

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูปภาพ	XI

บทที่

1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	12
สมมติฐานของการวิจัย	12
ขอบเขตการวิจัย.....	12
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
นิยามศัพท์เฉพาะ	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	16
แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	20
แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจของผู้บริโภค.....	31
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ	42
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	45
ข้อมูลพื้นฐาน และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกม Realm of Valor (ROV).....	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย
	ประชากรที่ศึกษา.....
	ตัวแปรที่ศึกษา
	ตัวแปรอิสระ
	ตัวแปรตาม
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
	ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
	(7P's).....
	ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ
	ตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือชื่อ RoV.....
	ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม RoV
	ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย
5	บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
	สรุปผลการวิจัย
	อภิปรายผลการวิจัย.....
	ข้อเสนอแนะ.....
	บรรณานุกรม
	ภาคผนวก
	ประวัติผู้เขียน

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	75
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	75
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	75
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน...	76
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเล่นเกม RoV	76
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อบัตรเติมเงิน ในแต่ละครั้ง	77
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาซื้อบัตรเติมเงิน ในแต่ละครั้ง	77
4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางที่เติมเงิน.....	78
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) โดยรวม	79
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	80
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านราคา (Price).....	81
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Dristribution)	81
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	82
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านบุคคล (People)	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านกระบวนการ (Process)	84
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	84
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม RoV โดยรวม.....	85
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม Realm of Valor (ROV) ด้านเหตุผล	86
4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม RoV ด้านอารมณ์.....	87
4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม RoV	88
4.21	ความถี่และร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	89
4.22	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม เพศ	90
4.23	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตามอายุ.....	90
4.24	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	91
4.25	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม รายได้ที่ได้รับต่อเดือนคู่.....	91
4.26	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม ระยะเวลาในการเล่นเกม RoV	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.27	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม ความถี่ในการซื้อบัตรเติมเงินใน 1 เดือน.....	92
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบน โทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม ความถี่ในการซื้อบัตรเติมเงินใน 1 เดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	93
4.29	การเปรียบเทียบการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV จำแนกตาม ราคาที่ซื้อบัตรเติมเงินในแต่ละครั้ง.....	94
4.30	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV	95
4.31	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างแรงจูงใจของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครกับการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์ มือถือ RoV.....	96
4.32	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจกับการตัดสินใจเติมเงินซื้อ ตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV.....	97
5.1	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	104
5.2	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	105
5.3	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	106
5.4	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	107

สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 Blade & Soul เกมแนว MMORPG	2
1.2 เกม RoV เกม MOBA.....	3
1.3 เกม Point blank เกมแนว MMOFPS	3
1.4 เกม FIFA Online4 เกมแนว SPORTS.....	4
1.5 หน้าเว็บไซต์ เกม RoV	5
1.6 หน้ารายละเอียดตัวละครของ RoV.....	5
1.7 ทีม E-Sport Buriram United	8
1.8 หมากเกม E-Sport ของธนารกร จีรุงเรืองกิจ	8
1.9 Xcrosz นายอรรถพล แก้วอาสา.....	10
1.10 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย	13
2.1 หน้าเว็บไซต์ การ์รีน่า	50
2.2 รายชื่อเกมที่ การ์รีน่า ให้บริการ	51
2.3 ภาพตัวละครสาย Tanker และผสม	53
2.4 ภาพตัวละครสาย Fighter และผสม	54
2.5 ภาพตัวละครสาย Assasin และผสม.....	55
2.6 ภาพตัวละครสาย Assasin และผสม.....	56
2.7 ภาพตัวละครสาย Carry และผสม.....	57
2.8 ภาพตัวละครสาย Support และผสม.....	58
2.9 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จับมือ GARENA และ NEOLUTION เปิดตัวหลักสูตรแรกในไทย "ธุรกิจเกมและ ESPORTS"	59
2.10 ภาพเว็บไซต์ที่เข้าไปเติมเงินเกม ROV	61

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า
2.11 ภาพหน้าเลือกเกมที่จะเติมเงินเกมในค่ายของการ์รึน่า (เลือก RoV).....	62
2.12 ภาพเลือกบัญชีเพื่อใช้เติมเงิน	62
2.13 ภาพช่องทางต่าง ๆ ที่ใช้เติมเงิน	63
2.14 ภาพเติมเงินผ่านบัตรการ์รึน่า	63
2.15 ภาพเติมเงินผ่านแอร์เพย์ (Airpay)	64
2.16 ภาพเติมเงินผ่านบัตร Truemoney	64
2.17 ภาพเติมเงินผ่าน SMS	65
2.18 ภาพเติมเงินผ่านแอปเกม RoV.....	65
2.19 ภาพเลือกจำนวนเงินที่ต้องการซื้อ	66