

ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย***THE SUCCESS OF GAME SHOP OPERARORS IN THAILAND**

พอใจ สิงหนตร*, อัจฉรา เมฆสุวรรณ, จิระประภา คำราช

Porjai Singhanate, Atchara Meksuwan, Chiraprapha Khamrach

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ประเทศไทย

Lampang Rajabhat University, Thailand

*Corresponding author E-mail: singhante@lpru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม ความพึงพอใจของผู้เล่น และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่น ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทยในปี พ.ศ.2565 จำนวนทั้งสิ้น 296 แห่ง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของทาร์โร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 171 แห่ง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ยส่วนใหญ่ คือ อายุ 25 - 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง มีระยะเวลาดำเนินงานธุรกิจ 1 - 5 ปี ประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการพบว่ามาเป็นกลุ่มช่วงเวลาที่ถูกคามาใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่คือ 15:00 - 16:00 2) คุณลักษณะพิเศษของเกม ได้แก่ ความท้าทายของเกม ความผูกพันและความเหมือนจริงของเกม ตามลำดับ 3) ความพึงพอใจของผู้เล่น ได้แก่ ปฏิภิรยาของผู้เล่นและการรับรู้ของผู้เล่น ตามลำดับ ส่วน 4) ความสำเร็จของร้านเกม ได้แก่ การบริหารด้วยความเข้าใจและศักยภาพในการทำกำไร ตามลำดับ และคุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่น ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย มีตัวแปรพยากรณ์ทั้งสิ้น 2 ตัว ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้เล่น และคุณลักษณะของเกมตามลำดับ โดยมีค่า R Square เท่ากับ .693

* Received December 10, 2022; Revised January 12, 2023; Accepted January 21, 2023



คำสำคัญ: ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย, คุณลักษณะพิเศษ, ความพึงพอใจ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the opinion level of special features of the game, player satisfaction, and the success of game shop operators in Thailand, and 2) to study the game's special characteristics and player satisfaction that affected the success of game store operators in Thailand. This is quantitative research. The population was game shop operators in Thailand in 2022, a total of 296 locations, by determining the size of the sample according to Taro Yamane's table. A sample of 171 places was selected by purposive sampling. The tools used for collection were questionnaires which has been inspected for quality by qualified experts. The statistics used to analyze the data were mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research results showed that 1) the sample group mostly was male. Most average age was 25-35 years old with a bachelor's degree. Most of them were in the central region. The business operation period was 1-5 years. The time when customers came to use the service was found that most of them are 15.00 – 16.00. 2) Special features of the game were game challenges, the engagement, and virtual reality of the game, respectively. 3) Player satisfaction were player reaction and player perception, respectively. While 4) Game shop success were management with understanding, and potential profitable, respectively. In addition, special features of the game and player satisfaction that affected the success of game store operators in Thailand had two predictive variables: player satisfaction and game characteristics, respectively, with an R Square of .693

Keywords: success of game shop operators in Thailand, special features, satisfaction

บทนำ

ธุรกิจร้านเกมหรือ Internet Café ได้รับความนิยมและรุ่งเรืองมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2553 ที่ธุรกิจร้านเกมทั่วประเทศมากกว่า 20,000 ร้าน ยุคสมัยนั้นเปรียบเสมือน “เสือนอนกินรอให้เด็ก ๆ ร่วงเข้ามาใช้บริการ” ซึ่งเสียค่าบริการในการเล่น

15 - 20 บาท ต่อชั่วโมง บางร้านมีโปรโมชั่นเมื่อเล่นครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ชั่วโมง แต่ในปัจจุบันในปี พ.ศ. 2565 การเปิดร้านเกมต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก อาทิ ความเร็วที่ให้บริการของอินเทอร์เน็ต สเปคคอมพิวเตอร์ เป็นต้น อีกทั้งเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในการรวมความสะดวกสบายและสื่อบันเทิง เข้าไว้ในโทรศัพท์มือถือที่มีประสิทธิภาพในการเล่นได้เช่นเดียวกับเล่นบนคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเกมต้องพัฒนาตนเองเพื่อความอยู่รอดในยุคของเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย (รัตนชัย ม่วงงาม, 2564)

อย่างไรก็ดีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของด้านเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจร้านเกมเข้าสู่จุดถดถอย วัยรุ่นที่เคยใช้บริการร้านเกมเติบโตตามช่วงวัยและเข้าสู่วัยทำงาน ทำให้ไม่มีเวลาใช้บริการร้านเกมเช่นเดิม อีกทั้งยังมีความล้าสมัยของโทรศัพท์มือถือที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น เช่น มีชั่วโมงอินเทอร์เน็ตไม่จำกัด หรือแม้แต่คอมพิวเตอร์สำหรับการให้บริการในร้านเกมที่เป็นคอมพิวเตอร์แบบประกอบ มีราคาถูกลง ธุรกิจร้านเกมจึงต้องหันมาสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อให้ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการเหมือนช่วงของยุคที่รุ่งเรืองเช่นเดิม โดยการวางระบบร้านเกมออนไลน์เพื่อให้มีบริการครบวงจรมากขึ้น เช่น การให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต การให้บริการปริ้นงานเอกสาร รวมถึงการให้บริการเป็น “ร้านคาเฟ่” ที่ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม หรือแม้แต่การให้บริการเป็นร้านเกมแบบออฟไลน์ที่ให้บริการแบบกลุ่มเพื่อนหรือแบบครอบครัว ที่เรียกว่า “บอร์ดเกม” เนื่องจากเป็นเกมที่สร้างความท้าทาย และความตื่นเต้นสำหรับผู้เล่นให้ได้ใช้ความคิดและแสดงตัวตนในบทบาทสมมุติของเกมนั้น ๆ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2564)

จากสถานการณ์การถดถอยของร้านเกมทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นถึงการดำเนินธุรกิจร้านเกมในรูปแบบของคาเฟ่ เพื่อเป็นแหล่งพบปะสำหรับคนรักการเล่นเกมและต้องการใช้เวลาอยู่กับเพื่อนเป็นหลัก โดยร้านเกมคาเฟ่จึงมีความแตกต่างจากร้านคาเฟ่ทั่วไป เพราะไม่เน้นการขายเครื่องดื่มหรืออาหารแต่ต้องการขายประสบการณ์และเป็นพื้นที่พบปะของผู้คน (อัมภัสสา รังสิพราหมณกุล, 2564) จึงทำให้ร้านเกมกลายเป็นสถานที่สำหรับเกมเมอร์ (Gamer) หรือบุคคลที่มีความสนใจในเกมรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่การมาร้านเกมเพื่อพบปะพูดคุยกัน ได้มีเวลาผ่อนคลายทั้งตนเองและได้ใช้เวลาร่วมกับบุคคลอื่นผ่านสถานที่ที่เป็นร้านเกมซึ่งลักษณะการให้บริการเช่นนี้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก (ขวิน โรจนกิจ, 2562) ซึ่งลักษณะเฉพาะของเกมที่ได้เล่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์นี้ทำให้มีการขยายกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ธุรกิจร้านเกมที่มีการปรับรูปแบบการให้บริการอย่างครอบคลุมถือเป็นธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนมากกว่าธุรกิจคาเฟ่ทั่ว ๆ ไป ซึ่งอาจเป็นกระแสแรงในอนาคต (รัตนชัย ม่วงงาม, 2564) และเป็นอีกหนึ่งเส้นทางธุรกิจที่น่าสนใจ



ดังนั้น คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย เพื่อนำผลวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านเกมที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม ความพึงพอใจของผู้เล่นและความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่น ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทยในปี พ.ศ.2565 จำนวนทั้งสิ้น 296 แห่ง (สมาคมผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตไทย, 2565)
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ตัวแทนผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทยจำนวน 171 แห่ง โดยใช้สูตร Yamane, T. (Yamane, T., 1967) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป คุณลักษณะพิเศษของเกม ความพึงพอใจของผู้เล่น และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย และได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขเรียบร้อยแล้วมาสร้างแบบสอบถามออนไลน์แล้วดำเนินการส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง
 - 3.2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์นำไปวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ แปลผล และสรุปผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คณะวิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 171 แห่ง และนำไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว คณะวิจัยได้นำแบบสอบถามมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกและเก็บตัวอย่างเพิ่มเติมให้ครบ

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด โดยแบ่งส่วนการวิเคราะห์ออกเป็น ส่วน ๆ

3. การประมวลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

3.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการ และช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะพิเศษของเกม ความพึงพอใจของผู้เล่น และความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนที่

3.3 ตอนที่ 3 คุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่น ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	152	88.89
หญิง	19	11.11



ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	152	88.89
หญิง	19	11.11
อายุ		
อายุต่ำกว่า 25 ปี	8	4.68
อายุ 25 - 35 ปี	75	43.86
อายุ 36 - 45 ปี	72	42.10
อายุมากกว่า 46 ปี ขึ้นไป	16	9.36
การศึกษา		
ประถมศึกษา	-	-
มัธยมศึกษา/ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	10	5.85
ปริญญาตรี	97	56.73
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	64	37.42
ภูมิภาค		
ภาคเหนือ	26	15.20
ภาคกลาง	83	48.54
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	8.19
ภาคใต้	15	8.77
ภาคตะวันออก	13	7.60
ภาคตะวันตก	20	11.70
ระยะเวลาดำเนินงานธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	8	4.68
1 - 5 ปี	75	43.86
6 - 10 ปี	72	42.10
11 ปีขึ้นไป	16	9.36
ประเภทของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ		
แบบกลุ่ม	150	87.72
แบบเดี่ยว	21	12.28
ช่วงเวลาเข้ามาใช้บริการในร้านมากที่สุด		
09:00 – 12:00น.	27	15.79
12:00 – 13:00น.	5	2.92
13:00 – 16:00น.	83	48.54
16:00 เป็นต้นไป.	56	32.75
รวม	171	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ประกอบการร้านเกม จำนวน 171 แห่ง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.89 อายุเฉลี่ยส่วนใหญ่คือ อายุ 25 - 35 ปี คิดเป็น ร้อยละ 43.82 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.73 ร้านบอร์ดเกมคาเฟ่ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.54 ระยะเวลาดำเนินงานธุรกิจ 1 - 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.86 ประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการพบว่ามาเป็นกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 87.72 ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่คือ 15:00 – 16:00 น. คิดเป็นร้อยละ 48.54

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม ความพึงพอใจของผู้เล่นและความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม

คุณลักษณะพิเศษของเกม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ความท้าทาย			
1. เกมที่ให้บริการในร้านเป็นเกมที่น่าสนใจสำหรับผู้เล่น	4.39	0.74	มากที่สุด
2. เกมที่ให้บริการในร้านเป็นเกมที่ต้องใช้ความคิดหรือทักษะอื่น ๆ ในการเล่นเกม	4.20	0.76	มาก
3. เกมที่ให้บริการในร้านเป็นเกมที่สร้างความตื่นเต้นเมื่อได้เล่นเป็นกลุ่มมากกว่าการเล่นคนเดียว	4.12	0.85	มาก
4. เมื่อผู้เล่นสามารถแก้ไขปัญหาของเกมที่ได้เล่นได้ผู้เล่นจะรู้สึกภูมิใจ	4.15	0.78	มาก
5. เกมที่ให้บริการในร้านสามารถสร้างความเพลิดเพลินให้ผู้เล่นได้	4.34	0.73	มากที่สุด
รวม	4.13	.711	มาก
2. ความเสมือนจริง			
1. ลูกค้าสามารถคิด วางแผน วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อชนะในการเล่น	4.05	0.86	มาก
2. ลูกค้าสามารถวางแผนการเล่นเอง	4.08	0.74	มาก
3. ลูกค้าจะได้รับความรู้สึเป็นตัวละครในเกม	3.64	0.86	มาก
4. บรรยากาศภายในร้านเหมาะสมกับการเล่นเกม	4.22	0.76	มากที่สุด
5. ลูกค้าได้รับรู้ถึงความคุ้มค่าในการเล่นภายในร้าน	4.27	0.78	มากที่สุด
รวม	4.05	0.55	มาก



ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม (ต่อ)

คุณลักษณะพิเศษของเกม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
3. ความผูกพัน			
1. ลูกค้าที่มาใช้บริการรับรู้ถึงความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน	4.27	0.80	มากที่สุด
2. ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ชื่นชอบการเล่นบอร์ดเกม	4.15	0.86	มาก
3. ลูกค้าที่มาใช้บริการเต็มใจที่จะบอกต่อผู้อื่นให้รับทราบถึงการมีบริการของร้าน	4.14	0.77	มาก
4. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีเป้าหมายเช่นเดียวกับเจ้าของร้านที่เปิดให้บริการร้านบอร์ดเกม	3.90	0.80	มาก
5. ลูกค้าที่มาใช้บริการได้แบ่งปันความรู้ของเกมประเภทนั้นให้เข้าใจกัน	4.02	0.86	มาก
รวม	4.09	0.56	มาก
รวมคุณลักษณะพิเศษของเกม	4.10	0.50	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณลักษณะพิเศษของเกม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความท้าทายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือด้านความผูกพันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และด้านความเสมือนจริงของเกมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้เล่น

ความพึงพอใจของผู้เล่น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ปฏิกริยาของผู้เล่น			
1. ลูกค้าที่มาใช้บริการตั้งใจมาเล่นเกมภายในร้าน	4.39	0.74	มากที่สุด
2. ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.17	0.69	มาก
3. เมื่อลูกค้ามีปัญหาในการเล่นเกมนานจะเข้าไปจัดการปัญหาทันที	4.34	0.80	มากที่สุด
4. เมื่อลูกค้าเข้าถึงบทบาทของผู้เล่นในเกมมากไปท่านจะเข้าไปควบคุมสถานการณ์อย่างไม่ลังเล	3.81	0.99	มาก

ตารางที่ 3 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้เล่น (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้เล่น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
5.เมื่อลูกค้าได้รับบริการและเกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหวังหรือความคาดหวังจากทางร้าน	4.27	0.69	มากที่สุด
รวม	4.19	0.54	มาก
2. การรับรู้ของผู้เล่น			
1. ทางร้านมีเกมให้เลือกเล่นหลากหลาย	4.37	0.82	มากที่สุด
2. ลูกค้าที่มาใช้บริการเข้าใจถึงรูปแบบการเล่นของเกม	4.02	0.84	มาก
3. แหล่งที่ตั้งของร้านเข้าถึงได้ง่าย	4.19	0.86	มาก
4. ร้านมีอุปกรณ์การเล่นที่เพียงพอ	4.15	0.88	มาก
5. ร้านมีประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า	3.73	0.98	มาก
รวม	4.09	0.62	มาก
รวมความพึงพอใจของผู้เล่น	4.10	0.50	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้เล่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านปฏิภริยาของผู้เล่นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และด้านการรับรู้ของผู้เล่น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย

ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านศักยภาพในการทำกำไร			
1. จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา	3.59	1.00	มาก
2. ท่านจัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มจำนวนผู้มาใช้บริการ	3.59	1.10	มาก
3. ท่านมีสินค้าอื่นนอกเหนือจากเกมพร้อมบริการเมื่อผู้ใช้บริการต้องการ เช่น รับโอนเงินเข้าใช้บริการเล่นเกม เป็นต้น	3.63	1.17	มาก
4. ความสำเร็จของยอดขายเมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง	3.75	0.90	มาก
5. ความสำเร็จในการรักษาผู้มาใช้บริการรายเก่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.00	0.87	มาก
รวม	3.74	0.78	มาก



ตารางที่ 4 แสดงความระดับสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย (ต่อ)

ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
2. ด้านการบริหารด้วยความเข้าใจ			
1. ท่านมีการปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอ	4.19	0.77	มาก
2. ท่านมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	4.27	0.73	มากที่สุด
3. ท่านกล้าที่จะตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	4.36	0.73	มากที่สุด
4. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเกมทุกชนิดที่ให้บริการ	4.24	0.72	มากที่สุด
5. ท่านสามารถนำเสนอสินค้าภายในร้านให้ผู้มาใช้บริการเข้าใจได้	4.29	0.87	มากที่สุด
รวม	4.26	0.63	มากที่สุด
รวมความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย	4.07	0.63	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการบริหารด้วยความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และด้านศักยภาพในการทำกำไรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยเชิงพหุคูณของคุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของ ผู้เล่นที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยเชิงพหุคูณของคุณลักษณะพิเศษของเกมและความพึงพอใจของ ผู้เล่นที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย

(N = 171)

ตัวแปร	ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกม			
	B	β	t-test	Sig.
(Constant)	0.041		3.932	.000
คุณลักษณะพิเศษของเกม (x_1)	0.297	0.291	5.227	.000
ความพึงพอใจของผู้เล่น (x_2)	0.561	0.579	3.954	.000

$R = 0.832$ $R^2 = 0.693$ $R^{2Adj} = 0.682$ $F = 63.173$ $p < 0.05^*$

จากตารางที่ 5 พบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะพิเศษของเกม และ 2) ความพึงพอใจของผู้เล่น อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เล่น มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คือ .579 รองลงมา คุณลักษณะพิเศษของเกมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คือ .291 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่นเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Badrinarayanan, V. A., et al. ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและผลกระทบระบบออนไลน์ของเกมออนไลน์ โดยปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะของเกมออนไลน์ที่ดึงดูดผู้ใช้บริการนั้นสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ความท้าทาย ความเสมือนจริง และความผูกพัน (Badrinarayanan, V. A., et al, 2014) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ KT Chen, et al. ที่ได้วิจัยเรื่อง Game traffic analysis: An MMORPG perspective พบว่าเกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นพร้อมกันหลายคนกลายเป็นเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด และจะต้องเป็นเกมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและออกแบบเกมให้มีความหลากหลายในการเล่น (KT Chen, et al, 2006) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอานนท์ คำวรรณ ที่ได้วิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณลักษณะเกมออนไลน์ ตราสินค้า การสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีต่อความตั้งใจซื้อ พบว่าคุณลักษณะเกมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาศัย การสร้างตราสินค้าและการสื่อสารแบบปากต่อปาก (อานนท์ คำวรรณ, 2563)

ส่วนความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านการบริหารด้วยความเข้าใจ และด้านศักยภาพในการทำกำไร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปรัชญา เหมสว่าง และชาญชัย จิวจินดา ที่ว่าผู้บริหารธุรกิจย่อมต้องเป็นผู้มีความสามารถในการปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้ มีความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ และเลือกประกอบธุรกิจในตลาดที่เป็นความต้องการเท่านั้น สามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นทั้งแก่ลูกค้า ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และผู้ประกอบการ มีความสามารถในการวางแผนระยะยาว มีความพร้อมในด้านแหล่งเงินทุน นำความรู้และเทคโนโลยีอันทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดี (ปรัชญา เหมสว่าง และชาญชัย จิวจินดา, 2563) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของทิปดี ทัทพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ เชิงสร้างสรรค์ พบว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ที่ทำให้ผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถนำความคิดเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการ



บริหารจัดการในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ โดยสามารถจำแนกได้ 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ (Internal entrepreneur) ได้แก่ การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ ความรู้ความเข้าใจในหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การชอบเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มีวิสัยทัศน์กว้างไกลนำประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ให้สร้างสรรค์ หาวิธีการใหม่ และวางแผนกลยุทธ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2) ปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ (External entrepreneur) ได้แก่ เทคโนโลยีนวัตกรรม กระบวนการบริหารจัดการ การดำเนินธุรกิจของคู่แข่ง ความร่วมมือ กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกและความต้องการของตลาด ทั้งนี้ยังคงอาศัยองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วย 1) ความรู้ (Knowledge) 2) การศึกษา (Education) 3) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) 4) เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology Innovation) 5) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) 6) การสั่งสมความรู้ (Social Wisdom) และ 7) วัฒนธรรม (Culture) ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถนำความคิดเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ ก็จะนำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทิบัติ ทัพพรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้สรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของเกมและความพึงพอใจของผู้เล่นเป็นหลัก และยังจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านการบริหารด้วยความเข้าใจ และด้านศักยภาพในการทำกำไร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ผลจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงธุรกิจในแต่ละประเภทให้ประสบความสำเร็จ และมีความยั่งยืนในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังจะต้องมีแนวทางในการวัดความสำเร็จของธุรกิจนอกเหนือจากตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวทางหนึ่งที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการวัดผลประกอบการของธุรกิจคือแนวคิด Balance Scorecard ซึ่งมีการวัดผลอยู่ 4 มุมมองคือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการบริหารภายในธุรกิจ และมุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายและเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนี้ 1) มุมมองด้านการเงิน จะเป็นการวัดผลประกอบทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการหรือผู้ที่ลงทุนซึ่งจะดูจากการลดต้นทุน การเพิ่มคุณภาพในการผลิต และการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น 2) มุมมองด้านลูกค้าหรือความพอใจของลูกค้า ซึ่งดูได้จากการเป็นผู้นำด้านสินค้าและบริการ การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) มุมมองด้านกระบวนการบริหารภายในธุรกิจ ซึ่งดูได้จากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบในการจัดเก็บ การบริหารวัตถุดิบ

ในคลังสินค้า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงวัตถุดิบให้เป็นสินค้า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้ารวมถึงบริการไปยังลูกค้า และการให้บริการหลังการขาย 4) มุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ ซึ่งได้จากทักษะความสามารถ ทักษะคิดของพนักงาน รวมไปถึงระบบข้อมูลสารสนเทศ และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- ชวิน โรจนกิจ. (2562). ความตั้งใจในการใช้เกมมิ่งสมาร์ตโฟน (GAMING SMARTPHONE). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิบดี ทัพพรรณ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 11(1), 396-410.
- ปรัชญา เหมสว่าง และชาญชัย จิวจินดา. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 8(3), 106-115.
- รัตนชัย ม่วงงาม. (2564). ข้อควรรู้ก่อนเปิดธุรกิจบอร์ดเกมคาเฟ่. เรียกใช้เมื่อ 25 ตุลาคม 2565 จาก www.thaismescenter.com/step-by-step-ขั้นตอนการเปิดร้าน-บอร์ดเกมคาเฟ่-รายได้ดีกว่าที่คิด/
- สมาคมผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตไทย. (2565). ผู้ประกอบการร้านเกมในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2565. เรียกใช้เมื่อ 20 ตุลาคม 2565 จาก www.thainetclub.com.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2564). Board Game Universe V2 จักรวาลกระดานเดียว. กรุงเทพมหานคร: Salt Publishing.
- อัมภัสรา รังสีพราหมณกุล. (2564). พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อานนท์ คำวรรณ. (2563). อิทธิพลของคุณลักษณะเกมออนไลน์ ตราสินค้า การสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีต่อความตั้งใจซื้อ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Badrinarayanan, V. A., et al. (2014). Determinants and outcomes of online brand tribalism: Exploring communities of massively multiplayer online role playing games (MMORPGs). *Psychology & Marketing*, 31(10), 853–870.
- KT Chen, et al. (2006). Game traffic analysis: An MMORPG perspective. *Computer Networks*, 50 (16). 3002-3023.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.