

พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่  
CUSTOMER BEHAVIOR IN USING SERVICES  
AT LANLALEN BOARD GAME CAFÉ

อัมภัสชา รังสิพราหมณกุล

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Ambhasaja Ransibrahmanakul

E-mail: bbwaa1234@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ซึ่งประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เคยมาใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ด้านสถานภาพส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 มีอายุ 21-30 ปี เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 และมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1

ด้านพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สภาพแวดล้อมของร้านค้า เหตุผลในการเลือกประเภทเกม ประเภทของเกมที่นิยมเล่น และลักษณะการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ผู้มีส่วนร่วมในการใช้บริการ ช่วงวัน เวลา และความถี่ในการใช้บริการ และประเภทของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการ; ร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่

#### ABSTRACT

This Independent Study aimed to study Customer Behavior in using services at The Lanlalen Board Game Café classified by personal characteristic. Sample size was 360 persons. Data were collected by using a survey questionnaire and conduct data analysis by using SPSS computer to find frequency, percentage, means, and standard deviation.

In personal characteristic showed that Most of them were female at 202 persons counted as 56.1% Age between 21-30 years old 216 persons counted as 60.0% Single 276 persons counted as 76.7%. Most of this respondent is graduated in Bachelor's degree 204 persons counted as 56.7%. Employees 160 persons counted as 44.4% and Monthly income 20,001-30,000 bath 112 persons counted as 31.1%.

Overall Customer Behavior in using the service at The Lanlalen Board Game Café is at a high level. When considering each aspect, it was found that the opinions that were at the high level were Shop environment, Reasons for choosing game types, Type of popular board game, and Service characteristics, respectively. The opinions that are at the middle level are Participants in the use of the service, the Date, time and frequency of using the service, and Type of customer, respectively.

**Keywords:** Customer Behavior in using services; The Lanlalen Board Game Café

## บทนำ

บอร์ดเกม คือเกมที่มีลักษณะเป็นอนาล็อก เกมเหล่านี้จะต้องเล่นบนกระดานเกมของแต่ละเกมเท่านั้น รวมทั้งยังต้องประกอบไปด้วยอุปกรณ์ต่างๆ มากมาย อาทิเช่น ลูกเต๋า การ์ด ตัวหมาก โมเดล หรือ ชิ้นส่วนอื่นๆ มาใช้ในการเล่นเกม โดยจะเป็นเกมที่มีผู้เล่นตั้งแต่สองคนขึ้นไป ซึ่งผู้เล่นจะต้องปฏิบัติตามกติกาที่กำหนดไว้ในแต่ละเกม ซึ่งกระดานของแต่ละเกมก็จะแตกต่างกันออกไปตามประเภทของเกม รวมถึงลักษณะการเล่นของเกม เช่น เกมบางประเภทมีการใช้ความคิดหรือตรรกะ บางเกมมีการใช้โชค หรือบางเกมต้องมีการวางแผนหรือการวางกลยุทธ์ เป็นต้น

ในปัจจุบันมีเกมเกิดขึ้นมากมายหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นเกมออนไลน์ หรือเกมมือถือ แต่ก็ยังมีผู้คนที่น่าสนใจในเกมรูปแบบเดิม ๆ อย่างเกมกระดาน หรือบอร์ดเกม ที่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้รูปแบบของเกมมีความหลากหลาย มีความตื่นเต้น และมีความท้าทายมากยิ่งขึ้น

ด้วยกระแสบอร์ดเกมที่กำลังพุ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เข้าได้กับทุกเพศ ทุกวัย และเหมาะสมต่อการเลือกใช้เป็นกิจกรรมยามว่าง ทั้งแบบคู่ แบบกลุ่มเพื่อน หรือแบบครอบครัว ประกอบกับราคาของบอร์ดเกมที่ค่อนข้างสูง จึงมีผู้คิดจัดทำธุรกิจบอร์ดเกมคาเฟ่ขึ้นมา เพื่อรวบรวมบอร์ดเกมหลากหลายชนิดเอาไว้ด้วยกัน สำหรับกลุ่มผู้ชื่นชอบ หรือสนใจในบอร์ดเกมได้เข้ามาเลือกเล่นเกมได้อย่างเต็มที่ พร้อมทั้งยังมีบริการอื่น ๆ เสริมขึ้นมาด้วย ไม่ว่าจะเป็นอาหาร หรือเครื่องดื่ม โดยร้านเหล่านี้จะมีพนักงานผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้บริการ และให้คำแนะนำต่าง ๆ ตลอดจนการสอน อธิบายกติกา นอกจากนี้ยังมีระบบราคาค่าบริการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการคิดแบบรายชั่วโมง หรือจะเป็นแบบเหมารายวัน ซึ่งในปัจจุบันร้านเกมนั้นมีอยู่มากมาย เช่น ร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ร้าน Knight's tale ร้าน Stronghold ร้าน Dice Cup Board Game Cafe เป็นต้น โดยร้านที่เป็นที่รู้จักอันดับต้น ๆ ของประเทศไทยก็คือ ร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ที่เปิดมายาวนานกว่า 10 ปีแล้ว

จากสภาพดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาธุรกิจร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยเฉพาะด้านการให้บริการการเล่นบอร์ดเกม โดยผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนทางการตลาดของร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ และยังเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจเปิดร้านบอร์ดเกม หรือบุคคลทั่วไปสามารถนำไปใช้ในการศึกษา และประยุกต์ใช้ต่อไปได้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกม-คาเฟ่

## ขอบเขตของงานวิจัย

### ด้านเนื้อหา

1. *ตัวแปรอิสระ* เป็นการศึกษาด้านสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2. *ตัวแปรตาม* เป็นการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ำในการเข้าใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกม-คาเฟ่ 7 ด้าน ตามหลักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How

*ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง* คือ ลูกค้ำที่เคยมาใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบสัดส่วนแน่ชัด ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

*ด้านระยะเวลา* การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2562

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้ำที่มีต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้าน ลานละเล่น บอร์ดเกม-คาเฟ่
2. เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนทางการตลาดของร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่

### การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้ำในการเข้าใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยมีสาระสำคัญดังนี้

#### *ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค*

จาร์นิ แชนว่อง (2556) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงการกระทำในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการ มีความคาดหวัง ในผลิตภัณฑ์ว่าจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนได้ โดยการค้นหา เปรียบเทียบ และประเมินผล

Schiffman and Kanuk (2537: อ้างถึงใน พิรญา เรื่องกิจภัญญูกุล. 2555: 23) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้

การประเมินผล และการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

### **วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค นั้นคือ การค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การเลือก การซื้อ การใช้ และการใช้จ่าย ทั้งที่เป็นบุคคล และกลุ่มบุคคล โดยที่แนวคิด หรือ ประสบการณ์นั้น เป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ โดยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Operations, Occasions และ Outlets

### **โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : อ้างถึงใน ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคาร ออมสินในเขตจังหวัดนครปฐม) กล่าวไว้ว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นผ่านมาสู่ความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการไม่สามารถคาดเดาได้ แล้วจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อ ดังอธิบายด้านล่างนี้

สิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดความต้องการ ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นภายใน และสิ่งกระตุ้นภายนอก

1 สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น นั่นก็คือ 4P's (Marketing Mix) ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) คือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) และ การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

#### **ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค**

คิวกูทธี พงศกรรังศิลป์ (2547 : อ้างอิงใน ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดนครปฐม.) ได้ให้คำอธิบายไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทางด้านจิตใจ และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อถือเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและพฤติกรรมการซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน (Five Stage Model of The Consumer Buying) ดังนี้

1. การรับรู้การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem of Need Recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ หรือเข้าใจถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ ซึ่งอาจได้รับการกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอก

2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) คือการแสวงหาหนทางแก้ไข ซึ่งประกอบด้วย 5 แหล่ง คือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งประสบการณ์ และแหล่งทดลอง

3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) หมายถึง ประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ เพื่อหาสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ปัญหาหนั้น ๆ โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินทางเลือก ได้แก่

1) มาตรฐานและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ 2) ระดับความสำคัญ 3) ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ 4) ความพอใจ

4. การตัดสินใจและกระทำการซื้อ (Purchase or Choice) หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งพร้อมทั้งดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกนั้นมา

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling or Outcomes of Choice) หมายถึง ความรู้สึก ภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อแล้ว โดยจะเป็นประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจ และไม่พอใจในสินค้าและบริการนั้นๆ จนอาจเกิดการซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้เกิดผู้บริโภครายใหม่ได้ หรืออาจเกิดการเลิกซื้อสินค้าและบริการ มีการบอกต่อจนทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการน้อยลงตามด้วย

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

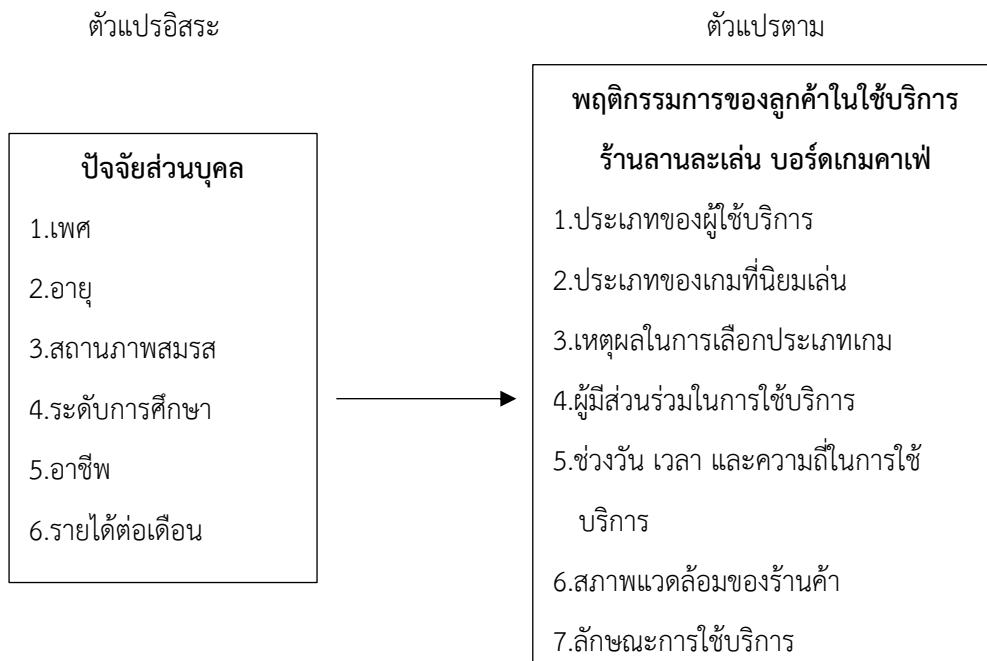
วรารักษ์ ลี้มเปรมวัฒนา และกันตภณ ธรรมวัฒนา (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการเล่นเกม กระดานและองค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมกระดานเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียด โดยผลกระทบต่อพฤติกรรมการเล่นเกมกระดานในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านการเงิน ด้านการศึกษาและสติปัญญา ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และด้านอารมณ์

ธานินทร์ สุธีประเสริฐ และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเล่นเกมและการติดเกมของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแห่งหนึ่ง ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.4 เพศหญิง ร้อยละ 49.6 เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ร้อยละ 30.8 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ร้อยละ 34.3 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 34.9 เกรดเฉลี่ย (GPA) ของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 2.7 คะแนน ค่าใช้จ่ายที่ได้รับในการมาโรงเรียนเฉลี่ยประมาณ 103 บาทต่อวัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยเล่นเกม ร้อยละ 88.1 เฉลี่ยระยะเวลาในการเล่นเกมมาแล้ว 4.3 ปี กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเล่นเกมในวันจันทร์ – ศุกร์ (วันธรรมดา) เฉลี่ย 2.6 ชั่วโมงต่อวัน และเล่นเกมวันเสาร์ – อาทิตย์ (วันหยุด) เฉลี่ย 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ประเภทเกมนิยามเล่นมากที่สุด คือ เกมผจญภัย เกมวางแผนการรบ และเกมกีฬาและแข่งขัน ตามลำดับ

ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ ในช่วง 21 – 25 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ความถี่ที่เล่นเกมออนไลน์ 2-5 ครั้ง/ เดือน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่เล่นเกมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมง/ วัน ช่วงเวลาปกติที่เล่นเกมออนไลน์ 6.00 - 12.00 น. (เย็น – กลางคืน) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมออนไลน์ ไม่เคยเติมหรือเสียค่าบริการ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์คือพักผ่อน หาอะไรทำยามว่าง และการตัดสินใจเลือกเล่นบริการเกมออนไลน์ในแต่ละประเภทมากที่สุด

คือ คุณภาพการบริการ รองลงมาคือ ความหลากหลายของตัวเกมออนไลน์ที่จำหน่ายหรือเปิดให้บริการ ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการเกมออนไลน์

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการภายในร้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีจำนวน 6 ข้อ

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยลักษณะคำถามหลัก 6Ws 1H ซึ่งประกอบด้วย ประเภทของผู้ใช้บริการ ประเภทของเกมที่นิยมเล่น เหตุผลในการเลือกประเภทเกม ผู้มีส่วนร่วมในการใช้บริการ ช่วงวัน เวลา และความถี่ในการใช้บริการ สภาพแวดล้อมของร้านค้า และ



ลักษณะการใช้บริการ ซึ่งมีทั้งหมด 35 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราประเมินแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ

#### **การทดสอบวัดค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability)**

โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และค้นหาข้อบกพร่องของข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรดังกล่าว โดยได้นำ โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability)

การทดสอบทำได้โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งการหาค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's alpha coefficient) มีค่ามากกว่า 0.70 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบทดสอบนั้นมีความน่าเชื่อถือ

#### **สรุปผลการวิจัย**

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด 360 ฉบับ จากขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์สถานะภาพส่วนบุคคลพบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 และเป็นเพศชายจำนวน 158 คนคิดเป็นร้อยละ 43.9 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 อายุ 41-50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอายุ มากกว่า 50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 สถานภาพแยกกันอยู่ และหย่าร้าง / ม่าย มีจำนวนเท่ากัน คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และ สูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือนักเรียนนักศึกษา จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อื่นๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และรับราชการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 30,001-50,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6

มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สภาพแวดล้อมของร้านค้า เหตุผลในการเลือกประเภทเกม ประเภทของเกมที่นิยมเล่น และลักษณะการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ผู้มีส่วนร่วมในการใช้บริการ ช่วงวัน เวลา และความถี่ในการใช้บริการ และประเภทของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ผู้วิจัยทำการสรุป และมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านประเภทผู้ให้บริการ พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มาใช้บริการแบบกลุ่มเพื่อนสนิท ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ มาใช้บริการแบบกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน มาใช้บริการแบบครอบครัว มาใช้บริการแบบคู่ ตามลำดับ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ มาใช้บริการแบบเดี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตณัย แซ่อึ้ง (2560) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่นเกมนอนไลน์เฉลี่ย 2 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์ส่วนใหญ่กับเพื่อนเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และ ผ่อนคลายความตึงเครียด

2. ด้านประเภทของเกมที่นิยมเล่น พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เกมปาร์ตี้ เกมสงคราม เกมยูโร ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ เกมครอบครัว และเกมสำหรับเด็ก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาณินทร์ สุธีประเสริฐ และคณะ (2561) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเล่นเกมในวันจันทร์ – ศุกร์ (วันธรรมดา) เฉลี่ย 2.6 ชั่วโมงต่อวัน และเล่นเกมวันเสาร์ – อาทิตย์ (วันหยุด) เฉลี่ย 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ประเภทเกมที่นิยมเล่นมากที่สุด คือ เกมผจญภัย เกมวางแผนการรบ และเกมกีฬาและแข่งขัน ตามลำดับ

3. ด้านเหตุผลในการเลือกประเภทเกม พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเหนียวแน่น เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และความมั่นใจในตัวเอง เพื่อฝึกตั้งเป้าหมายเพื่อนำไปสู่ชัยชนะ และฝึกความอดทน และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสมอง และการฝึกภาษา ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ ลดความดันเลือด (ลดความเครียด) ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และกันตภณ ธรรมวัฒนา (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมกระดานเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด

4. ด้านผู้มีส่วนร่วมในการใช้บริการ พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สื่อรายการทีวี รายการตามช่อง YouTube และรายการสอนแนะนำการเล่นเกม ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ รีวิวร้านค้าตามเพจต่าง ๆ ไม่สอดคล้องกับ จุฑาวุฒิ จันทร์มาลี (2559) พบว่าช่องทางในการรับข่าวสาร เฟสบุ๊กเป็นช่องทางที่กลุ่มผู้เล่นเลือกใช้ในการติดต่อพูดคุยมากที่สุด

5. ด้านช่วงวัน เวลา และความถี่ในการใช้บริการ พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ จำแนกตามรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ใช้บริการวันเสาร์ / อาทิตย์ หรือตามเทศกาล ใช้บริการครั้งละ 3 ชั่วโมง หรือน้อยกว่า และใช้บริการ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือน้อยกว่า ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ ใช้บริการมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง ใช้บริการวันธรรมดา (จ. - ศ.) และใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาริกา ไตรวัฒนวงศ์ (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมเฉลี่ย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ เล่นเกมออนไลน์ในวันเสาร์-อาทิตย์มาก

6. ด้านสภาพแวดล้อมของร้านค้า พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความหลากหลายของเกม ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับมาก คือ ความสะอาด การบริการของพนักงาน ราคาที่พอใจ และสถานที่ตั้งร้าน ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) พบว่า เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในแต่ละประเภทมากที่สุดคือ คุณภาพการบริการ รองลงมาคือ ความหลากหลายของตัวเกมออนไลน์ที่จำหน่ายหรือเปิดให้บริการ

7. ด้านลักษณะการใช้บริการ พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นรายชั่วโมง และสมัครสมาชิก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นระดับปานกลาง คือ เหมารายวัน และชื่อของภายในร้านให้ได้สมาชิก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมณัฐฐา สิริธนพงศ์ (2556) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์เทลส์รันเนอร์ คือปัจจัยด้านราคานั้นมีอิทธิพลมากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์เทลส์รันเนอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์เทลส์รันเนอร์ที่ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13 เสียค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์เทลส์รันเนอร์ที่ร้านอินเทอร์เน็ต 50-100 บาทต่อสัปดาห์ (อัตราค่าบริการคิดเป็นรายชั่วโมง)

#### ข้อเสนอแนะ

1. ด้านประเภทผู้ใช้บริการ ควรตั้งโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับการมาใช้บริการแบบกลุ่มเพื่อนสนิท การมาใช้บริการแบบกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน และการมาใช้บริการแบบครอบครัว เช่น การแจกเครื่องดื่มฟรี หรือการได้รับส่วนลดในการใช้บริการในครั้งต่อไป เมื่อมีการชวนเพื่อนเข้ามาเล่น หรืออาจจะมีส่วนลดพิเศษสำหรับบริษัทที่สนใจให้พนักงานได้มาใช้บริการในร้าน หรือเด็กที่มีอายุไม่เกิน 8 ขวบ รับส่วนลด 50% เป็นต้น
2. ด้านประเภทของเกมที่นิยมเล่น ควรเพิ่มจำนวนของเกมประเภท เกมปาร์ตี้ เกมสงคราม และเกมยูโร ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มจำนวนขึ้น หรือเพิ่มความหลากหลายของเกมในประเภทดังกล่าวให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความตื่นเต้น และการรับอรรถรสในการเล่นที่แปลกใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังสามารถจัดการแข่งขันขนาดย่อมให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้แข่งขันกันในเกมที่ชื่นชอบ โดยผู้ชนะจะได้เกมนั้น ๆ เป็นของ ถือได้ว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการ
3. ด้านเหตุผลในการเลือกประเภทเกม ต้องให้ความสนใจกับเกมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเหนียวแน่นแก่กลุ่มลูกค้า อาจมีการส่งเสริมการร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่ม เช่น การถ่ายรูปรูปหมู่ในขณะที่เล่น แล้วแชร์ลงในโซเชียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ เพื่อได้รับส่วนลดค่าสมัครสมาชิก และเพิ่มจำนวนเกมที่เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และความมั่นใจในตัวเอง ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น เกมประเภทเกมปาร์ตี้ หรือเกมที่มีการออกท่าทางต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มจำนวนเกมประเภทที่พัฒนาการฝึกฝนการตั้งเป้าหมายเพื่อนำไปสู่ชัยชนะ และฝึกความอดทน เช่น เกมประเภทสงคราม และเกมประเภทยูโร เป็นต้น

4. ด้านผู้มีส่วนร่วมในการใช้บริการ ควรออกรายการผ่านสื่อ หรือรายการต่าง ๆ โทรทัศน์ให้มากขึ้น โดยอาจมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ติดตามมาจากรายการนั้น ๆ นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับช่องรายการที่ออกอากาศทาง YouTube ด้วย ควรมีการเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำเกมใหม่ๆ วิธีการเล่น หรือมีการบอกโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าที่ได้รับชมผ่านทาง live ของช่องให้นำรหัสมาใช้ในการลดราคาสินค้าและบริการภายในร้าน ก็จะเป็นส่วนหนึ่งในการเข้าถึง และดึงดูดลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

5. ช่วงวัน เวลา และความถี่ในการใช้บริการ จากความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการในร้านส่วนใหญ่จะเลือกมาใช้บริการวันเสาร์ / อาทิตย์ หรือตามเทศกาลต่าง ๆ และลูกค้ายังมาใช้บริการประมาณ 3 ชั่วโมง ดังนั้น อาจจะทำโปรโมชั่นได้ว่า ทุกวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือน เมื่อเล่นเกมครบ 3 ชั่วโมง ลดชั่วโมงที่ 4 ทิ้งที่ 50 % เพื่อเพิ่มระยะเวลาให้ลูกค้าอยู่ภายในร้านได้นานขึ้น และจัดการสะสมแต้มเป็นครั้งการใช้บริการ เช่น สะสมการใช้บริการครบ 15 ครั้งภายใน 1 เดือน รับส่วนลดในการซื้อสินค้า หรือส่วนลดสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม 15% เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการ 3 ครั้ง หรือน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ดังนั้นวิธีนี้ก็จะเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะทำให้นักค้ากลับมาใช้บริการได้บ่อยมากยิ่งขึ้น

6. ด้านสภาพแวดล้อมของร้านค้า เนื่องจาก 1 ใน เหตุผลที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเล่นเกมกับทางร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่ ก็คือความหลากหลายของเกม ที่มีให้เลือกมากมาย ดังนั้นทางร้านควรจะยึดมั่น และรักษาความหลากหลายของเกมอยู่ตลอดเวลา สรรหาเกมใหม่ๆ จากประเทศต่าง ๆ อยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังคงต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในร้าน ควรมีการตรวจดูแลความสะอาดอยู่เสมอ ยิ่งไปกว่านั้นการบริการของพนักงาน จะต้องได้รับการฝึกอบรม และมีการตรวจสอบอยู่เสมอ เช่น การจัดอบรมซ้ำเป็นประจำทุกปี มีการประเมินผลประจำปี หรือการประกาศพนักงานดีเด่นประจำเดือน ซึ่งรวมทั้งด้านการเสิร์ฟอาหาร การต้อนรับ และการให้คำแนะนำด้วย ซึ่งการสอนการเล่นก็ควรจะต้องมีความชำนาญ และมีความแม่นยำในเกมนั้น ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมเหตุผลในการเลือกใช้บริการของลูกค้าให้เลือกใช้บริการร้านลานละเล่น บอร์ดเกมคาเฟ่

7. ด้านลักษณะการใช้บริการ นอกจากลูกค้าจะมาใช้บริการเล่นเกมภายในร้านแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มอีกด้วย ดังนั้นจึงควรเพิ่มเมนูอาหารให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น และรักษาคุณภาพของอาหารเอาไว้ ทั้งด้านรสชาติ และวัตถุดิบที่ใช้ และลูกค้านิยมมาใช้บริการเป็นรายชั่วโมง ดังนั้นจึงควรจัดโปรโมชั่น เช่น มอบส่วนลดค่าอาหาร 10% เมื่อใช้บริการครบ 5 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการนานขึ้น รวมไปถึงเงื่อนไขการสมัครสมาชิกอาจจะมีเงื่อนไขเพิ่มเติม เช่น เมื่อใช้บริการครบ 10 ชั่วโมง ภายใน 3 วัน

สามารถนำมาใช้เป็นส่วนลดค่าสมัครสมาชิกได้ 50 บาท ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการสมัครสมาชิก ดังนั้นจึงอาจมีการเพิ่มเงื่อนไขในการต่ออายุสมาชิก เช่น แบ่งเป็นระดับ bronze, silver และ gold โดยนับจากครั้งที่มาใช้บริการ โดยแต่ละระดับจะสามารถใช้เป็นส่วนลดที่แตกต่างกัน เช่น ระดับ bronze จะสามารถใช้เป็นส่วนลดราคารายชั่วโมงเท่านั้น ระดับ silver จะสามารถใช้เป็นส่วนลดรายชั่วโมง และการซื้อสินค้าภายในร้าน และระดับ gold จะสามารถใช้เป็นส่วนลดรายชั่วโมง ส่วนลดในการซื้อสินค้าภายในร้าน และเป็นส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่มได้ รวมไปถึงอัตราค่าต่ออายุสมาชิกที่แตกต่างกันอีกด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- กฤตณัย แซ่อึ้ง (2560). *การศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก [http://fms.nrru.ac.th/home/research/public\\_html/images/stories/Research-2560/Student-Research/student60-12.pdf](http://fms.nrru.ac.th/home/research/public_html/images/stories/Research-2560/Student-Research/student60-12.pdf)
- จอมณัฐธา สิริธนพงศ์. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์เทลส์รันเนอร์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, <http://203.131.219.242/cdm/ref/collection/thesis/id/26482>
- จาริณี แซ่ว่อง. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สงขลา. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2562, จาก <http://graduate.hu.ac.th/thesis/2558/mba/Pongsiri.pdf>.
- จุฑาวุฒิ จันทรมาลี (2559). *การศึกษาพฤติกรรมกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิตในการเล่นเกมนออนไลน์กรณีศึกษา เกมโปเกมอนโก*. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก [http://dusithost.dusit.ac.th/~juthawut\\_cha/download/Studying%20the%20Behavior%20of%20the%20Online%20Group%20Game%20Players%20in%20Suan%20Dusit%20University%20Case%20Studies%20Pokemon%20GO%20Game.pdf](http://dusithost.dusit.ac.th/~juthawut_cha/download/Studying%20the%20Behavior%20of%20the%20Online%20Group%20Game%20Players%20in%20Suan%20Dusit%20University%20Case%20Studies%20Pokemon%20GO%20Game.pdf)
- ดาริกา ไตรวัฒน์วงษ์. (2555). *ผลกระทบของพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของ นักศึกษา ระดับปริญญาตรีในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก [http://researchconference.kps.ku.ac.th/article\\_8/pdf/o\\_human14.pdf](http://researchconference.kps.ku.ac.th/article_8/pdf/o_human14.pdf)

- ธนพัทธ์ เอเมะบุตร. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก <http://dSPACE.bu.ac.th/bitstream/123456789/1196/3/thanapath.amab.pdf>
- ธานินทร์ สุธีประเสริฐ. (2561). *พฤติกรรมการเล่นเกมและการติดยาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแห่งหนึ่ง ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี*. วารสารการพัฒนาสุขภาพชุมชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ปีที่ 6 (ฉบับที่ 1), สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก [http://kkpho.moph.go.th/chd/6\\_1/01.pdf](http://kkpho.moph.go.th/chd/6_1/01.pdf)
- ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดนครปฐม*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก [http://www.research-system.siam.edu/images/independent/2559\\_%E0%B9%84%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%AA2/The\\_factors\\_to\\_decision\\_to\\_purchase\\_the\\_winning\\_a\\_special\\_savings\\_of\\_the\\_government\\_saving\\_bank\\_Nakhonprathom\\_province/6.2Chapter2.pdf](http://www.research-system.siam.edu/images/independent/2559_%E0%B9%84%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%AA2/The_factors_to_decision_to_purchase_the_winning_a_special_savings_of_the_government_saving_bank_Nakhonprathom_province/6.2Chapter2.pdf)
- พีรญา เรืองกิจภิญโญกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ในเครือโรงภาพยนตร์ เอส เอฟ. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม (การประกอบการ)*. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2562, จาก [http://eprints.utcc.ac.th/2532/1/2532\\_fulltext.pdf](http://eprints.utcc.ac.th/2532/1/2532_fulltext.pdf).
- วรารณ ลีเมธวัฒนา และกันตณ ธรรมวัฒนา. (2560). *พฤติกรรมในการเล่นเกมที่กระตือรือร้นและองค์ประกอบของปัจจัยทางด้านผลกระทบจากการเล่นเกมของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิจัยสังคม. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/view/90922>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัยจำกัด. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2562, จาก [http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/Marketing\\_mix\\_factors\\_that\\_affect\\_the\\_service\\_behavior\\_of\\_the\\_coffee\\_consumed\\_in\\_the\\_district\\_town.\\_Ratchaburi/13\\_%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1.pdf](http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/Marketing_mix_factors_that_affect_the_service_behavior_of_the_coffee_consumed_in_the_district_town._Ratchaburi/13_%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1.pdf)