



ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการ
เกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า”

พวงเพชร อภิธนาคุณ

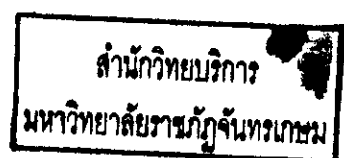
ใช้เฉพาะในสำนักวิทยบริการเท่านั้น

ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

พฤศจิกายน 2549



**ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการ
เกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปังกย่า”
Customer Satisfaction And Needs of Online Game
Case Study : “Pangya”**

พวงเพชร อภิธนาคุณ

**ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
พฤศจิกายน 2549
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม**

ภาคนิพนธ์

เรื่อง

ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์

กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า”

ได้รับการอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป

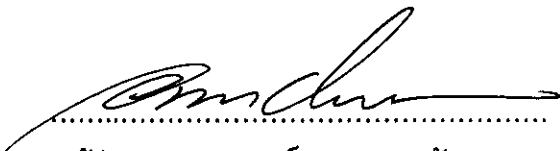
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

วันที่ 25 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549



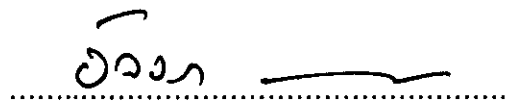
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรา รัตตากร)

ประธานควบคุมภาคนิพนธ์



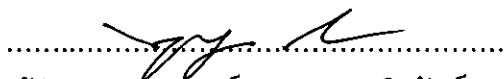
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรา รัตตากร)

ประธานสาขา



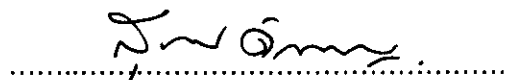
(ศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา จันทรฉาย)

ประธานสอบ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูลสุข กิจรัตน์ภร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ดันติสันติสม)

กรรมการสอบ

พวงเพชร อภิธนาคุณ. (2549). ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์
 กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ปิงย่า”. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป).
 กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประชานกรรมการที่
 ปรีक्षा : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรา รัตตากร.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ปิงย่า เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นสมาชิกผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าสุ่มมา 19,615 คน โดยตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ ตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม 2549 ถึงวันที่ 6 มิถุนายน 2549 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่เล่นเพื่อหาความบันเทิงแบบใหม่ๆ รองลงมาเพื่อพัฒนาความสามารถตัวเองให้ถึงขีดสุด ระยะเวลาเล่นประมาณ 1-2 ปี นิยมที่จะเล่นเกมออนไลน์กับเพื่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมเล่นที่บ้าน รองลงมาคือเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาในการเล่น 5-10 ชั่วโมง/สัปดาห์

สำหรับความพึงพอใจพบว่า โดยรวมแล้วผู้เล่นมีความพึงพอใจในการเล่นเกมออนไลน์ปิงย่ามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.698 นอกจากนี้ผู้เล่นมีความต้องการปรับปรุงด้านเนื้อหาเกมออนไลน์ปิงย่ามากที่สุด กิจกรรมที่เคยเข้าร่วมได้แก่ กิจกรรมบิงวัดดวง รองลงมาคือกิจกรรมคูณ2ทั้งท้ายบ้ายบายปิดเทอม และกิจกรรมปิงย่าสารพัดคูณ2

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าเพศชายและผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าเพศหญิง มีความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าไม่แตกต่างกัน สำหรับกิจกรรมที่เข้าร่วม พบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าเพศชายและผู้เล่นเกมออนไลน์ปิงย่าเพศหญิงมีความพึงพอใจในกิจกรรมประกวดScreenShot และกิจกรรมคูณ2ทั้งท้ายบ้ายบายปิดเทอม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

Puengpetch Apithanakoon. (2006). Customer Satisfaction and Needs of Online Game "Pangya" Case Study. Term Paper, M.B.A (General Management). Bangkok : Graduate School, Chandrakasem Rajabhat University. Advisor Committee : Asst.Prof. Dr. Amara Rattakorn.

The purpose of this research was to study the customer satisfaction and needs of "Pangya" online game. This research is a descriptive analysis. The research was conducted by using survey. The survey is posted on the website from 24 May 2006 to 6 June 2006. The sample size of 19,615 people are collected, all are Pangya customers.

The results of the study were as follow : Majority of people plays Pangya online game because it is a new choice of entertainment, the rest play to develop themselves to their maximum ability. The period of online game playing in general span from one to two years. Customers like to play with friends. Most customers access the game from home while others access from Internet Café. Time spent on Pangya online game is between 5-10 hours per week.

The finding concluded that customers are most satisfied with Pangya online game with 4.24 average points and standard deviation of 0.698. In addition, the content of the game are most wanted to adjust by customers. Whereas promotional activities "Pang Wat Dueng" is most participated, and the second are "Koon Song Ting Tai Bye-Bye Pit Term" and "Pangya Sa-la-Pat Koon Song"

The hypothesis testing finds that there are no differences between male and female in level of satisfaction with the game. As for promotion activity, there are differences among male and female level of satisfaction toward the "Screenshot Contest" and "Koon Song Ting Tai Bye-Bye Pit Term" with significant level of 0.05 and 0.01.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์
กรณีศึกษา : เกมออนไลน์ “ป๋าย่า”” ได้รับความกรุณาและการสนับสนุนจาก ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร. อมรา รัตตากร ประธานกรรมการที่ปรึกษา และอาจารย์สิริพัฒน์ เสวิกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้คำแนะนำ รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง จนทำให้งานวิจัยสำเร็จ
ลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการ
ตอบแบบสอบถามทำให้การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่าน และเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายของบริษัท อินทรี ดิจิตอล จำกัด ที่
อำนวยความสะดวกในการจัดหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิจัยและหวังเป็นอย่าง
ยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาต่อไป

(นางพวงเพชร อภิธนาคุณ)

25 พฤศจิกายน 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและความเป็นมา	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
สมมติฐานในการวิจัย	2
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	4
การจัดเรียงลำดับการวิจัย	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์	6
ความเป็นมาของเกมออนไลน์	6
ความหมายและประเภทของเกมออนไลน์	7
ลักษณะและรายละเอียดของเกมออนไลน์	8
อุปกรณ์	10
ประเภทของเกมออนไลน์	13
ประวัติความเป็นมาของเกมออนไลน์ในประเทศไทย	14
ตลาดเกมออนไลน์	17
กรณีศึกษาบริษัท ASIASOFT	19
เกี่ยวกับเกมออนไลน์ปิงปอง	21
งานวิจัยเกมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง	22
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	27
รูปแบบการวิจัย	27
กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	27
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 การวิเคราะห์และประมวลผล	31
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์	33
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยา	42
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความต้องการต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยา	58
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	60
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	71
สรุปผลด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	72
สรุปผลด้านข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์	72
สรุปผลด้านข้อมูลพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงยาและกิจกรรม	72
สรุปผลด้านความต้องการข้อมูลพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงยาและ	73
กิจกรรม	
สรุปข้อมูลพิสูจน์สมมติฐาน	73
อภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้	75
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	75
บรรณานุกรม	76

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข บทความ	84
ประวัติย่อผู้วิจัย	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.2 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของวัตถุประสงค์การเล่นเกมออนไลน์	33
4.3 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของระยะเวลาในการเล่นเกมออนไลน์	34
4.4 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของลักษณะการเล่นเกมออนไลน์	35
4.5 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของสถานที่ที่เล่นเกมออนไลน์	35
4.6 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของระยะเวลาชั่วโมงในการเล่นเกมออนไลน์	36
4.7 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของรูปแบบชนิดของเกมออนไลน์	36
4.8 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของสาเหตุในการเลือกเล่นเกมออนไลน์	37
4.9 จำนวนร้อยละและฐานนิยมของพฤติกรรมการใช้เงินซื้อคั๊กกี้ของผู้เล่นเกมออนไลน์	38
4.10 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของค่าใช้จ่ายในการเล่นอินเทอร์เน็ต	40
4.11 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของสื่อในการทราบข่าวสารเกี่ยวกับเกมปิงยา	41
4.12 จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของลักษณะกิจกรรม	41
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยาของเพศที่ต่างกัน	42
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยาของอายุที่ต่างกัน	43
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยาของระดับการศึกษาที่ต่างกัน	45
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยาของสถานภาพที่ต่างกัน	46
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจต่อการเล่นเกมออนไลน์ปิงยาของรายได้ส่วนบุคคลที่ต่างกัน	48
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมของเพศที่ต่างกัน	49
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมของอายุที่ต่างกัน	51
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมของระดับการศึกษาที่ต่างกัน	53

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.21	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมของสถานภาพที่ต่างกัน	55
4.22	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมของรายได้ส่วนบุคคลที่ต่างกัน	57
4.23	จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของความต้องการต่อการปรับปรุงเกมออนไลน์ปิงย่า	58
4.24	จำนวน ร้อยละและฐานนิยมของกิจกรรมร่วมที่เล่น	59
4.25	ความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าและกิจกรรมระหว่างเพศชายและเพศหญิง	60
4.26	ความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าและกิจกรรมระหว่างผู้เล่นที่อายุต่างกัน	62
4.27	ความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าและกิจกรรมระหว่างระดับการศึกษาที่ต่างกัน	64
4.28	ความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าและกิจกรรมระหว่างสถานภาพที่ต่างกัน	66
4.29	ความพึงพอใจในเกมออนไลน์ปิงย่าและกิจกรรมระหว่างรายได้ส่วนบุคคลที่ต่างกัน	68

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเกมออนไลน์กับเกมคอมพิวเตอร์	10
2.2	VALUE CHAIN ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเกมคอมพิวเตอร์	19
2.3	BUSINESS MODEL ของ ASIASOFT	21
2.4	ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2548 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง ธันวาคม	24
2.5	ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2549 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง มิถุนายน	24
2.6	ตารางการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกมออนไลน์แยกเป็นกลุ่มอายุ เพศและ ภูมิภาค	25
2.7	กรอบแนวคิดในการวิจัย	26