



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ

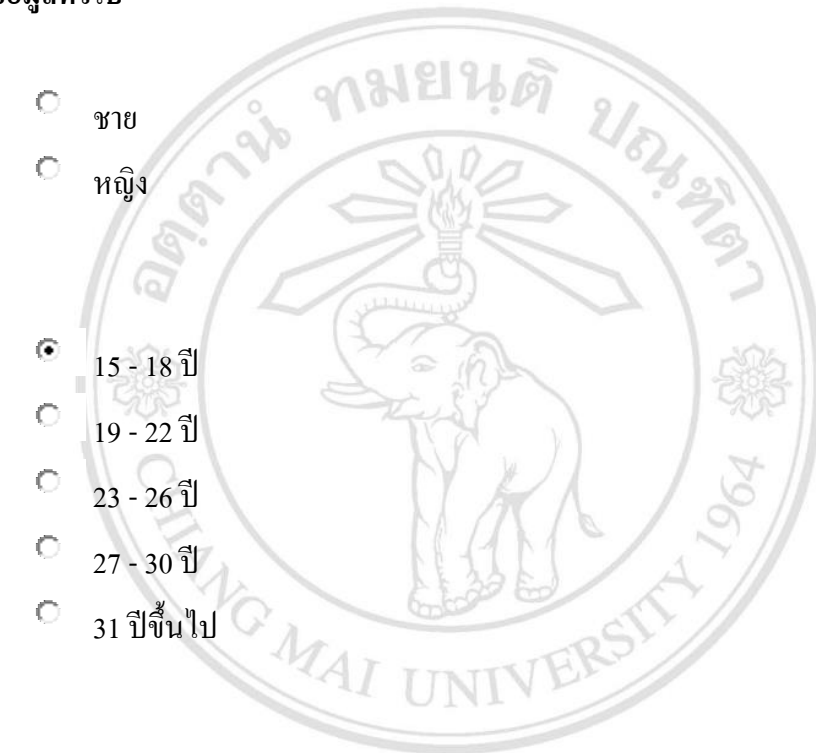
- ชาย
- หญิง

อายุ

- 15 - 18 ปี
- 19 - 22 ปี
- 23 - 26 ปี
- 27 - 30 ปี
- 31 ปีขึ้นไป

อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- รับราชการ
- รัฐวิสาหกิจ
- ว่างาน
- Other:



สงวนลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### การศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมต้น
- มัธยมต้น
- มัธยมปลาย
- อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

### ได้รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 5,001 - 10,000 บาท
- 10,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 40,000 บาท
- มากกว่า 40,000 บาท

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเล่นเกมนอนไลน์ประเภท MMORPG เล่นเกมออนไลน์มานานเท่าไร

- ต่ำกว่า 1 ปี
- 1 - 3 ปี
- 4 - 6 ปี
- 6 ปีขึ้นไป

### ความถี่ในการเล่นเกมนอนไลน์

- สองสัปดาห์ 1 ครั้งหรือน้อยกว่านี้
- สัปดาห์ละครั้ง
- 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์
- 4 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์
- เล่นทุกวัน

ในแต่ละวัน ใช้เวลาเล่นเกมออนไลน์ต่อเนื่องนานเท่าไร

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
- 1 - 3 ชั่วโมง
- 3.1 - 5 ชั่วโมง
- 5.1 - 12 ชั่วโมง
- มากกว่า 12 ชั่วโมง

ปกติเล่นเกมออนไลน์ที่ไหน

- เล่นที่บ้าน
- เล่นที่สถานศึกษา
- เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต
- เล่นที่บ้านเพื่อน
- เล่นที่ทำงาน

เกมออนไลน์ประเภท MMORPG ที่เล่นปัจจุบันคือเกมอะไร

เกมออนไลน์ประเภท MMOPRG เกมใดที่ท่านชอบมากที่สุด

ชอบเล่นตัวละครสายอาชีพใดมากที่สุด

- สายโจมตีประชิด เช่น Swordman / Knight / Warrior
- สายโจมตีระยะไกล เช่น Archer / Ranger
- สายโจมตีด้วยเวทย์มนตร์ เช่น Magician / Wizard / Elementalist
- สายสนับสนุน เช่น Acolyte / Priest / Cleric
- สายแท็งก์ (ป้องกันแนวหน้า) เช่น Knight / Champion
- สายก่อกวน เช่น Thief / Rogue / Assassin

### เกมออนไลน์ที่เล่นปัจจุบันท่านสร้างตัวละครกี่ตัว

- 1 ตัว
- 2 ตัว
- 3 ตัว
- 4 ตัวขึ้นไป

### เหตุใดจึงเปลี่ยนตัวละครที่เล่น

เลือกเล่นตัวละครตัวใหม่ / อาชีพใหม่

- เพื่อรูปลักษณ์ของตัวละครเดิม
- รู้สึกว่าตัวละครเดิมไม่เก่งพอ
- อยากทดลองตัวละครอื่นๆ
- เพื่อให้เล่นกับเพื่อน ได้เป็นทีม
- เพื่อใช้ประโยชน์จากตัวละครใหม่ เช่น เป็นที่เก็บ ไอเทม

### เล่นเกมออนไลน์เพราะอะไร

เรียง 3 อันดับที่ตรงมากที่สุด

- ชอบการพัฒนาของตัวละคร เลื่อนเลเวล
- ชอบการวิเคราะห์คำนวณเวลาเล่น
- ชอบการแข่งขัน
- ชอบเข้าสังคม แชนท หาเพื่อนใหม่ๆ
- ชอบหาความสัมพันธ์ การช่วยเหลือคนอื่น
- ชอบการเล่นเป็นทีมเวิร์ค
- ชอบการค้นหาสิ่งใหม่ๆ
- ชอบเนื้อเรื่องของเกม ความแฟนตาซี
- ชอบแฟชั่น รูปแบบ กราฟิกของเกม
- ชอบการผ่อนคลาย สนุกสนาน หนีจาก โลกแห่งความเป็นจริง

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลการซื้อขายสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

\*สินค้าเสมือน = item แลกที่จ่ายด้วยเงินจริงในเกมออนไลน์ MMORPG

ใช้เงินซื้อสินค้าเสมือนในเกมเฉลี่ยครั้งละเท่าไร

- ไม่จ่ายเลย
- ต่ำกว่า 100 บาท
- 100 - 500 บาท
- 501 - 1000 บาท
- 1001 - 2000 บาท
- มากกว่า 2000 บาท

เคยใช้เงินมากที่สุดในการซื้อครั้งหนึ่งเท่าไร

- ไม่จ่ายเลย
- ต่ำกว่า 100 บาท
- 100 - 500 บาท
- 501 - 1000 บาท
- 1001 - 2000 บาท
- มากกว่า 2000 บาท

สินค้าที่แพงที่สุดที่เคยซื้อคืออะไร - มีคุณสมบัติพิเศษใด

ได้สินค้าเสมือนมาจากที่ไหนบ้าง

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- เพื่อนให้มา
- ซื้อจากระบบในเกมเอง
- ซื้อจากระบบตลาดระหว่างผู้เล่น
- แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินจริงๆ

- แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินในเกม
- แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นนอกเกม

### ประเภทของสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อด้วยเงินจริง

เรียง 3 อันดับที่ตรงมากที่สุด

- ตัวละครพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษกว่าตัวละครทั่วไป
- เสื้อผ้า ชุดแฟชั่นเพื่อความสวยงาม
- เสื้อผ้าชุดแฟชั่นที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน
- เครื่องประดับเพื่อความสวยงาม
- เครื่องประดับที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน
- อาวุธที่ใช้ต่อสู้ / อุปกรณ์ป้องกัน
- บ้าน อุปกรณ์ตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์สำหรับตัวละคร
- ยา อาหารที่ช่วยฟื้นฟูพลังชีวิตและป้องกันอันตราย
- สัตว์เลี้ยงเพื่อความสวยงาม
- สัตว์เลี้ยงที่ช่วยเพิ่มทักษะให้ตัวละครและช่วยต่อสู้
- ยานพาหนะที่ช่วยให้เดินทางเร็วขึ้นหรือเพิ่มทักษะให้ตัวละคร
- เงินในเกม
- อุปกรณ์เสริมพลังให้อาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร
- สินค้าเพิ่มค่าประสบการณ์ให้ตัวละคร
- อุปกรณ์เพิ่มพื้นที่เก็บสินค้า
- สินค้าที่ช่วยให้ผ่านด่านสะดวกขึ้น (เคลวส)
- สินค้าพิเศษ ลิมิตตามเทศกาล
- สินค้าชิงโชค ร่วมกิจกรรม

เหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง (เรียง 3 อันดับที่ตรงมากที่สุด)

- อยากได้มาไว้ครอบครอง /สะสม
- สินค้ามีความสวยงามน่าซื้อ
- ซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก
- ซื้อเพราะอยากได้ของในชีวิตจริง
- อยากซื้อมาอวดให้คนอื่นเห็น
- อยากให้ตัวละครเก่งขึ้น
- ซื้อให้เพื่อนในเกม
- ซื้อตามโฆษณา/โปร โมชันของบริษัทเกม
- ซื้อไปขายต่อเป็นเงินจริงๆ
- ซื้อเพื่ออยากเอาชนะคนอื่น
- ซื้อเพื่อให้ได้รับการยอมรับในสังคมในเกม
- ซื้อตามเพื่อนในเกมคนอื่น

ก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าบนเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง 1 ชิ้น ตัดสินใจอยากหรือไม่

- ยากมาก ต้องคิดอย่างถี่ถ้วน
- ค่อนข้างยาก คิดนาน
- ไม่ค่อยยาก ใช้เวลาคิดเล็กน้อย
- ไม่ยากเลย กดซื้อทันที

เคยเสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์หรือไม่ - ถ้าเคย เสียสินค้าอะไรไป (ถ้าไม่เคยข้ามสองข้อถัดไป)

เสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ไปได้อย่างไร

- ระบบเกมผิดพลาด
- กดซื้อขายผิดพลาดเอง
- โดรนขโมยสินค้าด้วยการแฮค
- Other:



เมื่อเสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ไปรู้สึกอย่างไร

- เสียขายมาก
- เสียขายเล็กน้อย
- ไม่เสียขายเลย
- โกรธเกรี้ยว
- เศร้าเสียใจ
- ไม่อยากกลับมาเล่นเกมอีก
- Other:

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์กับชุมชนในเกม

มีเพื่อนในเกมออนไลน์กี่คน

- ไม่มีเลย
- 1 - 3 คน
- 4 - 6 คน
- 7 - 9 คน
- มากกว่า 10 คน

ถ้าคุณมีเพื่อนในเกมออนไลน์ คุณมีเพราะอะไร

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- แลกเปลี่ยนสินค้า
- ต้องการความช่วยเหลือ
- พุดคุยทั่วไป
- ช่วยกันเล่นเกม
- ไม่เคยมีเพื่อนในเกม

## รู้จักได้อย่างไร

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- บังเอิญเจอและช่วยกันเล่น
- เป็นศัตรูคนละฝ่ายกัน
- เพื่อนของเพื่อนแนะนำให้รู้จัก
- ติดต่อซื้อขายสินค้ากัน
- พูดคุยเรื่องแนวทางการเล่นเกมกันผ่านเว็บบอร์ด
- อยู่ในกลุ่ม (Guild) เดียวกัน
- ไม่เคยติดต่อกันนอกเกม

## ความสัมพันธ์กับเพื่อนในเกมออนไลน์ภายนอกเกม

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- ติดต่อพูดคุยปรึกษากันเรื่องภายในเกม
- ติดต่อพูดคุยปรึกษากันในเรื่องส่วนตัว
- มีการติดต่อซื้อขายกัน
- เป็นเพื่อนสนิทกัน คุยกันทุกเรื่อง
- เกือบกันเพราะไม่ถูกกันในเกม
- ไม่เคยติดต่อกันนอกเกม

## สังคมในเกมออนไลน์มีบทบาทต่อการบริโภคสินค้าเสมือนหรือไม่

\*สังคมในเกมอย่างเช่นเพื่อน สิ่งแวดล้อมความสวยงามของกราฟิก ความสนุกของเกมส่งผลให้ซื้อสินค้าในเกมมาใช้หรือไม่\*

- มากที่สุด
- มาก
- ปานกลาง
- น้อย
- ไม่มีเลย

## ภาคผนวก ข

### คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อ
- อายุ
- อาชีพ
- การศึกษา

#### 2. ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

- ค่าประสบการณ์ทั่วไปในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG
- เกมออนไลน์ประเภท MMORPG ที่ชื่นชอบมากที่สุด
- เป้าหมายของการเล่นเกมออนไลน์

#### 3. ข้อมูลการซื้อขายสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

- ค่าประสบการณ์ซื้อขายสินค้าเสมือน
- ประเภทของสินค้าเสมือนที่ซื้อและคุณสมบัติ
- เหตุผลของการซื้อขายสินค้าเสมือน
- สินค้าเสมือนที่เคยซื้อที่มีราคาแพงที่สุด

#### 4. ข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG

- ค่าเรื่องประสบการณ์ความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์
- ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในเกมระหว่างการเล่นและนอกเหนือเวลาเล่นเกม
- บทบาทของสังคมในเกมออนไลน์ต่อการบริโภคสินค้าเสมือน

## ภาคผนวก ค

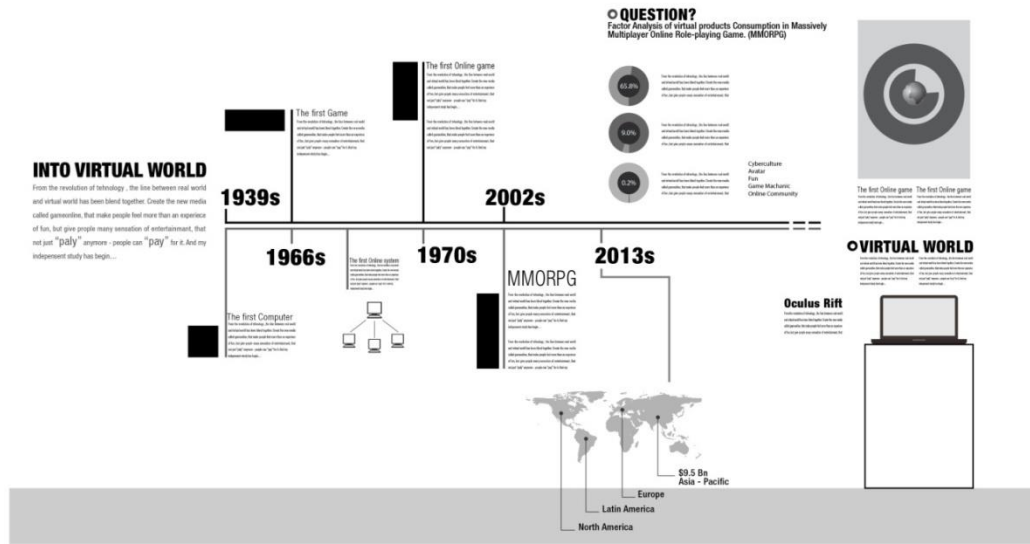
### นิทรรศการ Into Virtual World

การนำผลการวิจัยไปจัดทำเป็นสื่อเผยแพร่ให้บุคคลทั่วไปที่สนใจได้เข้าร่วมชม โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ได้แก่

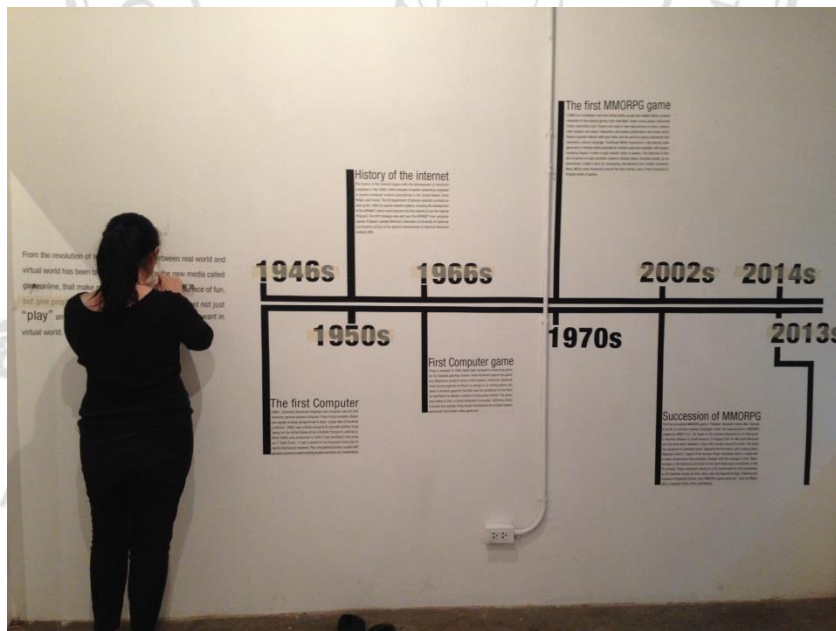
- 1) ความสำคัญของวัฒนธรรมไซเบอร์
- 2) ความสำคัญของการมีตัวตนบนโลกออนไลน์
- 3) ความสนุกของเกมออนไลน์
- 4) ระบบ การออกแบบ และการโฆษณาของเกมออนไลน์

โบดริยาร์ดได้กล่าวถึง การจำลองและภาพเสมือนที่ก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางสายตาอย่างคอมพิวเตอร์ว่า เราไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างโลกแห่งความเป็นจริง และมายาภาพออกจากกันได้อีกแล้ว จริงอยู่ที่เส้นแบ่งของความจริงกับเสมือนได้จางลง การจำลองภาพเสมือนปัจจุบันทำได้เหมือนจริง ทำให้เกิดสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ ความสนุกในรูปแบบต่างๆ เสมือนว่าอยู่ในโลกจริงๆ จึงคิดถึงเกมที่สามารถทำให้ผู้เล่นมีประสบการณ์เสมือนว่าเข้าไปอยู่ในโลกในกมอย่าง อุปกรณ์ Oculus Rift ที่เหมือนแว่นสวมเข้าไปจะเห็นภาพสามมิติโดยจะเคลื่อนที่ตามการมองของผู้ใช้ได้ รวมถึงการแสดงประวัติเริ่มแรกของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เกม ที่พัฒนามาจนทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ในปัจจุบัน

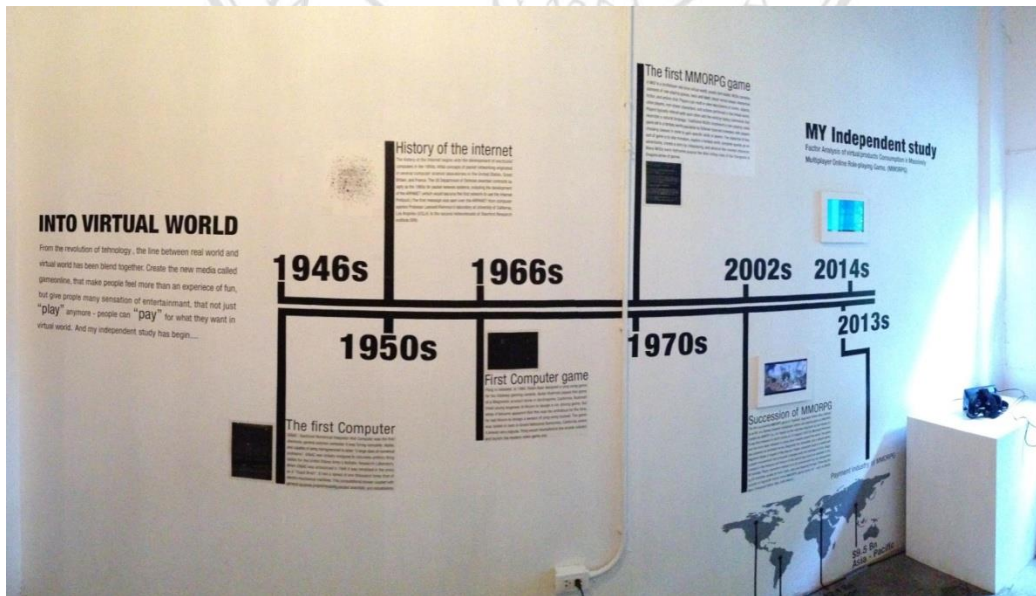
ตัวงานจะเป็นการเล่าเรื่องด้วย Infographic บนฝาผนังและยังสามารถเข้าไปสัมผัสให้เกิดการ Interactive ได้ด้วย ส่วนด้านขวาจะเป็น Oculus Rift ที่สามารถทดลองสวมใส่ได้



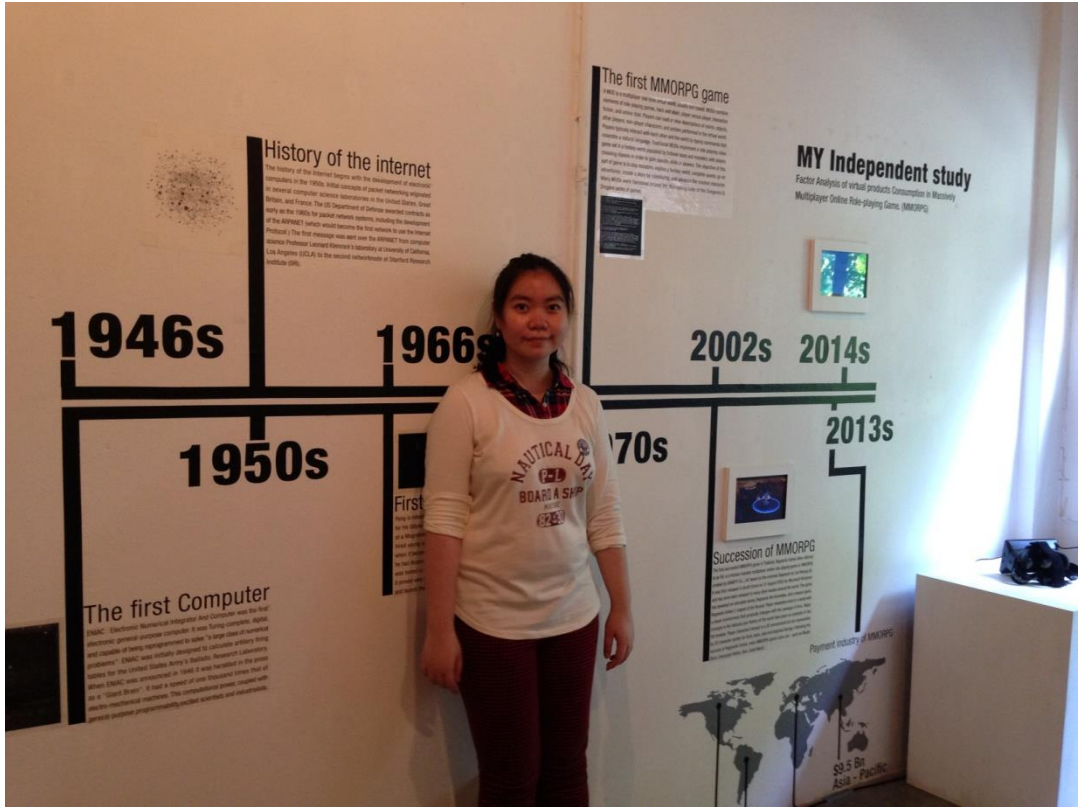
ภาพสเกตผลงานก่อนทำจริง

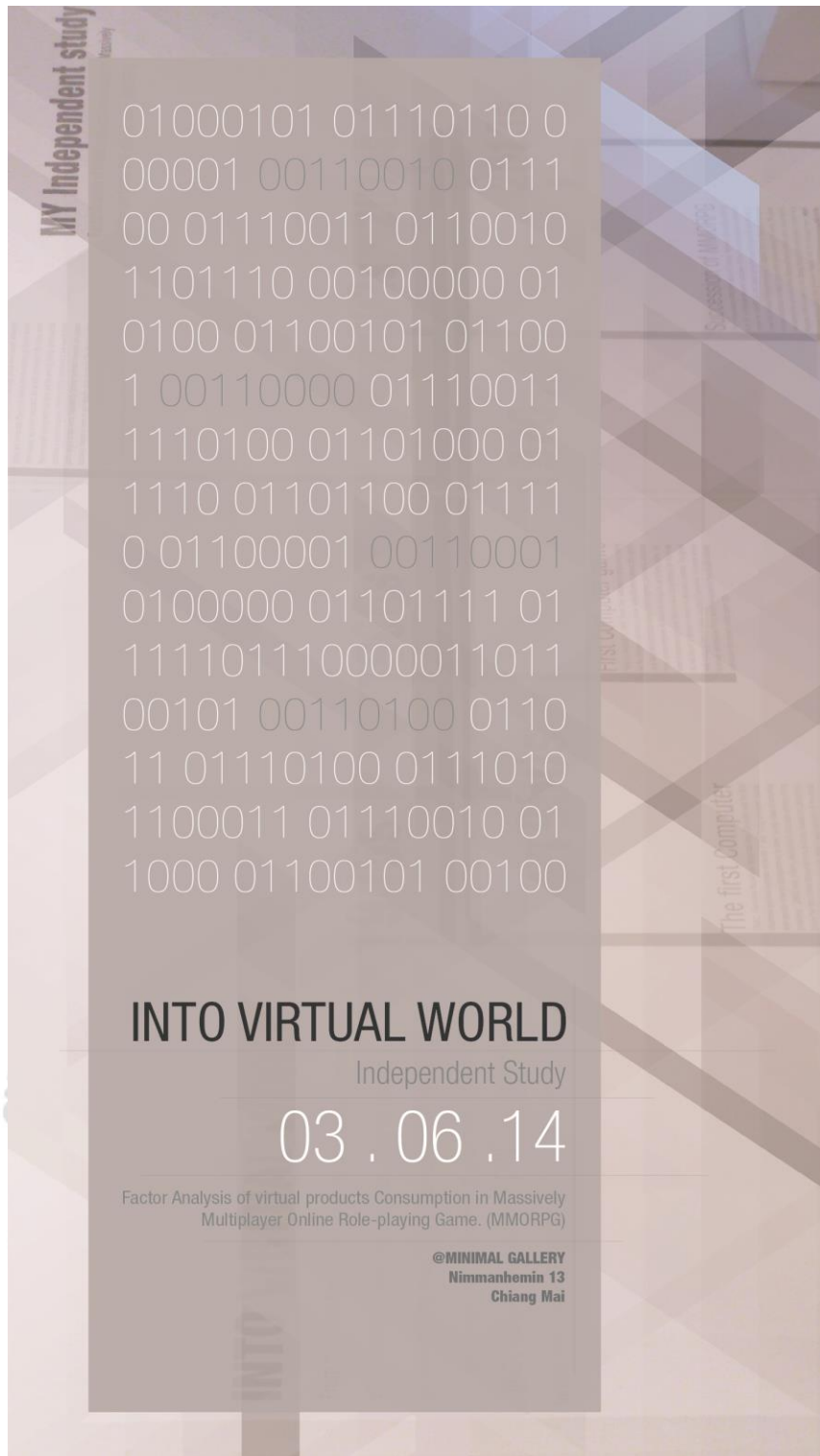


ภาพระหว่างการจัดเตรียมงาน



ภาพผลงานที่เสร็จสมบูรณ์





บัตรเชิญสำหรับเข้าร่วมชมผลงาน



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวอัคริมา นันทนาสิทธิ์
วัน เดือน ปี เกิด	20 มกราคม พ.ศ. 2532
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2554 วิทยาศาสตรบัณฑิต (แอนิเมชัน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประสบการณ์	Anumator ที่บริษัท @eLearning Asia Company Limited ปี 2011 - 2013



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved