

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ  
24-IP-20-GE-TRC-A: Training Course on Gamification and Game Design  
for Customers and Employee Engagement  
(Online, 18–21 June 2024)

จัดทำโดย น.ส.ณิชากรีย์ เขียนเอี่ยม  
ผู้วิเคราะห์ ธนาคารแห่งประเทศไทย  
วันที่ 10 ส.ค. 2567

**ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ**

(ควรมีความยาวเพียงพอกับเนื้อหาสาระ องค์ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ โดยเฉพาะใจความสำคัญจากการบรรยาย เอกสารประกอบการบรรยาย และการศึกษาดูงาน)

**1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการ**

เพื่อสนับสนุนการนำหลักการออกแบบเกมมาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผูกพันต่อองค์กร และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีพฤติกรรมตามค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานมีประสบการณ์ที่ดีตลอดการร่วมกิจกรรม ผ่านการใส่ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการแข่งขันระหว่างกลุ่มพนักงาน ที่ไม่ได้สร้างความกดดันจนเกินไป นำมาสู่การมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่างๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย ได้แก่

**สรุปสาระสำคัญจากการบรรยาย**

**Session: Gamification and Game Design for Education**

รูปแบบการศึกษาในปัจจุบันได้มีการประยุกต์การใช้ Gamification เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสอน เนื่องจากกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และแข่งขันได้ดีกว่าการสอนทั่วไป ทั้งนี้การประยุกต์ใช้ Gamification ต้องคำนึงถึงบริบทที่เหมาะสม โดยเฉพาะการกำหนดโจทย์ที่มีความท้าทายและสอดคล้องกับเนื้อหา โดยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันเพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้

**กรณีศึกษา : การพัฒนาเมืองสู่ Sustainable city**

ให้โจทย์นักศึกษามหาวิทยาลัยในการเข้าไปเรียนรู้เมืองของตนเอง และออกแบบวิธีที่จะพัฒนาเมืองให้เป็น Sustainable city โดยนักศึกษาสามารถจับกลุ่มและเลือกโจทย์ที่สนใจได้ด้วยตนเอง เช่น การพัฒนาการใช้น้ำอย่างยั่งยืน เป็นต้น ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากความสนใจของตนเอง พร้อมกับได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโครงการที่จะช่วยผลักดันให้เมืองหรือชุมชนของตนเองดีขึ้นได้ โดยแต่ละกลุ่มถูกกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกันเพื่อออกแบบโครงการที่ตอบโจทย์และนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงมากที่สุด

## HOW DOES GAMIFICATION WORK?



ที่มา: <https://www.aptaracorp.com/services/gamification>

โดยปัจจัยที่กระตุ้นให้ Gamification ประสบความสำเร็จได้แก่

- Points and Badges: การสะสมคะแนนเพื่อแลกรางวัล เมื่อทำภารกิจสำเร็จ
- Leaderboards: สร้างการแข่งขันที่สร้างสรรคในกลุ่มผู้เรียน
- Progression and Levels: ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมของการแข่งขันเพื่อความสำเร็จ
- Rewards and Incentives: ส่งเสริมและจูงใจให้ผู้เข้าร่วมอยากเอาชนะเพื่อรางวัลที่คุ้มค่า
- Role-Playing: การให้ผู้เรียนได้สวมบทบาทผ่านสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจบริบทได้มากขึ้น
- Avatars: การใช้และออกแบบ Avatars เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของผู้เรียน

ทั้งนี้ การใช้ Rewards เพื่อจูงใจให้พนักงานหรือผู้เรียนทำพฤติกรรมบางอย่างให้สำเร็จสามารถทำได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ตัวอย่างเช่น การเล่นเกม เมื่อตัวละครทำภารกิจไม่ทันเวลา หรือไม่สำเร็จ ตัวละครจะสูญเสียบางอย่าง เช่น ค่าพลังงาน หรือเงินรางวัล เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นในแง่ลบ ในขณะที่เดียวกันการให้รางวัลที่จูงใจ ก็เป็นอีกหนึ่งวิธีการที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมมากกว่า

นอกจากนี้ การ Role-Playing เป็นอีกหนึ่งเทคนิค Gamification ที่ประสบความสำเร็จ โดยการ Role-Playing เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนจริงให้กับผู้เรียน กระตุ้นให้ผู้เรียนได้สวมบทบาทและตัดสินใจภายใต้บทบาทสมมติที่กำหนด ทำให้ผู้เรียนเข้าใจบริบท ข้อจำกัด รวมไปถึงแรงกดดันของบทบาทที่ได้รับมากยิ่งขึ้น

### กรณีศึกษา : Role-Playing เวทีประชุมผู้นำระดับโลกด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้เรียนจะได้สวมบทบาทเป็นผู้นำแต่ละประเทศทั่วโลก รวมไปถึงองค์กรสิ่งแวดล้อมนานาชาติ โดยแต่ละบทบาทจะกำหนด Mission ที่ต้องทำให้สำเร็จ ข้อจำกัดของแต่ละบทบาท รวมไปถึงอำนาจในการตัดสินใจ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ถกเถียง แลกเปลี่ยนข้อเสนอระหว่างกัน เพื่อให้ได้สิ่งที่ตนเองต้องการ ผู้เรียนจะเข้าใจถึงความกดดันและข้อจำกัดที่ต้องเจอ รวมถึงระยะเวลาที่บีบเข้ามาเพื่อกระตุ้นให้เขาตัดสินใจ เช่น ผู้เล่นที่เป็นตัวแทนของเมืองที่กำลังจะขาดแคลนน้ำหรือประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ จะต้องเจรจาต่อรองเพื่อให้เขาตีความอำนาจให้มีความสำคัญกับภาวะโลกร้อนเพิ่มขึ้น โดยการลดการสร้างมลภาวะต่าง ๆ ในระหว่าง Role-Playing บรรยากาศเป็นไปอย่างตึงเครียด เพราะทุกคนมี Mission ที่จะต้องทำให้สำเร็จ แต่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

### Session: Introduction to Gamification Strategy for Customers Engagement

หลายบริษัทชั้นนำทั่วโลกได้นำเทคนิค Gamification เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการ Training พนักงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมตามความคาดหวัง โดยใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ Orientation พนักงานใหม่ เพื่อสร้างค่านิยมขององค์กร เช่น Amazon ออกแบบ Game เพื่อสร้างสถานการณ์จำลองให้พนักงานได้ทดสอบก่อนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อลดความผิดพลาดที่

อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้ Virtual Tour เพื่อประกอบการ Onboarding ให้พนักงานใหม่ในการเยี่ยมชมสถานที่ทำงาน เป็นต้น

การนำ Gamification ช่วยจูงใจและกระตุ้นพนักงานมีพฤติกรรมตามที่ต้องการคาดหวัง ซึ่งอาจจะนำเทคนิคต่าง ๆ มาประกอบการออกแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อพนักงาน เช่น การให้รางวัลที่จูงใจซึ่งอาจเป็นเงินหรือไม่ใช่เงินก็ได้ การจัดทำ Leaderboards ของพนักงานที่มีพฤติกรรมตามค่านิยมเพื่อส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศในการแข่งขันที่ดี ทั้งนี้ การสร้าง Engagement ภายในองค์กร จะช่วยให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรได้นาน และสร้างผลผลิตที่ดีให้แก่องค์กรต่อไป

โดยในหลักสูตรยังมีการสอนเพื่อนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ในการสร้าง Game เช่น การออกแบบ Avatar โดยใช้ AI และการสร้าง Virtual Reality เป็นต้น ทำให้สามารถนำ Gamification มาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีในปัจจุบัน

## ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

ภายหลังจากเข้ารับการฝึกอบรม Training Course on Gamification and Game Design for Customers and Employee Engagement ทำให้ได้แนวคิดในการนำเกมส์ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานภายใต้โครงการต่าง ๆ โดยเน้นให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ มีพฤติกรรมตามวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ไปพร้อมกับความสนุกสนานในระหว่างการทำกิจกรรม ทั้งนี้ การใช้เกมส์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดพฤติกรรมตามความคาดหวัง เช่น การสะสมแต้ม เพื่อให้กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมและทำซ้ำอย่างต่อเนื่อง

โดยโครงการที่ได้ประยุกต์นำ Gamification มาประยุกต์ใช้ ได้แก่ โครงการ BOT GO GREEN ซึ่งได้ส่งเสริมให้พนักงานลดใช้ Plastic Single-Use โดยส่งเสริมให้ใช้ภาชนะของตนเอง เมื่อนำอาหารหรือเครื่องดื่มในบริเวณสโมสรและร้านค้าใน ธปท. หากพนักงานนำภาชนะของตนเองมา จะสามารถ Scan เพื่อสะสมแต้มผ่าน LINE OFFICIAL ACCOUNT ภายในของ ธปท. พร้อมทั้งให้ความรู้แก่พนักงานผ่านการจัด Inspirational Talk การปรับวิถีชีวิตให้รักษ์สิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และการจัดทำ Infographic เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องการจัดการขยะอย่างถูกต้อง



ภาพกิจกรรมสะสมแต้ม Green Point ภายใต้โครงการ BOT GO GREEN

ทั้งนี้ แผนกิจกรรมสร้าง Engagement จะประยุกต์ใช้ Gamification เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานมากยิ่งขึ้น ผ่านตัวแทนชมรมกิจกรรมพนักงาน เช่นการทำ Roadmap สะสมแต้มเพื่อกระตุ้นให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชมรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันพบว่าพนักงาน Generation ใหม่ มีอัตราการส่วนร่วมกับชมรมน้อยลงอย่างต่อเนื่อง จึงอาจประยุกต์ใช้ Gamification ผ่านกิจกรรมสะสมแต้ม Wellness ในการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมต่าง ๆ เพื่อให้จูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น