

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีวัฒนธรรมไซเบอร์	7
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	16
2.3 แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจของความสนุก	25
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเกมออนไลน์ประเภท MMORPG.	27
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา	52
3.1 ขอบเขตประชากร	52
3.2 ขอบเขตเนื้อหา	52

3.3	ขอบเขตเวลา	52
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	53
3.6	การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล	53
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล	54
3.8	แผนผังวิธีระเบียบศึกษา	55
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	56
4.2	ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	58
4.3	ข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	66
4.4	ข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	79
บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
5.1	สรุปผลการวิจัย	83
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	92
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	98
บรรณานุกรม		100
ภาคผนวก		104
ประวัติผู้เขียน		118

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	56
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ประเภทMMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	58
ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลเกมออนไลน์ MMORPG ที่กลุ่มเป้าหมายเล่นในปัจจุบันและเกมที่ชอบที่สุด	61
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยของข้อมูลการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลของการเล่นเกม	63
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	66
ตารางที่ 4.6 แสดงปริมาณการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องประเภทของสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อด้วยเงินจริง	71
ตารางที่ 4.7 แสดงสินค้าเสมือนที่กลุ่มเป้าหมายเคยซื้อด้วยราคาแพงที่สุดและมีคุณสมบัติใด	73
ตารางที่ 4.8 แสดงปริมาณข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง	74
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย	79

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงการจัดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์	22
ภาพที่ 2 ตัวอย่างความต้องการของระบบของเกม Dragon Nest Online	29
ภาพที่ 3 ตัวอย่างแบบฟอร์มการสมัครเข้าเล่นเกมในเครื่องของบริษัท Asiasoft	30
ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอเลือกตัวละครจากเกม Dragonica Online	32
ภาพที่ 5 ตัวอย่างอาชีพต่างๆ ในเกม Draconica Online	33
ภาพที่ 6 ตัวอย่างอินเตอร์เฟซเกม Gods War Online	34
ภาพที่ 7 ตัวอย่างหน้าการซื้อขายสินค้าเสมือนในเกม Dragon Nest Online	37
ภาพที่ 8 ตัวอย่างการนำเงินจริงไปแลกเปลี่ยนหน่วยเงินในเกมเพื่อซื้อของแถม ของเกม บริษัท Aiasoft	38
ภาพที่ 9 ตัวอย่างชุดคอสตูมเทศกาลจากเกม Dragon nest ในราคา 34,900 Cash Points หรือ 349 บาท	38
ภาพที่ 10 ตัวอย่างสัตว์ขี้และปีกจากเกม Dragon nest ที่ได้จากการสุมกล่องของขวัญ จากการร่วมกิจกรรม	39
ภาพที่ 11 ตัวอย่างการเปลี่ยนทรงผมของตัวละครจากการซื้อด้วยเงินราคา 5,500 แคน หรือ 55 บาท	39
ภาพที่ 12 ตัวอย่างเกม Ragnarok	40
ภาพที่ 13 ตัวอย่างเกม Dragon nest	41
ภาพที่ 14 ตัวอย่างเกม GodsWar Online	41
ภาพที่ 15 ตัวอย่างเกม Guild Wars 2	42
ภาพที่ 16 ตัวอย่างเกม Blade & Soul Online	43
ภาพที่ 17 ตัวอย่างเกม Perfect World	43
ภาพที่ 18 ตัวอย่างเกม Tera Rising	44
ภาพที่ 19 ตัวอย่างเกม Fantasy Frontier	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 20 ตัวอย่างเกม Gulong Online	45
ภาพที่ 21 ตัวอย่างเกม Wakfu	46
ภาพที่ 22 ตัวอย่างเกม Path of Exile	47
ภาพที่ 23 ตัวอย่างเกม MapleStory	47



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved