

ชื่อผู้ทำภาคินิพนธ์:	นางสาวจันทิมา รติสุธารัตน์
ชื่อภาคินิพนธ์:	ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการเกมออนไลน์ของ นักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่ออาจารย์ควบคุมภาคินิพนธ์:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปราณีย์ ตริทศกุล
ชื่อปริญญา:	ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
คำสำคัญ:	ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการเกมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยใช้บริการเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจการให้บริการเกมออนไลน์ในด้านการรับรู้คุณภาพที่มีต่อเกมออนไลน์ และด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการที่มีต่อเกมออนไลน์ พฤติกรรมการใช้บริการเกมออนไลน์ และแนวโน้มการให้บริการเกมออนไลน์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศชายมีอายุอยู่ในช่วง 18 - 19 ปี ชั้นปีที่ศึกษาปีที่ 4 รายรับต่อเดือน 4,001 - 5,000 บาท และรายจ่ายที่ใช้บริการเกมออนไลน์ต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท
2. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจการให้บริการเกมออนไลน์ในด้านการรับรู้คุณภาพที่มีต่อเกมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ และด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการที่มีต่อเกมออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ
3. พฤติกรรมการใช้บริการเกมออนไลน์ ด้านระยะเวลาการให้บริการเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.11 ชั่วโมงต่อครั้ง ด้านความถี่ในการใช้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละสัปดาห์) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.19 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ช่วงเวลา 16.01 - 20.00 น. ส่วนมากชอบเล่นเกมประเภทเล่นคนเดียวกับผู้เล่นหลายคนใน

อินเทอร์เน็ต ซึ่งสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตคือร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง และเหตุผลสำคัญที่ให้บริการเกมออนไลน์คือ เพื่อให้เข้าสังคมกับเพื่อนได้

4. แนวโน้มการให้บริการเกมออนไลน์ ด้านการจะให้บริการเกมออนไลน์ต่อไปมีแนวโน้มการให้บริการอยู่ในระดับอาจจะให้บริการประจำ ด้านเมื่อให้บริการเกมออนไลน์แล้วจะแนะนำผู้อื่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มการซื้ออยู่ในระดับอาจจะแนะนำผู้อื่น

5. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ในด้านความถี่ในการให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผู้บริโภคที่มีอายุ, ชั้นปีที่ศึกษา และรายจ่ายที่ให้บริการเกมออนไลน์ต่อครั้งต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ในด้านระยะเวลาการให้บริการเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ความพึงพอใจในการให้บริการเกมออนไลน์ด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการที่มีต่อเกมออนไลน์ในเรื่องศูนย์ให้บริการเกมออนไลน์ปิดช่วงเวลา 20.00 – 06.00 น. และมิให้ทดลองเล่นฟรีสำหรับเกมที่ออกมาใหม่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ด้านระยะเวลาการให้บริการเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน

8. ความพึงพอใจในการให้บริการเกมออนไลน์ด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการที่มีต่อเกมออนไลน์ในเรื่องสามารถติดต่อศูนย์บริการเกมออนไลน์ได้เมื่อมีปัญหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ด้านความถี่ในการให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน

9. พฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ด้านความถี่ในการให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการให้บริการเกมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน

10. พฤติกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ด้านความถี่ในการให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการให้บริการเกมออนไลน์ในเรื่องการจะให้บริการเกมออนไลน์ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน

Student's Name: Chanthima Ratisutharatn

Thesis Title in English: Undergraduate Student's Satisfaction and Service Using Behavior on Online Games in Bangkok Metropolitan area.

Thesis Advisors: Assistant Professor Nak Kulid, Ph.D.
Assistant Professor Pranee Treetohsakul

Degree: Master of Business Administration (General Management)

Key Word: Satisfaction and Service Using Behavior

The purpose of this research is to study about satisfaction and service using behavior on online games of undergraduate students in Bangkok Metropolitan area by using questionnaires as the tool in collecting data with 400 undergraduate students, who have ever service used on online games in Bangkok Metropolitan area. The sample size a be classified as demographic characteristics, satisfaction in service using on online games in part of quality perception towards on online games and in part of quality perception in offering services toward on online games, behavior in using service on online games and the trends in using service on online games. The statistical methods applied in data analysis were percentages, mean, standard deviation. And the analysis for differentiation will be used by applying T-test independent, ONE-WAY ANOVA and Pearson Product Moment Correlation Coefficient processed by the program of SPSS for Windows Version 11

From the descriptive statistics analysis, the results of research are concluded as follows :

1. From the data analysis can be found that the most sample group used in this research are male students with the ages between 18 – 19 years old, senior (4th year students), with the monthly income between 4,001 – 5,000 baht and the expenses used service on online games per time less than or equals to 100 baht per time.

2. The consumers satisfy in using service on online games in part of quality perception towards on overall online games in satisfaction level and in part of quality perception in offering service towards on overall online games in average level.

3. The behavior in service using on online games in part of the period of time in service using on online games by average per time in which equals to 1.11 hours per time by average, in part of frequency in service using on online games in each weeks equals to 7.19 time per week by average. The period of time of service using mostly is between 04.01 - 08.00 p.m. The mostly games those been played will be in type of playing alone and playing with many people in internet in which the places that service using on internet are internet café shops. The objectives are entertainment and the important reason in service using on online game is for having social with friends.

4. The trends in service using on online games in part of keeping service using on online games have trend of service using maybe in the always service using level and in part of when already service used on online games and then introduce to other people, the result is consumers have trend in the level of maybe introduce to other people.

5. The consumers with different genders have affected to service using behavior on online games in part of frequency in service using on online games in each weeks at the statistical significance level 0.01.

6. The consumers with different ages, classes and expenses in service using on online games per time have affected to service using behavior on online games in part of the period of time in service using on online games average per time at the statistical significance level 0.05.

7. The satisfaction in service using on online games in part of quality perception in offering services toward on online games about on online game service centers in which closed between 08.00 p.m. – 06.00 a.m. and can play for free for the new games those have low positive relationship with service using behavior on online games in part of the period of time in service using on online games average per time at the statistical significance level 0.05.

8. The satisfaction in service using on online games in part of quality perception in offering services toward on online games about on online game service centers when have any problems in which have low positive relationship with service using behavior on online games in part of frequency in service using on online games in each weeks at the statistical significance level 0.01.

9. The behavior in service using on online games in part of the frequency in service using on online games in each weeks in which have low positive relationship with the trends in service using on online games of the undergraduate students in Bangkok Metropolitan area at the statistical significance level 0.01.

10. The behavior in service using on online games in part of the frequency in service using on online games in each weeks in which have low positive relationship with the trends in service using on online games about keeping service using on online games at the statistical significance level 0.01.