



**การค้นคว้าอิสระ**

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ผ่านมือถือของค่ายเกมการ์ริ่น่า ในประเทศไทย**

**The Factors Affecting the Selection of Online Games Via Mobile Phone**

**of Garena Company in Thailand**

**เอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ**

**6517100010**

**การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**

**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม**

**พุทธศักราช 2565**



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ผ่านมือถือของค่ายเกมการ์รินา  
ในประเทศไทย

นามผู้วิจัย นายเอกสุวัชร์ เคนรัมย์มีเทพ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย อาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 6 เดือน 03 พ.ศ. 68

(ดร. รัตติมา ปิยะศิริศิลป์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช)

รองอธิการบดีและคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

วันที่ 12 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564

## บทคัดย่อ

เรื่องการศึกษาอิสระ : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ผ่านมือถือ  
ของค่ายเกมการ์ริน่า ในประเทศไทย  
โดย : นายเอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ  
สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป  
อาจารย์ที่ปรึกษา : .....

(ดร.รัชติมา ปิยะศิริศิลป์)

วันที่ 6 เดือน 03 พ.ศ. 68

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของคนในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบที่ปัจจัยเหล่านี้มีต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้เล่น โดยเน้นไปที่เกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย นอกจากนี้ การศึกษายังมุ่งเน้นการตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติมเงินในเกมมือถือออนไลน์และช่องทางการเติมเงินที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการใช้ชีวิตของผู้เล่น การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Product, Price, Place, Promotion) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปที่เล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่า จำนวน 30 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เล่นเกมมือถือออนไลน์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับหลายปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การเล่นเกม ได้แก่ ระบบของเกมที่มีความเสถียรและทันสมัย ภาพกราฟิกที่มีความละเอียดและสวยงาม ตัวละครที่มีลักษณะเฉพาะตัวและน่าสนใจ รวมถึงสินค้าและกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทการ์ริน่าจัดขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้ผู้เล่นมีความพึงพอใจอย่างสูงและเลือกเล่นเกมของบริษัทการ์ริน่าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าแอปพลิเคชันการเงินและบัตรเครดิตเติมเงินเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งานและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นได้ดี การตั้งราคาสินค้าในเกมและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลายก็มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดและรักษาผู้เล่น

การวิจัยนี้ทำให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมของบริษัทการ์ริน่าและผลกระทบที่ปัจจัยเหล่านี้มีต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้เล่น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการ

ปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทกรีน่า ประเทศไทย ให้ตอบโจทย์ความต้องการ  
ของผู้เล่นได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกม, ส่วนประสมทางการตลาด, เกมมือถือออนไลน์



**Abstract**

**Title:** The Factors Affecting the Selection of Online Games Via Mobile Phone  
of Garena Company in Thailand

**Author:** Eaksuwat Denrussameetep

**Major:** General Management

**Advisor:** .....

(Dr. Teetima Piyasirisilp)

6 / 03 / 68

This research aimed to investigate the factors influencing the choice of mobile online games among individuals in Thailand and the impact of these factors on players' daily lives, with a particular focus on games provided by Garena Thailand. Additionally, the research examined the factors affecting in-game purchases and identified the most popular payment methods for mobile online games and their impact on players' lifestyles. This study adopted the qualitative research method, using the semi-structured interview and the marketing mix concept of 4P's (Product, Price, Place, Promotion) The sample for this study consisted of 30 individuals who play mobile online games from Garena.

The findings indicate that players place significant importance on several factors that affect their gaming experience. These include the stability and modernity of the game system, high-quality and visually appealing graphics, distinctive and engaging characters, and the variety of products and activities offered by Garena. These elements collectively contribute to high levels of player satisfaction and continued preference for Garena's games. Furthermore, the study found that the most popular methods for making in-game purchases are financial apps and top-up cards, due to their convenience and effectiveness in meeting players' needs. Pricing strategies and diverse promotional activities also play a crucial role in attracting and retaining players.

This research enhances the understanding of the factors influencing players' choices for Garena's games and the effects of these factors on their daily lives. The insights gained from this

study will be valuable for improving and developing Garena Thailand's products and services to better meet player demands.

**Keywords:** factors affecting gaming, marketing mix, mobile online games.



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีอย่างยิ่ง ด้วยความกรุณาอย่างสูงของอาจารย์ดร.ธิติมา ปิยะศิริศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำแนะนำ และคำปรึกษาตลอดจนข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมไปถึงการตรวจทานและแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย จนสามารถนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขอขอบพระคุณประชากรกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ และสละเวลาส่วนตัวอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลและความคิดเห็นแก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในการทำเอกสารแบบสัมภาษณ์ IOC และคอยให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์และแนวทางสำหรับบริษัทการบินา ประเทศไทย และสามารถนำประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้เกี่ยวกับการพัฒนาเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการบินา ประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นต่อไป

นายเอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตในการวิจัย	5
1.6 นิยามคำศัพท์	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	6
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's	7
2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม	8
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>10</b>
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.2 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.3 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.5 การตรวจสอบเชิงสามเส้า (Triangulation)	13
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>14</b>
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	14



4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกรีน่า ในประเทศไทย	14
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's	14
<b>บทที่ 5</b> สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	<b>22</b>
5.1 อภิปรายผลการวิจัย	22
5.2 ข้อเสนอแนะ	28
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>30</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>33</b>
แบบสอบถาม	34
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>41</b>



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	ประเภทเกมมือถือนอนไลน์ที่วัยรุ่นไทยให้ความสนใจ ปี พ.ศ.2562	2
ภาพที่ 1.2	กรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจ เลือกเล่นเกมออนไลน์ของบริษัทการ์มิน่า ในประเทศไทย	4



## บทที่ 1

### บทนำ

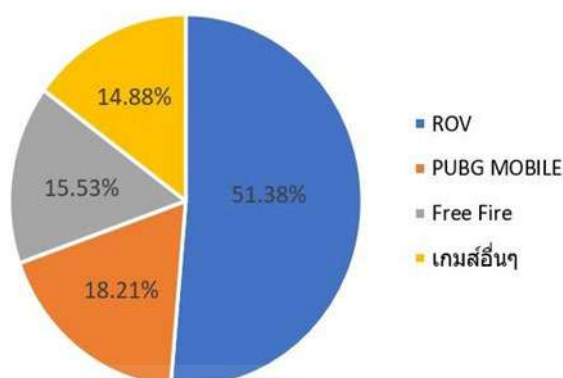
#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเกมมือถือออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนไทยมากยิ่งขึ้น และเกมมือถือออนไลน์ ยังถือเป็นสื่อ อิเล็กทรอนิกส์อย่างหนึ่งที่อยู่กับเด็กและวัยรุ่นในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เกมมือถือออนไลน์เป็น สิ่งที่สามารถให้ ความสนุกสนาน สร้างมิตรภาพ และยังสามารถ เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับเด็กได้ พ่อแม่หรือผู้ปกครอง บางคนอาจจะใช้เกมมือถือออนไลน์เป็นเครื่องมือในการช่วยเหลือเด็ก (กมลวรรณ วิษย์รัตน์, 2565)

โดยบริษัทเกมมือถือออนไลน์ที่มีความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นไทยนิยมเล่นมากที่สุด มีทั้งหมด 5 บริษัทเข้าด้วยกัน คือ บริษัท ASIASOFT (AS), Garena Thailand, Nexon Thailand, Netmarble และ Electronics Extreme (gameakimbo, 2566) และบริษัทเกมที่มีการพัฒนาและมีแนวโน้มของ ธุรกิจแบบก้าวกระโดดคือ บริษัท Garena Thailand เนื่องจากบริษัทกัริน่า เริ่มต้นก่อตั้งบริษัทจากการทำกิจการเล็กๆเกี่ยวกับธุรกิจเกมมือถือออนไลน์ใน ประเทศสิงคโปร์ เมื่อปี 2009 และเริ่มมีการขยายตัวเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี 2017 โดยบริษัทกัริน่าเริ่มต้น ธุรกิจ จากการนำเข้ามาเกมระดับโลกมาให้บริการในประเทศไทย ต่อมามีการผลิตและ พัฒนาเกมต่างๆให้เข้ากับ คนไทยมากที่สุด โดยพิจารณาจากความชื่นชอบและแนวเกมมือถือออนไลน์ต่างๆ มีการจัดอีเวนต์อีสปอร์ตและ ต่อ ยอดวงการ เกมและอีสปอร์ตไทยเป็น โอกาสในอาชีพใหม่ๆ การเติบโตในช่วงปี 2017 – 2021 พบว่า มูลค่า ยอดขายสินค้า ออนไลน์ (GMV-Gross Merchandise Volume) มีการเติบโตต่อปี กว่าร้อยละ 83 สำหรับ ประเทศไทย เมื่อเทียบกับ 4 บริษัทที่เข้ามาตีตลาดเกมมือถือออนไลน์ในประเทศไทย โดยเริ่มจากการนำเกมมือถือออนไลน์ต่างๆเข้ามา ให้บริการและในการพัฒนาเกมแบบใหม่จนได้ กลับมาเป็น บริษัทเกมยอดฮิตในปัจจุบัน

โดยผลสำรวจเกมมือถือออนไลน์ที่มีความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทยของทั้งหมด 5 บริษัท พบว่าบริษัทกัริน่า มีความนิยมมากที่สุดในกลุ่มวัยรุ่นไทยปี 2012 พบว่า เกมมือถือออนไลน์ ที่ได้รับความนิยม มากที่สุดคือเกม ROV ที่มีกลุ่มวัยรุ่นนิยมร้อยละ 51.38 รองลงมาคือ PUBG MOBILE ร้อยละ 18.21 และ Free Fire ร้อยละ 15.53

ประเภทเกมออนไลน์ที่วัยรุ่นไทยให้ความสนใจ ปี พ.ศ.2562



ภาพที่ 1.1 ประเภทเกมมือถือออนไลน์ที่วัยรุ่นไทยให้ความสนใจ ปี พ.ศ.2562

ที่มา : ชีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะอนเนก (2566)

จากภาพที่ 1.1 แสดงเกมมือถือออนไลน์ที่มีการนิยมมากที่สุดในวันรุ่งขึ้นในประเทศไทย ซึ่งสามารถ ลำดับได้ ดังต่อไปนี้คือ ROV ร้อยละ 51.38 รองลงมาคือ PUBG MOBILE ร้อยละ 18.21 และ Free Fire ร้อยละ 15.53 จะเห็นได้ว่าเกมมือถือออนไลน์ที่เป็นที่นิยมนี้ส่วนเป็นเกมที่มาจากบริษัทการ์ริน่าทั้งหมด (ชีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะอนเนก, 2566)

จากความชื่นชอบในการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ ทำให้เกมมือถือออนไลน์ของ บริษัทการ์ริน่าเป็นที่นิยมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทยได้โดยบริษัทการ์ริน่าจำกัด สามารถทำ รายได้ในปี พ.ศ. 2561 จำนวนทั้งสิ้น 5,517 ล้านบาท โดยหากคิดเป็นกำไรจะทำกำไรได้ 7.6 ล้านบาทและในปี พ.ศ. 2561 บริษัท การ์รินา ทำรายได้รวมทั้งสิ้น 5,813 ล้านบาท โดยหากคิดเป็นกำไรจะทำกำไรได้ 99 ล้านบาท ซึ่งเป็น แนวโน้มที่สูงขึ้นแบบเห็นได้ชัด และจัดเป็นบริษัทเกมมือถือออนไลน์อันดับต้นๆที่ประสบความสำเร็จภายใน ระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี (ลงทุนแมน, 2563) และกลยุทธ์ของบริษัท การ์รินา ออนไลน์ (ประเทศไทย) จำกัด คือ การสร้างเกมที่มีการจำลองสถานการณ์แบบเสมือนจริง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Virtual reality และมีรูปแบบการเล่นเกมที่สามารถเล่นและเข้าใจได้ง่าย ภายในเกมจะมีการจำลองตัวละคร มากมายให้เลือกเล่น และยังมี การจัด กิจกรรมแจกสกินหรือของรางวัลสุดพิเศษอีกมากมายในช่วงเทศกาลสำคัญ ทำให้เกมในบริษัทสามารถดึงดูด ผู้เล่นให้เข้ามาเล่นเกมและรับของรางวัลได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นผู้ เล่นเก่าหรือใหม่ก็ตาม (Esportunderground, 2564) และอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญของบริษัท การ์รินา ออนไลน์ (ประเทศไทย) จำกัด คือ การจัดแข่งขันกีฬาอาชีพ ระดับประเทศภายใต้แนวคิด 'Beyond eSports' โดยจะมีการจัด ให้กับผู้เล่นที่สนใจสามารถเข้ามาลงทะเบียนเพื่อ สมัครแข่งขันกับอีก

หลายๆทีม และเปิดโอกาสให้ผู้เล่น สามารถแสดงฝีมือเพื่อที่จะก้าวไปสู่การเป็นนักกีฬามือ อาชีพต่อไปซึ่งกลยุทธ์นี้ได้เข้ามาเป็นที่สนใจ กับวัยรุ่นไทยจำนวนมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นส่วนใหญ่เลือกที่จะเล่นเกมมือถือนอนไลน์มากที่สุดเกิดจากเพื่อน ชักชวน หรือได้รับ ข้อมูลที่เกี่ยวกับเกมมือถือนอนไลน์จากสื่อต่างๆเด็กวัยรุ่นบางคนก็มีความเข้าใจว่าการเล่นเกมมือถือนอนไลน์เป็น กีฬาชนิดหนึ่งในประเทศไทยไปแล้ว (ปริญา งามสม, 2561) โดยผลสำรวจเกี่ยวกับสถานการณ์การเล่น เกมของเด็กไทย ประจำปี พ.ศ.2564 ที่เลือกสำรวจวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพมหานครทั้งหมดจำนวน 3,292 คนพบว่า วัยรุ่นในจังหวัด กรุงเทพมหานครร้อยละ85เคยเล่นเกมมือถือนอนไลน์ และมีการเล่นเกมมือถือนอนไลน์ ในมือถือเกือบทุกวัน ร้อยละ10ของวัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีการเล่นเกมมือถือนอนไลน์ ในมือถือ 5 ชั่วโมงต่อวัน และร้อยละ 18.05 ของวัยรุ่นในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีการเล่นเกมมากกว่า วัน ละ 8 ชั่วโมง ต่อวัน (PPTV Online, 2564)

## 1.2 คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือนอนไลน์ของคนในประเทศไทย และ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลอย่างไรต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้เล่น
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติมเงินในเกมมือถือนอนไลน์ของคนในประเทศไทยคืออะไร ช่องทางการเติมเงินที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบันคืออะไร และการใช้ช่องทางเหล่านี้ส่งผลอย่างไรต่อชีวิตประจำวันของผู้เล่น
3. ผลกระทบจากการเล่นเกมมือถือนอนไลน์และการเติมเงินในเกมมือถือนอนไลน์มีลักษณะอย่างไร และผลกระทบเหล่านี้มีความสำคัญในด้านใดบ้างต่อชีวิตประจำวันของผู้เล่น

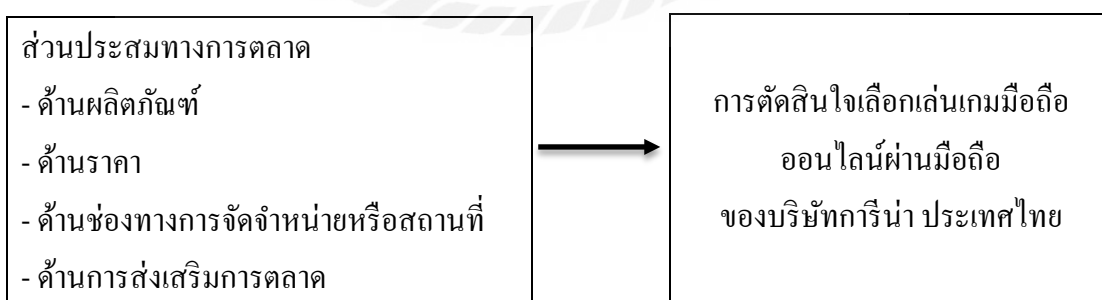
## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมมือถือนอนไลน์ของบริษัทารี่นำ ประเทศไทย และวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยเหล่านี้ต่อพฤติกรรมและชีวิตประจำวันของผู้เล่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติมเงินในเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกรีน่า ประเทศไทย รวมถึงการระบุช่องทางการเติมเงินที่นิยม และวิเคราะห์ผลกระทบของการเลือกช่องทางการเติมเงินเหล่านี้ต่อชีวิตประจำวันของผู้เล่น
3. เพื่อประเมินผลกระทบจากการเล่นเกมมือถือออนไลน์และการเติมเงินในเกมมือถือของบริษัทกรีน่า ประเทศไทย รวมถึงการศึกษาความสำคัญของผลกระทบเหล่านี้ในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวันของผู้เล่น

#### 1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกรีน่าในประเทศไทย” โดยใช้แนวความคิดพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์และส่วนประสมทางตลาด 4P's (Product, Price, Place, Promotion) นั้น กรอบแนวคิดนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นในการเลือกเกมจากบริษัทกรีน่า รวมถึงการประเมินผลกระทบของปัจจัยเหล่านี้ต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้เล่น โดยพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์จะช่วยให้เข้าใจถึงแรงจูงใจและความชอบของผู้เล่น ส่วนการวิเคราะห์ 4P's จะตรวจสอบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น คุณลักษณะและความน่าสนใจของเกม, ราคา (Price) ที่ตั้งและความรู้สึกคุ้มค่า, ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น แพลตฟอร์มที่ใช้ดาวน์โหลดเกม, และการส่งเสริมการขาย (Promotion) รวมถึงกลยุทธ์การตลาดและโปรโมชั่น การใช้กรอบแนวคิดนี้จะทำให้สามารถระบุปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเล่นเกมและปรับกลยุทธ์การตลาดของบริษัทกรีน่าให้ตอบสนองความต้องการของผู้เล่นได้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของบริษัทกรีน่า ในประเทศไทย

## **1.5 ขอบเขตในการวิจัย**

### **1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา**

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกานี่นาในประเทศไทย โดยการศึกษาคุณลักษณะของเกม (Product) เช่น ระบบเกมและกราฟิก, กลยุทธ์การตั้งราคา (Price) รวมถึงค่าใช้จ่ายและโปรโมชั่น, ช่องทางการเข้าถึงและดาวน์โหลดเกม (Place) เช่น ร้านค้าแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของบริษัท, และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาและกิจกรรมพิเศษ การศึกษายังรวมถึงช่วงเวลาและระยะเวลาในการเล่น, ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง, และเหตุผลที่ผู้เล่นเลือกเกม ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกานี่นาอย่างครบถ้วน

### **1.5.2 ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล**

ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายกานี่นา ประเทศไทย จำนวน 30 คน

### **1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา**

ระยะเวลาการศึกษาค้นคว้าข้อมูลวันที่ 1 กันยายน 2566 – 31 ตุลาคม 2566

## **1.6 นิยามคำศัพท์**

**เกมมือถือออนไลน์** หมายถึง เกมที่ต้องเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยผู้เล่นจะต้องทำการลง โปรแกรมเกม (Client) ลงในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือของตนเอง และจะต้องเล่นเกมมือถือออนไลน์ ผ่าน Server โดยข้อมูลต่างๆ ของผู้เล่นจะถูกเก็บไว้ ณ Server นั้น ๆ

**ปัจจัยการเล่น** หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการเล่น ซึ่งอาจรวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจ, การฝึกทักษะ และการเรียนรู้ ผู้เล่นอาจเลือกเล่นเกมเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงจากการออกแบบที่น่าสนใจและประสบการณ์ที่ตื่นเต้น หรือเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะ เช่น การคิดเชิงกลยุทธ์และความแม่นยำ การเรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ ผ่านเกมการศึกษา และการพัฒนาทักษะทางสังคมและการทำงานเป็นทีมในเกมออนไลน์ที่มีการเล่นร่วมกันหลายคน โดยเกมสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้และเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ได้อย่างมีประโยชน์

**เกมมือถือออนไลน์ในมือถือ** หมายถึง เกมที่เล่นได้บน โทรศัพท์มือถือ เป็นเทคโนโลยีสื่อแบบหนึ่งบนโลกอินเทอร์เน็ต

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทชั้นนำในประเทศไทย
2. ช่วยให้บริษัทผู้พัฒนาเกมเข้าใจถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทชั้นนำในประเทศไทย





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's

ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมจะขึ้นอยู่กับกรณีที่บริษัทผลิตเกมออกมาให้บุคคลหรือลูกค้าเข้ามาใช้บริการหรือเล่นเกมจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง โดยส่วนมากจะใช้ส่วนผสมทางการตลาด 4P's เพื่อที่จะสามารถดึงโดกลุ่มผู้เล่นเกมใหม่ๆ ให้เข้ามาสมัครหรือเล่นเกมมือถือออนไลน์ในระบบของบริษัท โดยจะเริ่มจะการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดเป้าหมายและทำงานการสร้างผลิตภัณฑ์ ฯลฯ โดยจะกำหนดส่วนต่างๆเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่ทางบริษัทเกมต้องการ

Kinza Yasar (2565) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4P's หมายถึง แนวคิดปัจจัย 4 อย่างที่ช่วยในการวางแผนการทำงานการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 อย่างที่กล่าวไปนั้นจะเข้ามาช่วยให้นักธุรกิจและนักการตลาดทุกคนได้สามารถวิเคราะห์หลักยุทธศาสตร์ออกมาได้อย่างละเอียดเพื่อการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจได้มากที่สุด ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่เสนอขายหรือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งจะต้องมีประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ให้กับผู้บริโภค 2) ราคา หมายถึงมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกมาในรูปของตัวเงิน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ สามารถเปรียบเทียบได้ง่าย โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับว่าเหมาะสมกับราคาหรือไม่ 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ หมายถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้งและรูปแบบสถานที่ให้บริการ โดยต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ของเรา เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า 4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึงการสื่อสารกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้บริโภคหรือผู้ใช้ เพื่อกระตุ้นการขาย และสร้างทัศนคติที่ดีกับผลิตภัณฑ์ โดยผ่านเครื่องมือส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา (Advertising), การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling), การตลาดทางตรง (Direct Marketing), การให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจการจัดการใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงช่องทางซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด ที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ราคา (Price) หมายถึงจำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการให้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือ บริการ โดยใช้แรงจูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรมผู้บริโภค

## 2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม

พฤติกรรมในการเลือกเล่นเกมมีต่อขึ้นอยู่กับความน่าสนใจทางด้านของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเกมมีออกแบบมา และเนื้อหาภายในเกมที่สร้างให้เกิดความน่าสนใจ ประกอบกับวิธีการเล่นในแบบผู้เล่นหลายคน และนอกจากนี้ยังมีระบบของรางวัลต่างๆภายในเกม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เล่นที่เข้ามาเลือกเล่นเกมมีต่อออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทยภายในระบบ และเมื่อองค์ประกอบเหล่านี้รวมกัน จะส่งผลให้ผู้เล่นเกมมีต่อออนไลน์ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆของผู้เล่นภายในเกมเพิ่มขึ้น

จารวิ ชัยยืน (2562) ได้ให้ความหมายว่า เกมมีต่อออนไลน์ หมายถึง เกมที่จะต้องมีการเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นทั้งที่บ้านเรือน สถานศึกษา หรือร้านค้าที่เปิดให้บริการซึ่งเกมมีต่อออนไลน์นั้น อาจจะมีการเสีย ค่าใช้จ่ายหรืออาจจะไม่เสียค่าใช้จ่ายก็ได้ และเกมมีต่อออนไลน์จะสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้เล่นได้มีส่วนร่วม ไปด้วยกับการดำเนินเรื่องราวต่างๆในเกมให้เสมือนกับว่าตัวเองกำลังเข้าไปเล่นอยู่

ณัฐวัฒน์ ล้อมคำลือ (2562) ได้ให้ความหมายว่า ช่วงเวลาในการเลือกเล่นเกมมีต่อออนไลน์ หมายถึง การเลือกเล่นเกมในช่วงเวลาที่เหมาะสมหลังจากที่จัดการกับธุระส่วนตัวเรียบร้อยแล้ว

กองบรรณาธิการ TCIJ (2562) ได้ให้ความหมายว่า ค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมีต่อออนไลน์ หมายถึง จำนวนค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่น จากการเลือกซื้อไอเทมต่างๆภายในเกม

นฤมล ปิ่นโต (2565) ได้ให้ความหมายว่า เหตุผลในการเลือกเล่นเกมมีต่อออนไลน์ หมายถึง การกระทำที่แสดงออกในการเลือกเล่นเกมมีต่อออนไลน์ของเด็กและวัยรุ่นทั้งในด้านระยะเวลา ความถี่ในการเล่น ประเภทของเกม que เล่น แรงจูงใจในการ เลือกเล่นผลกระทบจากการเล่น รวมไปถึงระดับการติดเกมมีต่อออนไลน์

วรรณภรณ์ พุทธิพิรุฬห์วงศ์ (2562) ได้ให้ความหมายว่า ผลกระทบของเกมมือถือออนไลน์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้ที่เล่นเกมมือถือออนไลน์ที่ส่งผลกระทบ ต่อพฤติกรรมของผู้เล่น ได้แก่ ความสัมพันธ์กับสมาชิกครอบครัว/เพื่อน และผลกระทบด้านอารมณ์

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐสรณ์ ตรังธาร, (2561) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า สินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์เกิดจากกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญทำให้มีพื้นที่เกมมากขึ้น ทำให้สิ่งบันเทิงออนไลน์เป็นเรื่องในชีวิตประจำวัน และยังเป็นประสบการณ์ใหม่ของเทคโนโลยีที่ให้ความบันเทิงมากขึ้น ทำให้ผู้คนหันมาสนใจเกมออนไลน์และยอมใช้จ่ายเงินกับเกมในโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

อภิวัฒน์ หอมทวนลม, (2562) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ผลวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของผู้เล่น ขึ้นอยู่กับคุณภาพของตัวเกมออนไลน์ ความหลากหลายของตัวเกมออนไลน์เป็นหลัก ทั้งนี้ยังรวมถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการที่จะเล่นเกมเพิ่มขึ้น

สุทธิพงษ์ สุขโข, (2563) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า อิทธิพลของคนรอบข้างมีส่วนสำคัญในการตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก โดยจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมนอกเวลาของบุคคลวัยทำงานมากขึ้นเนื่องด้วยช่วยในการผ่อนคลายจากความเครียด รวมไปถึงการแบ่งปันสาระในการเล่นเกมที่ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเล่นเกมนออนไลน์ด้วยสมาร์ทโฟนด้วย

ภาณุวัฒน์ สังข์รัตน์, (2561) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าภายในเกมประเภทโซเชียล ผลวิจัยพบว่า ตลาดธุรกิจเกมที่เล่นบนโทรศัพท์มือถือมีแนวโน้มของตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าเกมคอมพิวเตอร์ ด้วยที่มีอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้มาหลากหลายช่องทาง เช่น ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ สภาวะความถี่ไหลภายในเกม ความสามารถของตัวละครภายในเกม และบรรทัดฐานทางจิตใจผ่านทางปัจจัยทางความตั้งใจในการเล่นเกมน

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย จำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's เพื่อนำมารวบรวมและวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่า ในประเทศไทย

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ผ่านมือถือของค่ายการ์ริน่า ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยการเล่นมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ในประเทศไทย ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 4P's ของเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่าในประเทศไทย

#### 3.2 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้มีการทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นต่างๆ ในการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ร่วมเล่นเกม โดยดำเนินการ ดังนี้

##### 1. การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การให้บริการกับผู้ที่เลือกเข้าร่วมเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย จำนวนมาก

2. การตรวจสอบข้อมูลแบบสัมภาษณ์ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (Index of item objective congruence: IOC)

ตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาแบบสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ โดยตรง และแก้ไขแบบสัมภาษณ์จากค่าคะแนน IOC เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดก่อนจะนำไปสัมภาษณ์กับประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน โดยผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนได้ผลดังนี้

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
2. อายุ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
3. อาชีพ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
4. รายได้ต่อเดือน มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยการเล่นเกมมือถือนอนไลน์ของค่ายการ์ตูนในประเทศไทย

- 1) ท่านใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนาน้อยเพียงใด มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน
- 2) ท่านเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ในช่วงใดมากที่สุด มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
- 3) ท่านเสียค่าใช้จ่ายไปกับเกมมือถือออนไลน์มากน้อยเพียงใด มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน
- 4) ท่านเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ตูนในประเทศไทย เพราะเหตุผลใด มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
- 5) ท่านคิดว่า ได้รับผลกระทบจากการเล่นเกมหรือไม่อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน
- 6) ท่านจะแนะนำเกมออนไลน์เกมนี้ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบบปลายเปิด

- 1) ท่านคิดว่าเกมมีสีสัน และการสร้างบรรยากาศในการเล่นเกมนั้นได้เหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน
- 2) ท่านคิดว่าเกมมีตัวละครที่น่าสนใจหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน
- 3) ท่านคิดว่าผู้ร่วมเล่นเกมนั้นมีส่วนสำคัญในการเล่นเกมนของท่านหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน

4) ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์คุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 1 คะแนน

5) ท่านคิดว่าช่องทางการชำระเงินในการเลือกเล่นเกมออนไลน์มีความหายหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 1 คะแนน

6) ท่านคิดว่าราคาไอเทมแต่ละชิ้นในเกมค่ายการ์ริน่า ประเทศไทยคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน

7) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเล่นเกมออนไลน์ เช่น ผ่านทางค่ายเกมการ์ริน่า ประเทศไทย, ผ่านทางแอปฯเล่นเกมออนไลน์ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 0 คะแนน

8) ท่านคิดว่าช่องทางการเล่นเกมออนไลน์ของค่ายเกมการ์ริน่า ประเทศไทยเหมาะสมกับปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน

9) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกา่งๆ ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย เช่น Facebook, Website มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คะแนน

10) ท่านคิดว่าการจัดกิจกรรมภายในเกมมีความน่าสนใจหรือไม่ เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับเกม ROV การแต่งคอสเพลย์ มีผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 2 คะแนน

### 3. การสัมภาษณ์

การใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด 4P's ในด้านต่างๆของการให้บริการกับผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อมูลการสอบถามดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาในการเล่นเกมมือถือออนไลน์
2. ช่วงเวลาในการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์
3. ค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์
4. เหตุผลในการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์
5. ผลกระทบที่ได้รับจากการเล่นเกมมือถือออนไลน์
6. ส่วนประสมทางการตลาด 4P's

### 3.3 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม จำนวน 30 คน ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของ

ค่ายการ์ตูน ประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงและเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัท การ์ตูน ในประเทศไทยอย่างแม่นยำที่สุด เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยคือ ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2566 – 31 ตุลาคม 2566 รวมระยะเวลา 2 เดือน ก่อนที่ผู้จัดทำวิจัยจะเลือกนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน เพื่อให้ได้เห็นถึงความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การวิจัย และความถูกต้องทางด้านของภาษาของผู้ให้สัมภาษณ์ เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลสรุป

### **3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามตามกรอบความคิดที่กำหนดไว้ จากนั้นได้ส่งคำถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเบื้องต้น และทำการ IOC จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งพบว่าคำถามมีความตรงเชิงวัตถุประสงค์ โดยได้คะแนนมากกว่า 0.67 ทุกข้อคำถาม จากนั้นจึงนำคำถามไปสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ โดยแนะนำตัวและขอความยินยอมก่อนสัมภาษณ์ จากนั้นได้บันทึกคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ ของค่ายการ์ตูนประเทศไทย จากนั้นได้ทิ้งระยะเวลาไว้ 2 สัปดาห์ เพื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติมอีก 3 ท่าน ซึ่งได้ผลการสัมภาษณ์ไปในทางเดียวกัน ก่อนที่จะสรุปผลการวิจัยตามการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

### **3.5 การตรวจสอบเชิงสามเส้า (Triangulation)**

หลังจากผู้วิจัยได้สรุปผลเรียบร้อยแล้ว และนำผลที่ได้ไปตรวจสอบเชิงสามเส้า โดยนำไปเปรียบเทียบกับ การสัมภาษณ์กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มเติมอีก 3 คน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารีน่า ประเทศไทยเป็นประจำ เป็นเพศ ชาย 16 คนและเพศหญิง 14 คน อยู่ในช่วงอายุ 23 - 45 ปี โดยมีอาชีพที่แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้ พนักงานบริษัทเอกชน 18 คน, ธุรกิจส่วนตัว 3 คน, อื่นๆ 9 คน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 12,000 – 50,000 บาท

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารีน่า ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารีน่าส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการเล่นต่อวันอยู่ที่ 30 นาที - 4 ชั่วโมง เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารีน่าในช่วงเวลาตอนเย็นหลังเลิกงานถึงก่อนนอนมากที่สุด ค่าใช้จ่ายไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารีน่าโดยประมาณ 0 – 5,000 บาท เล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทย เพราะ เกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทย เป็นเกมที่ช่วยในการผ่อนคลายจากการทำงาน สามารถเข้าใจวิธีการเล่นได้ง่าย เล่นได้ทุกที่ทุกเวลา และยังสามารถเล่นได้ในทุกเพศทุกวัย และเกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทย เป็นเกมที่คนไทยเลือกเล่นเป็นจำนวนมาก และมีสังคมการเล่นเกมที่เข้าถึงได้ง่าย ด้วยการใช้สื่อสังคมในเกมที่กว้างจึงมีผู้ที่เข้าร่วมเล่นเกมเยอะขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการเล่นเกมออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทยที่มากจนเกินไป ดังนั้นหากเลือกเล่นตอนดึกอาจจะทำให้เหนื่อย พักผ่อนน้อย หรือบางทีอาจจะทำให้ผลกระทบต่อทางอารมณ์ ทะเลาะกับเพื่อนหรือแฟน ไม่สามารถจัดการอารมณ์ได้ และจะแนะนำเกมออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทยให้กับคนที่รู้จักหรือสนใจ เนื่องจาก ตัวเกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทย มีความน่าสนใจ ภาพบรรยากาศในเกมมีการสร้างกราฟฟิกที่สวยงาม และหากมีผู้ร่วมเล่นเกมที่เยอะขึ้นก็จะทำให้เกมมีความสนุกสนานมากขึ้น

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's

##### 4.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

4.3.1.1 ด้านสีสันของเกมและบรรยากาศในการเล่นมือถือออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า เกมออนไลน์ของค่ายกรีน่า ประเทศไทยมีการสร้างให้บรรยากาศภายในเกมมีภาพและสีสันที่สวยงาม สบายตาทำให้ผู้ที่เลือกเล่นเกมสามารถเล่นเกมได้นานกว่าปกติ เนื่องจากสีสันภายในเกมเป็นสีโทนเย็น และบรรยากาศภายในเกมยังสามารถดึงดูดผู้เล่นให้เข้ามาเล่นเกมได้มากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้



"ลีตันและบรรยากาศของเกมมีความเหมาะสมครับ ลีไม่แรงจนเกินไป มันทำให้สามารถดึงดูดผู้เล่นที่เข้ามาเล่นได้เยอะ เพราะมันไม่ทำให้เบื่อง่าย" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17

"มีความเหมาะสมครับ ลีตันในเกมค่อนข้างสวยงามและเหมือนจริงมาก มันทำให้อยากเข้าไปเล่นบ่อยๆ เพราะว่าภาพมันสวยดีครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 28

"เกมค่ายการ์ตูนามีความหลากหลายและมีรูปแบบเกมที่มากไม่ใช่มีแค่เกมเดียว ทำให้เราสามารถเลือกเล่นเกมหลายเกมและไม่น่าเบื่อ บรรยากาศภายในเกมน่าเล่นค่ะเพราะว่ามันมีหลายรูปแบบหลายมุม " ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 30

4.3.1.2 ด้านความน่าสนใจของตัวละครในเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ตูนประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ตัวละครในเกมออนไลน์ของค่ายการ์ตูน ประเทศไทยมีความหลากหลาย ทั้งในเรื่องของเพศ การแต่งกาย ความสามารถในการต่อสู้ อาวุธที่ใช้ในการต่อสู้ รวมถึงความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละตัวละครที่ไม่เหมือนกัน โดยแต่ละตัวละครจะมีความน่าสนใจที่แตกต่างกัน จึงเป็นผลทำให้ผู้เล่นแต่ละคนเลือกตัวละครในการเล่นที่ไม่ซ้ำกัน ซึ่งตัวละครส่วนใหญ่อาจจะสร้างขึ้นมาจากหนังหรือบางสกินของตัวละครอาจจะทำให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น เช่น สกินชุดไทยในวันสงกรานต์ สกินแวมไพร์ในวันฮาโลวีน เป็นต้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"ก็มีความน่าสนใจค่ะ เพราะว่าแต่ละตัวละครมันก็จะมีส่วนของตัวละคร ความสวยงามของแต่ละตัวละครที่มันไม่เหมือนกัน" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8

"ROV มันมีตัวละครหลายตัวละครที่แตกต่างกัน มีทั้งตัวละครผู้ชาย ตัวละครผู้หญิง แล้วก็นอกจากตัวละครแล้วมันก็ยังมีส่วนของสกินซึ่งสกินต่างๆแต่ละตัวละครก็จะแตกต่างกันไปอีก ซึ่งมันจะเพิ่มความหลากหลายยิ่งขึ้น ยังมีตัวละครที่เยอะ ก็จะสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้เราเลือกเล่นตัวที่เราต้องการเล่นได้เยอะครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 29

"ด้วยเราจะเน้นการดูรีวิวของพวกสื่อช่องทางต่างๆมาก่อนแล้วค่อยเลือกซื้อ ถ้าสกินมันน่าสนใจเราก็จะเต็มซื้อเลยครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 30

4.3.1.3 ด้านความสำคัญของผู้ร่วมเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ตูน ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ผู้เล่นส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ผู้ที่ร่วมเล่นเกมด้วยกันมีส่วนสำคัญในการเล่นเกมหา หากพบผู้เล่นที่ดี คอยรับฟังกันภายในทีมและสามารถเล่นเกมเข้ากันได้ดี เกมที่เล่นอยู่ก็จะสามารถชนะได้ และยังมีผลทำให้ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่อารมณ์เสียจนทำให้เกิดปัญหาทางด้านอารมณ์ตามมา ในภายหลัง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"มีค่ะ ถ้าสมมุติว่าคนนั้นไม่อยากชนะ แล้วผู้ร่วมเล่นเกมเราคิดว่าคนนี้เล่นเก่ง มันก็จะทำให้เราชนะในเกมนั้นได้อะไรอย่าง เราก็อยากจะเล่นกับเขา มันก็เลยมีส่วนสำคัญ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7

"มีส่วนสำคัญค่ะ เพราะว่าถ้าเพื่อนร่วมทีมคิด เพื่อนร่วมทีมเล่นไปด้วยกันได้ แล้วก็รู้สึกว่าการนั้นมันสนุก แต่ถ้าเราเจอเพื่อนร่วมทีมที่จี๋หงุดหงิดงายนิดนึง เราก็จะรู้สึกว่าเกมนั้นเราเล่นแล้วเราไม่มีความสุข" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8

"อันนี้ขึ้นอยู่กับว่าเราเล่นเกมแบบไหน คือสมมุติถ้าเราเล่นเลือกเล่นแบบ solo เดี่ยว บางทีเราอาจจะไม่ได้สนใจเพื่อนร่วมทีมเลย ก็อาจจะทำให้ทีมแพ้ แต่ว่าสมมุติว่าถ้าเราหันมาสนใจเพื่อนร่วมทีม ฟังเขาสักนิดหนึ่งว่าเขาต้องการให้เราทำอะไร หรือว่าเราอยากให้เขาทำอะไร มันก็ส่งผลให้ทีมมีความบาลานซ์ สามารถฝ่าฟันอุปสรรคได้" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11

#### 4.3.2 ด้านราคา (Price)

4.3.2.1 ด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์มากพอสมควร ซึ่งอยู่ที่ 0 – 5,000 บาท ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล และผู้ที่เลือกจ่ายเงินในการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย จะคำนึงถึงความคุ้มค่าของสินค้าที่ได้มากับจำนวนเงินที่จะต้องเสียไป มีบางครั้งเท่านั้นที่ผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่าส่วนใหญ่เล่นเกมโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ หรือเติมเพราะอารมณ์ชั่ววูบที่อยากจะได้สินค้านั้นมาครอบครองโดยเร็วที่สุด ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"อันนี้คุ้มค่าไหม เราต้องดูกันว่าแต่ละตัวมันมีประโยชน์อะไรกับเราบ้าง ถ้าแบบสมมุติไอเทมมีประโยชน์ ในการครอบครอง ผมยินดีที่จะจ่ายเงินเลยครับ แต่ถ้าสมมุติออกมาเรื่อยๆแล้วไอเทมไม่ค่อยมีประโยชน์ เพิ่มสกิล เพิ่มสีตัวละคร เพิ่มเลื้อยให้ตัวละครมันก็ทำให้ผมรู้สึกว่าไม่ค่อยอยากจ่าย แต่ถ้าสมมุติไอเทมไหนที่ทำให้เห็นว่าตัวละครนี้สามารถมีอาวุธที่ไม่เหมือนตัวอื่น ผมก็ยอมจ่าย" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3

"สำหรับผมคิดว่าขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลครับผม สมมุติถ้าคนมีรายได้ที่สูง ก็จะคิดว่าอาจจะคุ้มค่าสำหรับเขา สำหรับบางคนที่มีเงินเดือนน้อยก็อาจจะคิดว่าบางครั้งที่สุ่มของออกมาแล้วได้ของที่ไม่ดีมา เขาก็จะคิดว่าไม่คุ้มครับผม" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

"คิดว่ายังไม่เหมาะสมเท่าที่ควรนะ เหมือนที่เราเติมไประยะนึงมันก็ยังเหมือนยังไม่พอเหมือนเขาต้องการให้เราเติมอีกเรื่อยๆแล้วมันก็จะรู้สึกว่าเรายังเสียเยอะ เรากลับไม่ได้ของที่มันคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10

"ของเรากຸ້ມนะคะ เพราะว่าโดยส่วนตัวเราไม่ได้เป็นคนทีเดิมพຣ้าเพຣื่ออยู่แล้ว เราจะเดิมแต่สิ่งทีอยากได้ ดังนั้นสิ่งทีเราอยากได้ มันก็ค่อนข้างกຸ້มอยู่แล้ว" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18

"บางตัวละครก็แพงบางตัวละครก็ไม่แพง เพราะบางทีในเกมมีการสຸ້มเยอะกว่าจะได้มาทีอยากเหมือนกัน แต่ผมก็สงสัยนะครั้บว่าทำไมบางตัวละครสຸ້มแปบเดียวแล้วได้เลย แต่กับบางคนสຸ້มตั้งนานยังไม่ได้ ผมคิดว่ามันน่าจะขึ้นอยู่กั้กับความพอใจของจีเอ็มครั้บ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22

"บางตัวละครทีเป็นตัวละครอนิเมะผมมองว่าราคาอาจจะสูงไปหน่อยครั้บ แต่ก็อาจจะขึ้นอยู่กั้กับงบประมาณของผู้เล่นแต่ละคนด้วยครั้บ เพราะบางทีราคา 2,000, 2,500, 3,000 จนไปถึง 10,000 ก็มีนะครั้บ ราคาจะถูกลงก็ขึ้นอยู่กั้กับตัวบุคคลนั้นๆครั้บ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23

"แล้วแต่ตัวบุคคลละ เพราะว่าถ้าอย่างเราทีเดิมก็เพราะว่าชอบตัวในสกิลของตัวละคร หรือว่าตัวละครนั้นเราอยากได้อะไร ก็คือสำหรับเรากั้ถือว่าโอเคเหมาะสมละ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 25

4.3.2.2 ด้านความเหมาะสมของช่องทางารชำระเงินในการเดิมเกมแต่ละครั้บของค่ายการ์นำ ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ผู้เล่นทีเลือกตัดสินใจจะเดิมเกมในแต่ละครั้บคิดว่ามีความเหมาะสมโดยการเดิมเกมมือถึ้ออนไลน์ของค่ายการ์นำสามารถเดิมได้ง่ายด้วยวิธีการทีมีให้เลือกลงอย่างหลากหลายในการชำระเงิน ดังนี้ การชำระเงินผ่านธนาคาร การชำระเงินแบบตัดจากบัตรเครดิติ หรือแม้กระทั่งการซื้อบัตรเดิมเกมมือถึ้ออนไลน์ผ่าน 7-11 ฯลฯ แต่ในการเดิมเกมมือถึ้ออนไลน์ทีสะดวกสบายแบบในปัจจุบันนี้ จะพบว่ามึ้ข้อเสียในบางครั้บ เนื่องจากความสะดวกสบายในการเดิมทีง่าย อาจจะส่งผลเสียทีทำให้ค่าใช้จ่ายทีเพิ่มมากขึ้นสำหรับบุคคลทีไม่ได้พิจารณาอย่างถึ้ถ้วนก่อนทีจะเลือกเดิมเกมมือถึ้ออนไลน์ และยังส่งผลเสียต่อผู้ทียังไม่บรรลุนิติภาวะทีอาจจะมีการหยิบโทรศัพท์มือถือของผู้ปกครองไปเดิมเกมโดยไม่ได้รับอนุญาต ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มึ้ความคิดเห็น ดังนี้

"คิดว่าเหมาะสมนะคะ เพราะว่ามันเหมือนเข้าถึงง่ายกว่าแต่ก่อน มันสามารถตัดบัตรได้เลย หรือว่าแ่กมีแอปพลิเคชัน True Money ก็สามารถจ่ายเงินได้เลย" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10

"มันก็เหมาะสมนะ มันเดิมเกมง่ายดีครั้บ แต่บางทีถ้าสมมุติเด็กๆเข้าถึงง่ายเกินไป ถ้าเด็กอายุน้อยๆเลยประมาณสัก 15 ปี บางทีเขายังเอาของโทรศัพท์พ่อแม่มาเล่นใช้ไหมบางทีเขาก็ใช้ตั้งคั้พ่อแม่มากดเดิมเข้าไปเลยอย่าง ซึ่่บางทีมันก็องมูมมองนะ มันง่ายเกินไปก็คือมันเหมาะสำหรับเด็กทีมีวุฒิภาวะแล้ว" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 24

4.3.2.3 ด้านความกຸ້มค่าของราคาไอเทมแต่ละชิ้นในเกมมือถึ้ออนไลน์ของค่ายการ์นำ ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า สิ้นค้าภายในเกมแต่ละชิ้นมีราคาทีแตกต่างกันออกไป ซึ่่ช่วงราคาจะอยู่ที่ 100 – 5,000 บาท อาจขึ้นอยู่กั้กับรายได้ของแต่ละบุคคลและความพึงพอใจหรือความชื่นชอบของสิ้นค้าแต่ละชิ้น หากผู้ทีเลือกเดิมเกมมือถึ้ออนไลน์ของค่ายการ์นำ ประเทศไทยมึ้รายรับที

มากกว่ารายจ่ายที่ต้องเสียไปกับการเลือกซื้อสินค้าภายในเกม ผู้เล่นเกมภายในเกมจึงจะทำให้เกิดความคุ้มค่า เนื่องจากสินค้าแต่ละชิ้นภายในเกมมีความสามารถที่แตกต่างกันและมีความสวยงามที่แตกต่างกันออกไป หากผู้ที่เลือกซื้อพึงพอใจและพร้อมที่จะยอมจ่าย สินค้าก็จะไม่มีคำว่าแพงอีกต่อไป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"คุ้มค่าที่สุดเหมือนกันนะ เพราะว่าเอาจริงๆ แล้วคิดว่ามันไม่ค่อยแพงสักเท่าไรหรอก มันสามารถเอื้อมถึงได้ แล้วถ้าสมมุติว่าถ้าซื้อมาแล้วมันช่วยอัปเกรดได้มันก็คุ้มค่า" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7

"ผมขอเทียบระหว่างเกมที่เคยเล่นกับเกม ROV ก็คุ้มค่ากว่าครับผม เพราะว่าด้วยตัวละครที่เป็นสินค้าแบบพิเศษ พวกสินค้าอะไรพวกนี้คุ้มค่าครับ ผมต้องยกตัวอย่างขอแยกตัวอย่าง ระหว่างอาร์ไอวีอย่างที่ผมเคยแจ้งไป เดี่ยวมันจะขัดแย้งกัน ก็คืออาร์ไอวีอย่างที่ผมแจ้งไปคือพวกสกิน มันจะสูง ราคามันจะสูงเกินไปหน่อย แต่ถ้าอย่างเป็นฮีโร่ก็คือมันคุ้มค่าครับ เพราะมันจะได้เป็นสกรีนลิมิเต็ด แบบว่าคือเขาจะปล่อยเวลาเดือนหนึ่งแล้วก็อัตราการเติมจะคุ้มกว่า" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16

"บางอย่างรู้สึกว่ามันแพงไปนะ สำหรับรายได้ของประเทศไทยนะคะ ก็ถือว่ามันก็ยังแพงอยู่" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 25

"คุ้มค่าผมมองว่าถ้าอย่างแผ่นเกมหนึ่ง อยู่ที่ 1,800-1,900 บาท ผมว่า คุ้มนะเพราะว่ามันสามารถเล่นได้หลายรอบ แบบว่าเกมสโม่ได้ซื้อมา 1,800-1,900 บาทแล้วเล่นได้วันเดียว อย่างเช่นสมมุติเราไปร้านสเต็ก แล้วเราไปกินสเต็กเนื้อวัวจานละ 1,000 บาท บางจานก็เจอ 2,000 บาทก็มีสเต็กเนื้อวัว วากิวอะไรอย่างนี้แต่อร่อยมาก ผมก็เลยคิดว่าความคุ้มค่าของเกมที่เราจ่ายไป มันคุ้มนะ แล้วพอเวลาเราจ่ายไปเราก็เล่นได้หลายรอบ เราจะเล่นซ้ำตอนไหนก็ได้ แล้วเกมมันก็จะมีส่วนเกมที่เป็นแบบในเรื่องดีๆ เราก็จะไม่เสียดายเลยที่จ่ายเงินไป 1,800-1,900 บาทแล้วได้เล่นเกมดีๆ เนื้อเรื่องดีๆ กราฟิกภาพสวยๆ ผมว่ามันคุ้มค่ามากเลย ผมไม่เสียดายเลยที่ว่าจ่ายเงินไปครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27

#### 4.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place)

4.3.3.1 ด้านความสะดวกสบายในการเติมเกมออนไลน์ ผลวิจัยพบว่า ผู้ที่เล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย เห็นด้วยกับความสะดวกสบายและช่องทางในการเติมเกมของค่ายเกมมือถือออนไลน์ การ์ริน่า ประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยมีหลากหลายช่องทางในการเติมเกม เช่น การเติมเกมผ่านทางค่ายการ์ริน่า ประเทศไทยโดยตรง, การเติมผ่านแอปพลิเคชันการเงินต่างๆ และการซื้อบัตรเติมเกมผ่านทาง 7-11 ซึ่งผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทยยอมรับว่า การเติมเกมในปัจจุบันมีความสะดวกสบายและเข้าถึงได้ง่ายมากกว่าในอดีต ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"ผมว่าบางทีมันสามารถใช้บัตรเครดิตได้ ใช้ทรูมันนี่ได้มันก็สะดวกสบาย ไม่ต้องเหมือนสมัยก่อนที่ต้องไปซื้อการ์ดตามเซเว่นอะไรอย่างเงี้ย เดี่ยวนี้ก็สามารถผูกกับบัตรเครดิตได้ True Money ก็ได้ เราอยู่บ้านเราแค่กดซื้อก็ได้เลย ไม่จำเป็นต้องขับรถไปเซเว่นหรือขับรถไปห้างที่จะไปซื้อตัวการ์ดมา ผมว่าสมัยนี้สะดวกสบายมาก" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3

"ผมมองว่าให้เป็นข้อดีมากแล้วกันครับ เพราะว่ามันสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินออกไปซื้อ บัตรอะไรประมาณนั้น แต่ก่อนต้องเดินออกไปกว่าจะหาร้านซื้อบัตรทรูได้ มันจะไม่เหมือนเดิวนี่ที่สามารถมันก็ตัดได้เลยครับ สะดวกสบายให้เป็นข้อดี" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23

4.3.3.2 ด้านความเหมาะสมของช่องทางเพิ่มเติมเกมออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย เห็นด้วยกับช่องทางเพิ่มเติมเกมออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า เป็นอย่างมาก และคิดว่าช่องทางเพิ่มเติมเกมออนไลน์ของค่ายการ์ริน่าในปัจจุบันมีความเหมาะสมเป็นอย่างมาก ทั้งการเติมผ่าน 7-11, การผูกกับบัตรเครดิต หรือการเติมผ่านแอปพลิเคชันการเงินต่างๆ แต่อาจจะมีส่วนเสียเนื่องจากช่องทางมีความหลากหลายและเข้าถึงง่าย จึงอาจจะทำให้เด็กหรือผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะเปลืองเงินของครอบครัวไปโดยไม่คิดให้ถี่ถ้วน ดังนั้นจึงจะมีทั้งผลดีและผลเสีย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"การเติมเกมสมัยนี้อาจจะง่ายครับผม บางทีอาจจะเปลืองเติมมากขึ้นครับผม โดยที่เราอาจจะมินิสัยที่อยากได้นั้นอยากได้นี้แล้วยังไม่ได้ตั้งใจครับผม" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

"คิดว่ามันง่ายไปเพราะว่าเสี่ยงกับการที่เด็กเล็กๆอย่างจะแอบพ่อแม่เติมแล้วก็หมดเงินเยอะๆ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18

#### 4.3.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.3.4.1 ด้านโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย เช่น Facebook Fanpage, Website ต่างๆ ผลวิจัยพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ที่อาจจะเฉพาะกลุ่มมากเกินไป หากผู้ที่ไม่เคยเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทยก็จะไม่ค่อยเห็นความน่าสนใจของเกมของบริษัทอยากงานเสนอ เพราะบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทยไม่ค่อยเลือกกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง แต่จะเลือกเฉพาะกลุ่มมากกว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"อันนี้ก็ถือว่าเป็นเรื่องดีอีกอย่างหนึ่งนะครับผม เพราะว่าเป็นการทำให้ผู้คนมาสนใจและไม่เบื่อกับเกมครับผม มีอะไรใหม่ๆเข้ามาเรื่อยๆอาจจะทำโปรโมชันกับตัวการ์ตูนของประเทศญี่ปุ่นเพื่อดึงดูดคนที่ชอบ ในการ์ตูนหรือในการ์อนิเมะต่างๆ เขาอาจจะสนใจอยากได้สิ่งของในเกมครับผม" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

"คิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์พวกนี้มันดีนะคะ อย่างเช่นสมมุติว่ามีตัวนี้ลดราคาหรือว่ามีการจัดแข่งขันเกม Garena มันก็ทำให้เราได้รับรู้ พวกอย่างเช่นสมมุติว่ามีตัวนี้ลดราคาหรือว่ามีการจัดแข่งขันเกม Garena มันก็ทำให้เราได้รับรู้พวกข้อมูลข่าวสารอะไรพวกนี้ค่ะ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7

"ตัวสื่อสัมพันธ์อะไรพวกนี้ผมว่าอยากจะขยายวงกว้างกว่านี้คิดหนึ่ง เพราะว่ามีสื่อเกี่ยวกับการขยายในเว็บไซต์ของเขามันจะแคบไปหน่อย ถ้าคุณไม่เข้าไปในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขาหรือคุณไม่ได้เข้าไปไลน์ถึงค้ส่วนตัวเขาคุณก็จะไม่ได้รับข่าวสารเลย ผมอยากให้เขากระจายมากกว่านี้คิดหนึ่งครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16

"สื่อประชาสัมพันธ์ก็ดีนะเพราะว่าเขาเรียกว่าเป็นโฆษณาที่ค่อนข้างดีครับ พวกอย่างเกมการีน่าเลยครับ เพราะมีทั้งเฟซหรืออายุ เฟส ที่ให้ติดตามอยู่แล้วก็ลงอัปเดตตลอดเวลา" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23

"ส่วนมากเราไม่ค่อยได้เล่นเฟซบุ๊กก็จะไม่ค่อยเห็น ในเฟซบุ๊กสักเท่าไรนะคะ แต่ว่าจากการเลื่อนเว็บบางอย่างก็จะมีเห็นบ้าง แต่ว่าสำหรับเราก็ยังถือว่าน้อยอยู่ สำหรับคนที่ไม่ได้เจาะจงเข้ามาเสิร์ชหาเพจนั้นเลย เดียวนี้ก็อาจจะไม่ค่อยได้เจอค่ะ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 25

4.3.4.2 ด้านความน่าสนใจของกิจกรรมภายในเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการีน่า ประเทศไทย เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับเกม ROV, การแต่งคอสเพลย์ และการจัดการแข่งขันต่างๆ ผลวิจัยพบว่ากิจกรรมภายในเกมมีความน่าสนใจ และมีความหลากหลาย ทำให้ผู้คนที่เลือกเล่นอยากจะเข้ามาเล่นเกมในทุกวันเพื่อรับไอเทมและสินค้าใหม่ๆของแต่ละเทศกาล ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

"ส่วนตัวผมว่าน่าสนใจ มันเป็นเหมือนว่าเพิ่มสังคมในการเล่นเกมที่ดียิ่งขึ้นครับ เป็นการโปรโมทค่ายด้วย กิจกรรมนี้รู้สึกแฮปปี้ ถ่ายรูปลงโซเชียล ลงในโพสต์ ในไอจีทวิตเตอร์อะไรอย่างนี้ มันจะทำให้มี commodity ที่ใหญ่ขึ้น ทำให้คนหน้าใหม่รู้จักค่ายGarenaอย่างง่ายดายนะครับ เช่น ใช้นี้ตไอคอลลมาโปรโมทเกมค่าย Garena กิจกรรมนี้เขาก็ถ่าย แล้วเขาก็กดแชร์ คนที่ติดตามไอคอลลคนนั้น เขาก็จะมีความสนใจเหมือนกับตัวไอคอลลของเขาครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3

"เรื่องนี้ขอติทางค่ายการีน่านิดนึง เนื่องด้วยจากเวลาช่วงเวลาที่กิจกรรมมันสั้นไปนิดนึงแล้วก็ช่วงพักตัวละครพิเศษปล่อยกิจกรรมสั้นไปหน่อย แล้วด้วยอัตราการทำเป็นไปได้อันทำให้เราต้องใช้จ่ายเยอะเกินไปครับผม" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16

"มีนะครับ มันเป็นเหมือนการที่เหมือนกับเรียกให้เรากลับมาเล่นอีกครั้งหนึ่ง เพราะว่าบางตัวละครถ้าเราเห็นจากในเฟสแล้วมันถูกใจ มันจะทำให้รู้สึกว่ามันแจ่มพรีก็เลยอยากกลับไปเล่นครับ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23

"ก็น่าสนใจดีค่ะ เช่น แบบกิจกรรมแจกสกินอะไรเราก็รู้สึกดีที่ได้ของ ได้ของกับกิจกรรมนั้นๆ แล้วก็มันจะทำให้เรารู้สึกอยากจะเล่นเกม หรืออยากจะทำอะไรสักอย่าง เพื่อให้ได้สิ่งนั้นมาก็โอเคค่ะ" ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 26

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทาริน่า ประเทศไทย โดยแต่ละปัจจัยจะมีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความสำคัญเกี่ยวกับเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทาริน่า ประเทศไทยเป็นลำดับแรก เนื่องจากเนื้อหาและภาพกราฟิกของเกมที่น่าสนใจได้ง่าย จะสามารถเข้าถึงผู้เล่นได้มากกว่า

2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) มีความสำคัญเกี่ยวกับเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทาริน่า ประเทศไทยรองลงมา เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่าย จำเป็นต้องทำให้ผู้ที่เลือกเล่นเกมเข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบาย และมีช่องทางการชำระเงินของการซื้อที่หลากหลายเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

3) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เล่นที่จะเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทาริน่า ประเทศไทย เนื่องจากการจัดให้มีส่วนลดพิเศษสำหรับเทศกาล การแจกของรางวัลสำหรับผู้เล่น อาจจะช่วยส่งเสริมกิจกรรมการขายภายในเกม หรือช่วยสร้างความสนใจที่ทำให้ผู้เล่นอยากจะเข้ามาเล่นเกมเพิ่มขึ้น

4) ด้านราคา (Price) มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากราคาเกมออนไลน์ของบริษัทาริน่า ประเทศไทยจะช่วยให้ผู้เล่นเข้าถึงเกมออนไลน์ได้มากขึ้น

การเรียงลำดับนี้จะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่รวบรวมจากผู้เล่นเกม เช่น การสำรวจความคิดเห็น, การสัมภาษณ์, หรือการวิเคราะห์ข้อมูลตลาด โดยการจัดลำดับจากมากไปน้อยช่วยให้บริษัทาริน่า มุ่งเน้นไปที่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 อภิปรายผลการวิจัย

##### 5.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

##### 5.1.1.1 ด้านสีสันของเกมและบรรยากาศในเกมเล่นเกม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจกับสีสันของเกมและบรรยากาศภายในเกม เนื่องจากมีภาพและสีสันที่สวยงาม สบายตาทำให้สามารถเล่นเกมได้นานขึ้น และดึงดูดผู้เล่นให้เข้ามาเล่นเกมได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้เล่นยังพึงพอใจกับความน่าสนใจของตัวละครในเกมที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของเพศ การแต่งกาย ความสามารถในการต่อสู้ อาวุธที่ใช้ในการต่อสู้ รวมถึงความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละตัวละคร ส่งผลให้ผู้เล่นแต่ละคนเลือกตัวละครในการเล่นที่ไม่ซ้ำกัน และสุดท้าย ผู้เล่นยังพึงพอใจกับความสำคัญของผู้เล่นในเกม เนื่องจากหากพบผู้เล่นที่ดี คอยรับฟังกันภายในทีมและสามารถเล่นเกมเข้ากันได้ดี เกมที่เล่นอยู่ก็จะสามารถชนะได้ และยังช่วยลดปัญหาทางด้านอารมณ์ตามมาในภายหลัง

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ สุภรัตน์ พรหมมานนท์ชัย, (2562) ที่ศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจะแสวงหาการซื้อใช้แล้วจะประเมินการตอบสนองความต้องการของตนเองอยู่เสมอว่าสิ่งสิ่งนั้นสามารถตอบสนองได้อย่างดีหรือไม่หากการบริโภคนั้นไม่สามารถตอบสนองได้ก็จะเปลี่ยนไปแสวงหาสินค้าอื่นทันทีและเนื่องจากปัจจุบันตลาดเกมมีการแข่งขันที่สูงอย่างมากทำให้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์หันมาใช้กลยุทธ์ Game as a Service (GaaS) โดยเน้นการให้บริการและการดึงดูดผู้บริโภคให้เล่นนานที่สุด

นอกจากนี้ วรพจน์ แสสนสินรังสีและณัฏฐ์ กุณิศร์, (2555) ได้ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ในเรื่องเนื้อหาของเกมระบบเกมและกราฟฟิกเกมมีคะแนนสูงสุด ส่วนความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยต่างๆด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์มาก และปัจจัยด้านราคาของเกมออนไลน์ DotA All Stars โดยรวมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในเรื่องราคาเทียบกับมาตรฐานการให้บริการรายเดือนและราคาเทียบกับคุณภาพของเกม

##### 5.1.1.2 ด้านความน่าสนใจของตัวละครในเกม

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ส่วนใหญ่จะเลือกให้ความสนใจกับตัวละครภายในเกมที่มาจากหนังที่ชอบ หรือการ์ตูนที่ชอบเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ หากบริษัท



การีนา ประเทศไทยได้ช่วยส่งเสริมและสร้างตัวละครจากหนังหรือการ์ตูนเพิ่มมากขึ้น ผู้เล่นก็จะหันมาให้ความสนใจและชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักเข้ามาเล่นเกมเพิ่มมากขึ้นด้วย

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศิวรักษ์ ศิวารมย์ และ อัคริมา นันทนาสิทธิ์, (2561) ที่ศึกษาพบว่า ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับตัวละครภายในเกมเป็นอย่างมาก บางคนสนุกที่จะแข่งขันกับเพื่อนจึงจำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์อัปเกรดตัวละครแบบอาวุธที่ทำให้เก่งขึ้น บางคนสนุกกับการซื้อเสื้อผ้าชุดสวยๆ ก็จะเลือกซื้อชุดพิเศษราคาแพงได้เช่นกัน ซึ่งการเล่นเกมและการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าในเกมมาสะสมโดยไม่ได้นำมาใช้งานก็จะเป็นการเพิ่มความสุขได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน

นอกจากนี้ สุกฤต ปิติพัฒน์ และ ปราการ พิพัฒน์สูงเนิน, (2564) ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไอเท็มหรือตัวละครในเกมพิจารณาจากความสวยงามที่ได้รับจากการปรับแต่งรูปลักษณะตัวละครการสวมบทบาทในตัวละคร โดยผู้เล่นจะสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับไอเท็มและตัวละครที่ต้องการ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งที่คิดว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งสามารถสร้างความสนุกสนาน ความสุข และความพึงพอใจให้กับผู้เล่นผ่านการเลือกซื้อและการบริโภค

### 5.1.1.3 ด้านความสำคัญของผู้ร่วมเล่นเกม

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมเล่นเกมว่ามีผลต่อการเข้าร่วมเล่นเกมของผู้เข้าเล่นเป็นอย่างมาก หากเพื่อนร่วมเกมมีความเข้าใจ คอยรับฟังเพื่อนในทีมก็จะทำให้การเล่นเกมออกมาได้ดี แต่หากเพื่อนร่วมเกมไม่รับฟังเพื่อนร่วมทีม และเล่นเกมตามใจตัวเองก็อาจจะทำให้การเล่นเกมเกิดปัญหาด้านอารมณ์ตามมาในภายหลัง

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศิวรักษ์ ศิวารมย์ และ อัคริมา นันทนาสิทธิ์, (2561) การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game ได้พบว่า ผู้ที่ชื่นชอบเกมออนไลน์จะให้เกมมีผลมากกับชีวิต ทั้งจากการใช้เวลาเล่นเกม ความจริงจังในการเลือกเกม เลือกเพื่อน เลือกซื้อสินค้า วางแผนการเล่นต่างๆ ที่ทำให้เกิดความบันเทิงแตกต่างกันไปในแต่ละคน ไม่เพียงแต่ความสนุกจากการเล่นเท่านั้น การพบปะเพื่อนในสังคมออนไลน์ การค้าขายการซื้อสินค้าก็เป็นความสนุกอย่างหนึ่งสำหรับการใช้เงินเพื่อความบันเทิงอย่างเกมออนไลน์ก็ไม่ใช่สิ่งที่แปลกหรือรู้สึกเสียดายแต่อย่างใด แต่เป็นความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้จ่ายเงินแลกกับความสนุกโดยไม่ได้ ทำให้ตัวเองเดือดร้อนจนเกินไปสามารถกะการใช้จ่ายให้พอดีได้หรือใช้เพื่อหาเงินก็ได้ด้วยเกมออนไลน์จึงเป็นเหมือนโลกใหม่ที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ที่สามารถใช้ได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ สีวรัภย์ สีวามย์ และ อัคริมา นันทนาสิทธิ, (2561) ได้ศึกษาพบว่าชุมชนในเกมเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในเกมออนไลน์ จากระบบของเกมเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นสามารถเล่นด้วยกันได้ที่หลายคน และสร้างความท้าทายที่ผู้เล่นต้องช่วยกันเล่นทำให้ผู้เล่นเกมจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้การรู้จักเพื่อนภายในเกมเป็นไปได้โดยง่ายขึ้น สามารถพูดคุยทางแชทหรือเล่นเกมรองรับระบบที่คุยผ่านทางไมโครโฟนได้ ทำให้สะดวกขึ้นไปอีก

## 5.1.2 ด้านราคา

### 5.1.2.1 ด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย

ผลการวิจัยด้านความคุ้มค่าของการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ริน่า ประเทศไทย พบว่าผู้เล่นส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายไปกับการเล่นเกมพอสมควร โดยส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความคุ้มค่าของสินค้าที่ได้มากับจำนวนเงินที่ต้องเสียไป อย่างไรก็ตาม การเล่นเกมที่สะดวกสบายอาจส่งผลเสียต่อผู้เล่นที่ไม่ได้พิจารณาอย่างรอบคอบก่อนเล่นเกม หรือผู้เล่นที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ค่ายการ์ริน่าและผู้ปกครองควรมีแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้เล่นคำนึงถึงความคุ้มค่าในการเล่นเกมมากขึ้น

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศุภภากร นิลน้อย, (2565) ที่ศึกษาพบว่าความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือของผู้เล่นเกม Young Mass Audience ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการซื้อทัศนคติในการซื้อ และการรับรู้ความเพลิดเพลินมีความสำคัญในระดับมาก กับความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือที่ตนเองชื่นชอบและรู้สึกพึงพอใจ หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเพลิดเพลินในการเล่นและซื้อสินค้าเสมือนจริงมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้ความเพลิดเพลินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซื้อมากกว่าทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอีกด้วย เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเพลิดเพลินแล้วนั้น ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุ้มค่ากับเวลา และเงินที่จ่ายไปกับสินค้าเสมือนจริง ก็จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ จรรยา อัสวศิริพงษ์, (2561) ได้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องราคาของบัตรเติมเงินเมื่อแปลงมูลค่าเป็นสิ่งของ พิเศษ (ไอเทม) ภายในตัวเกมออนไลน์ และราคาของบัตรเติมเงินเมื่อแปลงมูลค่าเป็นตัวเงิน ภายในเกมออนไลน์ ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องราคา บัตรเติมเงินที่มีราคาถูกกว่าเกมออนไลน์อื่น ๆ ในประเภทเดียวกัน

จึงกล่าวได้ว่า ผู้ตอบ แบบสอบถาม พิจารณาความเหมาะสม ด้านราคาของบัตรเติมเงินเมื่อแปลงมูลค่าเป็นสิ่งของ พิเศษ (ไอเทม) ภายในตัวเกมออนไลน์ มากที่สุดในการเลือกเติมเงินเกมออนไลน์

#### 5.1.2.2 ด้านความเหมาะสมของช่องทางการชำระเงิน

ผู้ที่เลือกจะเติมเกมมือถือออนไลน์ส่วนใหญ่ จะคำนึงถึงช่องทางความสะดวกสบาย ในการเติมเกมและความรวดเร็วในการบริการของบริษัท ซึ่งบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทยมีการจัดการ ช่องทางการเติมที่หลากหลาย ทั้งการเติมผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสและ Mobile Banking ต่างๆ ทำให้ สามารถดึงดูดผู้เล่นเข้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในเกมได้ง่าย

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ วิชชา อุ่มบางตลาด, (2560) ที่ศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย เรื่องเว็บไซต์ในการเติมเงินมีความปลอดภัยและมีค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบได้ว่า ระบบปฏิบัติการ ที่ผู้เล่นเกมคุ้นเคยจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้เล่นเกมในการเติมเงินหรือใช้เงินกับเกมใน โทรศัพท์มือถือ

นอกจากนี้ ถนอม ทยานุวัฒน์, (2553) ที่ศึกษาพบว่า ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงินเกมออนไลน์ และให้ความสำคัญมาก น้อยลงมาในเรื่อง ความ หลากหลายของวิธีการเติมเงินเกมออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ สามารถกระจายสินค้าหรือบัตรเติมเงินให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึง และสามารถเข้าถึงสินค้าเพื่อซื้อได้โดยง่าย จะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกเติมเงินเกมออนไลน์นั้นๆ

#### 5.1.2.3 ด้านความคุ้มค่าของราคาไอเทม

ผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าและความ คุ้มค่าของสินค้าแต่ละชิ้น หากบริษัท การ์ริน่า ประเทศไทยมีการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมและ ตรงตามความต้องการของผู้เล่น ก็จะทำให้สามารถดึงดูดผู้เล่นให้เข้ามาเติมเกมได้มากขึ้น

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศุภภากร นิลน้อย, (2565) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ ในช่วงโควิด-19 ของกลุ่ม Young Mass Audience ได้พบว่า ความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ บนโทรศัพท์มือถือของผู้เล่นกลุ่ม Young Mass Audience ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาเป็นราย ปัจจัย พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการซื้อ ทศนคติในการซื้อ และการรับรู้ความเพลิดเพลิน มีความสำคัญในระดับมาก กับความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือที่ ตนเองชื่นชอบและรู้สึกพึงพอใจ หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าเสมือนจริง ในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเพลิดเพลินในการเล่นและ

ซื้อสินค้าเสมือนจริงมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเพลิดเพลินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อมากกว่าทัศนคติและ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอีกด้วย เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเพลิดเพลินแล้วนั้น ก็จะส่งผลผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่ากับเวลา และเงินที่จ่ายไปกับสินค้าเสมือนจริง ก็จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ ศิวรักษ์ ศิวารมย์ และ อัคริมา นันทนาสิทธิ, (2561) ศึกษาพบว่า ผู้ที่ชื่นชอบเกมออนไลน์จะให้เกมมีผลมากกับชีวิต ทั้งจากการใช้เวลาเล่นเกม ความจริงจังในการเลือกเกม เลือกเพื่อน เลือกซื้อสินค้า วางแผนการเล่นต่างๆ ที่ทำให้เกิดความบันเทิงแตกต่างกันไปในแต่ละคน ไม่เพียงแต่ความสนุกจากการเล่นเท่านั้น การพบปะเพื่อนในสังคมออนไลน์ การค้าขาย การซื้อสินค้าก็เป็นความสนุกอย่างหนึ่ง สำหรับการใช้จ่ายเงินเพื่อความบันเทิงอย่างเกมออนไลน์ก็ไม่ใช่สิ่งที่แปลกหรือรู้สึกเสียดายแต่อย่างใด แต่เป็นความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้จ่ายเงินแลกกับความสนุก โดยไม่ได้ ทำให้ตัวเองเดือดร้อนจนเกินไป สามารถจะการใช้จ่ายให้พอดีได้หรือใช้เพื่อหาเงินก็ได้ ด้วยเกมออนไลน์จึงเป็นเหมือน โลกใหม่ที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ที่สามารถใช้ได้อย่างถูกต้อง

### 5.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

#### 5.1.3.1 ด้านความสะดวกสบายในการเติมเงิน

ผู้เล่นส่วนใหญ่เห็นด้วยกับความสะดวกสบายในการเติมเกมออนไลน์ของค่ายการ์ตูน ประเทศไทย เนื่องจากมีช่องทางการเติมเกมที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย เช่น การเติมผ่าน 7-11 การผูกกับบัตรเครดิต และการเติมผ่านแอปพลิเคชันการเงินต่างๆ อย่างไรก็ตาม การเติมเกมที่สะดวกสบายอาจส่งผลเสียต่อผู้เล่นที่ไม่ได้พิจารณาอย่างรอบคอบก่อนเติมเกม หรือผู้เล่นที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ จรรยา อัสวศรีพงษ์ธร, (2561) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ความสะดวกในการซื้อบัตรเติมเงินเกมออนไลน์ และให้ความสำคัญมาก น้อยลงมาในเรื่อง ความหลากหลายของวิธีการเติมเงินเกมออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ สามารถกระจาย สินค้าหรือบัตรเติมเงินให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึง และสามารถเข้าถึงสินค้าเพื่อซื้อ ได้โดยง่าย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกเติมเงินเกมออนไลน์นั้นๆ

นอกจากนี้ สุภรัตน์ พรหมมานนท์ชัย, (2562) ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเกมออนไลน์ในด้านมีช่องทางการดาวน์โหลดที่หลากหลาย, มีช่องทางการซื้อสินค้าภายในเกมมีความสะดวก, มีร้านค้าเพื่อซื้อสินค้าตัวละครในเกมซื้อหาได้ง่าย

### 5.1.3.1 ด้านความเหมาะสมของการเติมเงิน

ช่องทางการเติมเกมมือถือออนไลน์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมและหลากหลายมากขึ้น ทั้งการเติมผ่าน 7-11, การผูกกับบัตรเครดิต หรือการเติมผ่านแอปพลิเคชันการเงินต่าง แต่หากมีช่องทางที่สะดวกสบายมากจนเกินไปก็อาจจะส่งผลเสียตามมาได้ในภายหลัง

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ชีรพัฒน์ เทศมาสา, (2560) ที่ศึกษาพบว่า ผู้เล่นเกมชาวไทยส่วนใหญ่ยอมรับ ได้กับการที่เกมในโทรศัพท์มือถือเป็นการดาวน์โหลดให้เล่นฟรีและต้องเสียเงินในการดาวน์โหลดมาเล่น และมีการซื้อสินค้าในเกมนั้นเพื่อให้ผู้เล่นเกมตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าในเกมนั้นหรือไม่ โดยผู้เล่นเกมต้องการให้มีการตั้งระดับราคาที่หลากหลายและเหมาะสมในการซื้อสินค้าในเกมนั้น

นอกจากนี้ ฌรณฤทธิ์ รัตนพิมล, (2560) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาและการเติมเกมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย ซึ่งประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมภายใน, ค่าบริการดาวน์โหลดเกม, ราคาเทียบกับคุณภาพเกม และราคาสິงของภายในเกมมีความเหมาะสม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางด้านเกมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพื่อความบันเทิง และมีผู้เล่นเฉพาะกลุ่มที่ยินดีใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในเกมนั้น

### 5.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

#### 5.1.4.1 ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ผู้ที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทารี่นำ ประเทศไทย จะให้ความสนใจกับโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก แต่ด้วยการประชาสัมพันธ์ของบริษัทที่อาจจะเจาะจงเฉพาะกลุ่มมากจนเกินไป ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่จึงได้รับข่าวสารการบอกต่อจากเพื่อนหรือคนรู้จักมากกว่า หากบริษัท การี่นำ ประเทศไทยมีการส่งเสริมโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เช่นการ โฆษณาผ่าน Facebook Fanpage, Website เป็นต้น ก็จะทำให้มีผู้เล่นรายใหม่สนใจและเข้ามาเล่นเกมมือถือออนไลน์มากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ คณาพจน์ วงษ์เจดียง, (2560) ที่ศึกษาพบว่า การซื้อสินค้าที่โฆษณาบนเกมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการบอกต่อของสินค้าที่โฆษณาบนเกมออนไลน์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เมื่อเลือกซื้อสินค้าแล้วจะบอกต่อสินค้ากับบุคคลอื่น เพราะเมื่อเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาขึ้น อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรา มากขึ้น การค้นหาข้อมูลและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ก็จะทำให้ได้ง่ายขึ้น จึงทำให้ผู้ที่ซื้อสินค้าสามารถบอกต่อสินค้าที่ตนเองซื้อได้ง่ายขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ ถนอม ทยานุวัฒน์, (2553) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ในเรื่องของพิเศษ (ไอเทม) ภายในเกมออนไลน์ที่จะได้รับเพิ่มเป็นกรณีพิเศษเมื่อ

เติมเงิน ความสำคัญและสิทธิพิเศษต่าง เช่น การได้ร่วมกิจกรรมนอกสถานที่ การท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับเพิ่มมากขึ้นจากการเติมเงิน และให้ความสำคัญน้อยลงในเรื่องสื่อโฆษณาเชิญชวน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น

#### 5.1.4.2 ด้านความน่าสนใจของกิจกรรม

ผู้ที่เลือกเข้ามาเล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทกรีน่า ประเทศไทยให้ความสนใจกับกิจกรรมภายในเกมเป็นอย่างมาก เช่น ภาพยนตร์ “เกมเมอร์ เกมแม่” ที่นำเอาเกมการแข่งขัน ROV เข้ามาจำลองในหนัง เพื่อที่จะให้ผู้เล่นได้เข้าถึงวิธีการเล่นและความน่าสนใจของเกมมากยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมการแจกสินค้าภายในเกม ที่มีการแจกตามเทศกาลต่างๆ ของประเทศไทย ก็จะช่วยดึงดูดและกระตุ้นให้ผู้เล่นเข้ามาสนใจและอยากที่จะเข้ามาเล่นเกมในทุกวัน

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ธมลวรรณ สมพงษ์, (2564) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม ในเรื่องของการจัดโปรโมชั่นที่หลากหลาย การลดราคา มีส่วนลดพิเศษ มีการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่น่าสนใจและมีคุณค่า ไม่โฆษณาและส่งเสริมการขายที่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง ซึ่งการขายมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินการตลาดออนไลน์

นอกจากนี้ จรรยา อัสวศรีพงศ์ธร, (2561) ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่อง ความสวยงาม เสี่ยงและความสมจริงของเกมออนไลน์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกว่า ด้านระบบการเล่นของเกมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และ ประเภทของเกมออนไลน์มีผลต่อการเลือกเติมเงินตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า หากผลิตภัณฑ์หรือเกมออนไลน์นั้น มีความสวยงาม มีระบบเสี่ยงภายในเกมออนไลน์ที่ดีและมีความ สมจริงของเกมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถรู้สึกและสัมผัสได้ ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีแนวโน้มเลือกเติมเงินเกมออนไลน์นั้น ๆ มากกว่าเหตุผลด้านประเภทของเกมออนไลน์

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไปใช้

5.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัทกรีน่า ประเทศไทยควรมีการพัฒนาระบบและเสถียรภาพของเกมให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เล่นที่เพิ่มมากขึ้น ให้การเล่นในเกมในแต่ละครั้งของผู้เล่นมีความเสถียรของระบบและรวมถึงควรพัฒนาตัวละครและสินค้าในเกมให้มากขึ้นตามแต่ละเทศกาล เพื่อเป็นการดึงดูดผู้เล่นรายใหม่และผู้เล่นรายเดิมให้อยากเข้ามาเล่นเกมเพิ่มขึ้น

5.2.1.2 ด้านราคา (Price) บริษัทกรีนน่า ประเทศไทยควรเลือกลดราคาสินค้าบางรายการในเกม เช่น ตัวละครพิเศษ (Limited) ไม่ให้เกินกว่าราคาตัวละครปกติมากจนเกินไป เพื่อให้การเติมเงินของผู้เล่นไหลเวียนอยู่ตลอดเวลา และจะทำให้ผู้เล่นเลือกซื้อสินค้าได้อย่างง่ายดาย

5.2.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ (Place) บริษัทกรีนน่า ประเทศไทยควรจำกัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่แน่นชัด เนื่องจากด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างเกินไปจะทำให้มีมีมิจอาชีพเข้ามาหลอกขายสินค้าที่ราคาถูกลงกว่าในเกมได้ง่าย หากบริษัทมีการจำกัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่รัดกุมมากขึ้น เช่น เติมเงินผ่านทางบริษัทโดยตรง, เติมเงินผ่านทางเคาร์เตอร์เซอร์วิส และเติมเงินผ่านทางตัวแทนกลุ่มใหญ่ที่ไว้ใจได้ จะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5.2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บริษัทกรีนน่า ประเทศไทยควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั่วถึง ไม่โฆษณาเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อให้ผู้ที่ไม่เคยเล่นเกมได้มาทดลองเล่นเกม และอาจจะมีการชักชวนเพื่อเข้ามาเล่นเกมเพิ่มมากขึ้น

## 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.2.2.1 การศึกษาในครั้งต่อไปควรเพิ่มระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและรวบรวมแบบสอบถามเพิ่มมากขึ้น เพื่อประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความละเอียด เพื่อที่จะสามารถนำผลวิจัยไปปรับปรุงให้สมบูรณ์แบบและให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้เกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีนน่า ประเทศไทยในแต่ละกลุ่มได้ตรงจุดมากที่สุด

5.2.2.2 การศึกษาในครั้งต่อไปควรเจาะจงเฉพาะเจาะจงตัวแปรที่ต้องการศึกษาเพิ่มมากขึ้น เช่น การศึกษาเจาะจงในกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ที่มีอายุในช่วง 12 – 25 ปีที่เลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายกรีนน่า ประเทศไทย หรือเลือกศึกษาเจาะจงในกลุ่มวัยรุ่นที่เลือกเติมเกมมือถือออนไลน์จำนวน 500 บาทขึ้นไป เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการเล่นของบุคคลในแต่ละช่วงวัย

### บรรณานุกรม

- กมลวรรณ วิชัยรัตน์. (2565). 5 แอปฯ ติด smartphone ถูก ตัวช่วยควบคุมการใช้งานมือถือเด็กเล็ก.  
<https://tonkit360.com/90641?fbclid=IwAR3wVfXUQwFMm1eZpwfnHc5N1BeUTFBcnjev7dN3ru425zyOmudfWA5vwik>
- กองบรรณาธิการ TCIJ. (2562). เด็กไทยเล่นเกมสล็อตออนไลน์สูงสุดเกิน 8 ชั่วโมง/วัน ใช้ค่าใช้จ่ายกับเกมส์มากกว่า 500 บาท/เดือน. <https://www.tcijthai.com/news/2019/12/current/9610>
- คณาพจน์ วงษ์เจดีย์. (2560). ประสิทธิภาพของการโฆษณาสินค้าบนเกมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จรรยา อัสวศรีพงศ์ธร. (2561). พฤติกรรมการเติมเงินออนไลน์บนมือถือเพื่อซื้อก๊าซในเกมส์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จารวี ยิ่งยืน. (2562). สัมพันธภาพในครอบครัว สัมพันธภาพในกลุ่มเพื่อน และการเปิดรับสื่อเกมมือถือออนไลน์กับพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรนฤทธิ์ รัตนพิมล. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ โนบาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐวัฒน์ ล้อมคำลือ. (2562). คำแนะนำในการเลือกช่วงเวลาในการเล่นเกมนำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด. <https://www.gamingdose.com/feature>
- ณัฐสรณ์ ตรังธาร. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเติมเงินในเกมออนไลน์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทรงพล หอมพนา. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ Rov ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธมลวรรณ สมพงษ์. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- ธีรพัฒน์ เทศมาสา. (2560). *การใช้เงินกับเกมในโทรศัพท์มือถือของผู้เล่นเกมชาวไทย*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ชนะอนก. 2566. *เกมมือถือออนไลน์ เรื่องใกล้ตัวที่สังคมไทยไม่ควรมองข้าม*.  
<https://www.bangkokbiznews.com/advertorials/news/1841>.
- นฤมล ปิ่นโต. (2563). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร.  
*วารสารวิชาการ “วารสารศาสตร์” มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 15(1), 157 – 197.
- ปริญญา ชาวสมุน. (2561). E SPORT เกม VS กีฬา.  
<https://web.facebook.com/copatcenter/posts/334651320436540/>
- ถนอม ทยานุวัฒน์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเติมเงินออนไลน์ ของผู้บริโภคในพื้นที่บริเวณ  
โดยรอบ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภาณุวัฒน์ สังขรัตน์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าภายในเกมประเภท  
ไซเชี่ยล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลงทุนแมน. (2563). *บริษัทเกม การ์มินา ทำรายได้ 5,800 ล้านบาท ในประเทศไทย*.  
<https://www.longtunman.com/25472>
- วรพจน์ แสนสินรังสี และณัฏษ์ กุลิสร. (2555). ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และราคาที่มีความสัมพันธ์  
กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ Dota All Stars ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.  
*วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 3(2), 80 – 97.
- วรรณภรณ์ พุฒิพิรุฬห์วงศ์. (2562). *สื่อเกมมือถือออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของ  
เยาวชน ใน 80 พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิชา อุ่มบางตลาด. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแพคเกจเติมเงินเกมออนไลน์*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิวรักษ์ ศิวารมย์ และอัคริมา นันทนาสิทธิ. (2561). *การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริง  
ในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game*. บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภกฤต ปิติพัฒน์ และ ปราการ พิพัฒน์สูงเนิน. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไอเท็ม  
เสมือนในเกมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.

- ศุภภากร นิลน้อย. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ ในช่วง โควิด-19 ของกลุ่ม Young Mass Audience.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สิทธิพงษ์ สุขโข. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมออนไลน์ด้วยสมาร์ตโฟนของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภรัตน์ พรหมมานนท์. (2562). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุภรัตน์ พรหมมานนท์ชัย. (2562). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อภิวัฒน์ หอมทวนลม. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือ.* (การค้นคว้าอิสระบริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- Esportunderground. (2564). *Garena ROV เกม MOBA มาแรง เล่นได้ไม่มีเบื่อ.* <https://esport-underground.com/garena-rov/>
- Gameakimbo. (2566). *เปิดชื่อ 5 บริษัทมือถือออนไลน์ยอดนิยมในประเทศไทย.*  
<https://www.gameakimbo.com>
- PPTV Online. (2564). *ผลวิจัยชี้ เด็ก-เยาวชน ดิคเกมเล่น 5 ชั่วโมงต่อวัน.*  
<https://www.pptvhd36.com/news>
- Yasar, K. (2022). *ส่วนผสมทางการตลาด (4 P's of marketing) คืออะไร? ส่วนผสมทางการตลาดหรือที่เรียกว่า 4 P's.* <https://thedigitaltips.com/blog/news/marketing-mix/>



ภาคผนวก



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**เรื่อง** “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ริน่า ในประเทศไทย”

**ผู้วิจัย** นายเอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ

หลักสูตร บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ริน่า ในประเทศไทย

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ริน่า ในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบบปลายเปิด

**ส่วนที่ 1** คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ .....
2. อายุ .....
3. อาชีพ .....
4. รายได้ต่อเดือน .....

**ส่วนที่ 2** คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

ท่านใช้บริการร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ปิ้งย่าง โดยกี่ครั้งต่อเดือน

1. ท่านใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนาน้อยเพียงใด
2. ท่านเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ในช่วงใดมากที่สุด
3. ท่านเสียค่าใช้จ่ายไปกับเกมมือถือออนไลน์โดยมากน้อยเพียงใด

4. ท่านเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์ตูน ประเทศไทย เพราะเหตุผลใด
5. ท่านคิดว่า ได้รับผลกระทบจากการเล่นเกม หรือไม่อย่างไร
6. ท่านจะแนะนำเกมออนไลน์เกมนี้ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ กรุณาให้เหตุผล

### ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- 1.1 ท่านคิดว่า เกมมีสีสัน และการสร้างบรรยากาศในการเล่น ได้เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- 1.2 ท่านคิดว่า เกมมีตัวละครที่น่าสนใจ หรือไม่ อย่างไร
- 1.3 ท่านคิดว่า ผู้ร่วมเล่นเกมมีส่วนสำคัญในการเล่นของท่าน หรือไม่ อย่างไร

#### 2. ด้านราคา (Price)

- 2.1 ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์คุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร
- 2.2 ท่านคิดว่าช่องทางการชำระเงินในการเลือกเติมเกมออนไลน์มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- 2.3 ท่านคิดว่าราคาไอเทมแต่ละชิ้นในเกมค่ายเกมการ์ตูน ประเทศไทย คุ้มค่าหรือไม่

#### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่ (Place)

- 3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเติมเกมออนไลน์ เช่น ผ่านทางค่ายเกมการ์ตูน ประเทศไทย, แอปเติมเกมออนไลน์
- 3.2 ท่านคิดว่าช่องทางการเติมเกมออนไลน์ของค่ายเกมการ์ตูน ประเทศไทยเหมาะสมกับปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- 4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของค่ายเกมการ์ตูน ประเทศไทย เช่น Facebook Website
- 4.2 ท่านคิดว่าการจัดกิจกรรมภายในเกมมีความน่าสนใจหรือไม่ เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับเกม ROV การแต่งคอสเพลย์

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้สัมภาษณ์ คนที่.....

...../...../.....



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ตูน ในประเทศไทย”

คำชี้แจง 1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงคุณภาพในการตัดสินใจของผู้ใช้งานในการเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ผ่านมือถือของค่ายเกมการ์ตูน ในประเทศไทย

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ตูน ในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบบปลายเปิด

4. ขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาร่างแบบสัมภาษณ์ว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้น ๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมาในโอกาสนี้

นายเอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ

นักศึกษาระดับปริญญาโท (บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม)

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่  
อย่างไร

คำชี้แจงเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	เพศ				
2.	อายุ				
3.	อาชีพ				
4.	รายได้ต่อเดือน				

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์  
นำ ในประเทศไทย

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	ท่านใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนาน้อย เพียงใด				
2.	ท่านเลือกเล่นเกมมือถือออนไลน์ในช่วงใด มากที่สุด				
3.	ท่านเสียค่าใช้จ่ายไปกับเกมมือถือออนไลน์ โดยมากน้อยเพียงใด				
4.	ท่านเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายการ์นำ ประเทศไทย เพราะเหตุผลใด				
5.	ท่านคิดว่า ได้รับผลกระทบจากการเล่นเกม หรือไม่อย่างไร				

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
6.	ท่านจะแนะนำเกมออนไลน์เกมนี้ให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ กรุณาให้เหตุผล				

ส่วนที่ 3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's แบบปลายเปิด

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
<b>1.</b>	<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>				
1.1	ท่านคิดว่า เกมมีสีสัน และการสร้างบรรยากาศในการเล่นได้เหมาะสมหรือไม่อย่างไร				
1.2	ท่านคิดว่า เกมมีตัวละครที่น่าสนใจ หรือไม่อย่างไร				
1.3	ท่านคิดว่า ผู้ร่วมเล่นเกมมีส่วนสำคัญในการเล่นของท่าน หรือไม่ อย่างไร				
<b>2.</b>	<b>ด้านราคา (Price)</b>				
2.1	ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือออนไลน์คุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร				
2.2	ท่านคิดว่าช่องทางการชำระเงินในการเลือกเติมเกมออนไลน์มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร				
2.3	ท่านคิดว่าราคาไอเทมแต่ละชิ้นในเกมค่ายเกมการ์ตูน ประเทศไทย คุ้มค่าหรือไม่				
<b>3.</b>	<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place)</b>				



ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
3.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเล่นเกมออนไลน์ เช่น ผ่านทางค่ายเกมการ์ตูน่า ประเทศไทย, แอปพลิเคชันเกมออนไลน์				
3.2	ท่านคิดว่าช่องทางการเล่นเกมออนไลน์ของค่ายเกมการ์ตูน่า ประเทศไทยเหมาะสมกับปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร				
4.	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>				
4.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของค่ายเกมการ์ตูน่า ประเทศไทย เช่น Facebook Website				
4.2	ท่านคิดว่าการจัดกิจกรรมภายในเกมมีความน่าสนใจหรือไม่ เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับเกม ROV การแต่งคอสเพลย์				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

### เรียนท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยหัวข้อการวิจัยเป็นหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก เล่นเกมมือถือออนไลน์ของบริษัทเกมการ์ริน่า ประเทศไทย ส่วนแรกของแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คำถามส่วนที่สองเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมมือถือออนไลน์ของค่ายเกมการ์ริน่า ประเทศไทย คำถามส่วนที่สามเป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย, เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย, เพื่อศึกษาปัจจัยของบุคคลส่วนใหญ่ระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการเล่นเกมมือถือของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย, เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือของบริษัทการ์ริน่า ประเทศไทย

ก่อนหน้าที่ท่านจะได้รับการสัมภาษณ์ ขอให้ท่านลงนามในเอกสารด้านล่างนี้ การลงนามแสดงถึง ท่านได้เข้าใจในลักษณะการวิจัย และยินยอมร่วมให้สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ท่านสามารถติดต่อกับผู้วิจัยผ่านเบอร์โทร หรือ อีเมลตามรายละเอียดด้านล่าง

นายเอกสุวัชร เด่นรัศมีเทพ

โทร 086 842 3517

อีเมล tae.rao@hotmail.com

### เอกสารแสดงความยินยอม

- [ ] ข้าพเจ้ายินดีให้สัมภาษณ์โดยอิสระ และไม่ได้ถูกบังคับหรือข่มขู่แต่อย่างใด
- [ ] ข้าพเจ้าได้รับยืนยันจากผู้วิจัยว่า ข้อมูลของข้าพเจ้าจะถูกเก็บเป็นความลับ และผลการวิจัยจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว

..... ผู้ตอบแบบสอบถาม  
วันที่ ..... เดือน ..... ปี .....

### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายเอกสุวัชร์ เคนรัมย์มีเทพ
วัน เดือน ปี เกิด	29 มกราคม พ.ศ.2541
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2563 บริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิตธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	28/54 หมู่ 6 ตำบล บางเมือง อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10270

