



Gamification for X

25 July 2024

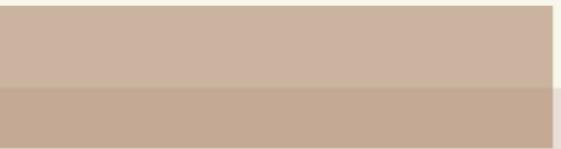
@chonla
Chonlasith Jucksriporn

Outcome

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

Learning group

กลุ่มละ 3-4 คน



ชื่อกลุ่ม + ชื่อสมาชิก



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



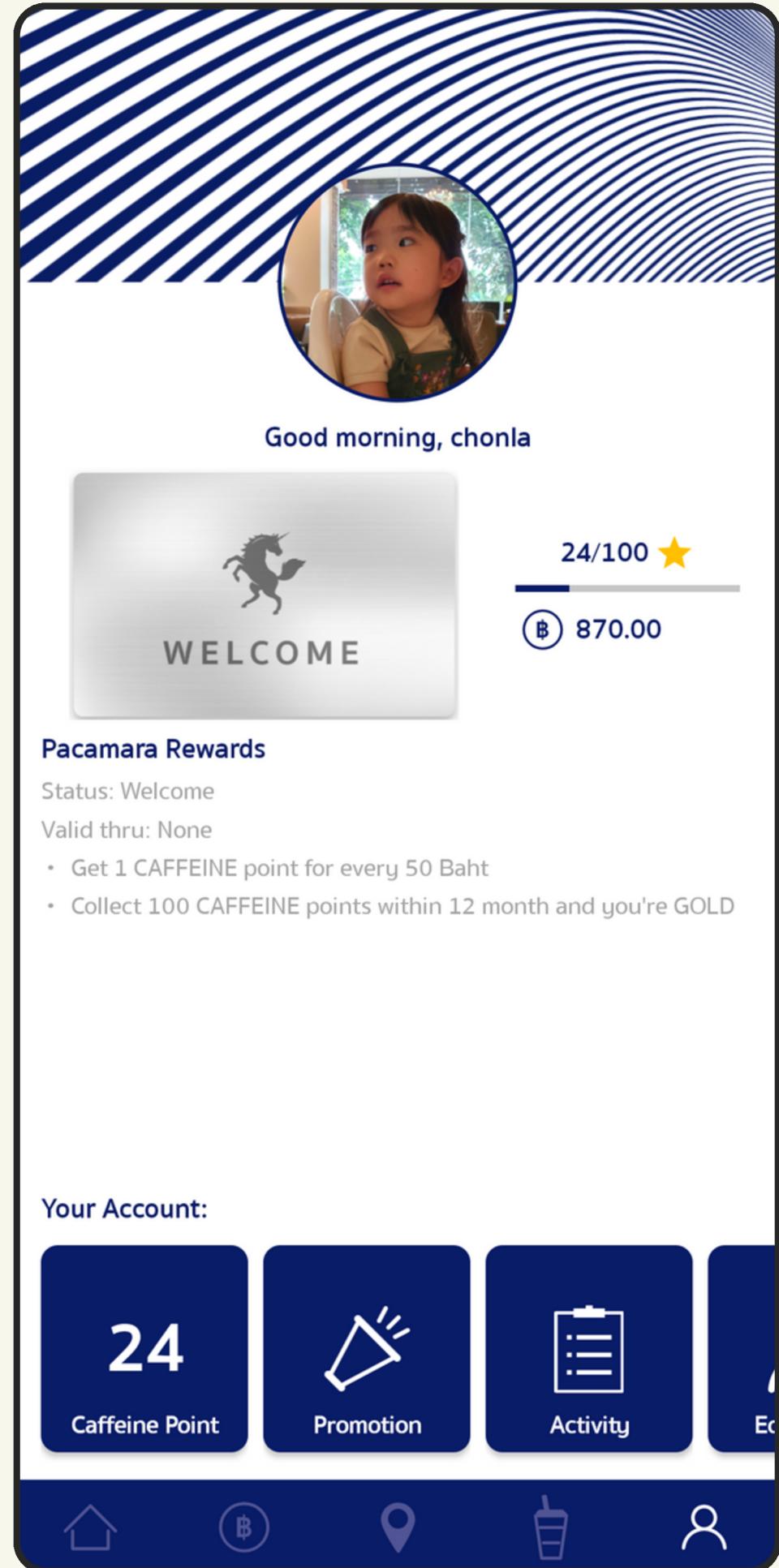
5 mins



Team activity

Pacamara

- Avatar
- Points
- Rank



Garmin Sports

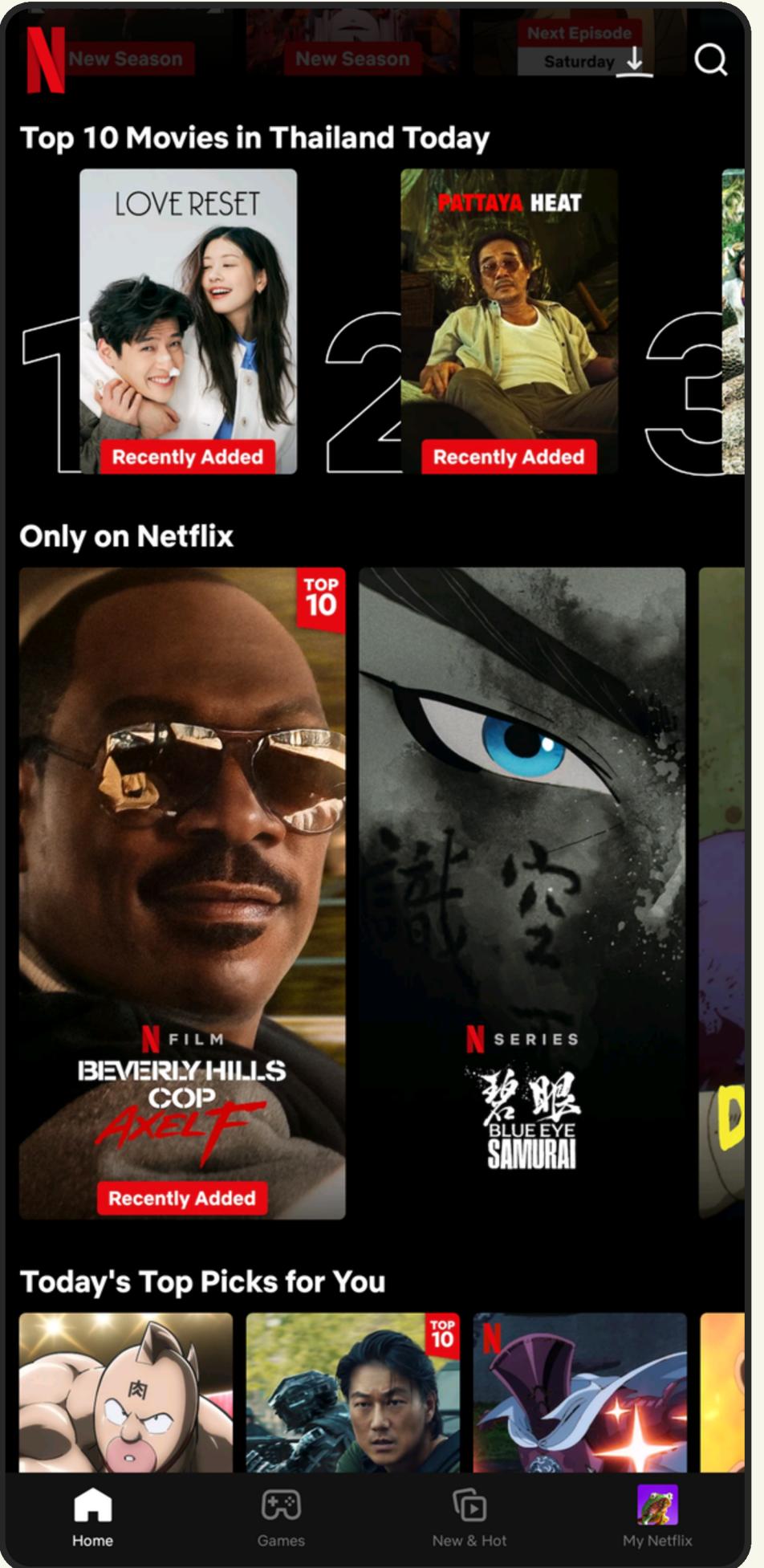
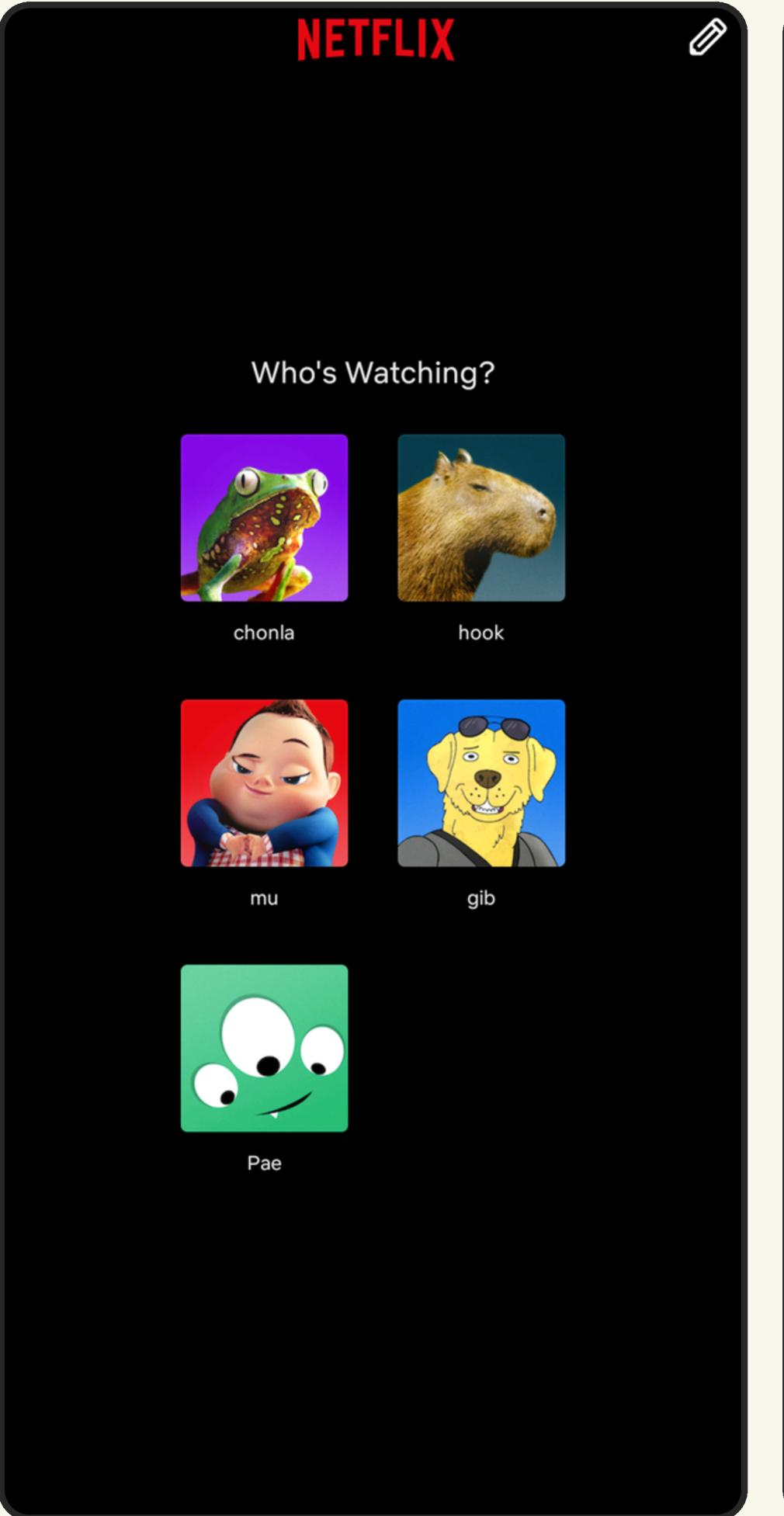
- Avatar
- Level
- Challenges
- Leaderboard

SGRunners 2024 (inc Threadmill)

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	sarn	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

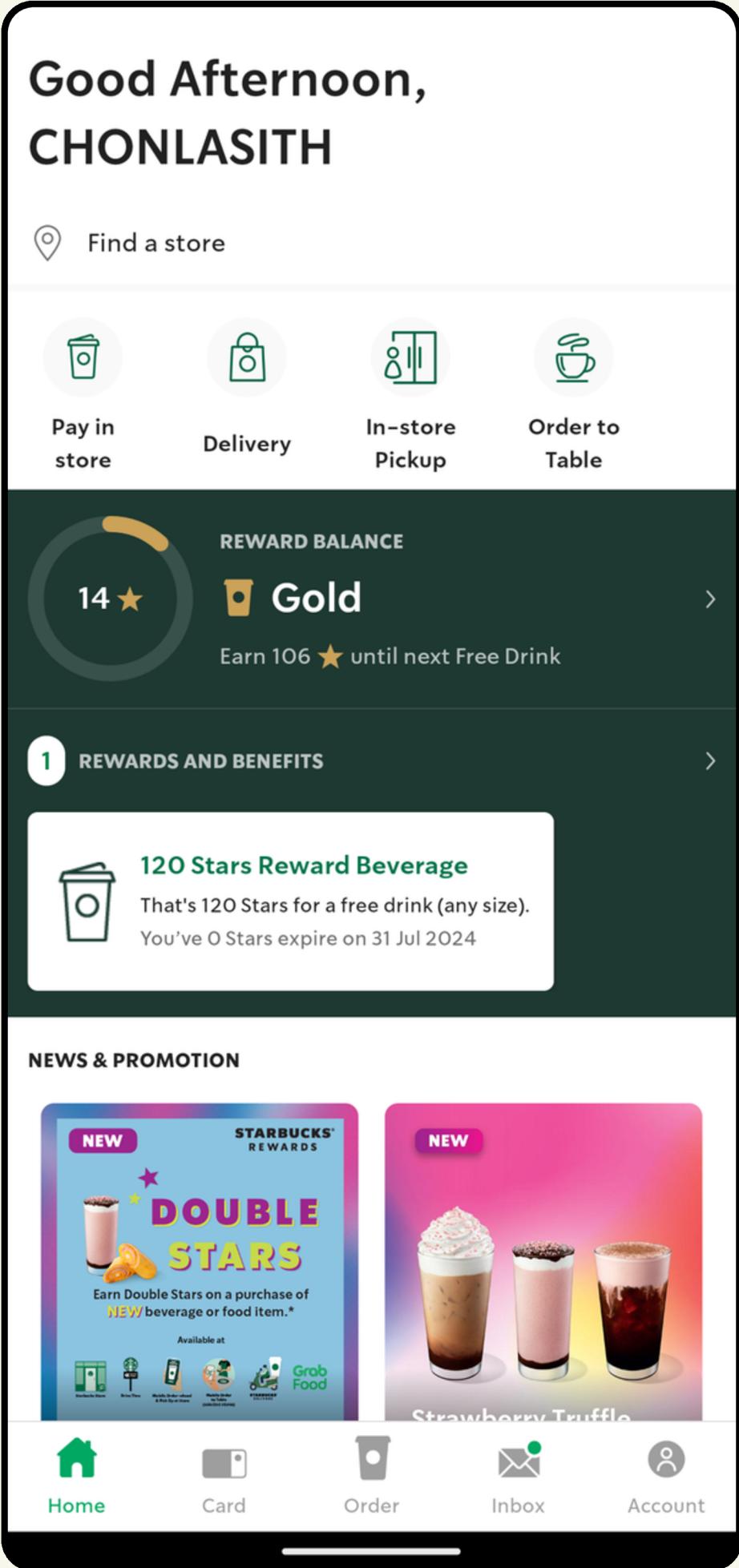
Netflix

- Avatar
- Class



Starbucks

- Reward
- Quest
- Points
- Rank



Game

ต้องมีเป้าหมายชัดเจน
เช่น วิ่งแป่ง ต้องวิ่งจากจุดเริ่มต้นไปที่เส้นชัย

ต้องมีกติกา หรือข้อจำกัดบางอย่าง
เช่น ม้าในหมากรุก จะเดินแนว行แบบ 3×2 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 และแก้ไขปัญหาได้ด้วยตัวเอง
- 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 ของในใจมันทดสอบไม่ได้ อยากรู้ว่าคิดอย่างไร ทำได้แค่ถามว่าคิดอย่างไร
- วิธีที่จะสามารถทดสอบได้นั้นคือ ดูจากข้อมูล ดูจากการกระทำ ตั้งสมมติฐาน และ พิสูจน์
- Behaviorism จะดูเกี่ยวกับการกระตุ้นด้วยปัจจัยภายนอกเพื่อให้เกิดพฤติกรรม บางอย่าง

Classical conditioning

จะพูดถึงการเรียนรู้บางอย่างผ่านการเชื่อมโยง คือมีสิ่งกระตุ้นอะไรบางอย่างและส่งผลให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

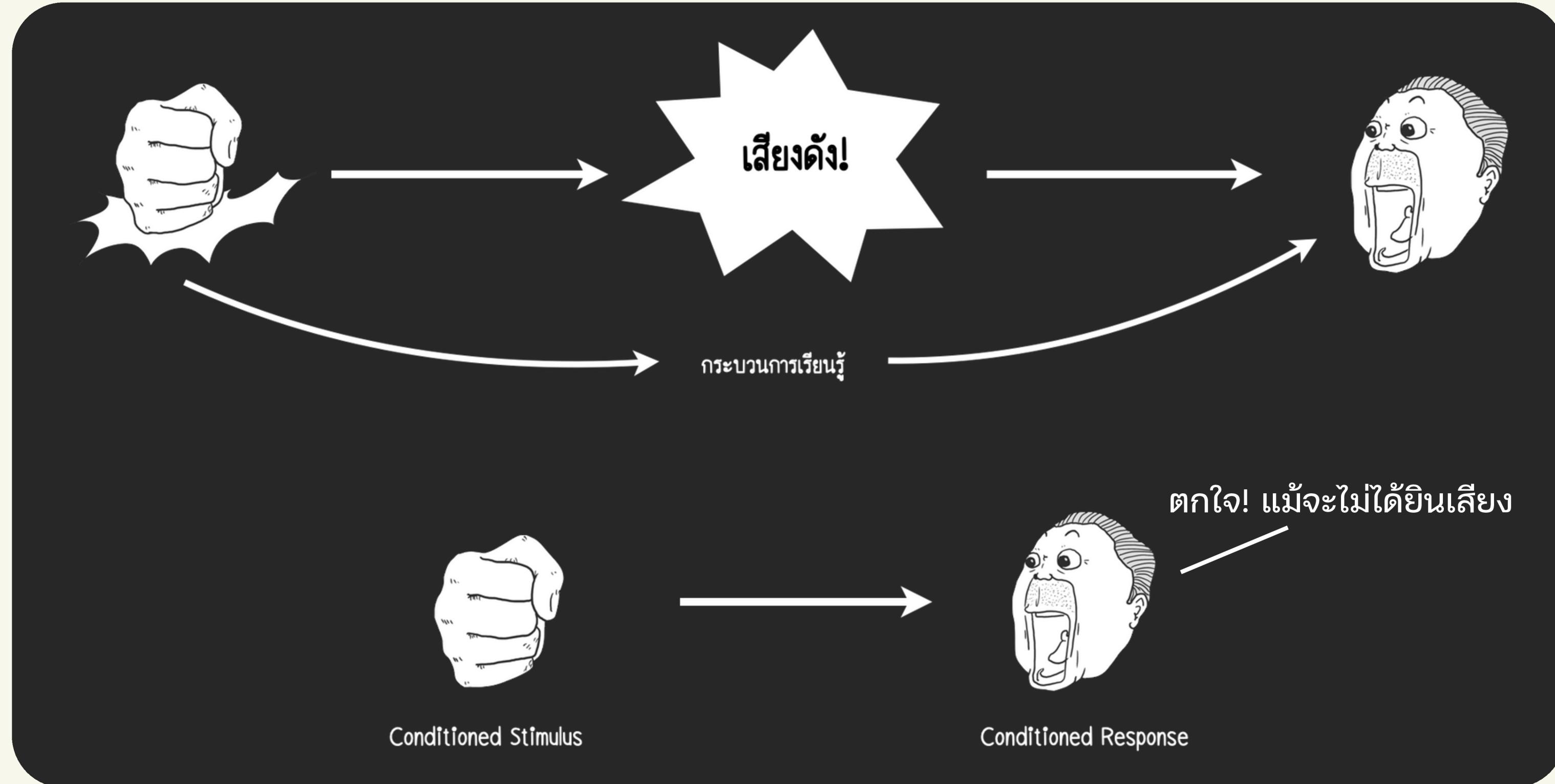
- สิ่งกระตุ้นที่ไม่ได้วางเงื่อนไข (Unconditioned Stimulus)
- การตอบสนองที่ไม่ได้วางเงื่อนไข (Unconditioned Response)
- สิ่งกระตุ้นที่วางเงื่อนไข (Conditioned Stimulus)
- การตอบสนองที่วางเงื่อนไข (Conditioned Response)

Classical conditioning

เห็น

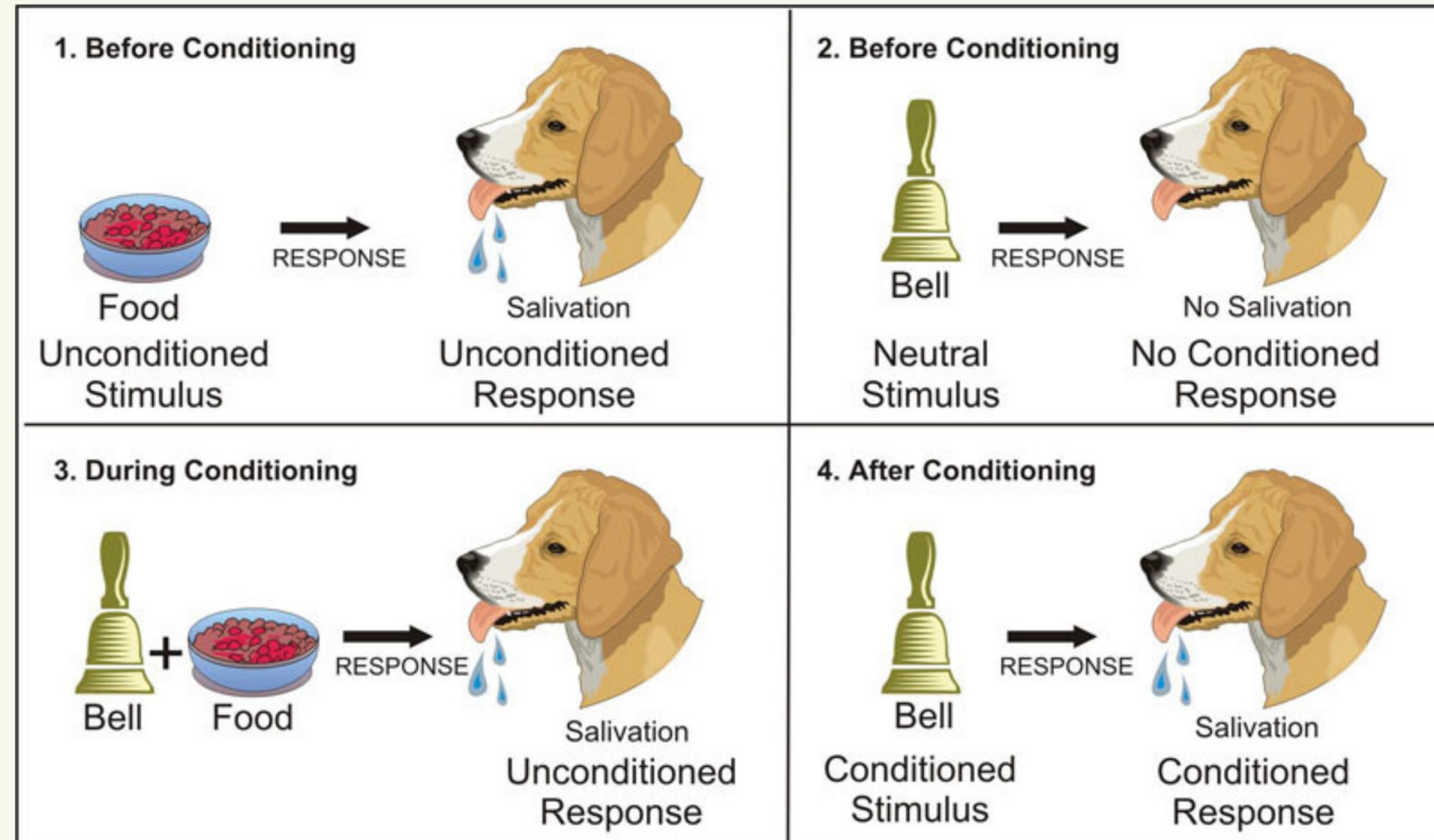


Classical conditioning



Classical conditioning

Dog experiment - Ivan Pavlov



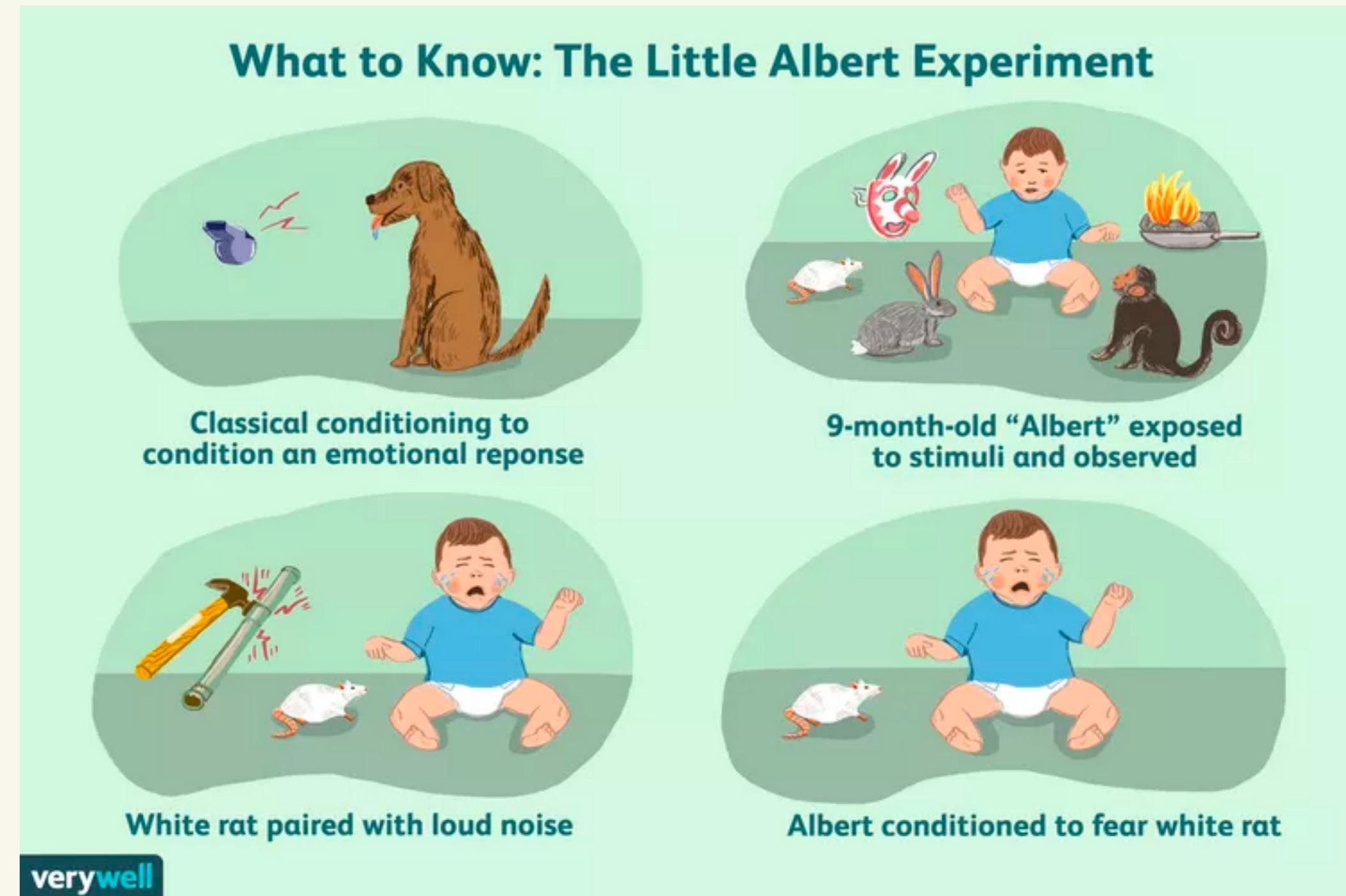
Classical Conditioning

Classical conditioning

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

Classical conditioning

Little Albert experiment – John B. Watson



Classical conditioning

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

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

Classical conditioning

ในแอปในมือถือที่ชอบ
มี Classical conditioning ปรากฏอยู่ตรงไหนบ้าง



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)

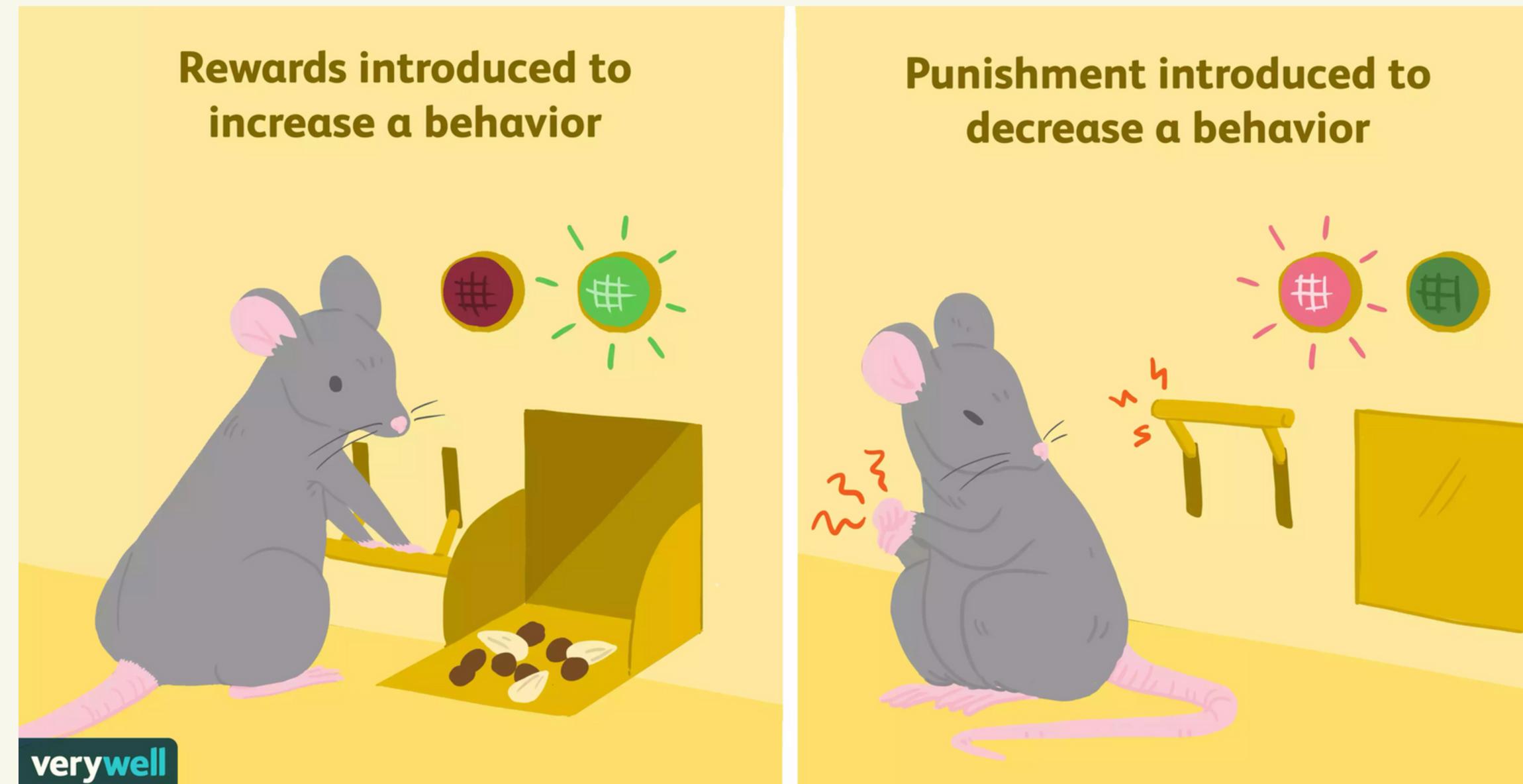
Operant conditioning

แบ่งการวางเงื่อนไขเป็น 4 แบบ

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

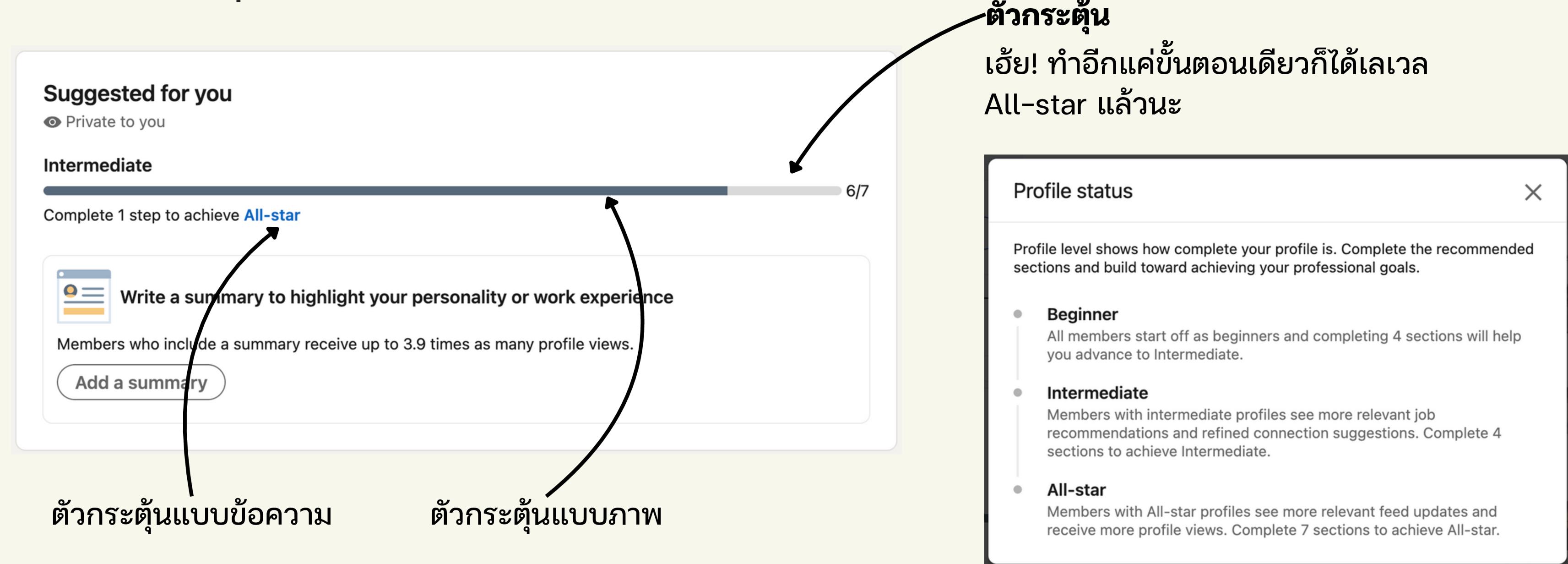
Operant conditioning

Skinner box experiment – B.F. Skinner



Operant conditioning

Profile Completeness Level Meter - LinkedIn



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 ปรากวอยู่ตรงไหนบ้าง



5 mins



Team activity

Rewards

- Dopamine คือฮอร์มอนแห่งความสุข ความพึงพอใจ
- Dopamine จะหลัง เมื่อทำอะไรบางอย่างแล้วมีความสุข รวมถึงการได้ reward
- ทำให้ผู้เล่นเรียนรู้ว่า ทำอะไร แล้วจะเกิดความพึงพอใจ
- เกมมิพิเคชั่นสาย 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 นั้นช้าจนน่าเบื่อ ท้ายที่สุดคนก็จะเริ่มเบื่ออยู่ดี
- ให้ความสำคัญกับ Status มาเกินไป
 - Status เช่น Badge, Top 5 ของ Leaderboard, ฯลฯ แรก ๆ อาจจะดูเท่ แต่คนไม่ได้บ้า Badge ตลอด และจะมีเพียงแค่ล่วงหน้ายามาก ๆ เท่านั้นที่อาจจะติดอยู่กับ Status

Extrinsic motivation

- จะพูดถึงแรงกระตุ้นจาก**ภายนอก** ในรูปแบบของ Rewards
- Extrinsic Rewards ในเกมมิพิเคชั่น แบ่งออกได้ 4 แบบ
 - **Status** - ได้แล้วดูเจํง ดูเท่า เช่น ได้อยู่ Top 5 ของ Leaderboard, มีบัตร Black card ของ Amex
 - **Access** - ได้แล้วจะได้สิทธิ์เหนือคนอื่น ได้การเข้าถึงเนื้อหาที่คนอื่นไม่มีสิทธิ์ดู
 - **Power** - ได้อำนาจอะไรบางอย่าง 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!! คนไม่ได้клиหา Status ตลอดเวลา

Intrinsic motivation

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

Demotivating by rewards

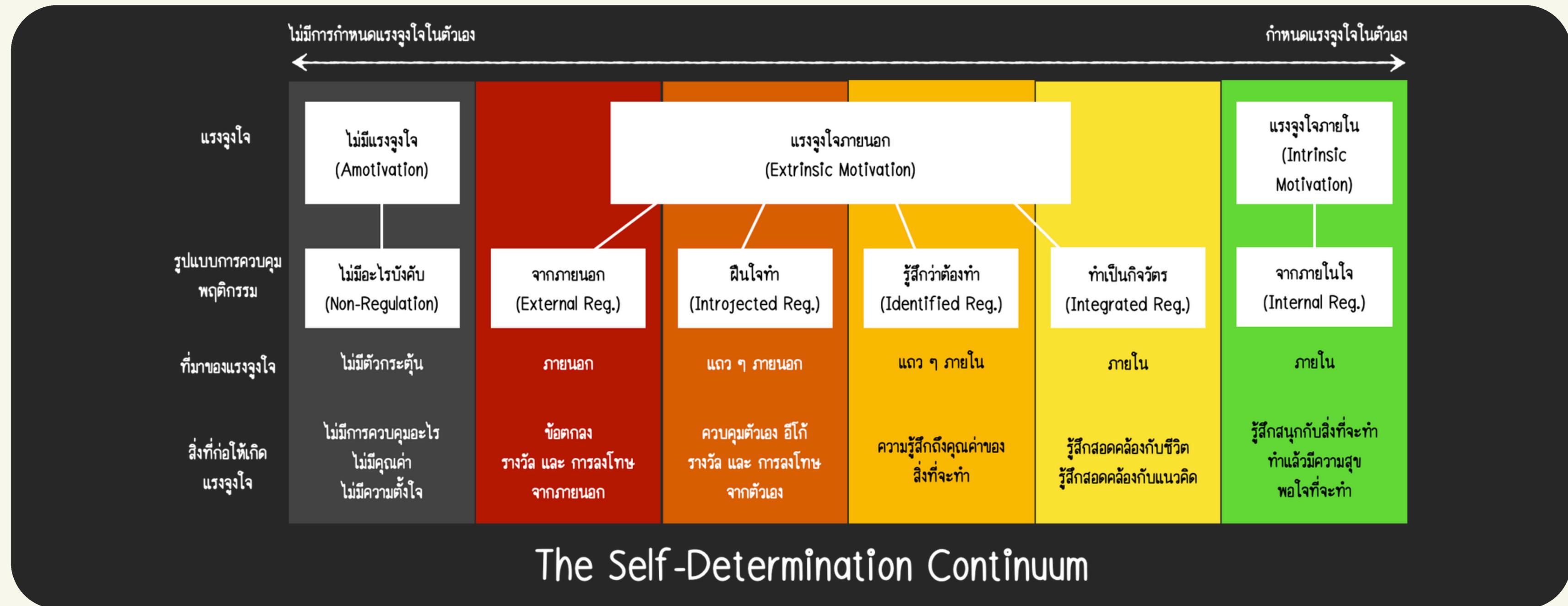
เพราะว่า เมื่อการเอา Extrinsic Motivator มาใช้ เช่น reward มันจะส่งผลให้ผู้เล่นสูญเสีย Intrinsic Motivation ไป แล้วก็จะ **ลืมไปว่า แท้ที่จริง อะไรเป็นตัวกระตุ้นเราให้กำลังนั้นกันแน่** เช่น การเบ่งประกายความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรบางอย่างเพื่อชิงรางวัล ผู้เข้าแข่งขันอาจจะสนใจแต่การทำอย่างไรถึงจะได้เงินรางวัล 多กว่า การใช้ทักษะ หรือความคิดสร้างสรรค์ที่ตัวเองมีเพื่อสร้างผลงานอันสุดยอดก็ได้

Demotivating by punishment

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

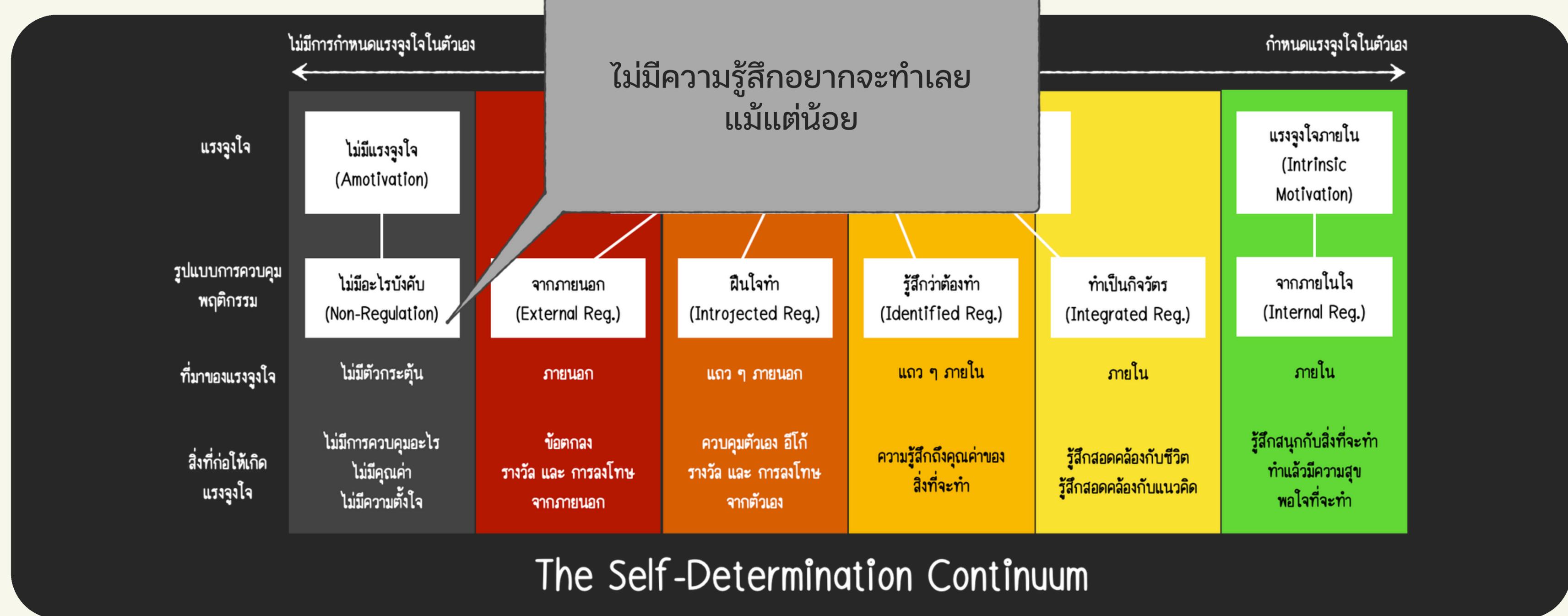
Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



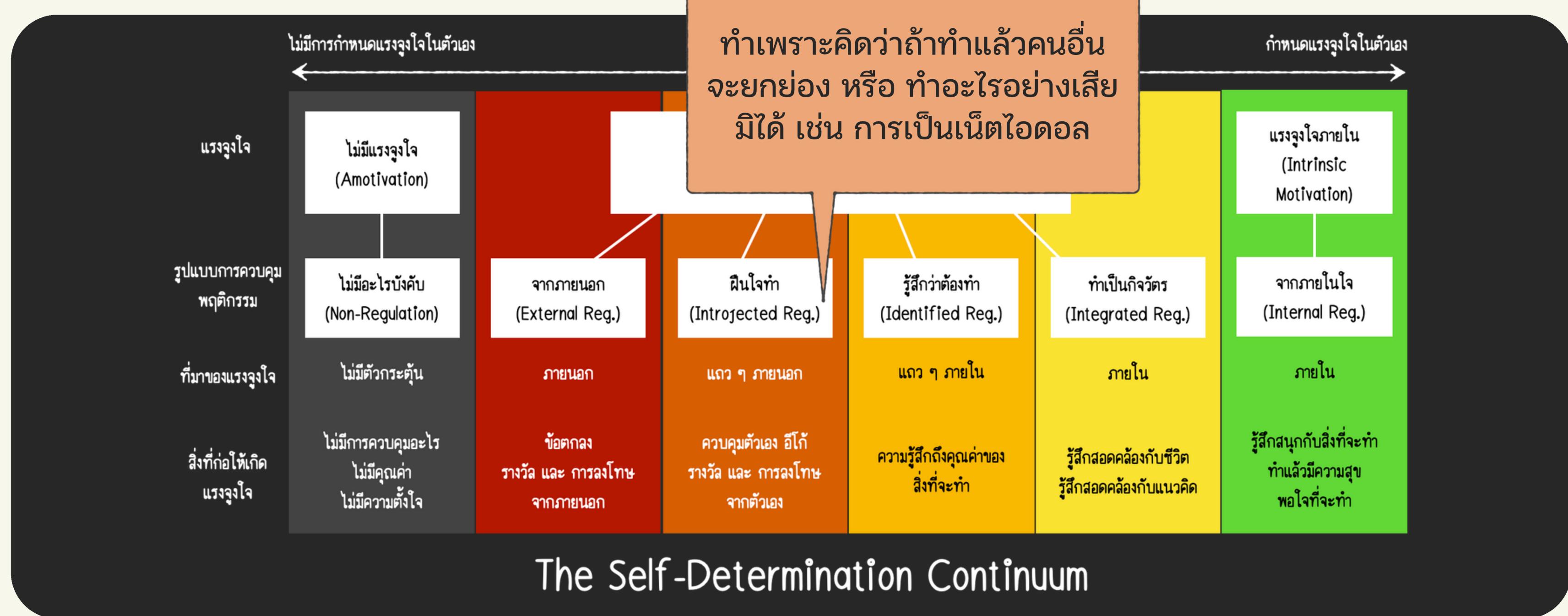
Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



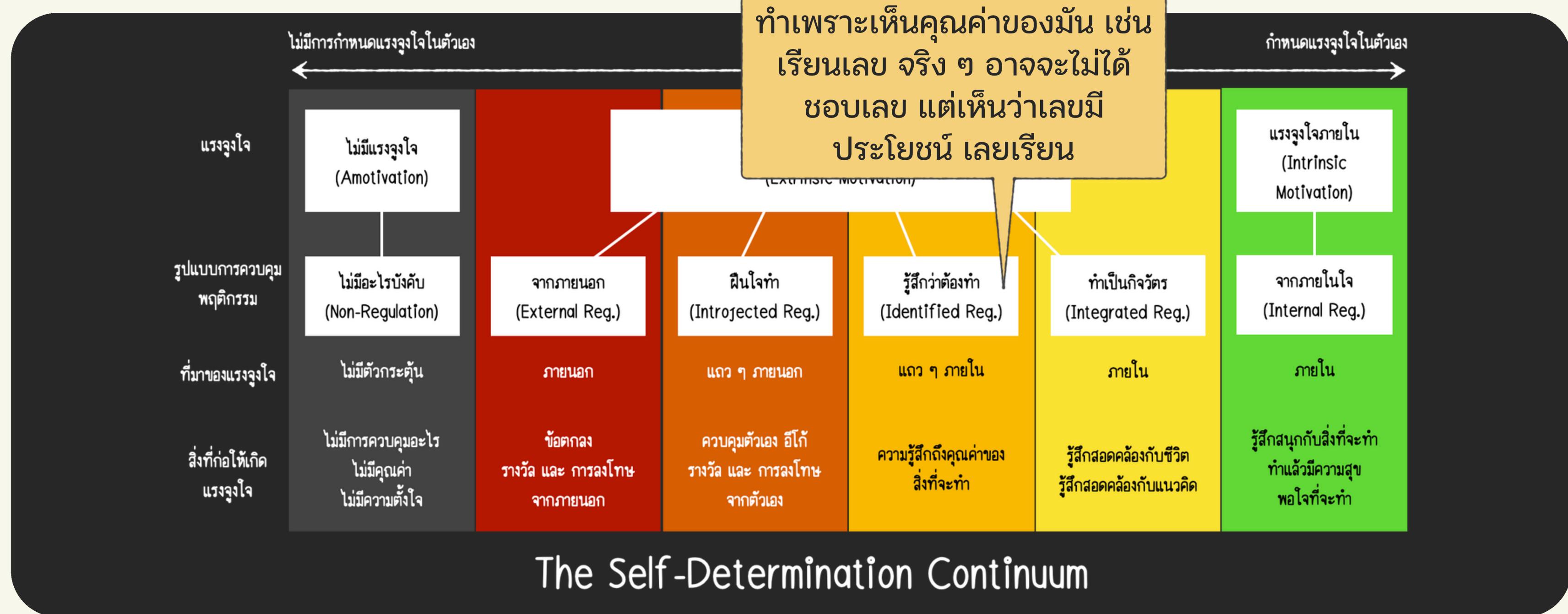
Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



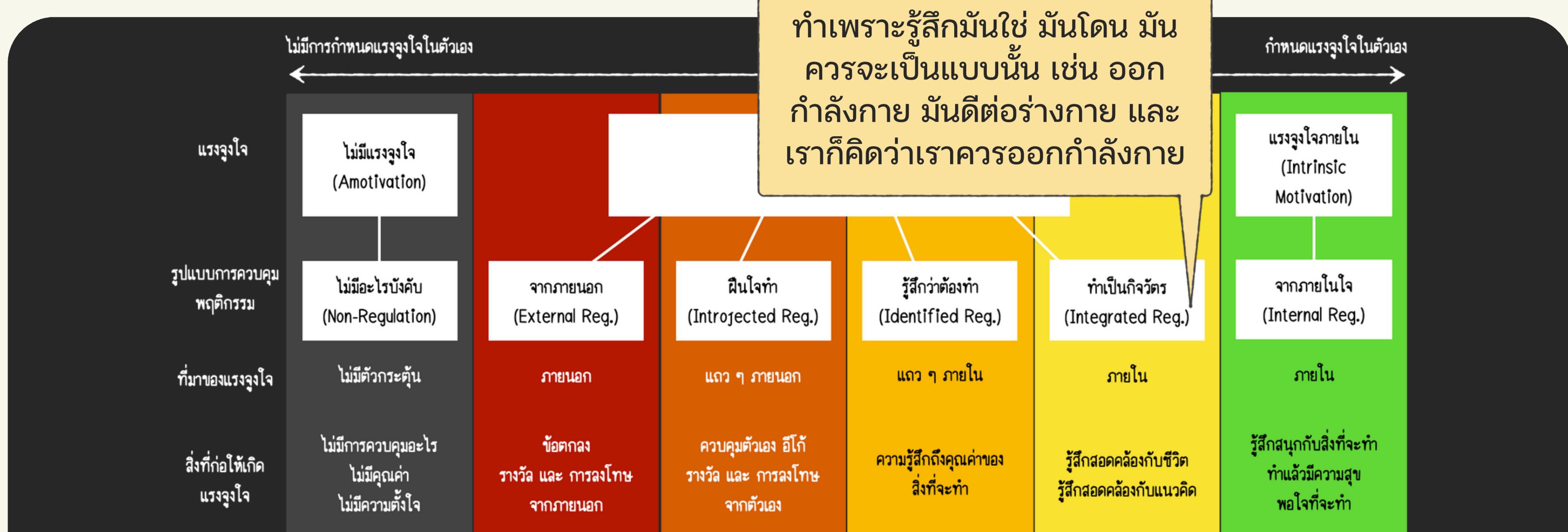
Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



Self-determination theory

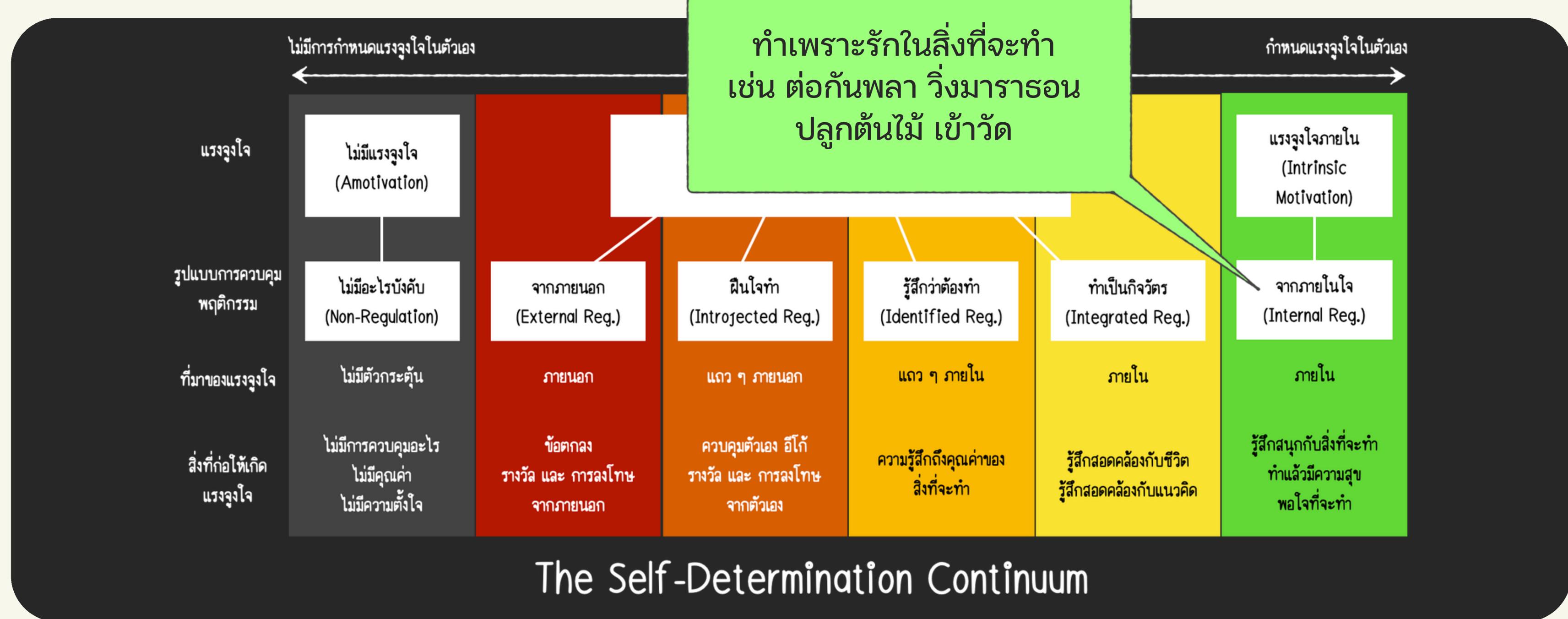
การกระตุ้นให้ครลักคนทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เล慕อไป



The Self-Determination Continuum

Self-determination theory

การกระตุ้นให้ครลักษณ์ทำอะไร จริง ๆ แล้วไม่จำเป็นต้องใช้ reward เสมอไป



Heart of SDT

ลักษณะสำคัญ 3 อย่างของ Intrinsic Motivation ที่ถ้ามีเมื่อไหร่ มันจะทำให้คนรู้สึกอยากรำ

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

Self-determination theory

ในองค์กรที่เราทำงาน
เราจะทำอย่างไรเพื่อสร้าง Intrinsic Motivation ให้เกิดขึ้นได้จริง



10 mins



Team activity

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

- ไม่ได้ชอบทำงาน
- พยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ
- ต้องควบคุม บังคับ ลงโทษ ถึงจะทำงาน
- ต้องกำกับลงไปในทุกขั้นตอนของการทำงาน
- ไม่มีความกระหาย knowledge
- ต้องการเงิน และความมั่นคง
- ขับเคลื่อนด้วยรางวัล

Theory Y

- ชอบทำงาน ชอบเริ่มสิ่งใหม่ ๆ
- ชอบมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 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
- สภาพ
- ความมั่นคงในหน้าที่การทำงาน

ทำให้รู้สึกแย่ ถ้าสูญเสียมันไป

Two-factor theory

รูปแบบ 4 แบบที่จะเป็นไปได้คือ

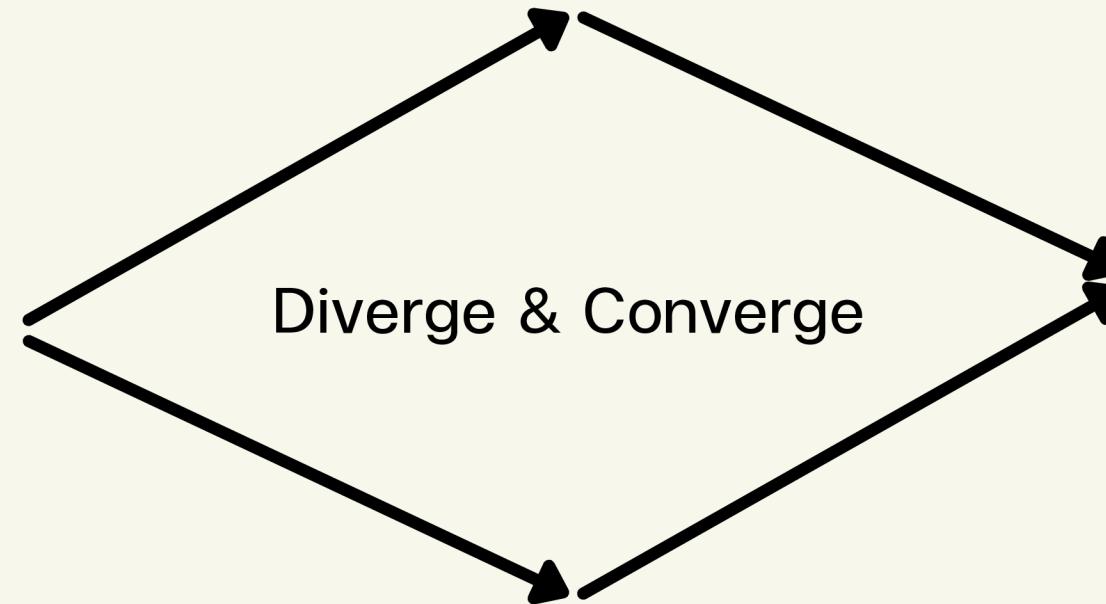
- High Hygiene + High Motivation = ดีสุด ๆ พนักงานชอบ บ่นน้อย
- High Hygiene + Low Motivation = บ่นน้อย แต่ไม่มีอะไรจูงใจ งานคือเงินอย่างเดียว
- Low Hygiene + High Motivation = เรื่องจูงใจเยอะ แต่บ่นเยอะ ได้เงินไม่คุ้มค่า
- Low Hygiene + Low Motivation = ไม่มีแรงจูงใจ คำบ่นเยอะ

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. **อริบทเป้าหมาย** - เบียนคำอริบทล้วน 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

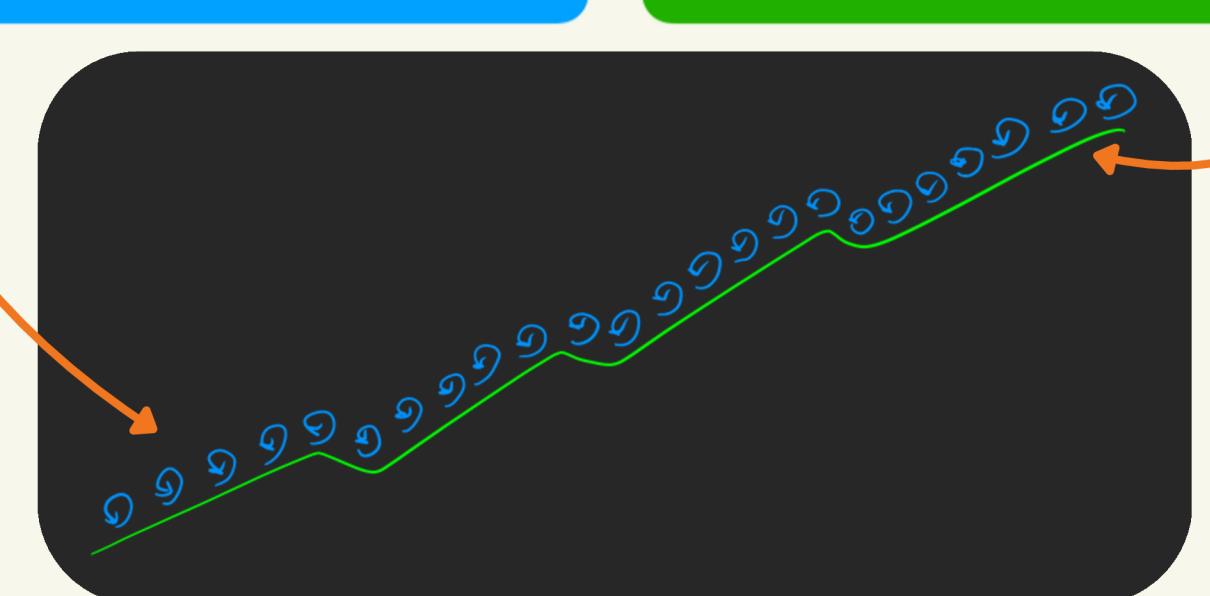
4 - Activity loops

Engagement Loops

- เป็นลูปย่อย ๆ ที่เกิดขึ้นบน journey ทั้งหมด
- แต่ละลูปคือแต่ละแรงจูงใจให้เกิดการกระทำ
- ผู้เล่นอาจจะตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือไม่ก็ได้
- ถ้าไม่ตอบสนอง ลูปนั้นก็จะไป แรงจูงใจใหม่ก็จะผลลัพธ์มาแทน
- ถ้าตอบสนอง ก็ให้ feedback กับผู้เล่น

Progression Loops

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



5 - Fun

เรามักจะลืมว่าเกมมิพิเคชั่นของเราควรจะสนุก แรก ๆ อาจจะใช่ ทำไปทำไมเราอาจจะลืม
แล้วก็ทำอะไรบางอย่างที่ทำให้ความสนุกหายไป 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

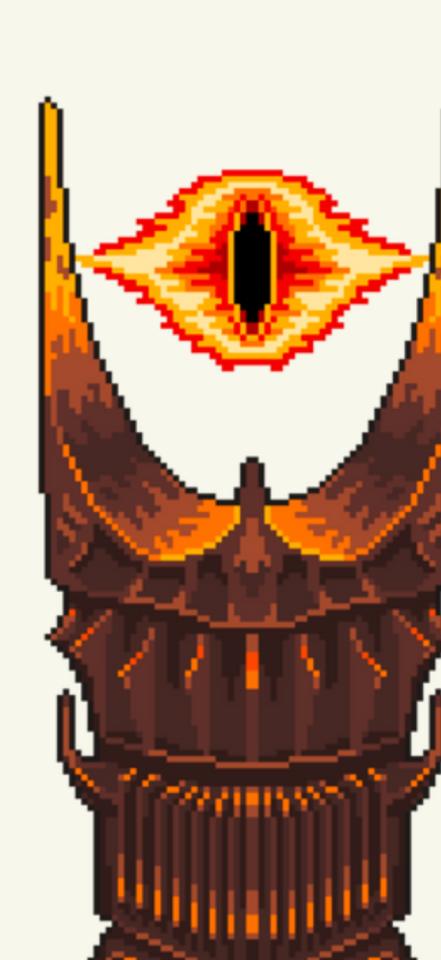
- Playbor = Player + Labor
- Playbor ไม่ใช่เกม ไม่ใช่ส่วนประกอบของเกม
- ผู้เล่นในเกม ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ เล่นด้วยความสมัครใจ
- ถ้าผู้เล่น ถูกบังคับให้เล่น ไม่ว่าเกมนั้นจะสนุกขนาดไหนก็ตาม ผู้เล่นอาจจะไม่ได้คิดแบบนั้น ผู้เล่นอาจจะคิดว่ากำลังถูกควบคุม ถูก monitor อยู่

ข้อมูลเดือน ตุลาคม 2565

คุณอู สามารถปิดการขายได้

32

จากจำนวน **124** transactions



Abuses - Gaming the game

- ผู้เล่น เล่นเกม
- ผู้เล่น อาจจะไม่ได้ทำงานสิ่งที่เราคาดหวัง
- ผู้เล่น พยายามทำทุกอย่างเพื่อเอาชนะเกม
อาจจะเป็นการโคง การกระกำbaughอย่างที่
อันตราย

กำหนดไว้ว่า
ถ้าข้ามละพานก่อน 7 โมง จะต้องเสียค่า^ร
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
- **กรรมสิทธิ์ในการครอบครองทรัพย์สินที่เป็น virtual** - หากวันหนึ่งเจ้าของระบบ หรือผู้ออกแบบเกม เอาของนั้นออกจากระบบ จะเกิดอะไรขึ้น จะต้องมีหน่วยงานอะไรที่ออกมาช่วยดูแลเรื่องนี้หรือไม่ 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
- 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 :)