

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.1.2 ทฤษฎีสถานประกอบการตลาด	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเกมออนไลน์	10
2.2.1 ความหมายของเกมออนไลน์	11
2.2.2 ปัจจัยสำคัญสำหรับการเล่นเกมออนไลน์	11
2.2.3 ประเภทของเกมออนไลน์	12
2.2.4 ตลาดเกมออนไลน์ในประเทศไทย	13
2.2.5 ปัจจัยที่ทำให้ตลาดเกมออนไลน์เติบโต	14
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	18
3.1 ขอบเขตการศึกษา	18
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	18
3.1.2 ขอบเขตประชากร	18
3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 วิธีการศึกษา	19
3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	19
3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
3.3 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	21
3.4 ระยะเวลาในการศึกษา	21
บทที่ 4 ผลการศึกษา	22
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	36
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อ การตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	81
ส่วนที่ 6 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อ การตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกมออนไลน์	111
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	124
5.1 สรุปผลการศึกษา	124
5.2 อภิปรายผล	145
5.3 ข้อค้นพบ	150
5.4 ข้อเสนอแนะ	157
บรรณานุกรม	169
ภาคผนวก	172
ประวัติผู้เขียน	181

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการใช้คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการของพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	23
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	23
4	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	23
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกชั้นปีที่ศึกษา	24
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	24
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน	25
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการเล่นเกมนอนไลน์	25
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	26
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีคอมพิวเตอร์ในที่พักอาศัย	26
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีอุปกรณ์ที่ทำให้สามารถเล่นเกมออนไลน์ผ่านทางระบบเครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN)	27
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เล่นเกมออนไลน์	27
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อสัปดาห์	28
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อวัน	28
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่เล่นเกม	29
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางเล่นเกมออนไลน์	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เล่นเกมออนไลน์	30
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเกมออนไลน์ที่เล่น	30
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์	31
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นตามรูปแบบการเก็บค่าบริการ	31
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเติมเงินหรือชำระค่าใช้จ่ายภายในเกม	32
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าบริการภายในเกมที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน	32
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมตัว ศึกษาข้อมูล กฎ กติกา วิธีการเล่น ก่อนที่จะเริ่มเล่นเกมออนไลน์	33
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกมออนไลน์	33
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์	34
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเล่นเกมออนไลน์	34
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้งานเว็บไซต์เกมออนไลน์	35
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่เล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อสัปดาห์ จำแนกตามเพศ	37
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนอนไลน์ต่อวัน จำแนกตามเพศ	38
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเล่นเกมนอนไลน์จำแนกตามเพศ	39
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางเล่นเกมออนไลน์จำแนกตามเพศ	40
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่เล่นเกมออนไลน์จำแนกตามเพศ	41
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเกมออนไลน์ที่เล่น จำแนกตามเพศ	42
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์ จำแนกตามเพศ	43
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นตามรูปแบบการเก็บค่าบริการ จำแนกตามเพศ	44
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการเติมเงินหรือชำระค่าใช้จ่ายภายในเกม จำแนกตามเพศ	45
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าบริการภายในเกมที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน จำแนกตามเพศ	46
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเตรียมตัว ศึกษาข้อมูล กฎ กติกา วิธีการเล่น ก่อนที่จะเริ่มเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	47
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	48
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ร่วมเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	50
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์เกมออนไลน์ จำแนกตามเพศ	51
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่เล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	52
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	53
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนออนไลน์ต่อวัน จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	54
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	55
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	57
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่เล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	58
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเกมออนไลน์ที่เล่น จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	59
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	60
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเกมออนไลน์ที่นิยมเล่นตามรูปแบบการเก็บค่าบริการ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	62
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการเติมเงินหรือชำระค่าใช้จ่ายภายในเกม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าบริการภายในเกมที่ ต้องจ่ายในแต่ละเดือน จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	64
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเตรียมตัว ศึกษา ข้อมูล กฎ กติกา วิธีการเล่น ก่อนที่จะเริ่มเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่ม สาขาวิชาที่ศึกษา	65
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	66
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลใน การตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	67
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่ร่วมเล่นเกม ออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	68
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์เกม ออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	69
60 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มี ผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์	70
61 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มี ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ของร้านเกมออนไลน์	72
62 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มี ผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านราคาของผู้ให้บริการเกมออนไลน์	73
63 ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับ ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านราคาของร้านเกมออนไลน์	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ให้บริการเกมออนไลน์	75
65 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านเกมออนไลน์	76
66 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์	77
67 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเกมออนไลน์	79
68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์	80
69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านเกมออนไลน์ผลิตภัณฑ์	80
70 แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามเพศ	82
71 แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามเพศ	84
72 แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านราคาของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามเพศ	85
73 แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านราคาของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามเพศ	86
74 แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามเพศ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
75	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามเพศ	88
76	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามเพศ	89
77	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามเพศ	91
78	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	93
79	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	94
80	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	96
81	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	98
82	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านราคาของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	101
83	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านราคาของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	102
84	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	103
85	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	104
86	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
87	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	107
88	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	109
89	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา	110
90	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	112
91	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	114
92	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านราคาของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	115
93	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านราคาของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	116
94	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	117
95	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	118
96	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจเล่นเกม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	120
97	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเกมออนไลน์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเล่นเกม	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
109	สรุปข้อมูลพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเล่นเกมนอนไลน์ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	148



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved