

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG)

ผู้เขียน นางสาว อัคริมา นันทนาสิทธิ

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ศิวรักษ์ ศิวารมย์

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามประการคือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกม โดยการสำรวจกลุ่มเป้าหมายผู้ที่เล่นเกมออนไลน์และเคยซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถาม 50 คนและสัมภาษณ์เชิงลึก 10 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์เกิดจากกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญของวัฒนธรรมหรือพื้นที่ไซเบอร์ทำให้การมีสิ่งบันเทิงออนไลน์เป็นเรื่องปกติและยังเป็นประสบการณ์ใหม่จากเทคโนโลยีที่ให้ความบันเทิงมากขึ้น จนบางคนแทบจะใช้ชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์ ทำให้การมีตัวตนอยู่บนนั้นก็สิ่งจำเป็น ผู้คนสนใจภาพลักษณ์ของตัวเองในนั้นด้วย จึงสามารถใช้จ่ายเพื่อตัวแทนของตัวเองบนโลกออนไลน์ให้ดูดีราวกับโลกแห่งความเป็นจริง ส่วนตัวเกมเองก็เป็นแรงกระตุ้นสำคัญทั้งการออกแบบ วิธีการเล่นและสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการแข่งขัน ต้องมีสิ่งพิเศษเพื่อให้เห็นความแตกต่าง รวมถึงความสนุกของเกมที่ยิ่งกระตุ้นให้ผู้เล่นเกิดความบันเทิงในหลายรูปแบบและแสวงหาความบันเทิงนั้นให้มากขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกมเช่นกัน การมีสังคมที่ต้องพบปะเห็นกันและกันอย่างชุมชนออนไลน์มีการพูดคุยถึงความเก่งและอุปกรณ์ที่นำมาใช้อวดกันได้ ค่อยๆทำให้ผู้คนในเกมเกิดสนิยมและซื้อสินค้า

**Independent Study Title** Factor Analysis of Virtual Products Consumption in Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG)

**Author** Miss Acarima Nanthanasit

**Degree** Master of Arts (Media Arts and Design)

**Advisor** Associate Professor Dr. Siwarak Siwarom

### **ABSTRACT**

The research of Factor Analysis of virtual products Consumption in Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) has three main objectives, which are 1) to study factor of virtual products Consumption in Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) 2) to study relationship between consumer and online community. Exploring the target group, who have been play online gaming and buy virtual goods with real money by data collected on target group 50 peoples and interview 10 peoples. Which, the result of the study showed that The consumption of virtual goods in online games ,target group emphasize on culture or cyberspace that the online entertainment is not strange at all, also the new technology experience make more entertainment. Some people nearly live in online world, that make appearance in there is important. People interested in their own image in it, so they can spend the money to represent themselves for good looking in online world. They have costumes to stand out as the real world. The game itself is important to motivating from well-designed, How to play and the environment that caused the event of compete. There must be something special to make a difference, include fun of the game that encourages players, come in many different forms of entertainment and more. The relationship between the consumers in game as well, society make people meet the other, such as, online community is talking about the ability of equipment, also used to flaunt them. Make the online people have the taste and purchase.