

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) โดยการรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม 50 คน และสัมภาษณ์เชิงลึก 10 คน โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นประชากรที่เล่นเกมออนไลน์และมีการบริโภคสินค้าเสมือนจริง ได้ผลดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------|------------------|------------|--------|
| เพศชาย | อายุ 15 - 18 ปี | 6 | 12 |
| | อายุ 19 - 22 ปี | 18 | 36 |
| | อายุ 23 - 26 ปี | 8 | 16 |
| | อายุ 27 - 30ปี | 3 | 6 |
| | อายุ 31 ปีขึ้นไป | 3 | 6 |
| | รวม | | 38 |
| เพศหญิง | อายุ 15 - 18 ปี | 0 | 0 |
| | อายุ 19 - 22 ปี | 4 | 8 |
| | อายุ 23 - 26 ปี | 6 | 12 |
| | อายุ 27 - 30ปี | 0 | 0 |
| | อายุ 31 ปีขึ้นไป | 2 | 4 |
| | รวม | | 12 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------|---------------------|------------|--------|
| อาชีพ | นักเรียน/นักศึกษา | 29 | 58 |
| | พนักงานเอกชน | 14 | 28 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 4 | 8 |
| | รับราชการ | 3 | 6 |
| | รัฐวิสาหกิจ | 0 | 0 |
| | ว่างงาน | 0 | 0 |
| การศึกษา | ต่ำกว่ามัธยมต้น | 0 | 0 |
| | มัธยมต้น | 2 | 4 |
| | มัธยมปลาย | 4 | 8 |
| | อนุปริญญา | 2 | 4 |
| | ปริญญาตรี | 25 | 50 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 17 | 34 |
| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่า 5000 บาท | 20 | 40 |
| | 5,001 - 10,000 บาท | 10 | 20 |
| | 10,001 - 20,000 บาท | 11 | 22 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | 6 | 12 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | 1 | 2 |
| | มากกว่า 40,000 บาท | 2 | 4 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 และ เพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 โดยกลุ่มเป้าหมายเพศชายในช่วงอายุ 19 - 22 ปี มีจำนวนมากที่สุด 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือช่วงอายุ 23 - 26 ปี จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 16 ช่วงอายุ 15 - 18 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และ ช่วงอายุ 27 - 30ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

กลุ่มเป้าหมายเพศหญิงอายุ 23 - 26 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาคือ อายุ 19 - 22 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อายุมากกว่า 31 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ระดับการอาชีพของกลุ่มเป้าหมายที่มากที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 พนักงานเอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และ ราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

กลุ่มเป้าหมายในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ระดับมัธยมปลายจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ระดับมัธยมต้นและอนุปริญญา จำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ปริมาณรายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดอยู่ที่ช่วง ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ช่วง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ช่วง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ช่วง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และช่วง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2

โดยพบว่าช่วงอายุและรายได้ของกลุ่มเป้าหมายมีสัมพันธ์กัน คือกลุ่มนักเรียน อายุระหว่าง 15-18 ปี มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มนักศึกษา อายุระหว่าง 19 - 22 มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท และวัยทำงาน อายุ 23 - 31ปีขึ้นไป มีช่วงรายได้กว้างที่สุด ตั้งแต่ 5,001 - มากกว่า 40,000 บาท

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|-----------------------------------|------------|--------|
| เล่นเกมออนไลน์มานานเท่าไร | ต่ำกว่า 1 ปี | 0 | 0 |
| | 1 - 3 ปี | 9 | 18 |
| | 4 - 6 ปี | 7 | 14 |
| | 6 ปีขึ้นไป | 34 | 68 |
| ความถี่ในการเล่นเกมนออนไลน์ | สองสัปดาห์ 1 ครั้งหรือน้อยกว่านี้ | 4 | 8 |
| | สัปดาห์ละครั้ง | 3 | 6 |
| | 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ | 4 | 8 |
| | 4 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์ | 12 | 24 |
| | เล่นทุกวัน | 24 | 54 |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์
ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------------------------------|------------|--------|
| ในแต่ละวัน ใช้เวลา เล่นเกมออนไลน์ ต่อเนื่องนานเท่าไร | น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | 2 | 4 |
| | 1 - 3 ชั่วโมง | 15 | 30 |
| | 3.1 - 5 ชั่วโมง | 18 | 36 |
| | 5.1 - 12 ชั่วโมง | 9 | 18 |
| | มากกว่า 12 ชั่วโมง | 6 | 12 |
| ปกติเล่นเกมออนไลน์ ที่ไหน | เล่นที่บ้าน | 49 | 98 |
| | เล่นที่สถานศึกษา | 0 | 0 |
| | เล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต | 0 | 0 |
| | เล่นที่บ้านเพื่อน | 0 | 0 |
| | เล่นที่ทำงาน | 1 | 2 |
| ชอบเล่นตัวละครสาย อาชีพใดมากที่สุด | สายโจมตีประชิด | 12 | 24 |
| | สายโจมตีระยะไกล | 8 | 16 |
| | สายโจมตีด้วยเวทย์มนตร์ | 12 | 24 |
| | สายสนับสนุน | 10 | 20 |
| | สายแท็งก์ | 4 | 8 |
| | สายก่อกวน | 4 | 8 |
| เกมออนไลน์ที่เล่น ปัจจุบันท่านสร้างตัว ละครกี่ตัว | 1 ตัว | 7 | 14 |
| | 2 ตัว | 18 | 36 |
| | 3 ตัว | 8 | 16 |
| | 4 ตัวขึ้นไป | 17 | 34 |
| เหตุใดจึงเปลี่ยนตัว ละครที่เล่น | เบื่อรูปลักษณ์ของตัวละครเดิม | 2 | 4 |
| | รู้ดีกว่าตัวละครเดิมไม่เก่งพอ | 3 | 6 |
| | อยากทดลองตัวละครอื่นๆ | 32 | 64 |
| | เพื่อให้เล่นกับเพื่อนได้เป็นทีม | 7 | 14 |
| | เพื่อใช้ประโยชน์จากตัวละคร ใหม่ | 6 | 12 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์มานาน 6 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือ 1 - 3 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และ 4 - 6 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

ส่วนความถี่ในการเล่นเกมออนไลน์ มากที่สุดคือ เล่นทุกวัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ 4 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ช่วง สองสัปดาห์ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า กับ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์มีจำนวนเท่ากันคืออย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และ สัปดาห์ละครั้งจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

โดยในแต่ละวันใช้เวลาเล่นเกมออนไลน์ต่อเนื่องนานเท่าไร กลุ่มเป้าหมายส่วนมากใช้เวลา 3.1 - 5 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ช่วง 1 - 3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ช่วง 5.1 - 12 ชั่วโมงต่อวันจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 มากกว่า 12 ชั่วโมง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

เมื่อวิเคราะห์ความถี่ในการเล่นออนไลน์กับเพศ พบว่ากลุ่มเป้าหมายเพศหญิงทั้ง 12 คน เล่นเกมออนไลน์ทุกวัน ส่วนเพศชายเล่นทุกวันจำนวน 15 คน จาก 38 คน

คนที่เล่นเกมมากกว่า 12 ชั่วโมงต่อวัน ทำงานธุรกิจส่วนตัว เอกชน และรับราชการ ส่วนนักเรียนส่วนมากจะเล่น 3.1 - 5 ชั่วโมงต่อวัน 12 คน และ 1 - 3 ชั่วโมงต่อวัน 10 คน

สถานที่ในการเล่นเกมนออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเล่นที่บ้าน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 98 โดยมีเพียง 1 คน ที่เล่นที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2

ตัวละครสายอาชีพที่กลุ่มเป้าหมายเลือกมากที่สุดคือ สายโจมตีประชิดและสายโจมตีด้วยเวทย์มนตร์เท่ากัน จำนวนอย่างละ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ สายสนับสนุน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 สายโจมตีระยะไกล จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 สายแท็งก์และสายก่อกวนมีจำนวนเท่ากัน อย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

จำนวนตัวละครที่สร้างในเกมออนไลน์ปัจจุบัน สร้าง 2 ตัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 สร้าง 4 ตัวขึ้นไป 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 สร้าง 3 ตัว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 สร้าง 1 ตัว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

เหตุผลที่เปลี่ยนตัวละครที่เล่นมากที่สุดคือ อยากทดลองตัวละครอื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64 เพื่อให้เล่นกับเพื่อนได้เป็นทีม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 เพื่อใช้ประโยชน์จากตัวละคร

ใหม่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รู้สึกว่าตัวละครเดิมไม่เก่งพอ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6
 เป็นรูปลักษณ์ของตัวละครเดิม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลเกมออนไลน์ MMORPG ที่กลุ่มเป้าหมายเล่นในปัจจุบัน
 และเกมที่ชอบที่สุด¹

| เกมออนไลน์ประเภท MORPG ที่เล่นปัจจุบัน | | เกมออนไลน์ประเภท MORPG ที่ชอบมากที่สุด | |
|--|------------|--|-----------|
| ชื่อเกม | จำนวน (คน) | ชื่อเกม | จำนวน(คน) |
| Ragnarok | 15 | Ragnarok | 18 |
| Dragon nest | 10 | Dragon nest | 7 |
| Godwars | 7 | Godwars | 7 |
| Gulid war2 | 4 | Gulid war2 | 6 |
| Blade and soul | 4 | Maple Story | 3 |
| perfect world | 2 | Fantasy | 2 |
| Tera Rising | 2 | Tera Rising | 1 |
| Fantasy | 2 | perfect world | 1 |
| Gulong | 2 | Path of Exile | 1 |
| Wakfu | 1 | Blade and Soul | 1 |
| Path of Exile | 1 | Yulgang | 1 |
| | | Black Desert | 1 |
| | | Vindictus | 1 |

จากตารางที่ 4.3 เกมออนไลน์ MMORPG ที่กลุ่มเป้าหมายเล่นมากที่สุดในปัจจุบันคือ Ragnarok จำนวน 15 คน รองลงมาคือ Dragon nest จำนวน 10 คน Godwars จำนวน 7 คน Gulid war 2 และ Blade and soul จำนวนอย่างละ 4 คน perfect world, Tera Rising, Fantasy, Gulong จำนวนอย่างละ 2 คน Wakfu, Path of Exile จำนวนอย่างละ 1 คน

ส่วนเกมออนไลน์ประเภท MORPG ที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุด คือ Ragnarok จำนวน 18 คน Dragon nest จำนวน 7 คน Godwars จำนวน 7 คน Gulid war 2 จำนวน 6 คน Maple Story จำนวน 3

¹บทที่ 2 หน้า 34-41

คน Fantasy จำนวน 2 คน Tera Rising, perfect world, Path of Exile, Blade and soul, Yulgang, Black Desert, Vindictus จำนวนอย่างละ 1 คน

ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการค้นคว้าข้อมูล เกี่ยวกับเกมที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบมากที่สุด และยังเล่นมากที่สุดในปัจจุบันคือเกม Ragnarok ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG เกมแรกๆ ที่เข้ามาในไทย ที่ถูกจัดว่าเป็นเกมออนไลน์อันดับ 1 ของประเทศไทย มีผู้เล่นมากที่สุด พัฒนาโดยบริษัท กราฟิเคอร์ปอเรชั่น ในประเทศเกาหลีใต้ และนำเข้ามาในไทยโดยบริษัท เอเชียซอฟท์คอร์ปอเรชั่น ในปี พ.ศ. 2545 เป็นระบบกึ่งสามมิติ มีฉากเป็นสามมิติแต่ตัวละครเป็นสองมิติ ใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์น้อย เนื่องจากสมัยนั้นที่คอมพิวเตอร์ยังไม่มีความสามารถประมวลผลกราฟิกจำนวนมากๆ ได้ เกม Ragnarok จึงเล่นได้สะดวกที่สุด รวมถึงการเล่นแบบออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำได้ ด้วยความโดดเด่นด้านกราฟิกที่สวยงาม เล่นได้ง่าย ผู้เล่นสามารถพบปะ พูดคุย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นได้อย่างอิสระ และการอัปเดตเกมที่ทำให้ตัวเกมน่าสนใจขึ้น ทั้งยังมีการออกเกม Ragnarok 2 ที่รูปแบบการเล่นคงเดิม แต่เปลี่ยนกราฟิกให้สวยงามทันสมัยเป็นระบบสามมิติ สวยงามสมจริงกว่าเดิม และเพิ่มเติมความสามารถพิเศษให้มากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ยังออกเกมในเวอร์ชันสมาร์ตโฟน ที่สามารถพกติดตัวไปเล่นได้ทุกที่ จากความคลาสสิกและพัฒนาอย่างไม่หยุดของเกมนำให้กลายเป็นเกมออนไลน์อันดับ 1 เสมอมาซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า

"Ragnarok เป็นเกมที่เล่นมาตั้งแต่เด็ก เข้าใจได้ง่ายที่สุดตั้งแต่เล่นเกมออนไลน์มา ถึงตัวละครจะไม่สวยมากนัก แต่ก็ใช้คอมพิวเตอร์ธรรมดาเล่นได้ เทียบกับเกมสมัยใหม่ที่สวยมากๆ แต่ก็ต้องใช้คอมพิวเตอร์ที่แรงมากเช่นกัน บางครั้งเล่นก็เบื่อบ้างนะ แต่เกมก็อัปเดตเรื่อยๆ ชวนเพื่อนเล่นได้ง่าย เพราะเล่นเป็นกันทุกคน ส่วนมากเกมออนไลน์เดี๋ยวนี้ก็คล้ายๆ กัน เลือกเกมที่เพื่อนเล่นได้เยอะๆ ถึงจะสนุกที่สุด เพื่อนเก่าๆ ที่มีอยู่ส่วนมากก็เล่นเกมนี้กัน ทำให้ไม่อยากเปลี่ยน"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"เมื่อก่อนเล่น Ragnarok ลำบากเพราะต้องคอยเติมเงินซื้อชั่วโมงเล่นเกม แต่ก็ยังติดถึงจะเล่นได้ไม่มาก แต่ตอนนี้เกมลงในโทรศัพท์มือถือแล้ว เล่นฟรีด้วย ทำให้เล่นได้บ่อยๆ จะเล่นกับ เพื่อน ก็ง่ายยิ่งกดซื้อของยิ่งง่าย เพราะ โทรศัพท์มือถือเชื่อมต่อกับบัญชีที่มี แค่นำเงินไปกดซื้อของได้เลย ยิ่งทำงานก็ไม่ค่อยมีเวลาเปิดคอมเล่นเกมจริงจัง เกมนี้จึงเป็นทางเลือกที่ดี"

ผู้เล่น ทศ, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"เมื่อก่อนเคยติดเกม Ragnarok นะ แต่พอมีเกมใหม่มาก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ รู้สึกว่าเกมมันสนุกขึ้นสวยขึ้นตลอด ยิ่งถ้ามีเกมใหม่มาคนก็จะแห่กันไปลอง ทำให้เกมเก่าคนน้อยลง ไม่สนุกย้ายไปเล่นเกมใหม่ดีกว่า อย่างตอนนี้ก็ติด Dragon nest เป็นเกมที่ค่อนข้างจะมีวิธีการเล่นแตกต่างจากเกมออนไลน์ทั่วไปเลย ไม่ใช่แบบเดินไปเรื่อยๆ เก็บเลเวลไปเรื่อยๆ อีกแล้ว แต่เป็นการเล่นเป็นด่านๆ กับเพื่อนสนุกไปอีกแบบ เกมก็สวยด้วย คนเล่นเยอะ ก็เลยยังเล่นอยู่"

ผู้เล่น พล, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ตอนนี้เล่นแต่เกม Godwars เพราะมันสะดวกดี ไม่ต้องติดตั้ง เล่นในเฟสบุ๊คได้เลย ทำให้เล่นที่ไหนก็ได้ คนเล่นก็เยอะตัวเกมมันเป็นแบบแบ่งผู้เล่นเป็นสองฝั่งสามารถต่อสู้กันได้ สนุกมากๆ เวลาเก็บเลเวลก็ง่ายเพราะมีระบบการฆ่าศัตรูแบบออโต้ ทำให้เราทำอย่างอื่นไปด้วยได้ มีกิจกรรมแจกของรางวัลเยอะ เกมนี้สามารถเล่นคนเดียวได้ไม่ต้องมีเพื่อนช่วยทำให้ง่ายขึ้นมาก ไม่ต้องรอใคร ถ้าเพื่อนมากก็คอยตามมาช่วยกันเล่นได้"

ผู้เล่น ปลา, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

โดยบางกลุ่มก็หันไปชื่นชอบเกมอื่นมากกว่า ด้วยความรู้สึกของการอยากเปลี่ยน อยากลองของใหม่ เกมใหม่ก็ยิ่งมีการพัฒนาให้สวยงามขึ้น สนุกขึ้น บางเกมก็เป็นกระแสมือการโฆษณาที่ทำให้ผู้เล่นอยากลอง แต่ก็ไม่มีเกมไหนที่ทำให้คนติดยาวนานอย่าง Ragnarok อย่างเกมที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบรองลงมาคือ Dragon nest เกม MMORPG มีวิธีการเล่นที่แปลกใหม่ทำให้ผู้เล่นได้รับประสบการณ์เล่นเกมที่สนุกไปอีกแบบ พร้อมด้วยกราฟิกท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละครที่สวยงามน่าตื่นตา แม้จะต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นไป แต่ก็คุ้มที่จะได้เล่นเกมที่มีภาพสวยและเอฟเฟกต์ดี

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยของข้อมูลการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลของการเล่นเกม

| เล่นเกมออนไลน์เพราะอะไร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|--------|
| ชอบการพัฒนาของตัวละคร เลื่อนเลเวล | 29 | 58 |
| ชอบการวิเคราะห์คำนวณเวลาเล่น | 18 | 36 |
| ชอบการแข่งขัน | 15 | 30 |
| ชอบเข้าสังคม แสท หาเพื่อนใหม่ๆ | 15 | 30 |
| ชอบหาความสัมพันธ์ การช่วยเหลือคนอื่น | 15 | 30 |

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของข้อมูลการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG
ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลของการเล่นเกม

| เล่นเกมออนไลน์เพราะอะไร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ชอบการเล่นเป็นทีมเวิร์ค | 17 | 34 |
| ชอบการค้นหาลิ่งใหม่ๆ | 40 | 80 |
| ชอบเนื้อเรื่องของเกม ความแฟนตาซี | 27 | 54 |
| ชอบแพชั่น รูปแบบกราฟิกของเกม | 23 | 46 |
| ชอบการผ่อนคลาย สนุกสนาน หนีจากโลกแห่งความเป็นจริง | 26 | 52 |

จากตารางที่ 4.4 สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 50 คน พบว่ากลุ่มเป้าหมายเล่นเกมออนไลน์เพราะเหตุผลชอบการค้นหาลิ่งใหม่ๆ มีจำนวนสูงที่สุด คือ 40 คนรองลงมาคือ ชอบการพัฒนาของตัวเองละครเลือนเลเวลด จำนวน 29 คน ชอบเนื้อเรื่องของเกม ความแฟนตาซี จำนวน 27 คน ชอบการผ่อนคลาย สนุกสนาน หนีจากโลกแห่งความเป็นจริง จำนวน 26 คน ชอบแพชั่น รูปแบบกราฟิกของเกม จำนวน 23 คน ชอบการวิเคราะห์คำนวณเวลาเล่น จำนวน 18 คน ชอบการเล่นเป็นทีมเวิร์ค จำนวน 17 คนและ เหตุผลชอบการแข่งขัน ชอบเข้าสังคม แชนท หาเพื่อนใหม่ๆ และชอบหาความสัมพันธ์ การช่วยเหลือคนอื่น มีจำนวนต่ำที่สุด คืออย่างละ 15 คน

โดยกลุ่มเป้าหมายเล่นเกมออนไลน์เพราะต้องการความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งเป็นทั้งความบันเทิงในอารมณ์และสายตา อย่างการมองหาความสนุกสนานที่แตกต่างกันออกไป บางคนเลือกที่จะเล่นเกมกับเพื่อน เกิดความสนุกที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับคนหลายๆ คน ได้มีเพื่อนใหม่ๆ จนไปถึงการเข้าไปเล่นเกมเพื่อหาเพื่อน หรือบางคนสนุกสนานกับการมุ่งมั่นเล่นเกมไปสู่จุดที่ตัวเองหวัง การพัฒนาทำให้ตัวเองเก่งกว่าคนอื่น มีอุปกรณ์ที่ทำให้ตัวเองดูดีและเก่ง ตัวเกมเองก็มีส่วนในการดึงดูดผู้เล่น ทั้งภาพกราฟิกที่สวยงาม น่ารัก ความตื่นเต้นน่าสนใจของเกมที่เป็นจุดแตกต่างกับเกมอื่นๆ และทำให้ผู้เล่นเลือกที่จะมาเล่นซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า

"ตอนแรกๆ ที่เล่นก็เพราะความสนุก ไม่ได้สนใจหน้าตาหรือระบบของเกมเลย เพื่อนชวนเล่น เกมไหนก็เล่น ถ้าได้เล่นกับเพื่อนเฮฮาๆ สนุกดี เกมมันแปลกใหม่คุยกับเพื่อนไปด้วยเล่นไปด้วยก็ได้ช่วยกันทำควอสต์ ดีบอส บางทีก็เจอเพื่อนคนอื่นๆ ที่ไม่เคยรู้จักแต่ก็เจอในเกม ช่วยกันเล่น ตัวเกมมัน

ก็สนุกด้วยแหละ ทำภารกิจไปเรื่อยๆ ได้เลื่อนเลเวล³ เก่งขึ้น ดีแรงขึ้น ได้ไปแมปใหม่ๆ หลังๆ ก็เลือกเกมบ้าง โดยเฉพาะเกมที่มีตัวละครมีอาชีพเจ๋งๆ มีท่าปล่อยสกิลเท่ๆ ดูรุนแรงสมจริง แล้วก็มีคั่นเจี้ยนที่น่าสนุก บางเกมก็ให้ผู้เล่นฆ่ากันเองได้ก็สนุกดี รวมกลุ่มกันไปรบกับฝ่ายตรงข้ามได้"

ผู้เล่น เอ็ม, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ความอยากเล่นก็มาเป็นช่วงๆ ถ้าติดเกมหนึ่งมากก็จะเล่นจนเลเวลสูงที่สุดไปได้ทุกด้านมีชุดกับอุปกรณ์ที่ดีที่สุดในตลาด รวมถึงสัตว์เลี้ยงหรือของอื่นที่เก็บสะสมไว้ อาชีพที่เล่นก็จะเป็นอาชีพแปลกๆ ที่ไม่ค่อยมีคนอื่นเล่น เพราะไม่อย่างคนอื่นมากเกินไป บางทีชุดก็สวยมากกว่าของก็ถูกกว่า เมื่อก่อนก็ชอบเกมเพราะความสวย ถ้ามีเกมไหนออกมาเหมือนจริงมากๆ ก็จะเลือกเล่นก่อนเดี๋ยวนี้ก็เลือกเพราะสังคมมากกว่า ถ้าเกมไหนมีระบบคุยกันในกลุ่มก็จะเลือกเล่นเพราะสามารถคุยกับเพื่อนได้รวดเร็วไปช่วยกันเล่นได้ เล่นคนเดียวเลเวลขึ้นช้า ถ้าเพื่อนในกลุ่มก็ชอบ ช่วยเหลือก็จะยิ่งเล่นเยอะ"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"เวลาเลือกเกมเลือกที่ความสวยมาก่อนเลย เป็นคนชอบวาดรูปกราฟิกอะไรพวกนี้ เวลาเล่นเกมเลยเหมือนกับดูหนัง พอมีชุดเท่ๆ ทำท่าเท่ๆ มันสนุกดี มันเป็นความบันเทิงของเราอย่างหนึ่ง เหมือนพอเข้าไปในโลกของเกมก็ชอบ มันแฟนตาซีดี ยิ่งถ้าเลือกปรับคาแรกเตอร์ได้เยอะๆ จะชอบมาก อยากให้ตัวละครเจ๋งไม่เหมือนใคร แต่กราฟิกสวยอย่างเดียวแต่เกมไม่สนุกก็ไม่เล่น นะเกมมีสังคมใหม่ๆ ได้ไปสถานที่ใหม่ๆ ค่อยๆ เล่นให้ตัวละครเก่งขึ้น เก็บเลเวลได้ตีมอนสเตอร์ ชื่อของให้เก๋บ้าง แต่ส่วนมากก็เล่นเองไม่ค่อยเล่นกับคนอื่นนอกจากเพื่อนที่รู้จักอยู่แล้ว"

ผู้เล่น โอ้, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"เกมออนไลน์เวลาเล่นจะตั้งเป้าหมายเลขนะ วันหนึ่งต้องได้กี่เลเวลคำนวณเลขว่าใช้เวลาเท่าไร ต้องไปที่ไหนบ้างถึงจะเก็บเลเวลเร็ว ตอนนี้เป็นหัวหน้ากลุ่มในเกมด้วย ในกลุ่มก็จะเป็นเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ในโรงเรียนเดียวกัน ช่วยกันเก็บเลเวล พอเลเวลได้ตามที่หวังก็มีความสุข ยิ่งถ้าเก่งด้วยตัวเองมากๆ อาจจะมีอาวุธที่ไม่แรงเท่าคนอื่น แต่ถ้าเอาชนะได้ก็จะรู้สึกดีมากๆ แต่บางทีก็เบื่อเก็บเลเวล ก็ขายของเป็นพ่อค้าในเกมอย่างเดียว ก็สนุกดี ขายเป็นเดือนๆ เลขนะ เข้าเกมไปนั่งขายของอย่างเดียว เก็บเงินไว้เล่นต่อเกมอื่นได้"

ผู้เล่น บอย, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

³บทที่ 2 หน้า 22

"เมื่อก่อนก็ไม่เคยเล่นเกมออนไลน์เลยนะ เพราะก็แก่แล้วไม่ค่อยเข้าใจวิธีเล่นเกมวิธีเล่น แต่พอเกม MMORPG มาอยู่ในเฟสบุ๊ก เลยลองเล่นดู เพราะมันสะดวกดี ไม่ต้องดาวโหลดติดตั้งใช้เฟสบุ๊ก เป็นอยู่แล้วด้วย พอเล่นก็ติดเลย สนุกดีตัวละครน่ารัก แรกๆ ก็มีว่า บ้างอาศัยยามเพื่อนๆ ที่เจอในเกมได้ไปอยู่ในกลุ่มคุยกับคนหลายๆ คน หลังๆ ก็ติดเพื่อนในเกมด้วย บางทีก็เข้าไปคุยกันเล่นๆ เฉยๆ เกมที่เล่นมันก็สามารถเก็บเลเวลได้โดยไม่ต้องเล่นด้วย แค่เปิดทิ้งไว้เรื่อยๆ ทำงานไปด้วยก็ได้ จะมาเล่นจริงๆ ก็ตอนลาบอส หรือร่วมกิจกรรม"

ผู้เล่น แนต, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

จะเห็นได้ว่าผู้เล่นแต่ละคนมีวิธีการเล่นเกมที่แตกต่างกันออกไป แต่จะเน้นเพื่อความพึงพอใจและความบันเทิงส่วนบุคคล ทั้งแบบจริงจังและไม่จริงจังนัก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการบริโภคสินค้าด้วย

4.3 ข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการใช้จ่ายจากช่องทางต่างๆ ที่ต้องใช้เงินจริงๆ เช่นบัตรเครดิต เงินเกม บัตรเครดิต

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------------|------------|--------|
| ใช้เงินซื้อสินค้าเสมือนในเกมเฉลี่ยครั้งละเท่าไร | ไม่จ่ายเลย | 6 | 12 |
| | ต่ำกว่า 100 บาท | 5 | 10 |
| | 100 - 500 บาท | 20 | 40 |
| | 501 - 1000 บาท | 12 | 24 |
| | 1001 - 2000 บาท | 3 | 6 |
| | มากกว่า 2000 บาท | 4 | 8 |
| เคยใช้เงินมากที่สุดในการซื้อครั้งหนึ่งเท่าไร | ไม่จ่ายเลย | 6 | 12 |
| | ต่ำกว่า 100 บาท | 6 | 12 |
| | 100 - 500 บาท | 12 | 24 |
| | 501 - 1000 บาท | 9 | 18 |
| | 1001 - 2000 บาท | 5 | 10 |
| | มากกว่า 2000 บาท | 12 | 24 |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|---|----------------------------|--------|
| ได้สินค้าเสมือนมาจากที่ไหนบ้าง | เพื่อนให้มา | 18 | 14.3 |
| | ซื้อจากระบบในเกมเอง | 39 | 31 |
| | ซื้อจากระบบตลาดระหว่างผู้เล่น | 30 | 23.8 |
| | แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินจริงๆ | 10 | 7.9 |
| | แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินในเกม | 25 | 19.8 |
| | แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นนอกเกม | 4 | 3.2 |
| | ก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าบนเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง 1 ชิ้นตัดสินใจยากหรือไม่ | ยากมาก ต้องคิดอย่างถี่ถ้วน | 21 |
| ค่อนข้างยาก คิดนาน | | 15 | 30 |
| ไม่ค่อยยาก ใช้เวลาคิดเล็กน้อย | | 10 | 20 |
| ไม่ยากเลย กดซื้อทันที | | 4 | 8 |
| เสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ไปได้อย่างไร | ระบบเกมผิดพลาด | 7 | 24.1 |
| | กดซื้อขายผิดพลาดเอง | 10 | 34.5 |
| | โดนขโมยสินค้าด้วยการแฮค | 6 | 20.7 |
| | อื่นๆ | 6 | 20.7 |
| เมื่อเสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ไปรู้สึกอย่างไร | เสียขายมาก | 12 | 40 |
| | เสียขายเล็กน้อย | 9 | 30 |
| | ไม่เสียขายเลย | 1 | 3.3 |
| | โกรธเกรี้ยว | 2 | 6.7 |
| | เศร้าเสียใจ | 4 | 13.3 |
| | ไม่อยากกลับมาเล่นเกมอีก | 2 | 6.7 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมเฉลี่ยครั้งละ 100 - 500 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือครั้งละ 501 - 1,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ไม่เคยจ่ายเลย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ครั้งละ ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ครั้งละ มากกว่า 2,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ครั้งละ 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

โดยกลุ่มเป้าหมายเคยใช้เงินมากที่สุดในการซื้อครั้งหนึ่งเป็นจำนวนเท่าไร โดยจ่าย 100 - 500 บาท และ มากกว่า 2,000 บาท เป็นจำนวนเท่ากันคือ อย่างละ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 จ่าย 501 - 1,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 จ่าย ต่ำกว่า 100 บาท และ ไม่จ่ายเลย จำนวนเท่ากัน อย่างละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 จ่าย 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10

เมื่อวิเคราะห์จากรายได้ของกลุ่มเป้าหมายต่อการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ไม่จ่ายเลย จำนวน 9 คน จ่ายต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 4 คน จ่าย 100 - 500 บาท จำนวน 7 คน กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท ไม่จ่ายเลย จำนวน 2 คน จ่ายต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 1 คน จ่าย 100 - 500 บาท จำนวน 5 คน จ่าย 501 - 1,000 บาท จำนวน 1 คน จ่าย 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 1 คน กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จ่าย 100 - 500 บาท จำนวน 3 คน จ่าย 501 - 1,000 บาท จำนวน 4 คน จ่าย 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 2 คน กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จ่าย 100 - 500 บาท จำนวน 3 คน จ่าย 501 - 1,000 บาท จำนวน 2 คน จ่าย 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 1 คน กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จ่าย มากกว่า 2,000 บาท จำนวน 1 คน และกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท จ่าย มากกว่า 2,000 บาท จำนวน 2 คน

จากแบบสอบถามให้เลือกตอบได้หลายข้อ กลุ่มเป้าหมายได้สินค้าเสมือนมาจากที่ไหนบ้าง โดยส่วนใหญ่ ซื้อจากระบบในเกมเอง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือ ซื้อจากระบบตลาดระหว่างผู้เล่น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินในเกม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เพื่อนให้มา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นในเกมด้วยเงินจริงๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 และ แลกเปลี่ยนซื้อขายกันเองกับผู้เล่นคนอื่นนอกเกม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

โดยก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าบนเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง 1 ชิ้น กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจยากหรือไม่ยากมาก ต้องคิดอย่างถี่ถ้วน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ค่อนข้างยาก คิดนาน จำนวน 15 คน

คิดเป็นร้อยละ 30 ไม่ค่อยยาก ใช้เวลาคิดเล็กน้อย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ไม่ยากเลย กคซื้อทันที จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ถ้ากลุ่มเป้าหมายเคยเสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ เสียไปได้อย่างไร กคซื้อขายผิดพลาดเอง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระบบเกมผิดพลาด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 โคนขโมยสินค้าด้วยการแฮค และอื่นๆ จำนวนเท่ากันคืออย่างละ 6 คิดเป็นร้อยละ 20.7

และเมื่อกลุ่มเป้าหมายเสียสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ไปรู้สึกอย่างไร รู้สึกเสียคายนมาก จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 40 รู้สึกเสียคายนเล็กน้อย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รู้สึกเศร้าเสียใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 รู้สึกไม่อยากกลับมาเล่นเกมอีก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 รู้สึกโกรธเกรี้ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรู้สึกไม่เสียคายนเลย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมองถึงความจำเป็นต่อการเล่นเป็นหลัก เพราะสินค้าต้องใช้เงินจริงในการซื้อ เพราะฉะนั้นสินค้าที่คุ้มค่าและมีประโยชน์ต่อการเล่นเกมก็จะเป็นที่นิยมที่สุด อย่างอุปกรณ์เสริมพลังอาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร ที่ช่วยให้ตัวละครมีพลังโจมตีและป้องกันมากขึ้น แต่ก็มีสินค้าที่ไม่ได้ช่วยเรื่องการเล่นแต่ได้รับความนิยมมากอย่างชุดคอสตูมที่เพิ่มความสวยงามให้ตัวละครที่เล่นทำให้ผู้เล่นจำนวนมากยอมจ่ายเงินซื้อเพียงเพราะต้องการความสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า

"เงินที่ใช้ซื้อสินค้าเสมือนเมื่อก่อนก็มาจากพ่อแม่นะ พร้อมๆ กับค่าขนมก็จะกันส่วนหนึ่งไว้สำหรับซื้อแทนที่จะเอาไปเที่ยวเล่น ก็พอดีๆ ไม่ได้ลำบากอะไรจากการซื้อ แต่ซื้อครั้งหนึ่งก็เยอะนะเพราะมันชอบมีโปรโมชันอย่าง ซื้อชุดเซต 1,000 บาท จะมีของแถม ก็อยากได้ มันล่อให้ซื้อกลับมาคิดทีหลังบางทีก็รู้สึกพลาดเหมือนกันที่ซื้อของไร้สาระแพงๆ"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ส่วนใหญ่เงินที่ใช้ซื้อของในเกมจะเก็บสะสมเอานะ ไม่ก็ทำงานพิเศษ ไม่อยากให้มัน กระทบกับชีวิตจริงๆ เวลาซื้อครั้งหนึ่งก็ไม่มาก บางที 300 - 500 บาท ก็เพียงพอจะอัพเกรดชุดแล้วแต่ก็ต้องดูโปรโมชันด้วย บางทีเรายังลังเลกับของบางชิ้น แต่พอมันลดราคาก็ตัดสินใจซื้อง่ายเลย"

ผู้เล่น ออม, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"บางทีก็ซื้อทีละเยอะมากๆ นะ เพราะก็ทำงานแล้วไม่ได้เดี๋ยวดร้อนใคร บางครั้งก็ใช้ครั้งละ 5,000 - 10,000 บาทเลย ของบางชิ้นแพงและอยากได้จริงๆ ก็ยอมซื้อ"

ผู้เล่น พลอย, สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2557

จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายยังคงคิดไตร่ตรองก่อนซื้อ ไม่ได้เพียงแค่เกิดความรู้สึกอยากแล้วซื้อทุกอย่าง เงินที่ใช้ซื้อก็เป็นปริมาณที่พอดี ไม่ได้ทำให้เดือดร้อนในชีวิตจริง ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องการได้มาของสินค้าในกลุ่มเป้าหมายกล่าวว่า

"ปกติซื้อขายกับคนอื่นนอกเกมตลอดเลยนะ เพราะมีแต่ของดีๆ บางคนอัฟเกรดเยอะๆ แล้วเอามาขายไม่ก็ขายทิ้งไอดีเกมเลยก็มีเลเวลสูง ของครบ บางที่เราไม่มีเวลาเล่นไง แต่อยากเก่งเร็วๆ จะได้ไปตีบอสกับเพื่อนได้ ก็ใช้วิธีนี้เอา โคน โกงก็มีบ้างแหละ เพราะเราต้องจ่ายเงินให้คนขายก่อน ถ้าถึงให้ของมา บางคนเค้าก็ดูน่าเชื่อถือ ให้ข้อมูลตัวเกม เฟสบุคอะไรี่มา แต่พอจ่ายไปก็หายไปเลยเราก็ทำอะไรไม่ได้นอกจากประกาศเตือนให้คนในเกมรู้ แต่ก็ยังซื้อแบบนี้ต่อไปนะ เสียขายแป๊บเดียว พออยากได้ใหม่ก็ต้องหาซื้อมาให้ได้"

ผู้เล่น แนต, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"ส่วนมากก็ซื้อขายนอกเกม⁴ แต่จะขายให้คนรู้จักซะส่วนใหญ่อย่างเพื่อนๆ ในห้องทำให้หมดกังวลเรื่องโกงไปส่วนหนึ่ง บางทีของมันดีจริงๆเราก็ออยากได้ แถมเราเอาไปขายต่อได้ด้วย ถ้าเราตั้งใจเล่นดีๆ เก็บของเยอะๆ พอเก่งแล้วเอาของไปขาย ได้มาเป็นเงินจริงๆเอาไปเล่นเกมอื่นได้อีกไม่มีปัญหาเลยวิธีนี้ ส่วนของในระบบเกมเองก็มีบ้างที่ซื้อ เพราะสินค้าบางอย่างก็ซื้อนอกเกมไม่ได้ อย่างเช่นใบเพิ่มค่าประสบการณ์"

ผู้เล่น บอย, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"แทบไม่เคยซื้อนอกเกมเลยนะ กลัวคน โกงนั่นแหละ อีกอย่างคือของที่ขายให้ในเกมก็ พอแล้วชอบอัฟเกรดอาวุธ เก็บเลเวลเองมากกว่าจะใช้ของที่เก่งแล้ว มันก็ไม่สนุก"

ผู้เล่น ปลา, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"ไม่เคยซื้อของนอกเกมเลยเพราะซื้อไม่ใช่ว่าเป็นส่วนมากก็เพื่อนให้มา เพราะอยากให้เก่งเท่าๆ กัน จะได้ไปเล่นด้วยกันได้ ไม่ก็เก็บเงินในเกมซื้อจากคนที่ขายในเกมเอา บางคนเค้าก็ซื้อของด้วยเงินจริงแล้วเอามาแลกกับเงินในเกมนะ ของบางอย่างเงินจริงก็ซื้อไม่ได้ไง เลยต้องใช้วิธีนี้ถึงจะได้เงินในเกมเยอะๆ เราก็แค่ตั้งใจเล่นแป๊บเดียว ก็เอาเงินในเกมไปแลกของแคชได้แล้ว"

ผู้เล่น แอม, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

ซึ่งจะเห็นได้ว่าความน่าสนใจนอกจากการที่ซื้อจากระบบเกมเองหรือการได้มาจากเพื่อนนั้น บางครั้งก็เกิดจากการแลกเปลี่ยนกันในตลาดเกม ที่ใช้เงินในเกมเป็นตัวแลก ด้วยราคาแล้วแต่จะตก

⁴บทที่ 2 หน้า 29

ลงกัน ยังมีการซื้อขายนอกเกมที่ใช้เงินจริงๆเป็นตัวแลกเปลี่ยนอีกด้วย ซึ่งกรณีนี้เกมส่วนมากจะไม่ยินดีให้ทำเพราะตัวเกมขาดรายได้และไม่สามารถรับประกันความปลอดภัย ผู้ซื้อ-ขายบางคนก็โกงด้วยวิธีนี้ แต่ก็ยังมีผู้เล่นจำนวนมากที่นิยม เพราะถูกกว่า สินค้าน่าสนใจกว่า

ตารางที่ 4.6 แสดงปริมาณการซื้อขายสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องประเภทของสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อด้วยเงินจริง

| ประเภทของสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อด้วยเงินจริง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| 1. ตัวละครพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษกว่าตัวละครทั่วไป | 24 | 48 |
| 2. เสื้อผ้า ชุดแฟชั่นเพื่อความสวยงาม | 33 | 66 |
| 3. เสื้อผ้าชุดแฟชั่นที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน | 34 | 68 |
| 4. เครื่องประดับเพื่อความสวยงาม | 25 | 50 |
| 5. เครื่องประดับที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน | 31 | 62 |
| 6. อาวุธที่ใช้ต่อสู้/อุปกรณ์ป้องกัน | 31 | 62 |
| 7. บ้าน อุปกรณ์ตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์สำหรับตัวละคร | 18 | 36 |
| 8. ยา อาหารที่ช่วยฟื้นฟูพลังชีวิตและป้องกันอันตราย | 21 | 42 |
| 9. สัตว์เลี้ยงเพื่อความสวยงาม | 24 | 48 |
| 10. สัตว์เลี้ยงที่ช่วยเพิ่มทักษะให้ตัวละครและช่วยต่อสู้ | 24 | 48 |
| 11. ยานพาหนะที่ช่วยให้เดินทางเร็วขึ้นหรือเพิ่มทักษะให้ตัวละคร | 29 | 58 |
| 12. เงินในเกม | 18 | 36 |
| 13. อุปกรณ์เสริมพลังให้อาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร | 36 | 72 |
| 14. สินค้าเพิ่มค่าประสบการณ์ให้ตัวละคร | 25 | 50 |
| 15. อุปกรณ์เพิ่มพื้นที่เก็บสินค้า | 33 | 66 |
| 16. สินค้าที่ช่วยให้ผ่านด่านสะดวกขึ้น | 18 | 36 |
| 17. สินค้าพิเศษ limited ตามเทศกาล | 31 | 62 |
| 18. สินค้าชิงโชค ร่วมกิจกรรม | 31 | 62 |

จากตารางที่ 4.6 จากกลุ่มเป้าหมายพบว่าประเภทของสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ที่ซื้อด้วยเงินจริงที่มีปริมาณมากที่สุดคือ อุปกรณ์เสริมพลังให้อาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร จำนวน 36 คน รองลงมาคือ เสื้อผ้าชุดแฟชั่นที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกัน จำนวน 34 คน เสื้อผ้าชุดแฟชั่นเพื่อความสวยงาม จำนวน 33 คน เครื่องประดับที่ช่วยเพิ่มทักษะในการต่อสู้และป้องกันและ

อาวุธที่ใช้ต่อสู้/อุปกรณ์ป้องกัน จำนวนอย่างละ 31 คน ยานพาหนะที่ช่วยให้เดินทางเร็วขึ้นหรือเพิ่มทักษะให้ตัวละคร จำนวน 29 คน เครื่องประดับเพื่อความสวยงาม จำนวน 25 คน ตัวละครพิเศษ มีคุณสมบัติพิเศษกว่าตัวละครทั่วไป สัตว์เลี้ยงเพื่อความสวยงาม และ สัตว์เลี้ยงที่ช่วยเพิ่มทักษะให้ตัวละครและช่วยต่อสู้ จำนวนอย่างละ 24 คน ยา อาหารที่ช่วยฟื้นฟูพลังชีวิตและป้องกันอันตราย จำนวน 21 คน บ้าน อุปกรณ์ตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์สำหรับตัวละครและเงินในเกม จำนวน 18 คน

กลุ่มเป้าหมายมองถึงความจำเป็นต่อการเล่นเป็นหลัก เพราะสินค้าต้องใช้เงินจริงในการซื้อ เพราะฉะนั้นสินค้าที่คุ้มค่าและมีประโยชน์ต่อการเล่นเกมก็จะเป็นที่นิยมที่สุด อย่างอุปกรณ์เสริมพลังอาวุธ เสื้อผ้าของตัวละคร ที่ช่วยให้ตัวละครมีพลังโจมตีและป้องกันมากขึ้น แต่ก็มีสินค้าที่ไม่ได้ช่วยเรื่องการเล่นแต่ได้รับความนิยมมากอย่างชุดคอสตูมที่เพิ่มความสวยงามให้ตัวละครที่เล่น ทำให้ผู้เล่นจำนวนมากยอมจ่ายเงินซื้อเพียงเพราะต้องการความสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า

"สินค้าเสมือนส่วนมากที่ต้องซื้อด้วยเงินจริง ผู้เล่นก็จะเลือกซื้อตามความจำเป็นเป็นส่วนใหญ่ซึ่งเมื่อซื้อไปแล้วก็ใช้ได้นาน อย่างเช่นดาบ ที่เมื่อซื้อไปก็ใช้ได้สัปดาห์จนกว่าจะต้อง เปลี่ยนใหม่หรือสัตว์เลี้ยงที่ยังไงก็ใช้ได้แค่ครั้งละตัว ปริมาณการซื้อจึงไม่มากนัก ยิ่งสินค้ามีหลายประเภทให้เลือกเยอะ บางชิ้นที่ไม่น่าสนใจเลยคนก็จะไม่นิยม ส่วนชิ้นไหนที่คนชอบมากๆ เมื่อซื้อแล้วก็จะใช้นานๆ มีแค่บางคนที่ซื้อสินค้าหลากหลาย เพราะมีเงินมากพอ แต่ถ้ามีโปรโมชันขึ้นมา ก็จะซื้อได้ง่ายขึ้น ถ้าสนใจของชิ้นนั้นๆ อยู่แล้ว ถ้าเป็นสินค้าลดราคาแต่ไม่ชอบก็จะไม่ซื้อ หรือซื้อมาขายต่อเท่านั้นน่ะๆ ที"

ผู้เล่น โอ้, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"จริงๆ สินค้าเสมือนแต่ละประเภทก็ขึ้นอยู่กับการเล่นของแต่ละคนด้วย อย่างถ้าอยากให้ตัวละครเก่งๆ ก็จะซื้อแต่สินค้าที่ทำให้อุปกรณ์ดีขึ้น พวกชุดคอสตูมสวยๆ อาจจะไม่ได้รับความสนใจเท่าตรงกันข้ามกับบางคนที่ชอบชุดสวยๆ ก็จะเลือกซื้อแต่ชุด โดยไม่สนว่าจะเก่งขึ้นหรือไม่"

ผู้เล่น ปลา, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

จะเห็นได้ว่าผู้เล่นเกมส่วนมากมีความสุขกับการเลื่อนลำดับขั้นของตัวละคร ทำให้ตัวละครเก่ง จึงใช้เงินกับสินค้าที่เกี่ยวข้องของมากกว่า สินค้าที่มีแค่ความสวยงามแต่ไม่มีผลกับการเล่นเกม

ตารางที่ 4.7 แสดงสินค้าเสมือนที่กลุ่มเป้าหมายเคยซื้อด้วยราคาแพงที่สุดและมีคุณสมบัติใด

| สินค้าเสมือน | คุณสมบัติ | จำนวน (คน) |
|--------------------|------------------------------------|------------|
| ชุดคอสดูม | เพื่อความสวยงาม | 12 |
| กาชาปอง | สู่มไอเทมพิเศษ | 10 |
| ชุดคอสดูมตามเทศกาล | หายาก มีเฉพาะบางช่วง | 5 |
| ดาบ | ทำให้เก่งขึ้น | 4 |
| คทา | ทำให้เก่งขึ้น | 3 |
| ใบเพิ่มประสบการณ์ | เพิ่มประสบการณ์คู่สอง | 3 |
| อุปกรณ์เสริมพลัง | อัปเกรดอุปกรณ์ | 3 |
| สัตว์เลี้ยง | สัตว์เลี้ยงเก่งทันที โดยไม่ต้อง | 2 |
| อาวุธพิเศษ | รอ | 1 |
| ปีก | มีความสวยงาม | 1 |
| ขยายหน้าสเกล | เพื่อความสวยงาม | 1 |
| ช่องเก็บของ | เสมือนมีตัวละครอีกตัว | 1 |
| ชุดเกราะ | เก็บไอเทมได้มากขึ้น | 1 |
| ตัวละครพิเศษ | พลังป้องกันสูง | 1 |
| ชุดคอสดูม | มีความสวยงาม เลือกความสามารถได้ | 1 |

จากตารางที่ 4.7 สินค้าเสมือนที่กลุ่มเป้าหมายเคยซื้อที่มีราคาแพงที่สุดพร้อมทั้งความสามารถ โคนส่วนใหญ่ซื้อ ชุดคอสดูมที่มีคุณสมบัติเพื่อความสวยงาม จำนวน 12 คน กาชาปอง ที่มีคุณสมบัติสู่มไอเทมพิเศษ จำนวน 10 คน ชุดคอสดูม ที่มีคุณสมบัติหายาก มีเฉพาะบางช่วง จำนวน 5 คน ดาบที่มีคุณสมบัติ ทำให้เก่งขึ้น จำนวน 4 คน คทาที่มีคุณสมบัติทำให้เก่งขึ้น ใบเพิ่มประสบการณ์ ที่มีคุณสมบัติเพิ่มประสบการณ์คู่สอง อุปกรณ์เสริมพลัง ที่มีคุณสมบัติอัปเกรดอุปกรณ์ จำนวนอย่างละ 3 คน สัตว์เลี้ยงที่มีคุณสมบัติ ทำให้สัตว์เลี้ยงเก่งทันที โดยไม่ต้องรอ จำนวน 2 คน อาวุธพิเศษที่มีคุณสมบัติมีความสวยงาม ปีกที่มีคุณสมบัติเพื่อความสวยงามขยายหน้าสเกลที่มีคุณสมบัติเสมือนมีตัวละครอีกตัว ช่องเก็บของที่มีคุณสมบัติเก็บไอเทมได้มากขึ้น ชุดเกราะที่มีคุณสมบัติพลังป้องกันสูง ตัวละครพิเศษที่มีคุณสมบัติมีความสวยงาม ชุดคอสดูมที่มีคุณสมบัติเลือกความสามารถได้ จำนวนอย่างละ 1 คน

ซึ่งจากที่เห็นชัดเจนจากการใช้แบบสอบถามว่า ชุดคอสตูมเพื่อความสวยงาม และกาชาปอง สำหรับ
 สุ่มไอเทมพิเศษเป็นสินค้าที่ซื้อในราคาแพงที่สุด กลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นว่าสินค้าชุดคอสตูม
 มักจะเป็นสินค้าที่แพงที่สุดในเกมอยู่แล้ว ถึงจะไม่ได้เพิ่มความสามารถอะไรให้ตัวละคร แต่จะ
 สวยงามกว่าชุดปกติมาก ทำให้อยากได้แทบทุกคน ถ้าใครมีใส่ก็จะรู้สึกดี หรือเพื่อนชื่นชม ส่วนกา
 ชาปองอาจจะไม่ได้มีราคาแพงนัก แต่ผู้เล่นหลายคนชอบความเสียว กาชาปองจะสุ่มไอเทมให้ซึ่งไอ
 เทมบางชิ้นก็ธรรมดา บางชิ้นหายาก บางชิ้นหายากมากๆ หรือมีแค่ชิ้นเดียวในเกม ไม่สามารถหาซื้อ
 ได้ปกติ ทำให้ผู้เล่นยอมจ่ายเงินซื้อกาชาปองมาจำนวนมาก เพื่อให้สุ่มให้ได้ของที่ต้องการ
 สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า

"ชุดคอสตูมนี้ไร้สาระที่สุดเลย แต่ก็ยอมซื้อแพงๆ ไม่รู้ซื้ ถ้าได้ใส่ในเกมก็รู้สึกดีมีความสุขที่ได้
 แต่งตัวเท่ ยิ่งถ้าเล่นเก่งด้วย ก็จะรู้สึกเหมือนอยู่อันดับต้นๆ ในเกม สังคมในเกมก็ให้ความสนใจ
 มากกว่าด้วย ส่วนกาชาปองมันเป็นความสุขที่ได้เสียนะ คล้ายๆ หวย ถึงจะรู้ว่าไอเทมดีๆ ออกมา
 ยากก็เถอะ แต่ก็อดที่จะซื้อซื้อมาและลุ้นไปกับการสุ่มได้ของ บางทีหมดไปเป็นหมื่น กว่า ได้ จะ
 สินค้าที่ต้องการ แต่ก็ยอมเพราะสนุกดี สินค้าหายากก็เท่ด้วย ถ้าเรามีคนเดียวในเกม ใครๆ ก็ จะ
 สนใจ"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

ความสุขของผู้เล่นในเรื่องของความสวยงามและการเสียวแม้จะมีผู้เล่นไม่มากที่มุ่งเน้นส่วนนี้ แต่ก็
 สามารถทำรายได้ให้ผู้ทำเกมได้มากพอสมควร จากราคาของสินค้ากลุ่มนี้ที่ค่อนข้างสูงและเป็นที่
 ต้องการอยู่เรื่อยๆ

ตารางที่ 4.8 แสดงปริมาณข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG
 ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง

| เหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยเงินจริง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| อยากได้มาไว้ครอบครอง /สะสม | 29 | 58 |
| สินค้านี้มีความสวยงามน่าซื้อ | 33 | 66 |
| ซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก | 30 | 60 |
| ซื้อเพราะอยากได้ของในชีวิตจริง | 19 | 38 |
| อยากซื้อมาอวดให้คนอื่นเห็น | 21 | 42 |
| อยากให้ตัวละครเก่งขึ้น | 37 | 74 |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) แสดงปริมาณข้อมูลการซื้อสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย เรื่องเหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริง

| เหตุผลที่ซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ ด้วยเงินจริง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ซื้อให้เพื่อนในเกม | 20 | 40 |
| ซื้อตามโฆษณา/โปรโมชันของบริษัทเกม | 28 | 56 |
| ซื้อไปขายต่อเป็นเงินจริงๆ | 9 | 18 |
| ซื้อเพื่ออยากเอาชนะคนอื่น | 16 | 32 |
| ซื้อเพื่อให้ได้รับการยอมรับในสังคมในเกม | 15 | 30 |
| ซื้อตามเพื่อนในเกมคนอื่น | 15 | 30 |
| เกิดความสุขเวลาได้ใช้จ่ายซื้อสินค้า | 24 | 48 |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงมากที่สุด คือ อยากให้ตัวละครเก่งขึ้น จำนวน 37 คน รองลงมาคือ สินค้ามีความสวยงามน่าซื้อ จำนวน 33 คน ซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก จำนวน 30 คน อยากได้มาไว้ครอบครอง /สะสม จำนวน 29 คน ซื้อตามโฆษณา/โปรโมชันของบริษัทเกม จำนวน 28 คน เกิดความสุขเวลาได้ใช้จ่ายซื้อสินค้า จำนวน 24 คน อยากซื้อมาอวดให้คนอื่นเห็น จำนวน 21 คน ซื้อให้เพื่อนในเกม จำนวน 20 คน ซื้อเพราะอยากได้ของในชีวิตจริง จำนวน 19 คน ซื้อเพื่ออยากเอาชนะคนอื่น จำนวน 16 คน ซื้อเพื่อให้ได้รับการยอมรับในสังคมในเกม และซื้อตามเพื่อนในเกมคนอื่น จำนวนอย่างละ 15 คน ซื้อไปขายต่อเป็นเงินจริงๆ จำนวน 9 คน

จากการพิจารณาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเหตุผลของการซื้อสินค้าเสมือนเพราะอยากให้ตัวละครเก่งขึ้นที่มากที่สุดว่า เป็นปกติของคนเล่นเกมที่ทุกคนอย่างเก่ง แทบทุกคนที่มาเล่นเกมก็เพราะความสนุก ซึ่งความสนุกในเกมก็เกิดขึ้นได้หลากหลายปัจจัย แต่แน่นอนว่าปัจจัยที่มาอันดับหนึ่งคือ อยากให้ตัวละครเราเก่ง มันเหมือนเป็นเป้าหมายหลักของเกมด้วย เมื่อเกมมีการแพ้ชนะ มีเลื่อนเลเวล การซื้อสินค้าเสมือนเพื่อที่จะทำให้เราเก่งขึ้นก็เป็นทางเลือกหนึ่ง ที่ทำให้เราเก่งกว่าคนอื่นได้เร็ว พิเศษกว่าคนอื่น ถึงเริ่มต้นมาเท่าๆ กัน หรือเราอาจจะเริ่มเล่นทีหลังคนอื่น แต่ก็มีตัวช่วยให้เราเก่งเทียบเท่าหรือเก่งกว่าได้ ดังคำกล่าวที่ว่า

"ทุกคนอย่างให้ตัวละครเก่งอยู่แล้ว ถึงจะมีชุดเจ๋งๆ หรือว่าสัตว์เลี้ยวแปลกๆ แต่ยังไงก็ ต้อง ทำ ำ ให้ตัวเองเก่งไว้ก่อน เพราะนั่นก็เลยซื้อของที่ทำให้ตัวละครเก่งมากกว่าความสวยงามนะแต่ถ้ามีทั้งสองอย่างเลยก็ดี อย่างพวกชุดคอสดูมที่เพิ่มสเตทเยอะๆ ก็จะซื้อบ่อย ถ้าตัวละครเก่งแล้วเกมมันก็สนุกเลยละ ได้ไปแมปใหม่ๆ ตีบอสเก่งๆ ได้ ฆ่าศัตรูได้ หรือไปเล่นกับเพื่อน เพื่อนก็ไม่บ่นว่าเราแย่ สนุกกว่าตอนเริ่มแรกที่ไม่เก่งมากๆ ถึงตอนเริ่มต้นทุกคนจะมีพลังเท่ากันหมด แต่ถ้าตั้งใจเล่น แดมซื้อของให้เก่งอีกหน่อย ก็พิเศษกว่าคนอื่นแล้ว ไม่งั้นคงไม่สนุกถ้าเกิดทุกคนพลังเท่ากัน"

ผู้เล่น พลอย, สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2557

และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากเหตุผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของการซื้อสินค้าเสมือนจริงลงมาคือ สินค้ามีความสวยงามน่าซื้อ, ซื้อเพราะเป็นสินค้าหายาก, อยากได้มาไว้ครอบครอง /สะสม ดังคำกล่าวที่ว่า

"เป็นคนชอบสะสมชุดคอสดูมนะ ยิ่งเกมที่มีชุดลิมิเต็ดที่ดิฉันออกมาขายแะไม่กี่วัน หรือเป็นช่วงเทศกาล ก็ซื้อเก็บไว้ บางทีก็ไม่ได้เอามาใส่ทั้งหมดหรอก แต่พอเปิดเกมมาแล้วเห็นชุดสะสมของเรา ก็มีความสุขดี บางทีไปเล่นตามสถานที่ต่างๆ ก็เลือกชุดที่เข้ากับสถานที่นั้นได้ เพื่อนก็ชอบ"

ผู้เล่น พลอย, สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2557

"มีเกมที่เคยเล่นเกมนี้ มันจะมีของหายากคือ มุล ของสัตว์เลี้ยว ที่นานมากๆ จะมีครั้งนึงในเกม อาจจะมีแค่ไม่กี่ชิ้น แต่ตอนนั้นพยายามชวนขายหาจนได้ แพงมากด้วย แต่ก็ยอมซื้อ คือมันหายากมากใจ ไม่ได้สวยงามอะไรหรอก แต่พอมีตั้งโชว์ไว้ ก็เทดี แบบว่าเรามีของหายาก นะ "

ผู้เล่น ทศ, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"นานๆ ก็ซื้อของสวยๆ เจ๋งๆ บ้างเหมือนกัน อย่างสัตว์ขี้ที่แปลกๆ มีแค่ไม่กี่ตัวในเกม แดมยังสวยมากๆ ก็ยอมซื้อราคาแพงๆ ได้มาก็มีความสุขของเราเอง"

ผู้เล่น ปลา, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

จะเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยกับเหตุผลสามข้อที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกัน แน่นอนว่าทุกคนเล่นเกมก็อยากจะทำให้ตัวเองเก่งขึ้นอยากจะทำชนะ นอกจากนั้น ด้วยความที่เป็นเกมออนไลน์ คือทุกคนที่เล่นสามารถเห็นกันทั้งหมด เห็นเสื้อผ้า สินค้าของตัวละครคนอื่น ทำให้ผู้เล่นสนใจที่จะซื้อสินค้าที่สวยงามมาใช้ประดับตกแต่ง บางชิ้นมีประโยชน์บางชิ้น ไม่มี แต่ก็ยังได้รับความนิยมในการซื้อ บางคนซื้อชุดคอสดูมสวยๆ มาสะสมมากมาย ทั้งๆที่ตัวละครก็ได้ได้ครั้งละหนึ่งชุด หรือสินค้าหายากบางอย่างที่ไม่ได้มีความสุขหรือเพิ่มพลังพิเศษเลย แต่เพียงเพราะมันหายาก ก็ทำให้ผู้เล่นอยากได้ขึ้นมาแล้ว

นอกจากนี้ยังมีเรื่องของการซื้อตามโฆษณา/โปรโมชันของบริษัทเกม ซึ่งโฆษณา/โปรโมชันของบริษัทเกม ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าเสมือนได้มากขึ้น เพราะการโฆษณาและจัดโปรโมชันลดราคาของบริษัทเกมอย่างสม่ำเสมอทำให้ผู้เล่นติดตามดูถ้าสินค้าที่อยากได้ลดราคาก็จะรีบซื้อ หรือสินค้าบางชิ้นยังล้งเล แต่ถ้าลดราคาก็จะตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และสินค้าบางชิ้นอาจจะไม่ได้อยากได้เลย แต่เมื่อลดราคาเยอะๆ ก็ทำให้เกิดความรู้สึกอยากได้ รู้สึกคุ้มค่างดั่งคำกล่าวที่ว่า

"อยากนะที่จะซื้อสินค้าที่ไม่ได้มีโปรโมชัน เว้นแต่เป็นของที่อยากได้จริงๆ อย่างน้อยถ้าซื้อราคาเต็มก็เพราะมีของแถม พวกแพ็คเกจที่ซื้อครบ 500 หรือ 1,000 บาทแล้วจะได้ของแถมจะซื้อบ่อยมากอยากได้ของแถม มันคุ้มค่างดี ถ้าซื้อทีละเล็กละน้อยแต่ไม่ได้ลดราคาหรือมีของแถมมันก็น่าเสียดายถึงจะจ่ายน้อยกว่าก็เถอะ ถ้าไม่มีโปรโมชันก็จะไปซื้อกับผู้เล่นคนอื่นดีกว่า ถูกกว่าเยอะ"

ผู้เล่น แนต, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"ปกติซื้อแต่สินค้าที่จำเป็นต้องใช้ ในราคาที่ไม่แพงมาก ซื้อทีละเล็กละน้อย แต่บางทีเจอ สินค้าบางชิ้นที่ปกติไม่เคยซื้อแต่ลดราคา ก็ทำให้สนใจซื้อในหลายๆ ครั้ง บางทีซื้อมาก็ไม่รู้จะเอาไปทำอะไร"

ผู้เล่น โอ้, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

เหตุผลโดยส่วนใหญ่ที่กลุ่มเป้าหมายยอมซื้อสินค้าในเกมนอนไลน์ด้วยเงินจริง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายกล่าวว่า

"จะซื้อของก็เห็นว่าตัวเองอยากได้เป็นหลักเลยนะ ถ้าอยากได้ก็ซื้อ ซื้อมาก็มีความสุขคล้ายๆ ชีวิตจริงแหละ อยากกินเค้กก็ไปซื้อมากิน พออิ่มแล้วหมดไปก็เป็นเรื่องปกติ บางทีก็ผลอซื้อไปมากเกินเหมือนกัน คือตอนนั้นมันอยากได้มากไป พอได้มาเสร็จก็เสียดายนิดหน่อยว่ามันสิ้นเปลืองนะ ไม่มีประโยชน์เท่าไรเลย แค่อุดสวยๆ แต่ไม่ได้ให้พลังเพิ่มเติม เมื่อก่อนตอนเล่นไม่เป็นก็ยิ่งซื้อหนักเงินที่เอามาซื้อก็แบ่งมาจากค่าขนม ไม่ได้เดือดร้อน เดียวนี้เล่นเป็นแล้วก็พยายามซื้อแต่ของจำเป็นที่มีประโยชน์ต่อการเล่นจริงๆ แต่ก็ยังอดไม่ได้ที่จะซื้อของไร้สาระอยู่"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"มันเป็นการจ่ายเงินซื้อความบันเทิงส่วนตัวนะสำหรับผม ถ้าผมจ่ายเงินไปดูหนังกับจ่ายเงินซื้อของในเกม ก็มีเหมือนสุขเหมือนกัน ปกติก็ซื้ออย่างเข้าใจเกมด้วย ซื้อให้พอดี มีประโยชน์ เราได้ใช้ก็แฮปปี้"

ผู้เล่น โอ้, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ของเราโลกในเกมก็เป็นเหมือนอีกชีวิตเลยนะ ชีวิตจริงๆ ที่เราอมเสียเงินซื้อ ไม่ได้คิดว่ามันเป็นแค่เกมหรือจินตนาการ เวลาเล่นก็ตั้งใจเล่นมาก มีตัวตนอยู่ในเกม เวลาคุยกับคนอื่นใน เกม ก็ไม่ได้เสแสร้ง เป็นตัวเราจริงๆ ปกติถ้าทำอะไรอยู่อย่างหนึ่งก็จะคิดได้อย่างเดียว อย่างถ้าเล่นเกมอยู่ตอนนั้นก็อยู่ในโลกในเกม มีความสุขในนั้น เพราะเงินการใช้เงินสำหรับเราในนั้นก็ไม่เคยเสียค้ายก่อนซื้อก็คิดคำนวณเยอะ ถึงความคุ้มค่าและสามารถขายต่อได้ บางทีซื้อของเกมนี้มาขายต่อให้คนอื่นเป็นเงินจริงๆ แล้วเอาเงินนั้นไปซื้อของเล่นเกมอื่นอีก"

ผู้เล่น บอย, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"การอยากได้ของในเกมบางทีมันก็ไม่มีเหตุผล อย่างชีวิตจริงถ้าเดินไปเจอกระเป๋าที่อยากได้ คืออยากได้ พอเข้าไปในเกมอยากได้ของซื้อของมาเป็นสมบัติของเรา ก็เหมือนซื้อของจริงๆ เลย อย่างสินค้าเสริมพลังในเกมใช้ปุ๊บก็หายไป แต่ที่ได้คืออาวุธที่เราเสริมพลังแล้วแข็งแกร่งขึ้น เราก็มีความรู้สึกร่วมกับตัวละครเราไง จากที่อาวุธผู้อื่นไม่ได้ พอใช้เงินไปเสริมพลังแล้วเก่งขึ้นมา เราก็รู้สึกดี ในหัวก็คิดเรื่องเกมตลอด วางแผนตลอดว่าวันนี้จะไปเก็บเลเวลที่ไหนไปกับใครบ้าง เนื้อเรื่องในเกมก็สนุกก็ชอบ เหมือนไปต่างประเทศมั่ง ไปอยู่อีกสังคมหนึ่ง แต่ก็ได้ไม่ได้เพื่อสังคมจริงๆ นะหน้าที่ปกติก็ยังทำ ไปเรียนหนังสือ ทำงาน ทำความสะอาดบ้าน พอมีเวลาก็เล่นเกม"

ผู้เล่น เอ็ม, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ของจริงๆ มันก็มีอายุของมันนะ เหมือนของในเกม ไอโฟนมาเมื่ออายุ 2 ปี อายุของดาบในเกม พอเลือนเลเวลไปก็ต้องเปลี่ยน ก็ไม่ได้เสียค้าย เป็นเรื่องปกติ มันให้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าแล้ว อย่างไปเจอสังคมที่เลเวลสูงขึ้น เจอสถานที่ใหม่ๆ"

ผู้เล่น พล, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"มันก็เป็นเหมือนงานอดิเรกนะ บางคนคิดทีวี บางคนคิดหนัง แต่เราคิดเกม เราก็ใช้เวลาว่างกับตรงนี้ ก็ไม่ได้ใช้เงินกับทุกเกมด้วย ก็เลือกเฉพาะที่ถูกต้อง ยิ่งถ้าชอบมากก็จะซื้อมาก มันก็ไม่ได้เดือดร้อนใครด้วย"

ผู้เล่น ทศ, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

ซึ่งจะเห็นว่าเหตุผลจะขึ้นอยู่กับตัวเองเป็นหลัก การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าซักชิ้น ก็จะดูที่ความพึงพอใจและผลประโยชน์ของตัวเอง โดยสังคมก็เป็นจุดร่วมหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการซื้อ โดยเงินที่ใช้จ่ายไปก็เสมือนกับว่าใช้จ่ายซื้อสินค้าปกติ คือไม่ได้เสียค้ายว่าเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้หรือหายไป เป็นโลกอีกโลกที่ให้ความบันเทิงกับผู้เล่นที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

4.4 ข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|---|------------|--------|
| มีเพื่อนในเกมออนไลน์กี่คน | ไม่มีเลย | 0 | 0 |
| | 1 - 3 คน | 5 | 10 |
| | 4 - 6 คน | 9 | 18 |
| | 7 - 9 คน | 3 | 6 |
| | มากกว่า 10 คน | 33 | 66 |
| ถ้าคุณมีเพื่อนในเกมออนไลน์ คุณมีเพราะอะไร | แลกเปลี่ยนสินค้า | 14 | 10.7 |
| | ต้องการความช่วยเหลือ | 27 | 20.6 |
| | พูดคุยทั่วไป | 42 | 32.1 |
| | ช่วยกันเล่นเกม | 48 | 36.6 |
| | ไม่เคยมีเพื่อนในเกม | 0 | 0 |
| รู้จักได้อย่างไร | บังเอิญเจอและช่วยกันเล่น | 41 | 29.1 |
| | เป็นศัตรูคนละฝ่ายกัน | 7 | 5 |
| | เพื่อนของเพื่อนแนะนำให้รู้จัก | 25 | 17.7 |
| | ติดต่อซื้อขายสินค้ากัน | 16 | 11.3 |
| | พูดคุยเรื่องแนวทางการเล่นเกมกันผ่านเว็บไซต์ | 9 | 6.4 |
| | อยู่ในกลุ่ม (Guild) เดียวกัน | 37 | 26.2 |
| | ไม่เคยติดต่อกันนอกเกม | 6 | 4.3 |
| ความสัมพันธ์กับเพื่อนในเกมออนไลน์ภายนอกเกม | ติดต่อพูดคุยปรึกษากันเรื่องภายในเกม | 33 | 34 |
| | ติดต่อพูดคุยปรึกษากันในเรื่องส่วนตัว | 15 | 15.5 |
| | มีการติดต่อซื้อขายกัน | 11 | 11.3 |
| | เป็นเพื่อนสนิทกัน คุยกันทุกเรื่อง | 19 | 19.6 |
| | เกลียดกันเพราะไม่ถูกกันในเกม | 2 | 2.1 |
| | ไม่เคยติดต่อกันนอกเกม | 17 | 17.5 |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจากข้อมูลความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์
ประเภท MMORPG ของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม | ตัวเลือก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|-----------|------------|--------|
| สังคมในเกมออนไลน์มี บทบาทต่อการบริโภค สินค้าเสมือนหรือไม่ | มากที่สุด | 13 | 26 |
| | มาก | 18 | 36 |
| | ปานกลาง | 11 | 22 |
| | น้อย | 4 | 8 |
| | ไม่เลย | 4 | 8 |

จากตารางที่ 4.9 เพื่อนในเกมออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมายส่วนมากมีปริมาณมากกว่า 10 คน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือมีเพื่อน 4 - 6 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 มีเพื่อน 1 - 3 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีเพื่อน 7 - 9 คน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6 พบว่ากลุ่มเป้าหมายทุกคนมีเพื่อนอย่างต่ำ 1 - 3 คนขึ้นไปกันทุกคน

เหตุผลของการมีเพื่อนในเกมออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย จากการถามแบบเลือกได้หลายคำตอบ โดยเหตุผลมากที่สุดคือ ช่วยกันเล่นเกม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 96 พุดคุยทั่วไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ต้องการความช่วยเหลือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 แลกเปลี่ยนสินค้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 48

โดยกลุ่มเป้าหมายรู้จักกับเพื่อนในเกมจากการบังเอิญเจอและช่วยกันเล่นมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 อยู่ในกลุ่ม (Guild) เดียวกัน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 เพื่อนของเพื่อน แนะนำให้รู้จัก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ติดต่อซื้อขายสินค้ากัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 พุดคุยเรื่องแนวทางการเล่นเกมกันผ่านเว็บบอร์ด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และเป็นศัตรูคนละฝ่ายกัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

ความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายกับเพื่อนในเกมออนไลน์ภายนอกเกมมากที่สุดคือ ติดต่อพุดคุยปรึกษากันเรื่องภายในเกม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 เป็นเพื่อนสนิทกันคุยกันทุกเรื่อง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ติดต่อพุดคุยปรึกษากันในเรื่องส่วนตัว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีการติดต่อซื้อขายกัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 เกือบดกันเพราะไม่ถูกกันในเกม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 โดยมีกลุ่มเป้าหมายจำนวน 17 คน ที่ไม่เคยติดต่อกันนอกเกม คิดเป็นร้อยละ 34

สังคมในเกมออนไลน์มีบทบาทต่อการบริโภคสินค้าเสมือนหรือไม่ มีบทบาทมาก จำนวน 18 คน 36 มีบทบาทมากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 มีบทบาทปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 มีบทบาทน้อยและไม่เลย จำนวนอย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับชุมชนในเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ทุกคนที่เล่นเกมต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ในชุมชนเกมด้วยลักษณะของเกมที่ออกแบบมาให้ผู้เล่นสามารถพูดคุยกันทางระบบแชท บางเกมสามารถต่อไมโครโฟนคุยกันได้สะดวกขึ้น มีระบบปาร์ตี้ที่让玩家สามารถช่วยกันเล่นเป็นกลุ่มเล็กๆ รวมถึงระบบกิลด์ที่รวบรวมผู้เล่นเป็นกลุ่มใหญ่ และระบบซื้อขายของระหว่างผู้เล่นกันเอง จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นจนบางคนเข้าเกมมาเพื่อเข้าสังคมมากกว่าเล่นเกมด้วยซ้ำไป ดังคำกล่าวที่ว่า

"เวลาจะเลือกเล่นเกมออนไลน์ซักเกม จะเลือกที่ระบบเพื่อนก่อนเลยนะ ชอบเกมที่คุยกับเพื่อนทางไมโครโฟนได้ เวลาเล่นเกมไปด้วยคุยไปด้วยก็สะดวกขึ้น ไม่ต้องคอยพิมพ์ทางแชทที่ช้ากว่ามาก ที่ระบบนี้สำคัญ เพราะเวลาเล่นเกมก็ต้องมีเพื่อนเล่นด้วยตลอด อยู่ในกิลด์ใหญ่มีเพื่อนร่วมกิลด์ประมาณ 30 - 50 คน เวลาไปเก็บเลเวลก็จะมีเพื่อนที่สนิทๆ ไปด้วย 5 - 6 คนตลอดมันทำให้เราเก่งเร็ว แล้วก็มีคนคอยแนะนำ ยิ่งไม่ค่อยมีเวลาเล่นเยอะ เล่นคนเดียวลำบากมาก เพื่อนที่เล่นด้วยส่วนมากก็เจอในเกมทั้งนั้น บางคนก็เจอตอนไปเก็บเลเวล บางคนก็เจอตอนซื้อขายของกัน แต่ก็ไม่ได้สนิทอะไรมากมายในชีวิตจริงนะ มีแอดเฟสบุคคุยกันเรื่อยเปื่อยบ้าง แต่ส่วนมากก็คุยกันในเกมเรื่องเกมล้วนๆ มากกว่า"

ผู้เล่น ข้าว, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"ตอนที่เริ่มเล่นเกมออนไลน์ ตัวเกมก็รู้สึกสนุกดีนะ แต่ที่คิดใจมาก ๆ ก็เรื่องสังคมเกมนี้แหละเวลาเล่นกับเพื่อนสนุกดี มันอินนะเวลาเกมแบ่งเป็นสองฝั่งให้ฆ่ากันได้ คนที่อยู่ฝ่ายเราราก็จะชอบมาก ส่วนอีกฝากก็จะเกลียดไปซะเฉยๆ แทบไม่เคยคุยกับฝ่ายตรงข้ามเลย มีแต่ทำสู้แล้วก็ด่ากัน แต่เพื่อนในเกมที่สนิทๆ จริงๆ ก็มีไม่กี่คน แต่ก็สนิทด้วยมากๆ โทรคุยกันเรื่องส่วนตัว ปรึกษากันบ้าง กลายเป็นเพื่อนในชีวิตจริง"

ผู้เล่น ปลา, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"ส่วนมากเพื่อนในเกมก็คือเพื่อนที่โรงเรียนนะ เวลาจะเล่นก็นัดเวลากัน หรือไม่ก็หลังเลิกเรียนแล้วไปร้านเกมเดียวกัน บางทีก็รุ่นน้อง รุ่นพี่ ช่วยกันเก็บเลเวล รู้สึกสะดวกใจมากกว่าที่จะเล่นกับคนรู้จัก คนไม่รู้จักนี่แทบไม่ได้คุยเลย ยกเว้นตอนซื้อขายของ บางทีสไตร์เรามันเข้ากันไม่ได้กับคนอื่น บางทีก็ตกลงกันยากกว่า"

ผู้เล่น บอย, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสังคมในเกมออนไลน์มีบทบาทต่อการบริโภคสินค้าเสมือนของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ กลุ่มเป้าหมายกล่าวว่า

"จริงๆ เราซื้อเพราะอยากเก่งขึ้นมันก็สนุกของเราเองนะ แต่บางทีถ้าอยากไปเล่นกับกลุ่มเพื่อนแต่เราไม่เก่งพอ กลุ่มเค้าก็ไม่ยอมให้เราเล่นด้วย การซื้อของให้เราเก่งขึ้นก็จำเป็น เพราะเล่นคนเดียวไม่มีคนช่วยมันก็ยาก"

ผู้เล่น พล, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

"บางทีซื้อชุดสวยๆ ก็อยากใส่อวดให้คนอื่นเห็นด้วยแหละ มันภูมิใจนะ ยิ่งของหายากๆ คนก็จะเข้ามาถามเข้ามาชม มันรู้สึกดี"

ผู้เล่น แนต, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2557

"สังคมในเกมก็คล้ายๆ กับสังคมจริงๆ ไง ถ้าสังคมจริงเค้าใส่ชุดราตรีสวยๆ กันเราใส่ชุดอื่นไปก็แปลกในเกมถ้าเค้าเลเวลสูงๆ ใส่ชุดสวยๆ ถ้าเราไม่ค่อยเก่งแต่งตัวธรรมดาที่เหมือนเข้าสังคมกับคนอื่นไม่ได้"

ผู้เล่น เอม, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2557

ซึ่งจะเห็นว่าส่วนมากผู้เล่นถูกสังคมในเกมดึงเข้าไปสู่การบริโภคสินค้าอย่างไร้ตัว ถึงการเล่นเกมที่เล่นตามความพึงพอใจของตัวเอง แต่เมื่อมีสังคมที่ดำเนินไปเหมือนจริง มีเวลา มีการปฏิสัมพันธ์ การได้เห็นสินค้าต่างๆ ที่คนอื่นมีแล้วเราไม่มี หรือการอยากมีเลเวลสูงๆ อยากเก่งเหมือนคนอื่น ทำให้คนสนใจในสินค้าเสมือนมากกว่าการเล่นกับตัวเอง

จากผลการศึกษาพบว่าสวนใหญ่ผู้เล่นเกมออนไลน์อย่างจริงจังเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 19-22 ปี ซึ่งอยู่ในระดับอุดมศึกษา และเพศหญิง จะอยู่ในช่วง 23-26 ปี สำหรับผู้ที่ชื่นชอบเกมออนไลน์แล้ว เกมมีผลมากกับชีวิตหลายๆ คนเลยทีเดียว ทั้งจากการให้เวลาเล่นเกม ความจริงจังในการเลือกเกมเลือกเพื่อน เลือกซื้อสินค้า วางแผนการเล่นต่างๆ ที่ทำให้เกิดความบันเทิงแตกต่างกันไปในแต่ละคน ไม่เพียงแต่ความสนุกจากการเล่นเท่านั้น การพบปะเพื่อนในสังคมออนไลน์ การค้าขายการซื้อสินค้าก็เป็นความสนุกอย่างหนึ่ง สำหรับการใช้จ่ายเงินเพื่อความบันเทิงอย่างเกมออนไลน์ก็ไม่ใช่สิ่งที่แปลกหรือรู้สึกเสียดายแต่อย่างใด แต่เป็นความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้จ่ายเงินแลกกับความสนุกโดยไม่ได้ทำให้ตัวเองเดือดร้อนจนเกินไป สามารถกะการใช้จ่ายให้พอดีได้หรือใช้เพื่อหาเงินก็ได้ด้วยเกมออนไลน์จึงเป็นเหมือนโลกใหม่ที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ที่สามารถใช้ได้อย่างถูกต้องและพอดีมีสติ