

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 271 คน และนำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้สถิติ t-test และ F-test โดยผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาคือ เพศชาย มีอายุต่ำกว่า 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 30 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช. และปวส./อนุปริญญา ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือ พนักงานเอกชน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รองลงมาคือ 15,000-25,000 บาท และรายได้สูงกว่า 25,000 บาท

2. ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบของเกมสามารถเลือกเล่นได้หลากหลาย รองลงมาคือ ลักษณะตัวละครในเกมมีความน่าสนใจ คุณภาพของ กราฟิก มีลวดลายสีสันสรรให้เลือกหลายแบบ ระบบเกมมีความเร็วและความเสถียรภาพ ระบบเกมมีความปลอดภัยในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล และตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์เกมออนไลน์ดึงดูดความสนใจตามลำดับ

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของเกมที่ได้รับมีความคุ้มค่า รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมในสมัครเล่นเกมออนไลน์มีความสมเหตุสมผล ค่าบริการดาวน์โหลดเกมออนไลน์มีความคุ้มค่าและประหยัด และราคาสิ่งของที่มีอยู่ภายในเกมออนไลน์มีความเหมาะสมและคุ้มค่า ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ช่องทางการชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว รองลงมาคือ มีช่องทางการดาวน์โหลดให้เลือกหลากหลาย ขั้นตอนการสั่งซื้อมีความสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการสมัครสมาชิกง่ายไม่ซับซ้อน และมีร้านค้าเฉพาะเพื่อขายสินค้าตัวละครในเกม ซื้อหาได้ง่าย ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้าเกมตามเทศกาล การแจกของรางวัลภายในเกมออนไลน์ เป็นต้น รองลงมาคือ ค้นหาจาก Search Engine ข้อมูลผลิตภัณฑ์เกมทางออนไลน์ได้ง่าย มีการร่วมรายการกับสินค้าชนิดอื่น เช่น AIS, DTAC, TRUE เป็นต้น เพื่อให้ได้สิ่งของพิเศษภายในเกมออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์แนะนำเกมใหม่และจัดแข่งขันเกมเพื่อชิงรางวัล มีการโฆษณาผ่านสื่อ on-line เช่น website, webboard, social media เป็นต้น และมีการโฆษณาผ่านสื่อ off-line เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อวิทยุ โทรทัศน์ BTS MRT เป็นต้น ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.2 ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.3 ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.4 ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การอภิปรายผลส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์

ผลการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เล่นเกมออนไลน์ใช้ตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เกมออนไลน์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้เล่นจะให้ความสนใจในเรื่องเนื้อหา ความหลากหลายของเกมและตัวละคร การออกแบบงานกราฟิก ระบบการเล่น ช่องทางการเข้าถึง ความเสถียรของตัวเกมและระบบ รูปแบบการชำระเงินที่สะดวกซึ่งตรงตามความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เล่นได้ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Andreasen, Kotler and Parker (2008, p. 48) ซึ่งกล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฆนัสนัน ทามณี (2564, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ทั้งนี้ในแต่ละด้านมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับรูปแบบของเกมที่สามารถเลือกเล่นได้หลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความหลากหลายของเกมทำให้ผู้เล่นเกมสามารถเลือกได้ตามความต้องการมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ ของ Andreasen, Kotler and Parker (2008, p. 48) และ Ivy (2008, p. 290) ซึ่งอธิบายถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 15 คุณสมบัติ โดยหนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญคือ ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้มีจำนวนยอดขายมากหรือน้อย เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน มีความพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีสินค้าให้เลือกมากเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฆนัสนัน ทามณี (2564, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของเกมที่ได้รับมีความคุ้มค่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เกมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง การตัดสินใจซื้อของผู้เล่นจึงต้องมีความคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับเมื่อตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของ Kotler and Keller (2016, p. 187) ซึ่งกล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดได้จัดหาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค จะต้องอยู่ภายใต้ระดับราคาที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะจ่าย การกำหนดราคาขายให้กับผลิตภัณฑ์ จึงควรคำนึงถึงความคุ้มค่าและความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ และต้องมีความเหมาะสม

สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรรณฤทธิ์ รัตนพิมล (2560, หน้า 1-2) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับช่องทางการชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เกมออนไลน์ในปัจจุบันสามารถชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ได้หลากหลายช่องทาง และเมื่อชำระเงินแล้วสามารถใช้บริการได้ทันที ดังนั้น การที่เกมมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้เล่น สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์ (2561, หน้า 201-205) ซึ่งอธิบายว่าการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) คือ การนำเสนอสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการหาซื้อสินค้า หลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้น ขึ้นอยู่กับว่าสินค้าคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายคือใคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรรณฤทธิ์ รัตนพิมล (2560, หน้า 1-2) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เล่นเกมให้ความสำคัญกับมีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้าเกมตามเทศกาล การแจกของรางวัลภายในเกมออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กิจกรรมส่งเสริมการขายที่บริษัทเกมทำช่วยให้ผู้เล่นได้รับความคุ้มค่าและดึงดูดให้มีความสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของ จิริตทิพา เรืองกุล (2558, หน้า 19; Shaw, 2016, p. 125) ซึ่งกล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญเครื่องมือหนึ่งที่จะเป็นสิ่งที่จูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ โดยการส่งเสริมการขาย เป็นการส่งเสริมให้มีการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยกลยุทธ์ในหน่วยงานนี้จะเน้นไปที่การกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยกระดับ (trade up) กล่าวคือ การยกระดับผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าหนึ่งตัวเป็นสองตัวและเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌน์สวัน ทามณี (2564, บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2. การอภิปรายผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เกมออนไลน์

มีความหลากหลายของเนื้อหาสูง จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เล่นที่มีความแตกต่างกันได้ ทั้งด้านเพศ ด้านอายุ อีกทั้งการเล่นในปัจจุบันนอกจากจะเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย ยังมีการเล่นในลักษณะของกีฬา หรือ E-Sport มีการแข่งขัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) สามารถต่อยอดสู่การสร้างรายได้ พัฒนาอาชีพได้ และด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้มีการพัฒนาเกมใหม่ๆ มากขึ้น มีเกมที่สามารถดาวน์โหลดได้ฟรีผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งตอบสนองด้านรายได้ และระดับการศึกษาซึ่งส่วนใหญ่จากผลการศึกษานี้จะเห็นว่าเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ซึ่งยังรายได้ไม่สูงมากนัก ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงศ์ ธนาวุฒิสกุลชัย และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2563, หน้า 317) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง กลุ่มอ้างอิงและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์ แบรินด์โลจิกเทค เกมมิ่งของลูกค้าชาวไทย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์ แบรินด์โลจิกเทค เกมมิ่ง ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรณฤทธิ์ รัตนพิมล (2560, หน้า 1-2) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบายไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการเกม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรพัฒนาระบบของเกมให้มีความหลากหลายของตัวเกม และองค์ประกอบของเกม เช่น การสร้างเรื่องราว ตัวละครแต่ละรายการ การออกแบบกราฟิกสวยสะดุดตาน่าสนใจ และระบบการเล่นที่เหมาะสมกับผู้เล่น ไม่ยากจนเกินไป จนทำให้เกิดความเครียด เป็นต้น

2. ควรมีการนำตราสินค้าไปเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น มีการนำแบรนด์ โลโก้ตราสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีการผสมฟังก์ชันต่างๆ ให้เกิดความโดดเด่นกว่าแบรนด์อื่นๆ รวมถึงการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งจะทำให้ผู้เล่นเกมเกิดความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น

ด้านราคา

1. ควรพัฒนาคุณภาพของเกมให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับราคาที่จำหน่าย รวมถึงราคาของเกมในแต่ละรายการ จะต้องมียอดราคาไม่สูงจนเกินไป

2. ควรมีการรองรับการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ รวมถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและข้อมูลการชำระเงิน โดยอาจมีรูปแบบผ่านการชำระเงินที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เช่น ใน App store หรือ Play store True wallet เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ควรมีการพัฒนาช่องทางหลักให้ผู้เล่นเกมสามารถเข้าถึงเกมส์ออนไลน์ ไม่จำกัดเฉพาะจะต้องสมัครเข้าระบบออนไลน์เท่านั้น เช่น สามารถสมัครผ่านตัวแทนจำหน่ายเกม หรือตัวแทนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

2. ควรมีการพัฒนากระบวนการจัดส่งเกมส์อย่างรวดเร็วภายหลังการชำระเงินเสร็จ เพื่อให้ผู้เล่นเกมเกิดความพึงพอใจและเกิดความเชื่อมั่น เช่น เมื่อชำระเงินค่าสมัครจะมี SMS หรือมีระบบตอบรับอัตโนมัติส่ง SMS เข้ามือถือ หรือไปที่อีเมล เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีการโฆษณาไปยังกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น กลุ่ม Facebook Youtube หรือแพลนฟอรม์สตรีมมิ่ง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้น

2. ควรมีการจ้างนักแคสเกม นักเล่นเกมที่มีชื่อเสียง หรือผู้มีชื่อเสียง ทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเกมส์ออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและตัดสินใจซื้อเกมส์ออนไลน์

3. จ้างผู้เชี่ยวชาญประจำตามศูนย์ตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ เพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าเกมส์ออนไลน์ หรือผู้ที่เริ่มจะเล่นเกม

4. ควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยการมอบรางวัลในเกม เช่น ตัวละครในเกมแต่ละรายการ การสร้างชุดไอเท็มเพื่อการสะสม ฯลฯ ตามโอกาสต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เล่นเกมให้มีการเล่นอย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อหรือความต้องการในเกมออนไลน์แต่ละประเภท เนื่องจากผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของเกมออนไลน์ทั้งหมด ดังนั้น การศึกษาเจาะจงไปในประเภทของเกมจะทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้เล่นได้ชัดเจน และมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาเกมให้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งในการเก็บข้อมูลที่ให้ผู้เล่นเกมออนไลน์ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนรอบด้านมากขึ้น เช่น การสังเกตผู้เล่นเกมออนไลน์ในระยะยาว หรือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

2.2 การศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้น จึงควรทำการศึกษารายละเอียดไปอาจศึกษาเชิงลึกในประเด็นต่างๆ เช่น ผู้เล่นเกมออนไลน์วัยทำงานมักเสียค่าใช้จ่ายไปกับการซื้อสินค้าประเภทใด ราคาเท่าใด เพราะเหตุใด จึงยอมเสียค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในเกมออนไลน์ เป็นต้น