

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ปิงยาของบริษัท อินทรี ดิจิตอล จำกัด ซึ่งในปัจจุบัน บริษัท อินทรี ดิจิตอล จำกัด ได้นำเกมออนไลน์ฟลิฟฟี เกมกอล์ฟออนไลน์ปิงยา และเกมโยเกอร์ดิง มาให้บริการ โดยปัจจุบันได้มีผู้ลงทะเบียนเล่นเกมกับทางบริษัทมากกว่า 3 ล้านคน ในระยะเวลามากกว่า 1 ปีครึ่ง และเพื่อรักษาค่าแห่งเกมออนไลน์ยอดนิยมอันดับหนึ่งของประเทศและการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการให้เป็นที่พอใจแก่ลูกค้า จึงมีความจำเป็นในการศึกษาความพึงพอใจในการเล่นเกมนออนไลน์ปิงยา เพื่อพัฒนาและรักษาระดับคุณภาพการให้บริการเกมออนไลน์ต่อไป

คุณสมบัติสำคัญของเกมออนไลน์ที่แตกต่างจากเกมประเภทอื่นๆ ได้แก่ การทำชุดเดียวขายได้ทั่วโลก, การเล่นเกมผ่านอินเทอร์เน็ต, ผู้เล่นสามารถเล่นที่เดียวหลายคนพร้อมกัน มีระบบพูดคุยสื่อสารกัน และมีสังคมใหม่ขึ้นในเกม

สำหรับตลาดเกมออนไลน์ในประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศโดยตรง โดยเกมออนไลน์เกมแรกในประเทศไทยได้แก่ เกมออนไลน์แร็กนาร์็อค ซึ่งนำเข้าจากประเทศเกาหลี ในปี 2545 และภายในระยะเวลา 4 เดือนมีผู้เล่นเข้าเกมออนไลน์นี้เป็นจำนวนถึง 4 หมื่นคน และในปีต่อมาได้มีนักลงทุนสนใจในการลงทุนเปิดบริษัทเพื่อให้บริการเกมออนไลน์มากขึ้น แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเป็นเหตุให้หลายบริษัทปิดตัวลงในปี 2546

เกมออนไลน์ปิงยานำเข้ามาเปิดให้บริการในปี 2547 ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่สำหรับวงการเกมออนไลน์ ความสำเร็จของเกมออนไลน์ปิงยาสามารถสร้างสีสันให้กับวงการเกมออนไลน์เมืองไทยอย่างมาก มีผู้เล่นจำนวนไม่น้อยที่ไม่เคยเล่นเกมออนไลน์มาก่อนหันมาให้ความสนใจและใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์มากขึ้นจนถือได้ว่าเกมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของการใช้เวลาพักผ่อนในชีวิตประจำวัน

ผลงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพการที่เป็นอยู่ตามสภาพความเป็นจริง โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นผู้ตอบผ่านทางเว็บไซต์ เป็นจำนวน 14 วัน ตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม 2549 ถึง 16 มิถุนายน 2549 จากการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงยาทั่วประเทศไทยจากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 19,615 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.10 เป็นเพศชาย, ร้อยละ 29.79 เป็นเพศหญิง, ร้อยละ 27.30 มีอายุ 13-15 ปี, ร้อยละ 95.10 มีสถานภาพโสด, ร้อยละ 31.30 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และร้อยละ 25.90 มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 500 บาท

สรุปผลด้านข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นทั่วประเทศพบว่า ผู้เล่นส่วนใหญ่ร้อยละ 35.90 มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์เพื่อหาความบันเทิงแบบใหม่ๆ และร้อยละ 20.20 มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์เพื่อพัฒนาความสามารถตัวเองให้ถึงขีดสุด, โดยผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 22.00 ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ ประมาณ 1-2 ปี และร้อยละ 51.70 นิยมเล่นเกมออนไลน์กับเพื่อน รองลงมาร้อยละ 35.10 นิยมเล่นเกมออนไลน์คนเดียว ร้อยละ 69.90 นิยมเล่นเกมออนไลน์ที่บ้าน ร้อยละ 27.00 นิยมเล่นเกมออนไลน์ที่ร้านอินเทอร์เน็ต ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่ร้อยละ 27.80 ใช้ระยะเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ 5-10 ชั่วโมง/สัปดาห์ และพบว่า ร้อยละ 99.10 นิยมเล่นเกมออนไลน์ปิงยา

สาเหตุในการเลือกเกมออนไลน์ ร้อยละ 37.40 เลือกที่ตัวละครมีความน่ารัก ร้อยละ 30.00 มีพฤติกรรมการใช้เงินซื้อคั๊กก็ 101-300 บาท/เดือน ร้อยละ 33.00 นิยมซื้อบัตรราคา 149 บาท ร้อยละ 75.70 นิยมซื้อบัตรเติมเงินผ่าน SMS ร้อยละ 45.20 มีค่าใช้จ่ายในการเล่นอินเทอร์เน็ตมากกว่า 500 บาท/เดือน ในแง่ของข่าวสารที่เกี่ยวกับเกมออนไลน์ปิงยา พบว่าร้อยละ 68.80 ทราบข่าวสารต่างๆ ของเกมออนไลน์ปิงยาผ่านทางเว็บไซต์และร้อยละ 13.40 ผ่านทางนิตยสารเกม

สรุปผลด้านความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงยาและกิจกรรม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล แยกเป็นความต่างในเรื่องของเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้ พบว่าผู้เล่นเกมทั้งเพศชายและเพศหญิง และผู้ที่มีอายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้ที่ต่างกัน กลับมีความพึงพอใจในตัวเกมปิงยาในปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวละครมากที่สุด และปัจจัยเรื่องของ ความยากของวิธีเล่น และราคาไอเทมในเกมเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ อยู่ระหว่างปานกลางถึงมากที่สุด

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เล่นที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปี และ อยู่ระหว่าง 13-15 ปี ที่มีสถานภาพโสด และ การศึกษาดำรงมัธยมปลาย มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนจะ

เป็นผู้เล่นที่มีความพึงพอใจในเรื่องของตัวละครมากที่สุด และพอใจในเรื่องของความยากของวิธีเล่น และราคาไอเทมในระดับปานกลาง ส่วนผู้เล่นที่มีอายุมากกว่า 19 ปีขึ้นไปมีสถานภาพอื่น ๆ การศึกษาระดับอนุปริญญาขึ้นไป และมีรายได้สูงกว่า 5,000 บาทนั้นกลับมีความพึงพอใจต่อบั๊จจายอื่นๆ เช่น สังคมในเกม ความเสถียรของเกม และการแก้ไข Bug ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นที่มีอายุเฉลี่ยมากกว่าอุดมศึกษาขึ้นไปให้ความสำคัญกับสังคมเกมออนไลน์ และระบบเทคนิคค่อนข้างมาก

ในส่วนของความพึงพอใจทางด้านกิจกรรมนั้น แม้บั๊จจายส่วนบุคคลจะแตกต่างกันแต่ผู้เล่นก็มีความพึงพอใจต่อกิจกรรม Pangyaสารพัดคุณ2 NetCaféPangคุณ2 คุณ2ทั้งท้ายบ้ายบายปิดเทอมและ PangyaRollBack มากที่สุด โดยทุกๆ บั๊จจายมีค่าเฉลี่ยที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อย่างไรก็ดีในส่วนของความพึงพอใจในทางด้านกิจกรรมนั้น มีข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความพึงพอใจที่เกี่ยวกับตัวเกม คือผู้เล่นที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปีและ 13-19 ปีขึ้นไป มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนนั้น กลับมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อเกือบทุกๆ กิจกรรมที่ทางบริษัทจัด ในขณะที่ผู้เล่นที่มีบั๊จจายส่วนบุคคลอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

สรุปผลด้านความต้องการข้อมูลความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปังกยาและกิจกรรม

โดยทั่วไปผู้เล่นร้อยละ 42.5 มีความต้องการต่อการปรับปรุงด้านเนื้อหาเกมออนไลน์ปังกยามากที่สุด และร้อยละ 68.2 เคยเข้าร่วมกิจกรรมปังกวัดดวง รองลงมาร้อยละ 59.3 เข้าร่วมกิจกรรมคุณ2ทั้งท้ายบ้ายบายปิดเทอม โดยร้อยละ 4.31 มีความต้องการต่อกิจกรรมปังกยาสารพัดคุณ2

สรุปข้อมูลพิสูจน์สมมติฐาน

สมมติฐาน	t / F test	ค่านัยสำคัญ	ผล
เพศต่างกัน	1.220	0.223	ไม่แตกต่างกัน
อายุต่างกัน	379.846	0.000	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษาต่างกัน	541.815	0.000	แตกต่างกัน
สถานภาพต่างกัน	18.719	0.000	แตกต่างกัน

สรุปข้อมูลพิสูจน์สมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐาน	t / F test	ค่านัยสำคัญ	ผล
รายได้ส่วนบุคคลต่างกัน	296.044	0.000	แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลทั้งในเรื่อง อายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้ มีผลโดยตรงต่อทัศนคติต่อเกมออนไลน์บิงย่าโดยรวม โดยสรุปคือผู้เล่นที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีทัศนคติต่อตัวเกมต่างกัน ยกเว้นเพียงเรื่องของเพศที่ต่างกัน ที่ไม่มีผลกระทบต่อทัศนคติเท่านั้น

อภิปรายผล

จากการสำรวจผู้เล่นในตลาดเกมออนไลน์พบว่าถึงแม้ตลาดเกมออนไลน์จะเปิดตัวมาเป็นเวลากว่า 5 ปีแล้ว แต่ผู้เล่นส่วนใหญ่เริ่มเล่นมาเป็นเวลาเพียง 1-2 ปีเท่านั้น เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารในช่วง 3 ปีหลัง เริ่มมีราคาถูกลง แพร่หลายออกไปยังพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น หาได้ง่ายขึ้น โดยกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ของผู้เล่นเป็นผู้ชายในช่วงอายุ 13-21 ปี แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในเทคโนโลยีและกระแสของค่านิยมของวัยรุ่นที่ต้องการหาความบันเทิงในรูปแบบใหม่ และสังคมใหม่ๆ จากเกมออนไลน์ได้มากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า ตลาดเกมออนไลน์ในปัจจุบันจึงเป็นแหล่งรวมของสังคมคนรุ่นใหม่ที่ต้องการหาเพื่อนและสนุกไปกับเพื่อนๆ โดยไม่จำเป็นต้องออกไปนอกบ้าน

พฤติกรรมของผู้เล่นในปัจจุบันจะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้เล่นให้ความสนใจเล่นเกมบิงย่ามากที่สุดเปรียบเทียบกับเกมในตลาดที่ส่วนใหญ่เป็น MMORPG ที่ต้องใช้เวลาเล่นนานและเล่นยากกว่า รวมทั้งเกมออนไลน์บิงย่ามีตัวละครที่น่ารัก เปิดให้เล่นฟรีและใช้ระบบ Item Selling ผู้เล่นจะจ่ายต่อเมื่อต้องการที่จะจ่ายจริงๆ ทำให้ผู้เล่นสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายของตนเองได้ โดยส่วนใหญ่จ่ายแค่เพียงไม่เกิน 300 บาทต่อเดือน และใช้ช่องทางการเดิมของ AIS ผ่านการส่ง SMS ส่วนบัตรราคา 149 จะเป็นที่ผู้เล่นซื้อมากที่สุด

ผู้เล่นเกมบิงย่ามีความพึงพอใจกับความน่ารักของตัวละครมากที่สุด วิธีเล่นที่ง่าย โดยผู้เล่นที่เป็นชายและหญิงมีความพึงพอใจแทบจะไม่ต่างกันในเรื่องหาส่วนใหญ่ของเกม ซึ่งในส่วน of ตัวละคร ที่ผู้เล่นหญิงจะพอใจอย่างมากกว่า และความง่ายของเกม สังคมในเกม ความเสถียร การแก้ไข Bug ในเกม ความสะดวกในการล็อกอินเข้าเกม และราคาในเกมที่ผู้เล่นชายพอใจมากกว่า

ในส่วนของกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นได้รับความพึงพอใจมาจากผู้เล่นโดยกิจกรรมที่ได้รับการตอบรับดีที่สุดเป็นกิจกรรมประเภทคุณ2 ให้กับผู้เล่น เช่น Pangyaสารพัดคุณ2, คุณ2 ทั้งท้ายป้ายบายปิดเทอม, NetCaféPangคุณ2 เป็นต้น แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เล่นเพศชายและหญิงแล้ว กิจกรรมคุณ2ทั้งท้ายป้ายบายปิดเทอม ผู้เล่นหญิงจะให้ความพึงพอใจมากกว่า ขณะที่กิจกรรมประกวดScreenshot ผู้เล่นชายจะให้ความพึงพอใจมากกว่า

อย่างไรก็ดีความพึงพอใจโดยรวมของผู้เล่นทุกคนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก แต่ผู้เล่นก็ยังมีความต้องการที่จะให้ตัวเกมปรับปรุงด้านเนื้อหาของเกมให้มากขึ้น เช่น การเพิ่มตัวละคร การเพิ่มสนาม การเพิ่มไอเท็ม การพัฒนาระบบของเกมให้มากขึ้น และบางส่วนก็ต้องการให้พัฒนาคุณภาพของสังคมในเกมไปพร้อมๆ กันด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้

1. จากข้อมูลที่ได้พบว่าปัจจัยเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของเกมออนไลน์ยิ่งย่ำทำให้บริษัทสามารถคิดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ในขอบเขตที่กว้างมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทต้องคิดกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของผู้เล่น โดยอาจใช้ระดับรายได้และการศึกษาเข้ามาเป็นตัวบ่งชี้ ในขณะที่เพศชายหรือหญิงอาจไม่ใช่ตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการสร้างกิจกรรมทางการตลาด นอกจากนี้บริษัทควรจำกัดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อสร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อไป

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเน้นไปในส่วนช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากปัจจุบันช่องทางนี้ยังมีไม่มาก เมื่อเทียบกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าขายปลีกทั่วไป

3. ในอนาคตเกมออนไลน์นี้จะยังเป็นอีกช่องทางของความบันเทิงสมัยใหม่และจะได้รับความนิยมมากขึ้น แต่การเล่นฟรียังคงเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องการพลิกแพลงกลยุทธ์การตลาดให้มีความน่าสนใจเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ สังเกตได้จากความพึงพอใจทางด้านราคาก็ยังเป็นปัจจัยที่ผู้เล่นมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาหากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ และการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และบริการของเกมออนไลน์ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมลักษณะการใช้ชีวิตโดยละเอียดของผู้เล่นเกมออนไลน์
2. ควรศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่มีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์