



Class activity

# References

- Gamification, Kevin Werbench, University of Pennsylvania – Coursera
- Psych101, Paul Kleinman, ชาครีนรทิพย์ – บังอร เสวิกุล แปล
- Nudge Theory, [https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Nudge_theory)
- A Study of Gamification in Performance Evaluation Process Through Motivational Theories, Pratima Singh, PJAAE, 2020.
- <https://greedisgoods.com/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-xy-%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-douglas-mcgregor/>
- <https://www.mindtools.com/a75ixwn/herzbergs-motivators-and-hygiene-factors>

**Thank you :)**