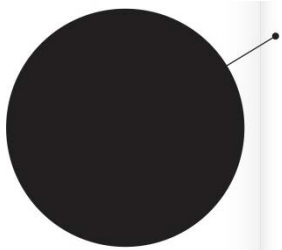


โดย  
สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การ  
มหาชน)

**แถลงผลการสำรวจ**  
**พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลคอนเทนต์**  
**ในเขตเมือง ประจำปี 2558**  
**(หนังการ์ตูน/แอนิเมชั่นและเกม)**

17 กันยายน 2558

---



# กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่สำรวจ

รวม  
(ราย)

กรุงเทพฯ  
และ  
ปริมณฑล

ภาคกลาง  
ตะวันตกและ  
ตะวันออก

ภาคเหนือ

ภาคอีสาน

ภาคใต้

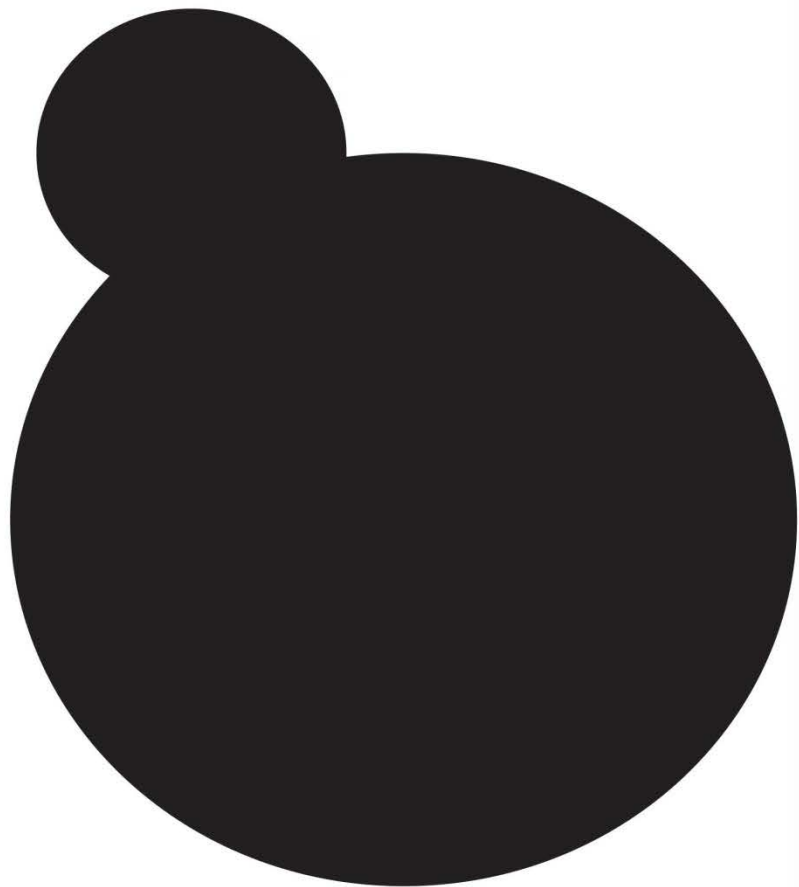
## การสำรวจแบบ Offline

1. รวมจำนวนตัวอย่าง	1,500	300	300	300	400	200
1.1 ผู้บริโภคหนึ่งการ์ตูน/ แอนิเมชั่น	918	180	159	154	301	124
1.2 ผู้บริโภคเกม	976	195	180	221	231	149

## การสำรวจแบบ Online

2. รวมจำนวนตัวอย่าง	1,145
2.1 ผู้บริโภคหนึ่งการ์ตูน/ แอนิเมชั่น	312
2.2 ผู้บริโภคเกม	833

(คำนวณการกระจายจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนประชากรอายุ 1-60 ปี  
จากสถิติของสำนักทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557)



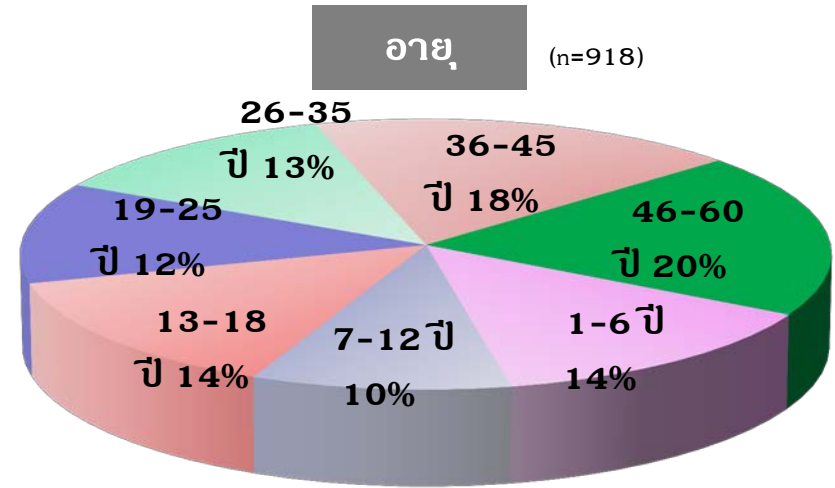
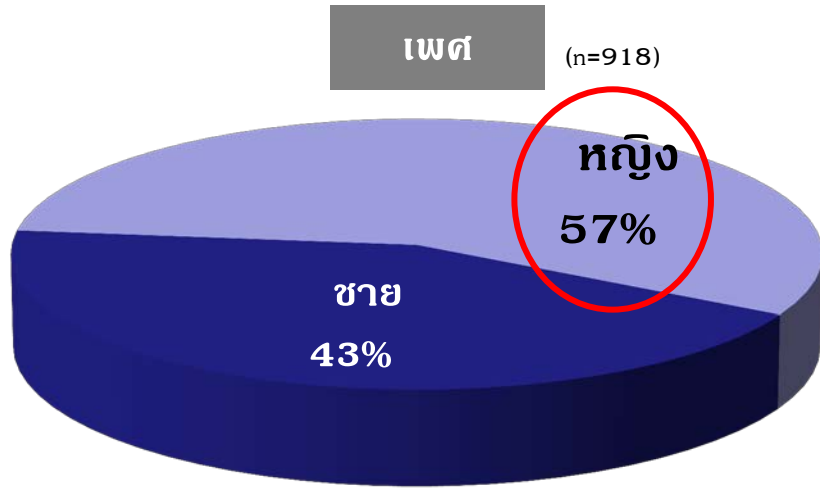
**ผลการสำรวจ**

**พฤติกรรมผู้บริโภค**

**หนังการ์ตูน/แอนิเมชั่น**

**(จำนวนตัวอย่าง 918 ราย)**

# ลักษณะของผู้บริโภคหนังก้าตูน/แอนิเมชั่น

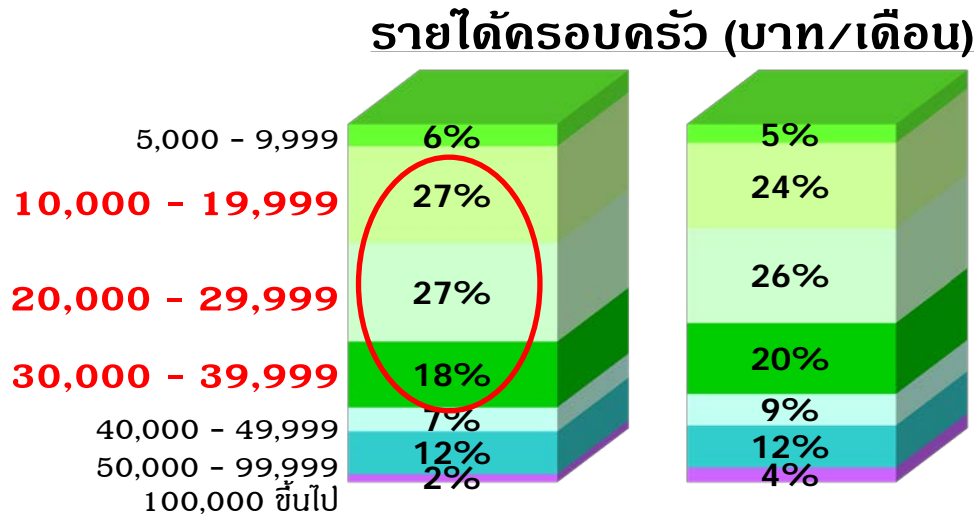
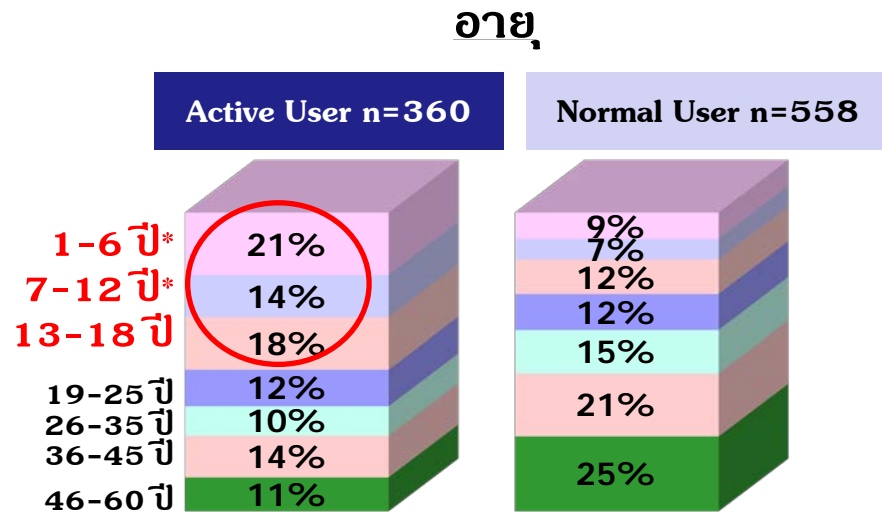
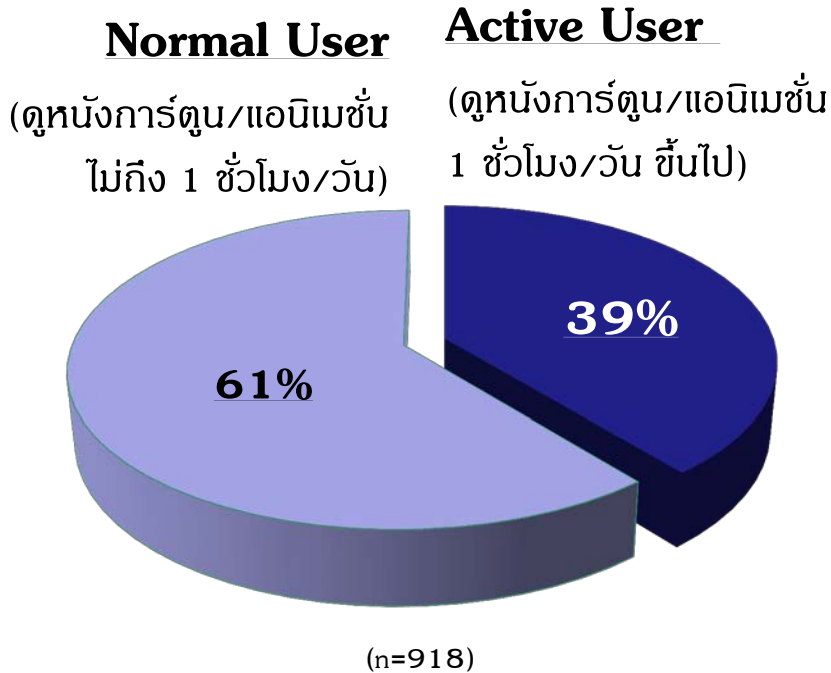


ภาพรวม	อายุ (ปี)							
	1-6*	7-12*	13-18	19-25	26-35	36-45	46-60	
<b>เพศ</b>	n=918	n=124	n=89	n=128	n=111	n=117	n=168	n=181
<b>ชาย</b>	43%	47%	49%	45%	59%	42%	38%	34%
<b>หญิง</b>	<b>57%</b>	53%	51%	56%	41%	58%	<b>63%</b>	<b>66%</b>

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# ลักษณะของผู้บริโภคหนึ่งการ์ตูน/แอนิเมชั่น



n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# อุปกรณ์ที่ใช้ต่ออินเทอร์เน็ตและจำนวนชั่วโมง/วันที่ใช้งาน

สำรวจแบบ Offline

## อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจำแนกอายุ

	สมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต	คอมพิวเตอร์/ โน้ตบุ๊ก	ไม่ได้ใช้ อินเทอร์เน็ต
1-6 ปี* (n=124)	81%	24%	19%
7-12 ปี* (n=89)	80%	33%	19%
13-18 ปี (n=128)	95%	60%	2%
19-25 ปี (n=111)	97%	60%	3%
26-35 ปี (n=117)	95%	40%	3%
36-45 ปี (n=168)	78%	27%	21%
46-60 ปี (n=181)	42%	17%	56%

ค่าเฉลี่ยการใช้งาน  
ผ่านอินเทอร์เน็ต  
ทางโทรศัพท์มือถือ  
(ชั่วโมง/วัน/คน)

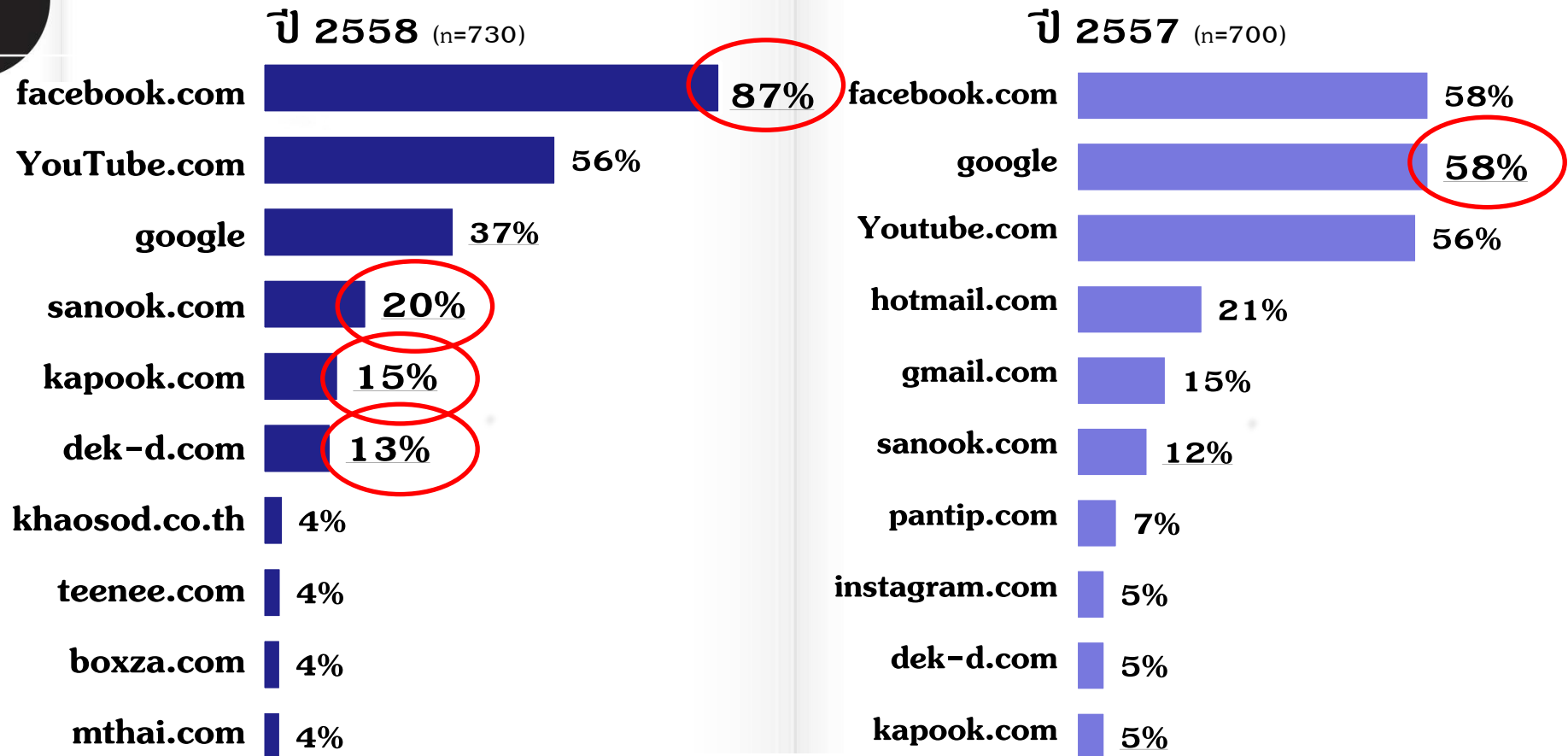
ค่าเฉลี่ยการใช้งาน  
ผ่านอินเทอร์เน็ต  
ทางคอมพิวเตอร์  
(ชั่วโมง/วัน/คน)

<b>3</b> <small>(n=100)</small>	<b>4</b> <small>(n=30)</small>
<b>3</b> <small>(n=71)</small>	<b>3</b> <small>(n=29)</small>
<b>4</b> <small>(n=122)</small>	<b>3</b> <small>(n=77)</small>
<b>4</b> <small>(n=108)</small>	<b>4</b> <small>(n=67)</small>
<b>4</b> <small>(n=111)</small>	<b>4</b> <small>(n=47)</small>
<b>3</b> <small>(n=131)</small>	<b>4</b> <small>(n=45)</small>
<b>3</b> <small>(n=76)</small>	<b>3</b> <small>(n=31)</small>

\* กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามพฤติกรรมของผู้ปกครอง

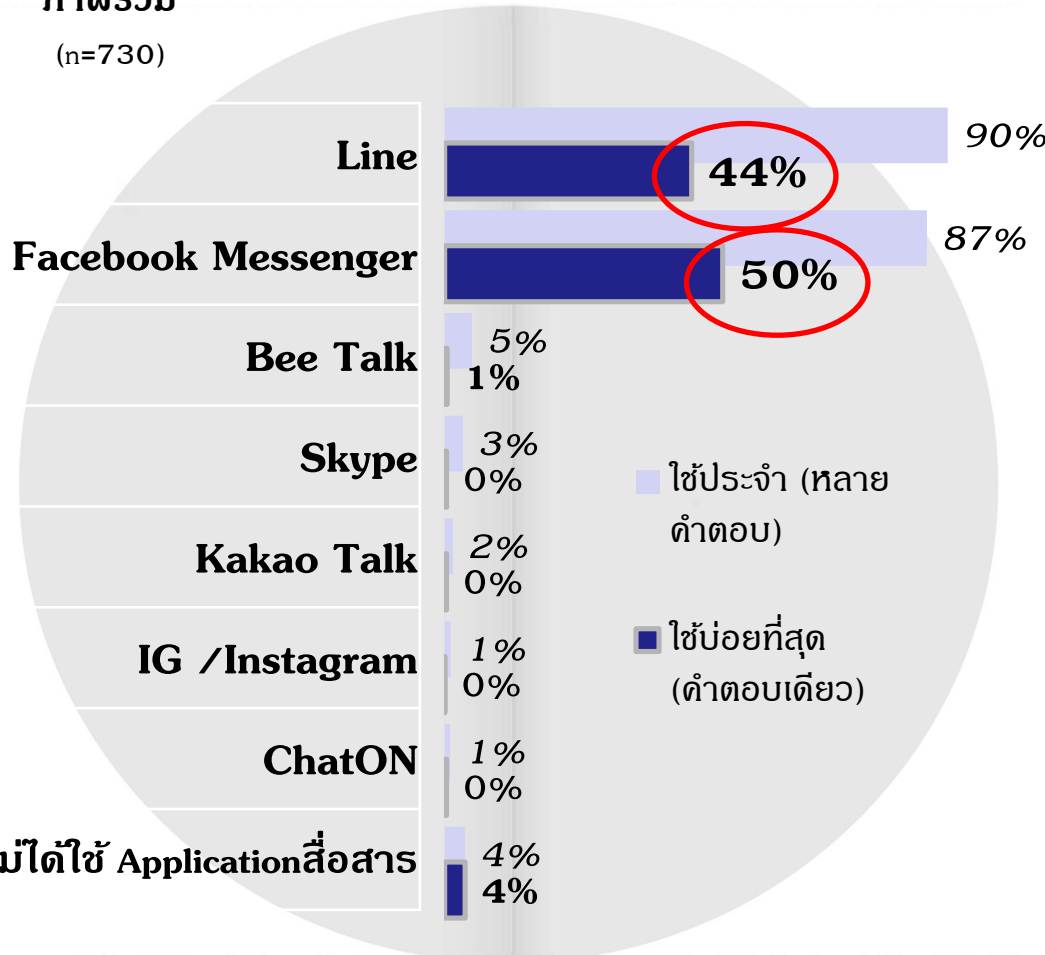
## ชื่อ Website ที่ใช้เป็นประจำ

เปรียบเทียบชื่อ Website ที่ผู้บริโภคห้างค้าปลีก/แอนิเมชั่นใช้เป็นประจำใน ปี 2558 กับปี 2557



# Application ติดต่อ/สื่อสารที่ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ

ภาพรวม  
(n=730)

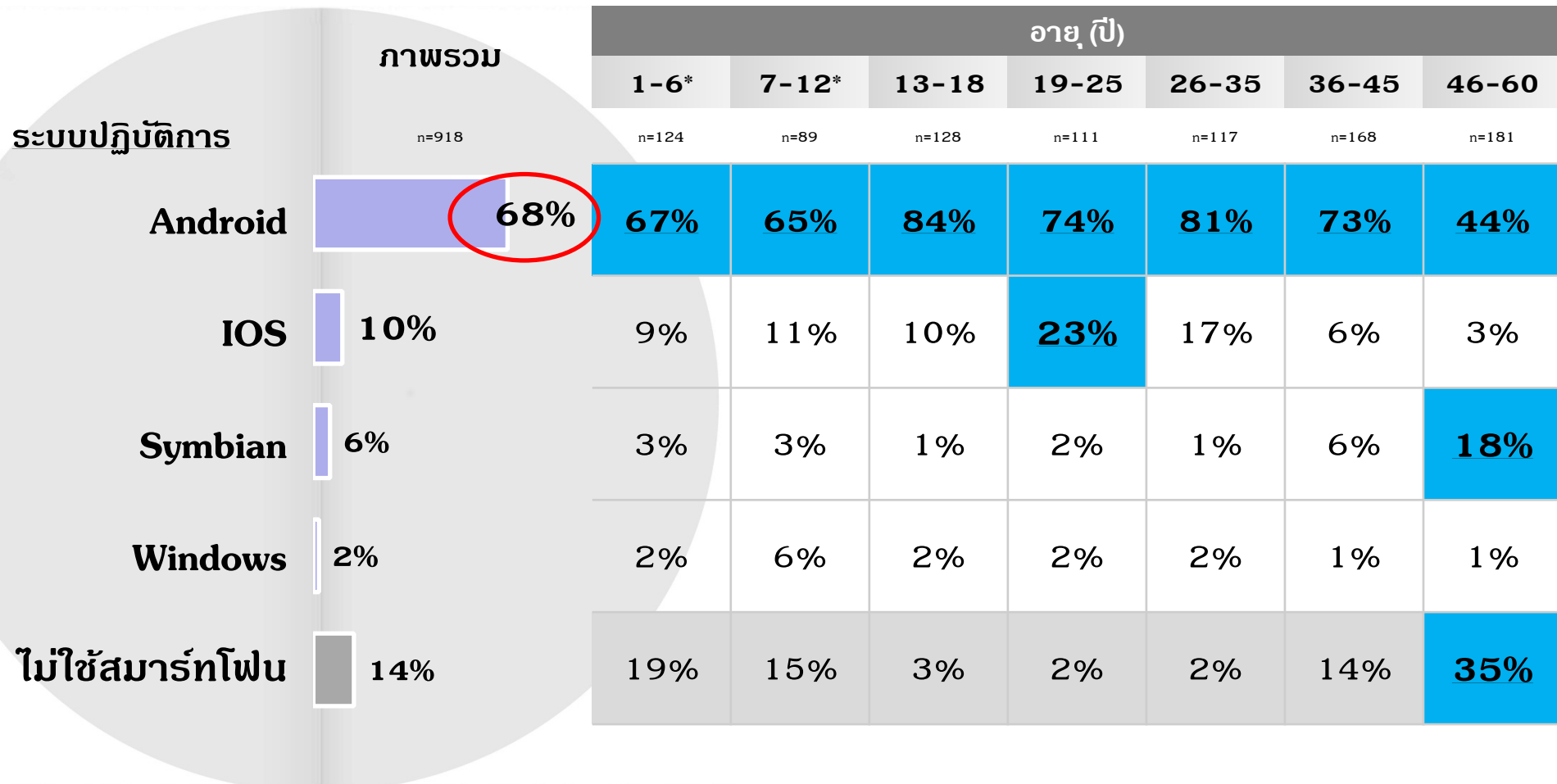


	อายุ (ปี)						
	1-6*	7-12*	13-18	19-25	26-35	36-45	46-60
	n=101	n=72	n=125	n=108	n=113	n=132	n=79
Line	46%	46%	22%	34%	47%	59%	63%
Facebook Messenger	51%	38%	76%	61%	51%	35%	28%
Bee Talk	1%	3%	-	-	-	1%	-

\* กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 1-9ปี เป็นการสอบถามพฤติกรรมของผู้ปกครอง



# ระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์มือถือที่ใช้

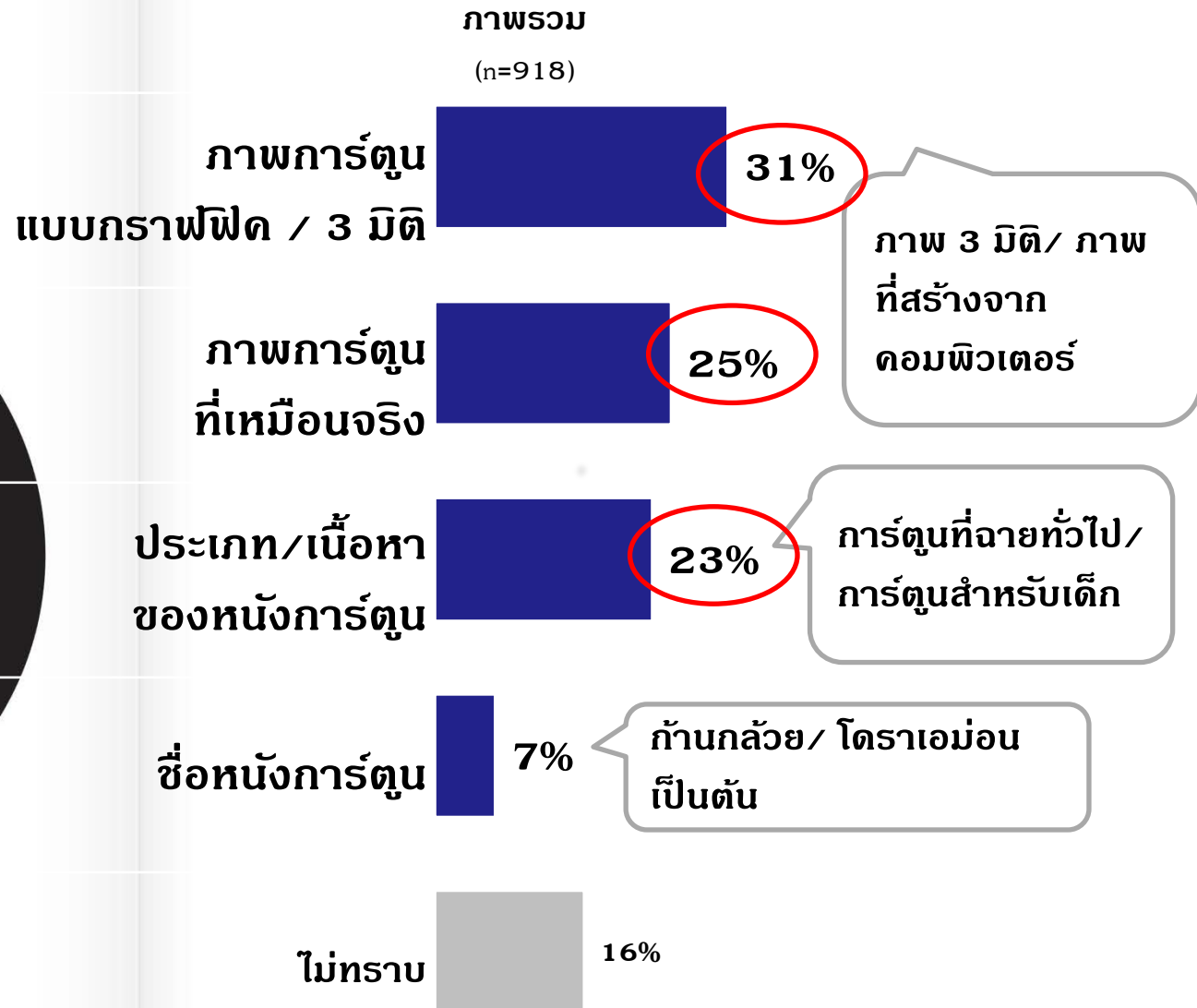


n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

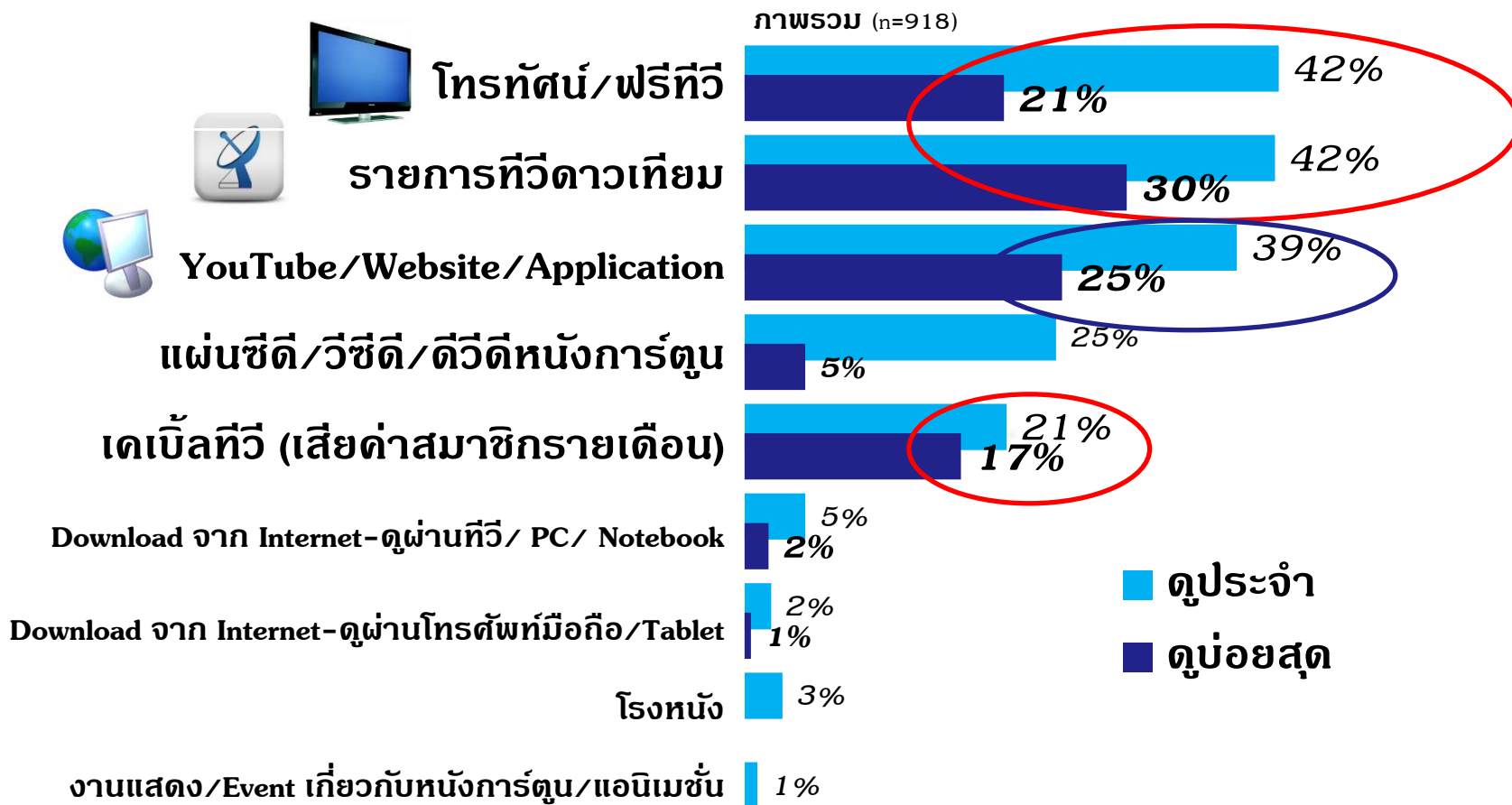
\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# ความเข้าใจต่อคำว่า “แอนิเมชั่น”

○ ผู้บริโภคมีความเข้าใจว่า “แอนิเมชั่น” คือ หนังสการ์ตูน ขณะที่บางส่วนไม่รู้จักคำว่า “แอนิเมชั่น”



# ช่องทางการดูหนังการ์ตูน/แอนิเมชั่นเป็นประจำ



# ช่วงเวลาและจำนวนชั่วโมงที่ดูหนังการ์ตูน/แอนิเมชั่น

■ จ-ศ

■ ส-อา

## ช่วงเวลา πουดูหนังการ์ตูน/แอนิเมชั่นประจำ

เช้า-เที่ยง

บ่าย

เย็น-ด่ำ

ดึก

(6.01-12)

(12-16.59)

(17-20.59)

(21-5.59)

เฉลี่ยจำนวนชั่วโมง  
ที่ดู/เดือน

12

15

13

6

15

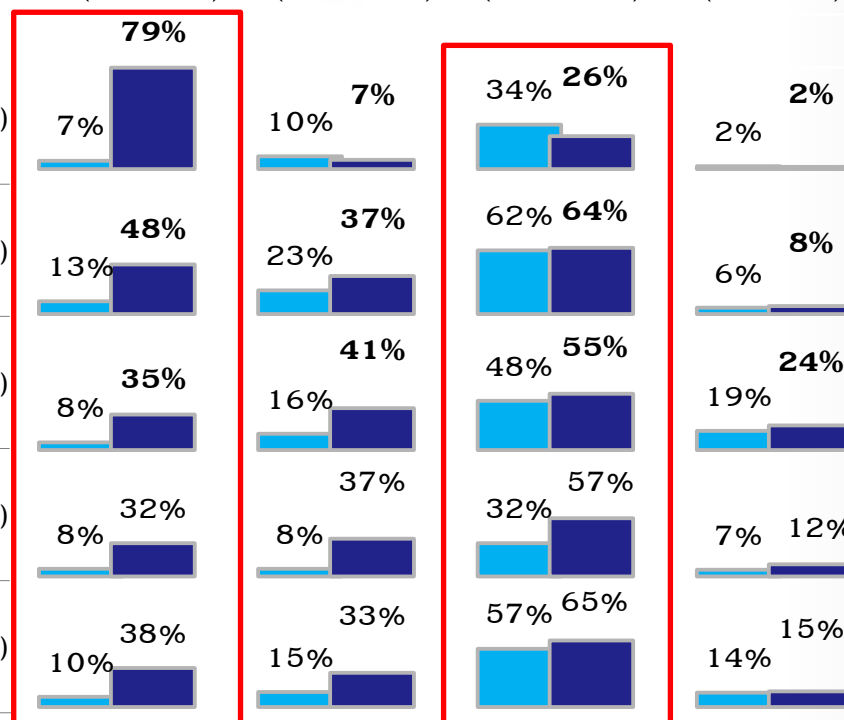
โทรทัศน์/ฟรีทีวี (n=387)

รายการทีวีดาวเทียม (n=385)

YouTube/Website/Application (n=357)

แผ่นซีดี/วีซีดี/ดีวีดีการ์ตูน (n=226)

เดสก์ท็อป (n=190)



# ความชอบหนังการ์ตูนไทยและต่างประเทศ

ชอบหนังการ์ตูนไทย  
มากกว่าต่างประเทศ



15%

ชอบหนังการ์ตูน  
ต่างประเทศมากกว่าไทย

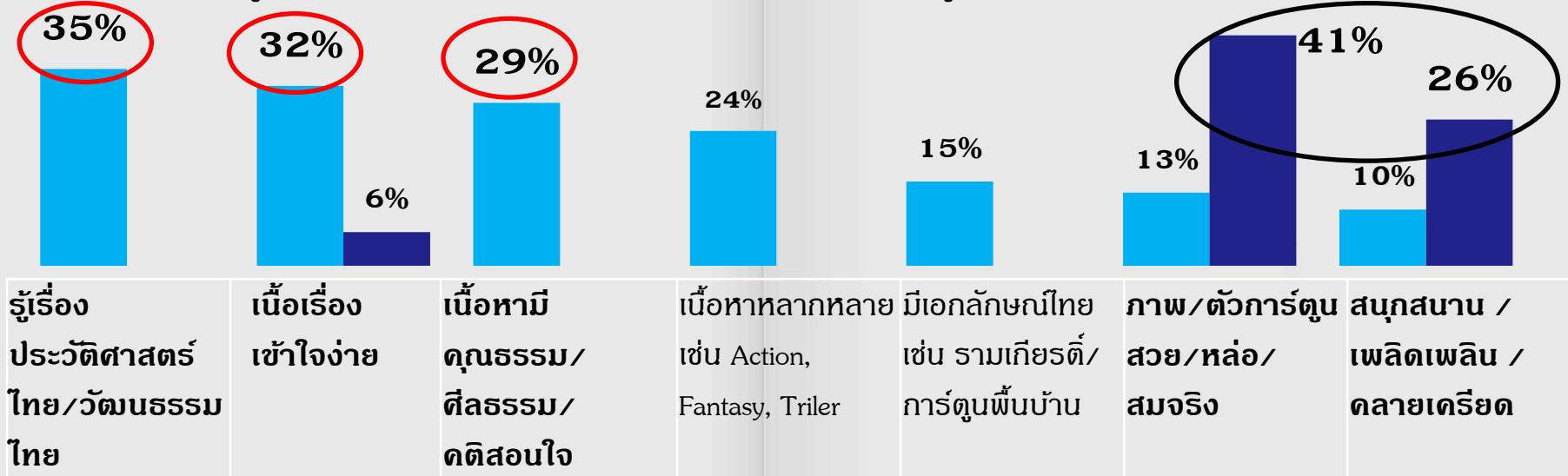
85%



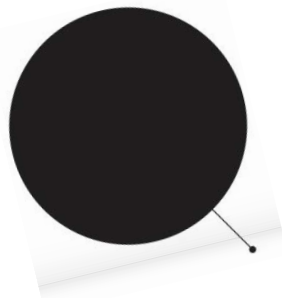
## เหตุผลที่ชอบดูหนังการ์ตูนไทย/ต่างประเทศ

■ ชอบหนังการ์ตูนไทยมากกว่าต่างประเทศ (n = 136)

■ ชอบหนังการ์ตูนต่างประเทศมากกว่าไทย (n=782)



# หนังการ์ตูนไทยที่ชื่นชอบ



ภาพรวม

(n=385)

■ เคยดูในรอบ 1 ปี (หลายคำตอบ)

■ ชอบดูมากที่สุด (คำตอบเดียว)



ก้านกล้วย

62%

46%



เบิร์ดแลนด์

31%

11%



ปังปอนด์

24%

4%



ชุมชนนิมนต์ยิ้ม

22%

9%



ดาราการ์ตูน

18%

6%



Sheldon

15%

8%



ยักษ์

14%

6%



นาค

7%

2%



เดอะสลัด

5%

1%

อื่น ๆ

11%

5%

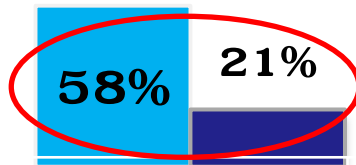
# หนังการ์ตูนต่างประเทศที่ชื่นชอบ

■ เคยดูในรอบ 1 ปี (หลายคำตอบ)

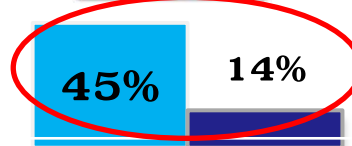
■ ชอบดูมากที่สุด (คำตอบเดียว)

ภาพรวม

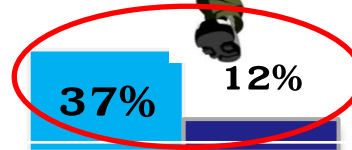
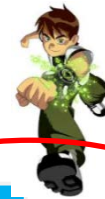
(n=907)



โดราเอมอน



ทอม แอนด์ เจอร์รี่



เบนเทน (ช่อง 7)



ยอดนักสืบจิ๋วโคนัน



ดิสนีย์คลับ (ช่อง 7)



นารูโตะ



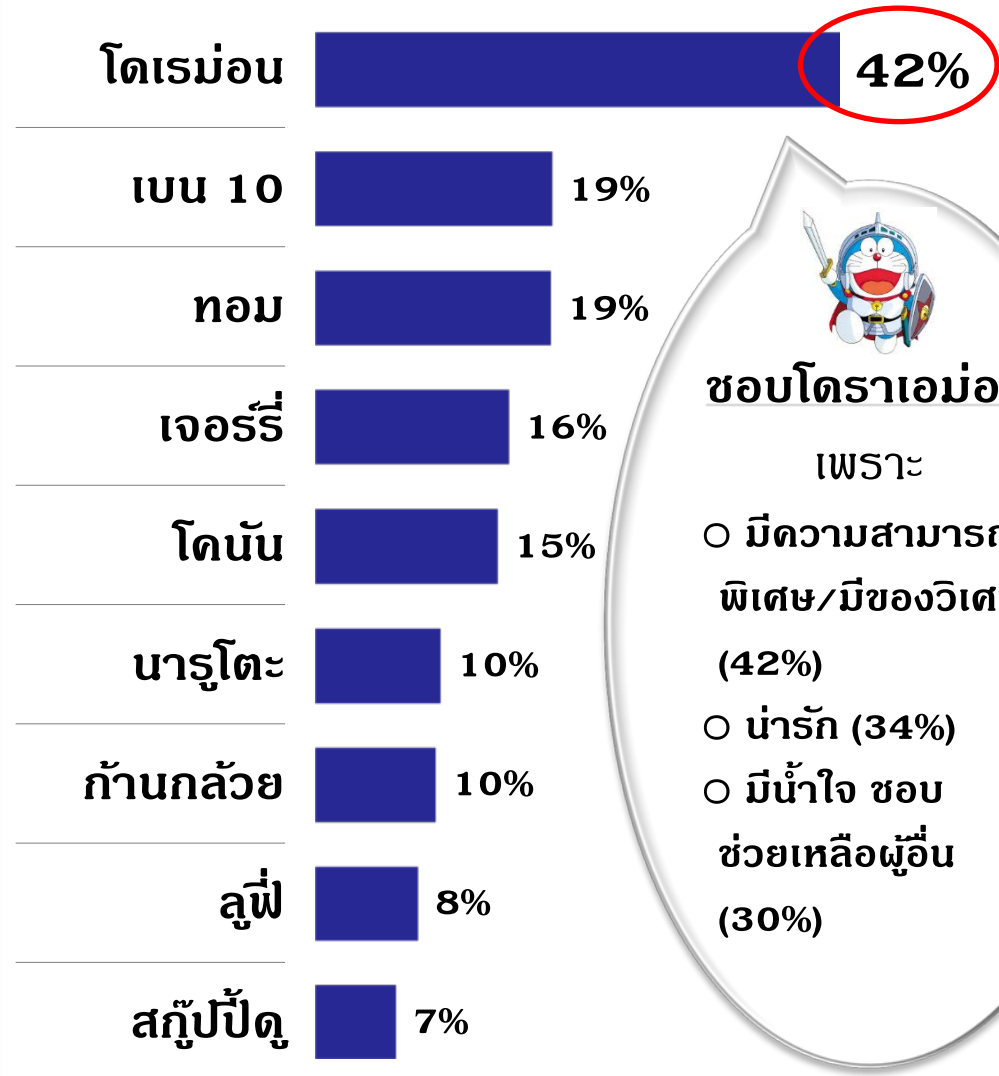
วันพีซ



อื่น ๆ

# ตัวการ์ตูนที่ชื่นชอบ

ภาพรวม  
(n=918)



## ชอบโดเรมอน

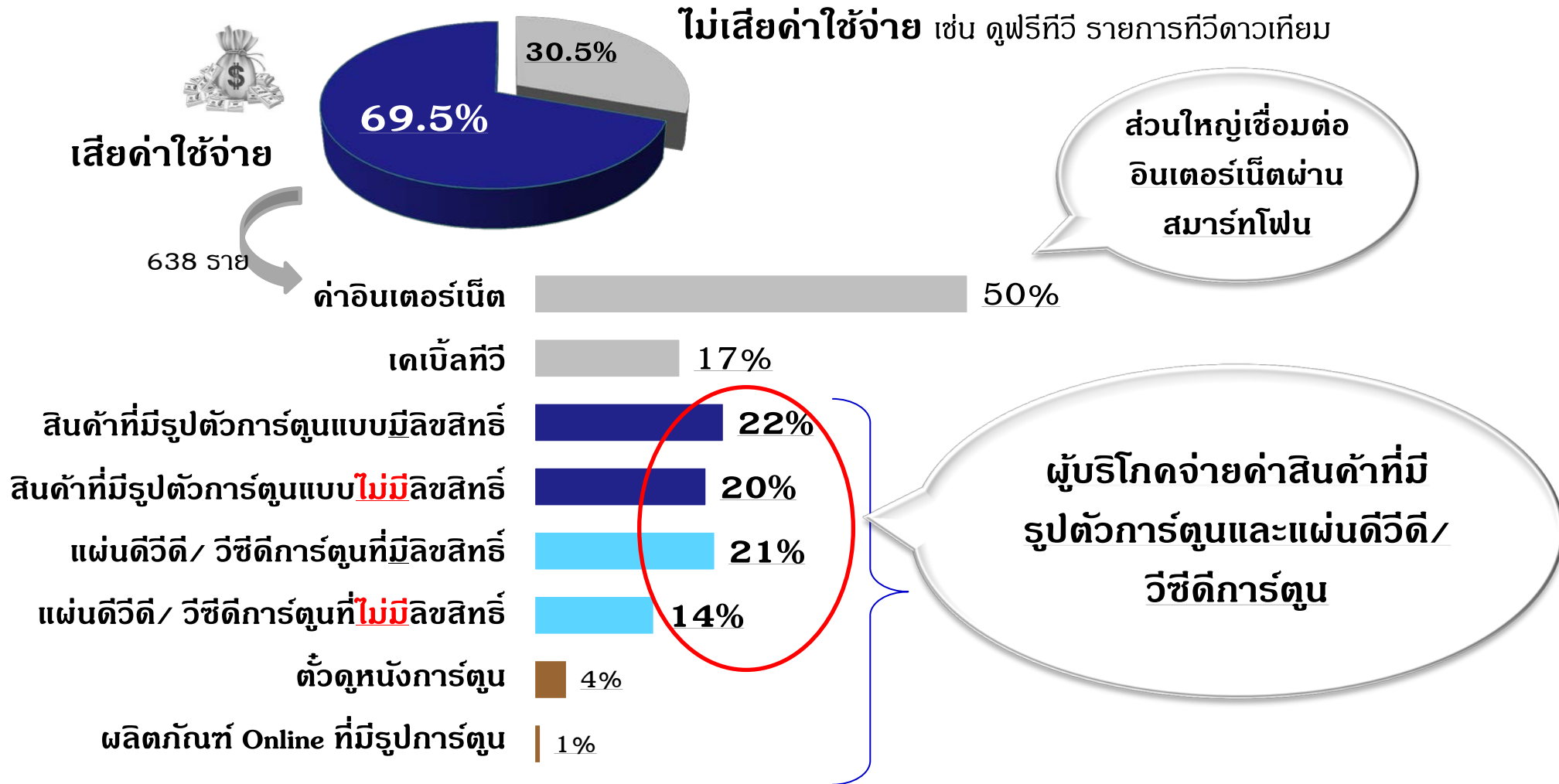
เพราะ

- มีความสามารถพิเศษ/มีของวิเศษ (42%)
- น่ารัก (34%)
- มีน้ำใจ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น (30%)

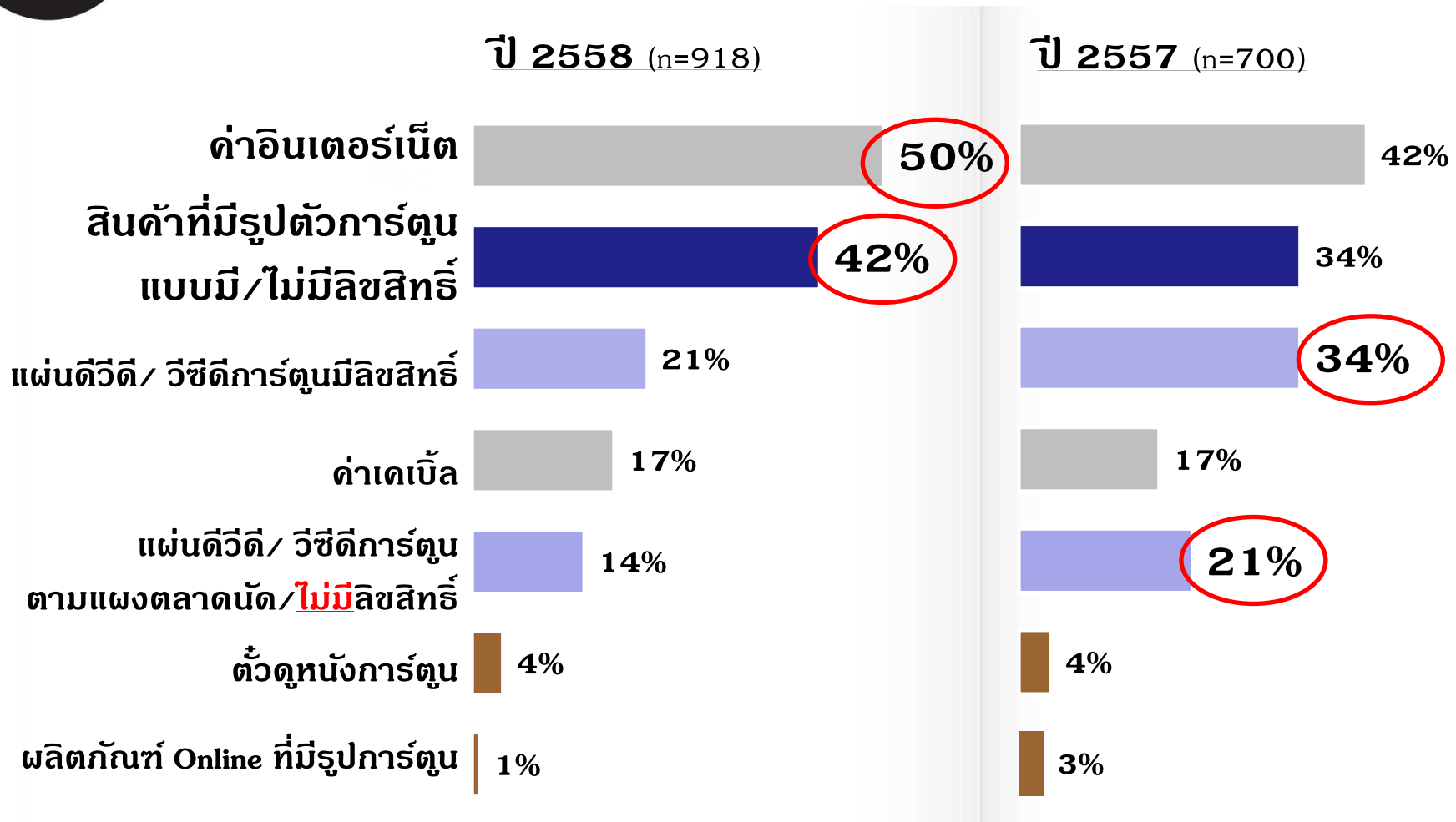
○ เนื่องจากผู้บริโภคชอบหนังการ์ตูนต่างประเทศมากกว่าไทย ตัวการ์ตูนที่ชื่นชอบมากที่สุดจึงได้แก่ ตัวการ์ตูนต่างประเทศ โดยชอบโดเรมอนมากที่สุด (42%) เพราะมีความสามารถพิเศษคือ มีกระเป๋าหน้าสำหรับเก็บของวิเศษไว้ช่วยเหลือผู้อื่น



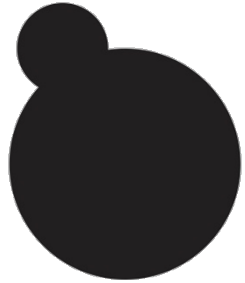
# สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับหนังก์ตูน



# สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับหนังการตูน



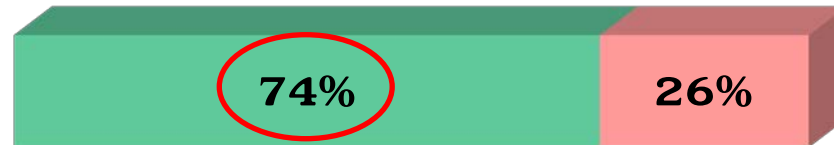
# อิทธิพลจากการดูหนังการ์ตูน



พูด/แสดงกริยา  
ที่เห็นว่าเป็นเรื่องที่ดี



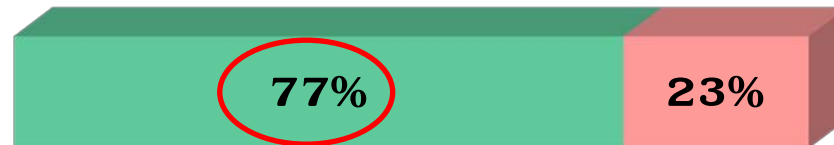
ได้รับความรู้/  
สาระประโยชน์



มีพลัง/ความมุ่งมั่น



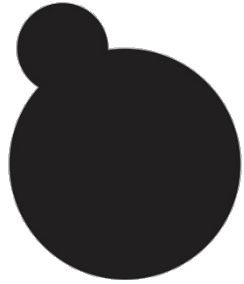
ทำสิ่งดี ๆ ต่อผู้อื่น



- ด่อนข้างมาก-มากที่สุด (4-6 คะแนน)
- น้อยมาก-ด่อนข้างน้อย (1-3 คะแนน)

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (เต็ม 6)			
	ชอบการ์ตูนไทย	ชอบการ์ตูนเทศ	Active User	Normal User
n=918	n=136	n=782	n=360	n=558
<b>3.89</b>	<b>4.24</b>	<b>3.83</b>	<b>4.04</b>	<b>3.80</b>
<b>4.15</b>	<b>4.63</b>	<b>4.07</b>	<b>4.35</b>	<b>4.03</b>
<b>4.08</b>	<b>4.42</b>	<b>4.02</b>	<b>4.26</b>	<b>3.96</b>
<b>4.14</b>	<b>4.45</b>	<b>4.09</b>	<b>4.30</b>	<b>4.04</b>

# อิทธิพลจากการดูหนังการ์ตูน



	ภาพรวม	อายุ (ปี) (ค่าเฉลี่ยเต็ม 6)						
		1-6*	7-12*	13-18	19-25	26-35	36-45	46-60
อิทธิพลจากการดูหนังการ์ตูน	n=918	n=124	n=89	n=128	n=111	n=117	n=168	n=181
พูด/แสดงกริยาที่เห็นว่าเป็นเรื่องที่ดี	<b>3.89</b>	<b>4.04</b>	<b>4.29</b>	3.96	3.87	3.96	3.72	3.69
ได้รับความรู้/ สาระประโยชน์	<b>4.15</b>	<b>4.08</b>	<b>4.47</b>	<b>4.33</b>	<b>4.13</b>	<b>4.25</b>	3.99	4.02
มีพลัง/ความมุ่งมั่น	<b>4.08</b>	<b>4.18</b>	<b>4.56</b>	<b>4.28</b>	<b>4.20</b>	<b>4.13</b>	3.84	3.73
ทำสิ่งดี ๆ ต่อผู้อื่น	<b>4.14</b>	<b>4.20</b>	<b>4.43</b>	<b>4.32</b>	<b>4.34</b>	<b>4.21</b>	3.95	3.86

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

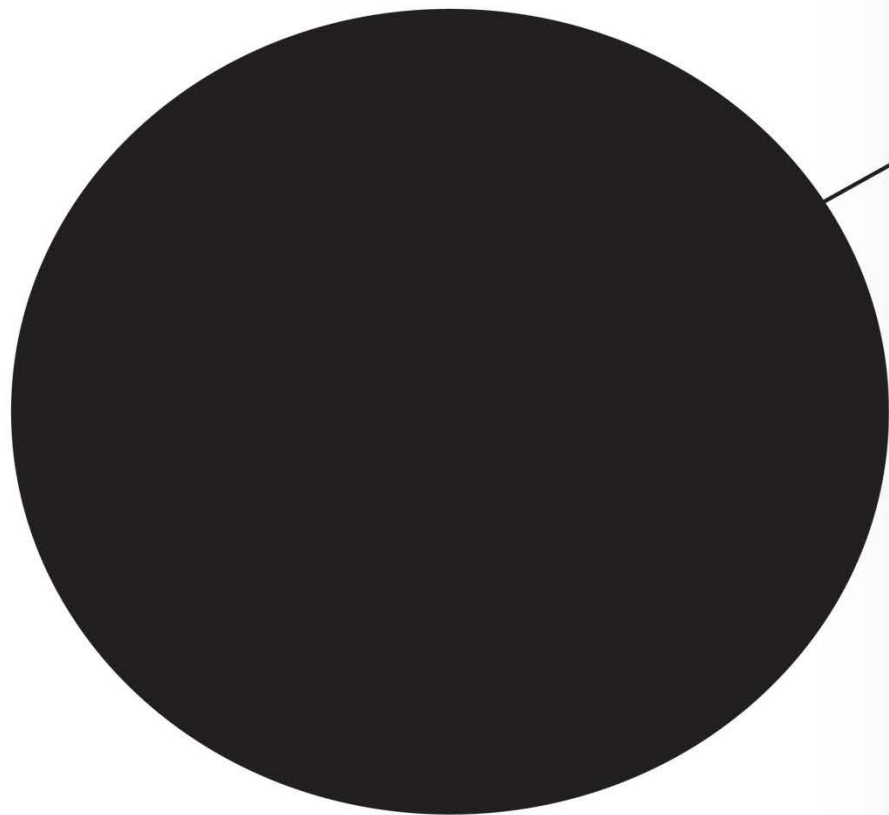
# ข้อเสนอแนะ พฤติกรรมผู้บริโภคหนังการ์ตูน/แอนิเมชั่น

ควรกระตุ้นให้ผู้บริโภคดูหนังการ์ตูนไทยมากขึ้น  
เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมหนังการ์ตูนที่ผลิตโดย  
ผู้ประกอบการไทยเติบโต โดยคำนึงถึงปัจจัยที่จูงใจ  
ให้ผู้บริโภคดูหนังการ์ตูนไทย

ใช้รูปแบบการนำเสนอเป็นจุด  
ดึงดูดคือ

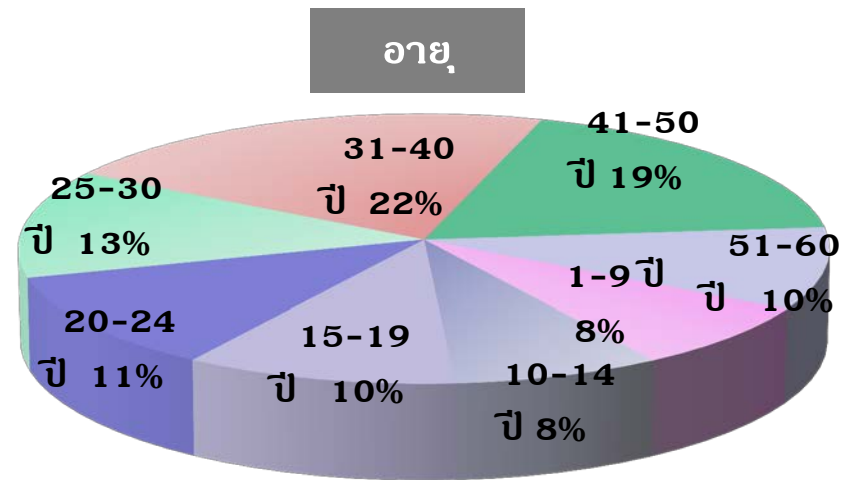
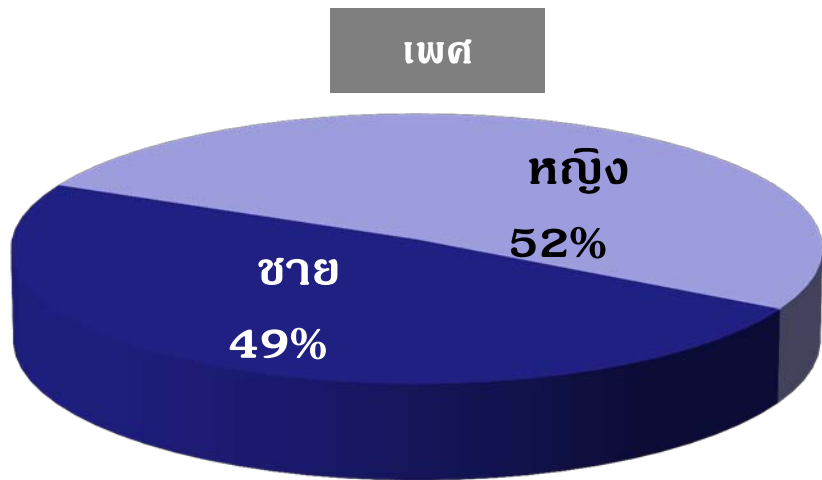
- ให้ความสนุกสนาน/  
เพลิดเพลิน/ดูแล้วผ่อนคลาย/  
คลายเครียด
- ตัวการ์ตูนสวย/เหมือนจริง
- ตัวการ์ตูนมีเอกลักษณ์หรือ  
ความสามารถพิเศษ

ศึกษาแบบอย่างของการ์ตูน  
ไทยและต่างประเทศที่  
ประสบความสำเร็จ เช่น  
โดราเอมอน และก้านกล้วย



- ผลการสำรวจ  
พฤติกรรมผู้บริโภครเกม  
(จำนวนตัวอย่าง 976 ราย)

# ลักษณะของผู้บริโภคเกม

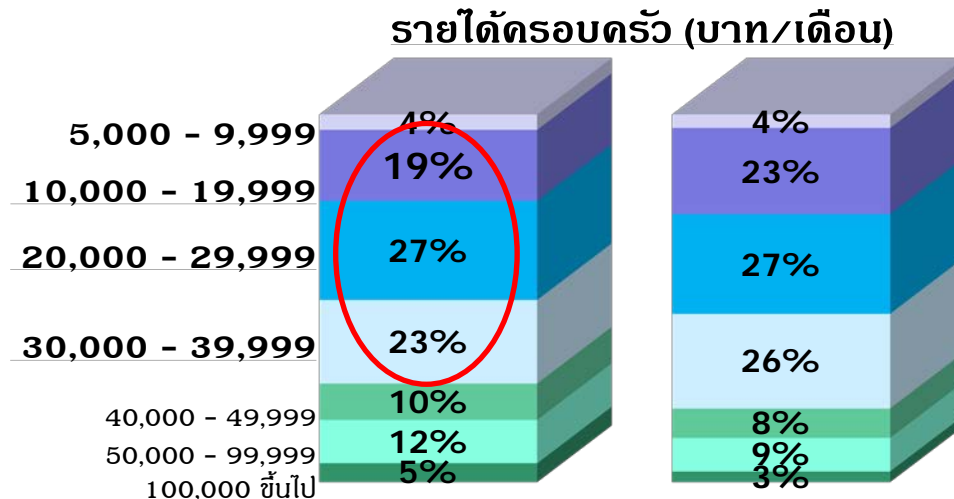
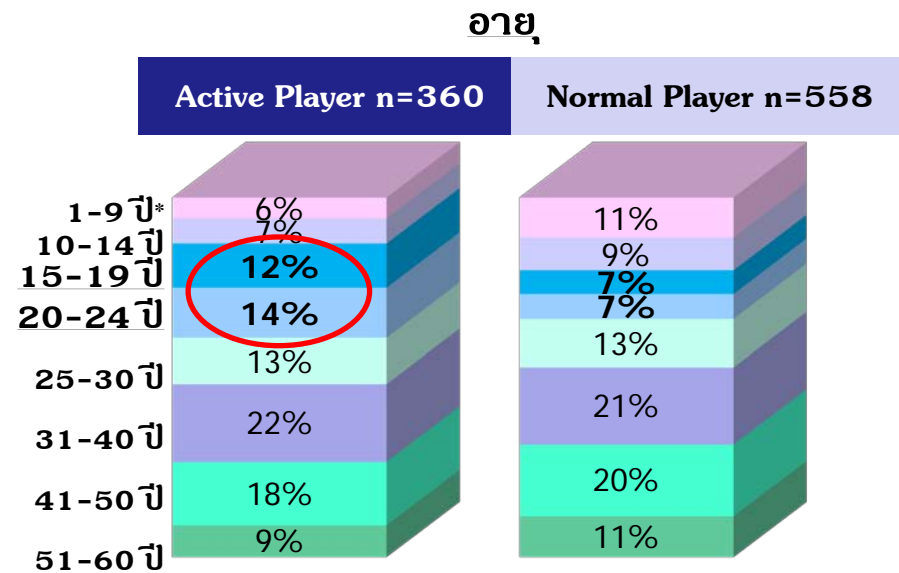
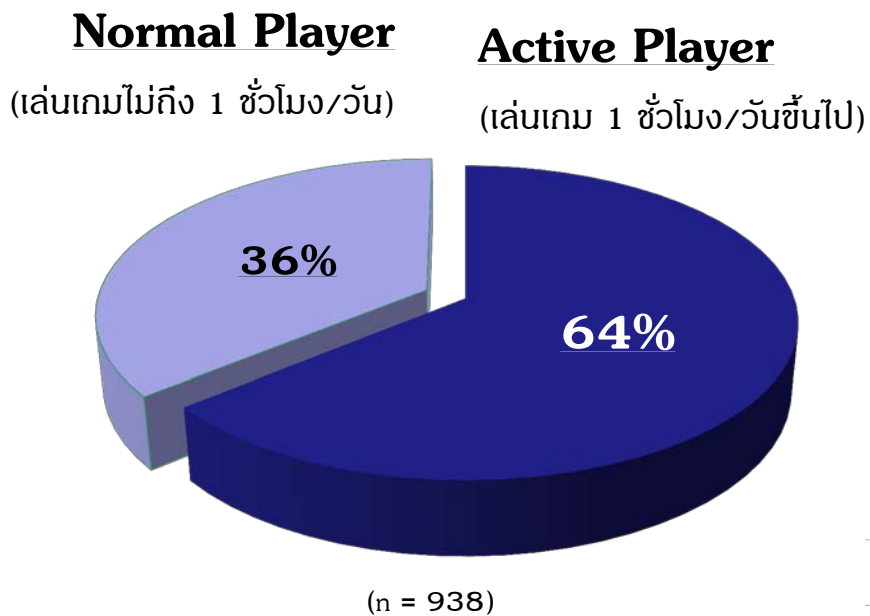


เพศ	ภาพรวม n=976	อายุ (ปี)							
		1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60
	n=976	n=75	n=76	n=100	n=111	n=127	n=210	n=181	n=96
ชาย	49%	61%	47%	60%	66%	49%	48%	31%	41%
หญิง	52%	39%	53%	40%	34%	51%	52%	69%	59%

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# ลักษณะของผู้บริโภคเกม



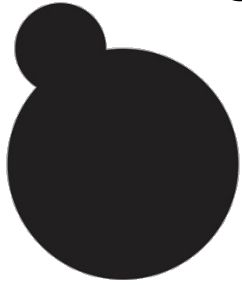
n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง



# อุปกรณ์ที่ใช้ต่ออินเทอร์เน็ตและจำนวนชั่วโมง/วันที่ใช้งาน

สำรวจแบบ Offline



## อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจำแนกอายุ

	สมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต	คอมพิวเตอร์/ โน้ตบุ๊ก	ไม่ได้ใช้ อินเทอร์เน็ต
<b>1-9 ปี*</b> (n=75)	<b>87%</b>	<b>27%</b>	<b>13%</b>
<b>10-14 ปี</b> (n=76)	<b>96%</b>	<b>54%</b>	<b>1%</b>
<b>15-19 ปี</b> (n=100)	<b>93%</b>	<b>64%</b>	<b>-</b>
<b>20-24 ปี</b> (n=111)	<b>96%</b>	<b>56%</b>	<b>3%</b>
<b>25-30 ปี</b> (n=127)	<b>97%</b>	<b>39%</b>	<b>1%</b>
<b>31-40 ปี</b> (n=210)	<b>99%</b>	<b>33%</b>	<b>1%</b>
<b>41-50 ปี</b> (n=181)	<b>96%</b>	<b>33%</b>	<b>3%</b>
<b>51-60 ปี</b> (n=96)	<b>83%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>

## ค่าเฉลี่ยการใช้งาน ผ่านอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์มือถือ (ชั่วโมง/วัน)

(n=65)	<b>3</b>
(n=73)	<b>3</b>
(n=93)	<b>4</b>
(n=107)	<b>4</b>
(n=123)	<b>4</b>
(n=208)	<b>4</b>
(n=174)	<b>3</b>
(n=80)	<b>3</b>

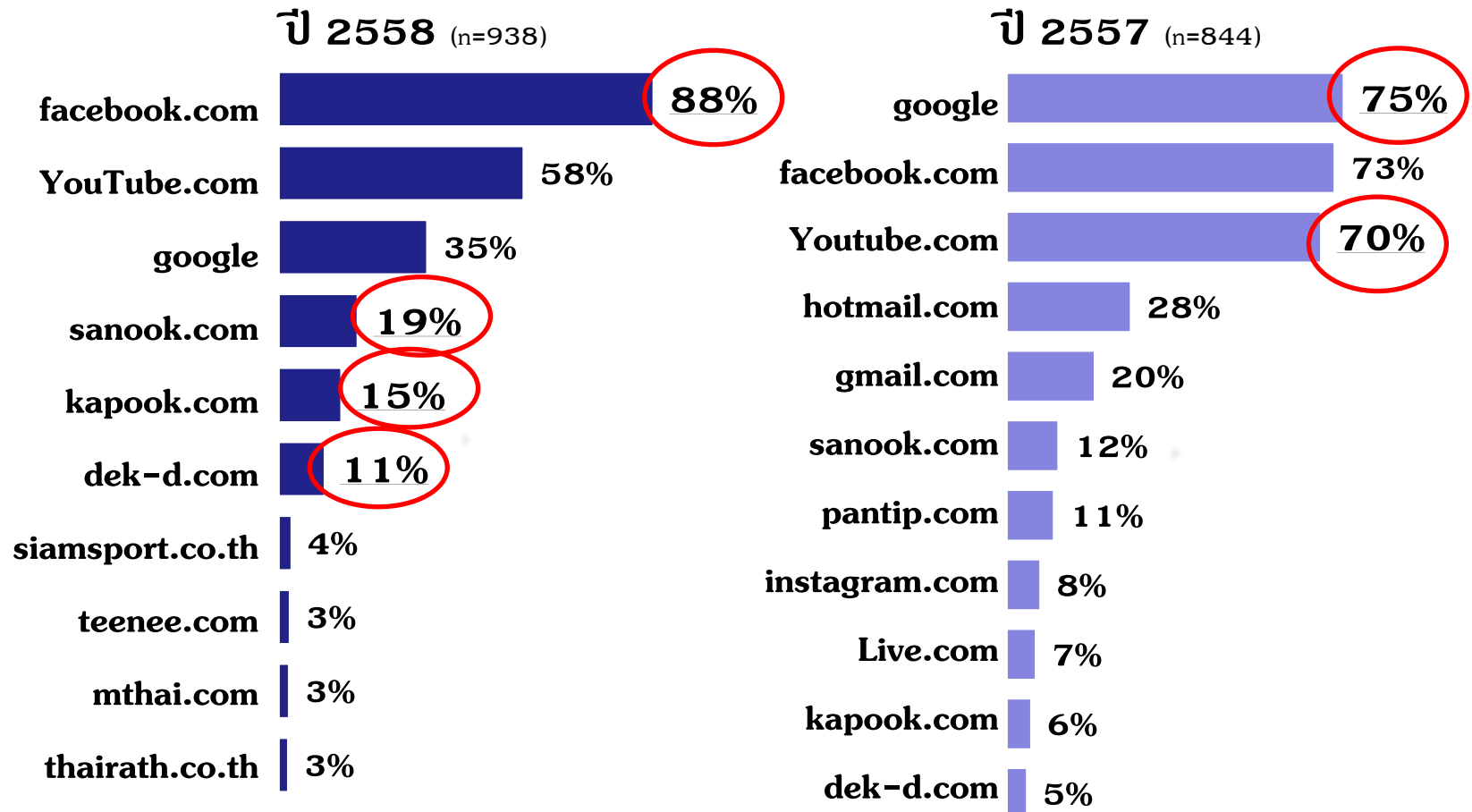
## ค่าเฉลี่ยการใช้งาน ผ่านอินเทอร์เน็ต ทางคอมพิวเตอร์ (ชั่วโมง/วัน)

(n=20)	<b>3</b>
(n=41)	<b>3</b>
(n=64)	<b>3</b>
(n=62)	<b>5</b>
(n=50)	<b>4</b>
(n=70)	<b>4</b>
(n=59)	<b>3</b>
(n=16)	<b>2</b>

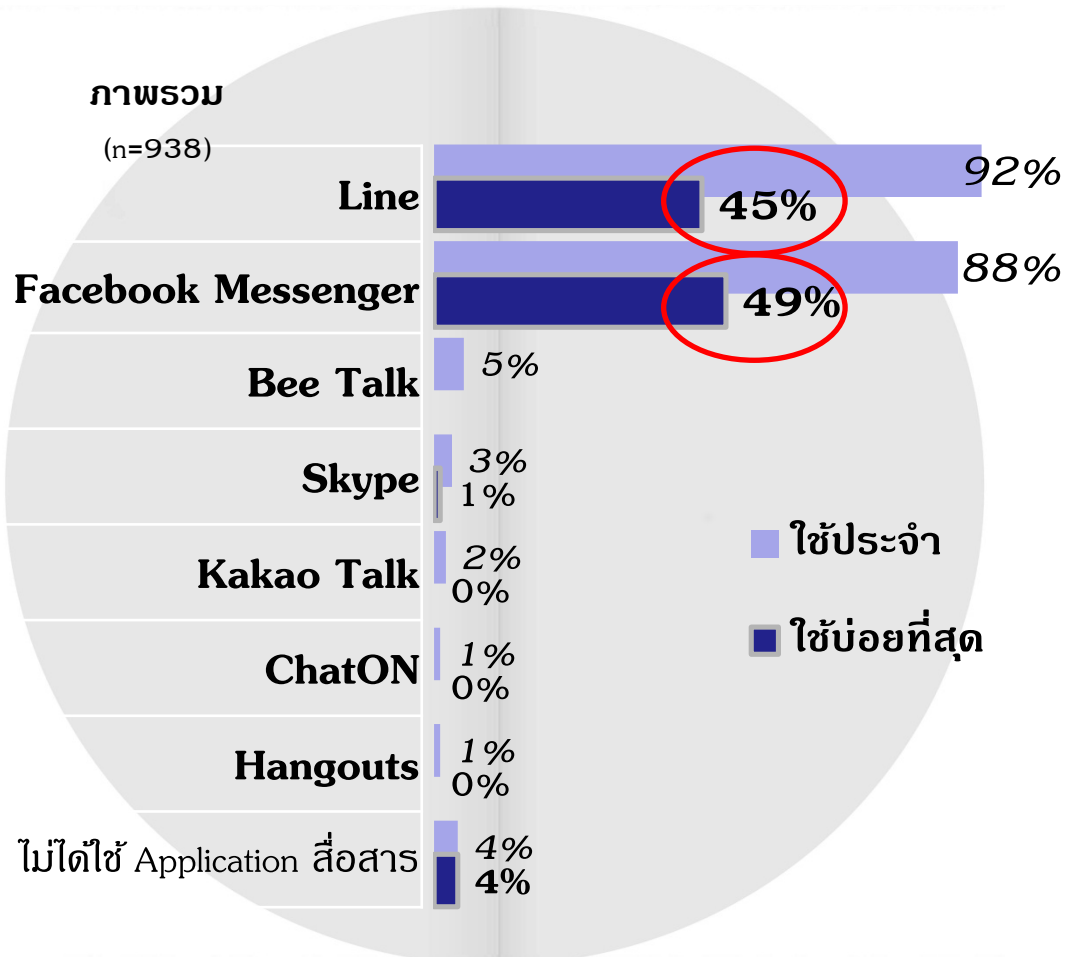
\* กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามพฤติกรรมของผู้ปกครอง

## ชื่อ Website ที่ใช้เป็นประจำ

เปรียบเทียบชื่อ Website ที่ผู้บริโภคพนักงานระดับ/แอนิเมชันใช้เป็นประจำใน ปี 2558 กับปี 2557



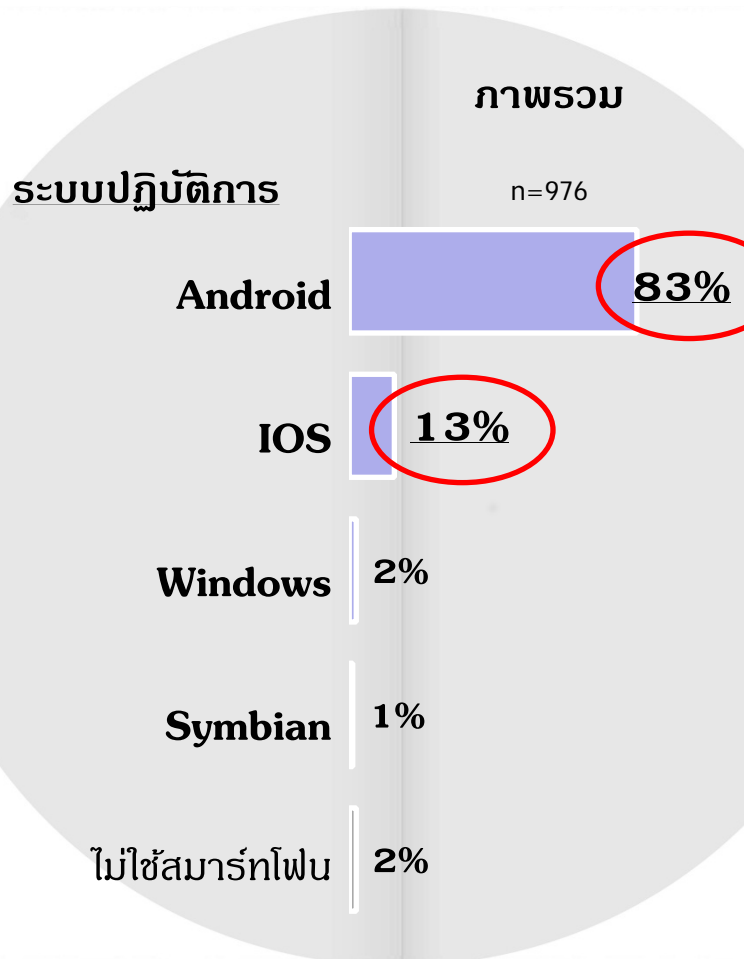
# Application ติดต่อ/สื่อสารที่ใช้ทางโทรศัพท์มือถือ



อายุ (ปี)							
1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60
n=65	n=75	n=100	n=108	n=126	n=208	n=176	n=80
43%	19%	22%	37%	43%	51%	60%	66%
49%	69%	74%	57%	54%	45%	32%	26%

\* กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามพฤติกรรมของผู้ปกครอง

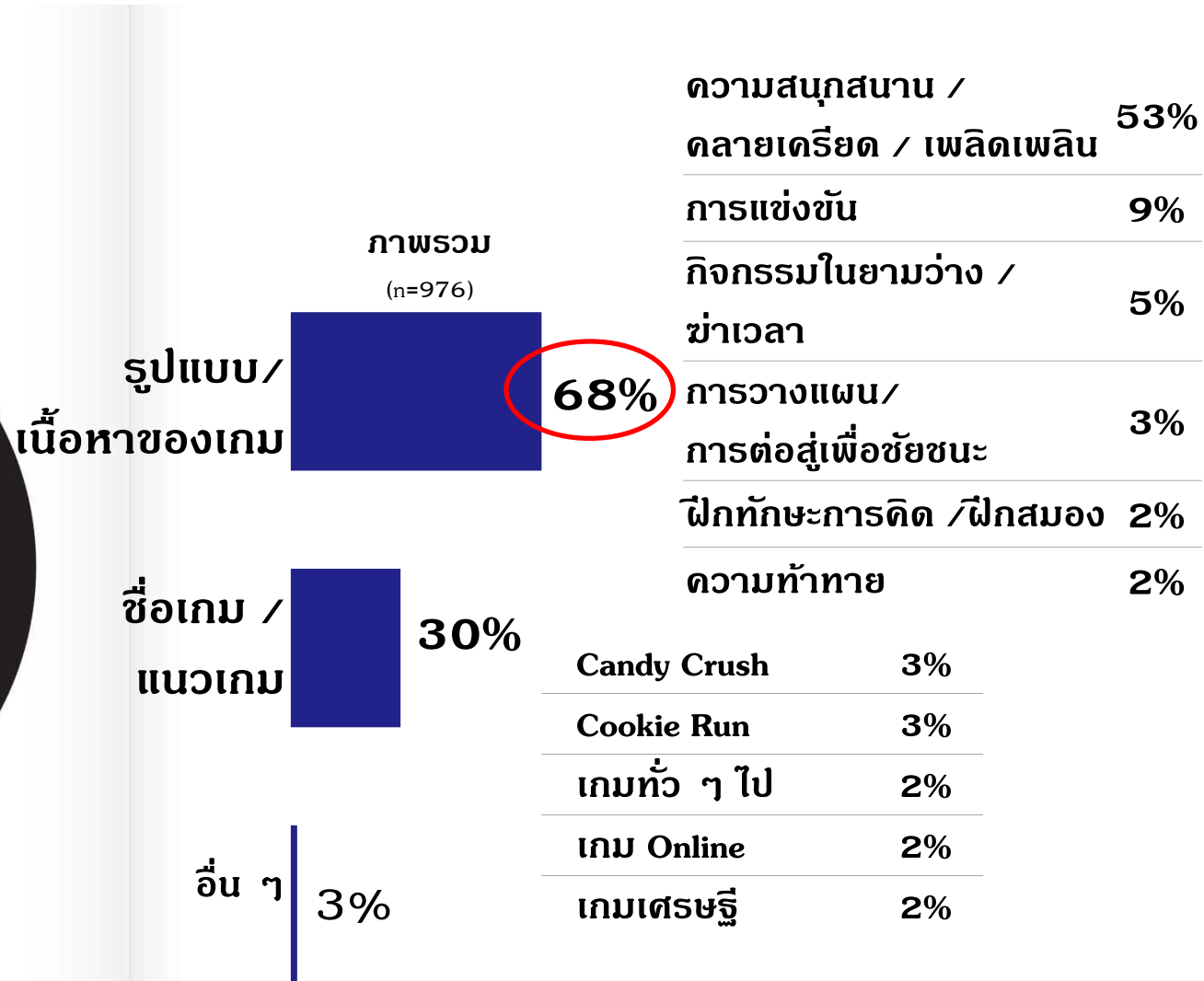
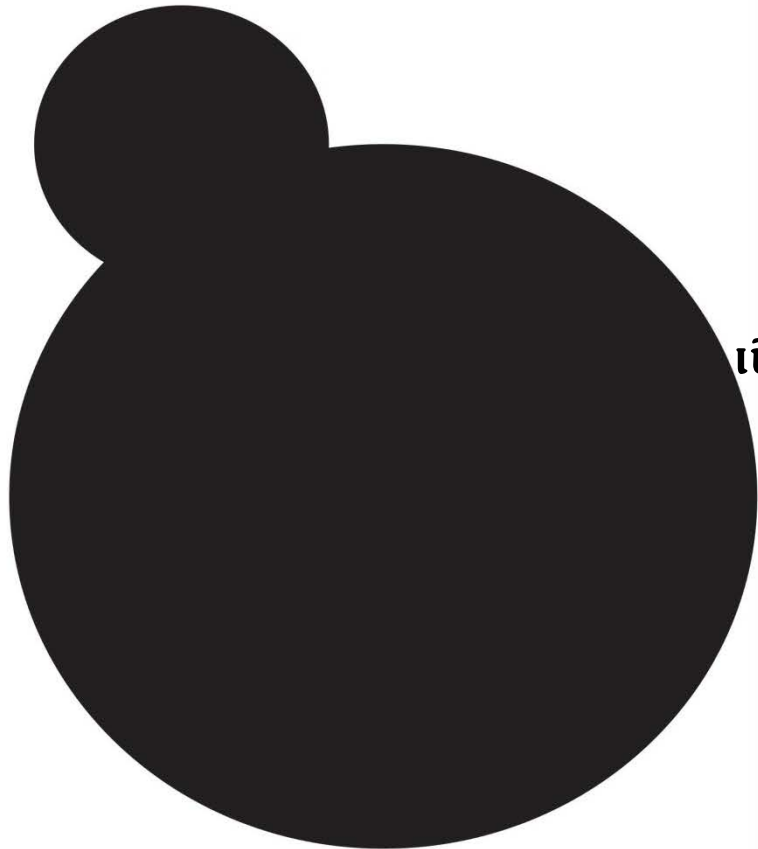
# ระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์มือถือที่ใช้



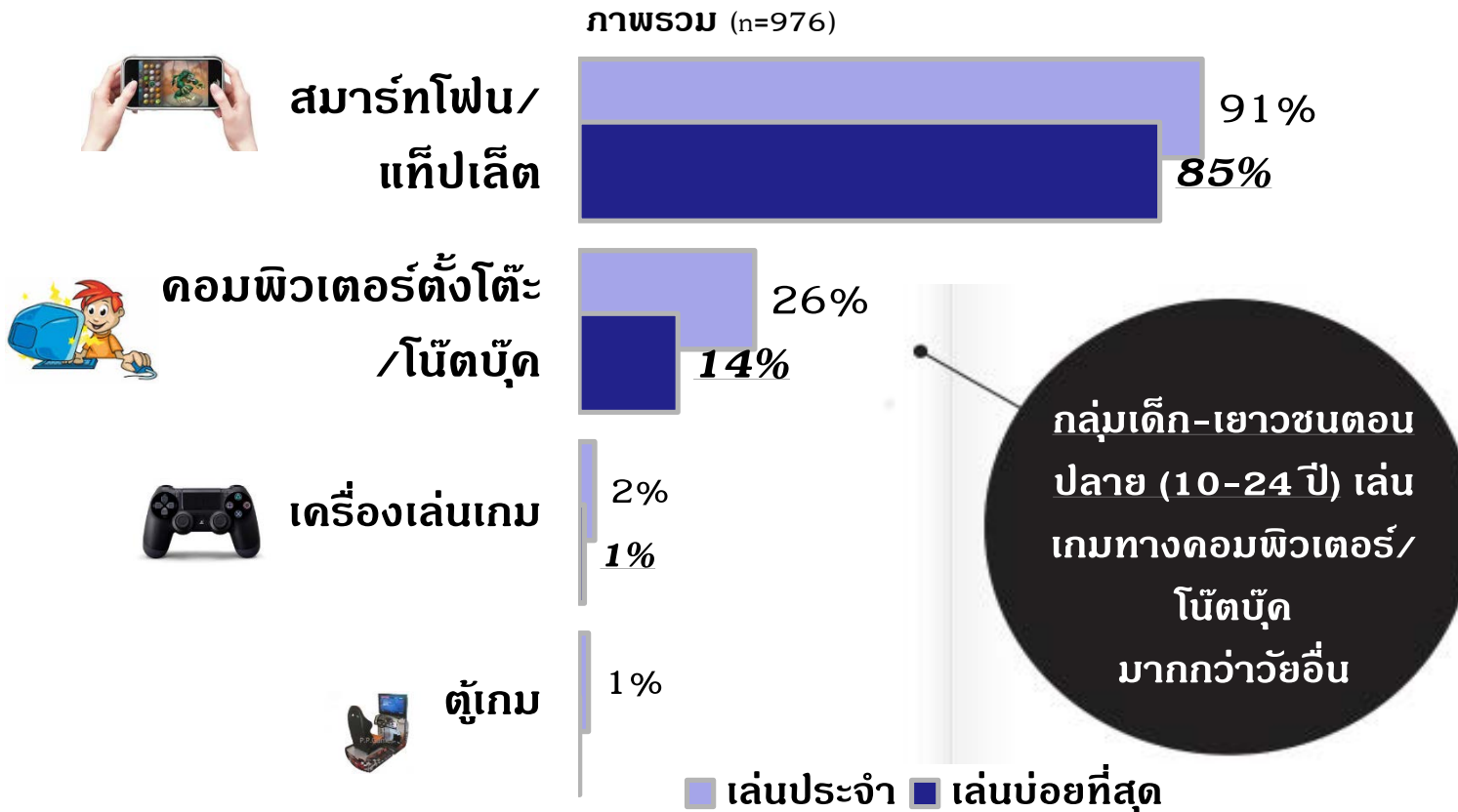
	อายุ (ปี)							
	1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60
	n=75	n=76	n=100	n=111	n=127	n=210	n=181	n=96
Android	81%	79%	83%	76%	80%	84%	88%	91%
IOS	7%	13%	12%	19%	19%	15%	8%	4%
Windows	4%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
Symbian	4%	-	-	3%	-	1%	1%	1%
ไม่ใช้สมาร์ทโฟน	4%	5%	4%	2%	1%	-	3%	3%

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง  
\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# ความเข้าใจต่อคำว่า “เกม”



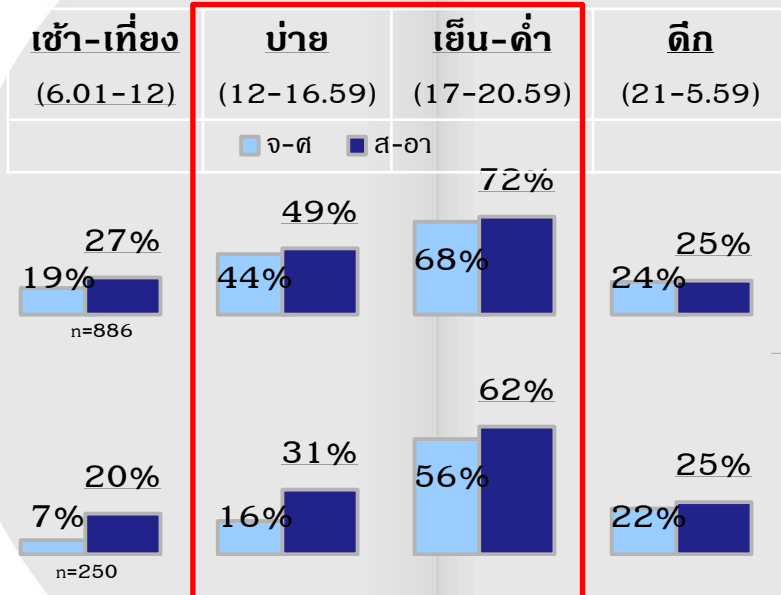
# ช่องทางที่เล่นเกม



# สถานที่และเวลาที่เล่นเกมผ่านแต่ละช่องทาง

■ จ-ต ■ ส-อา

## ช่วงเวลาเล่นเกมประจำ

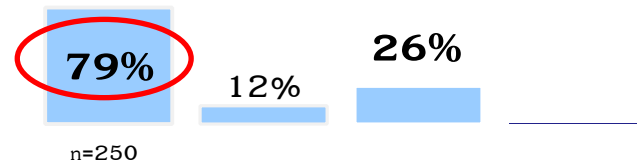
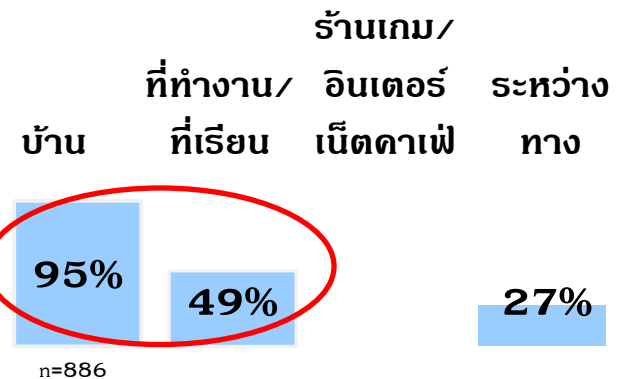


โทรศัพท์มือถือ/  
แท็บเล็ต/  
สมาร์ทโฟน

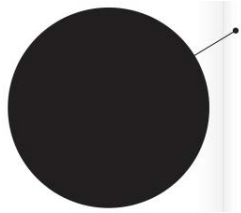
คอมพิวเตอร์  
ตั้งโต๊ะ /  
โน้ตบุ๊ก



## สถานที่เล่นเกม



# จำนวนชั่วโมงในการเล่นเกม/สัปดาห์



โทรศัพท์มือถือ/  
แท็บเล็ต/  
สมาร์ทโฟน

ภาพรวม	อายุ (ปี)							
	1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60

<b>9</b> ชั่วโมง/ สัปดาห์	7	9	11	12	10	10	8	7
n=886	n=68	n=58	n=87	n=90	n=118	n=198	n=175	n=92

คอมพิวเตอร์  
ตั้งโต๊ะ /  
โน้ตบุ๊ก



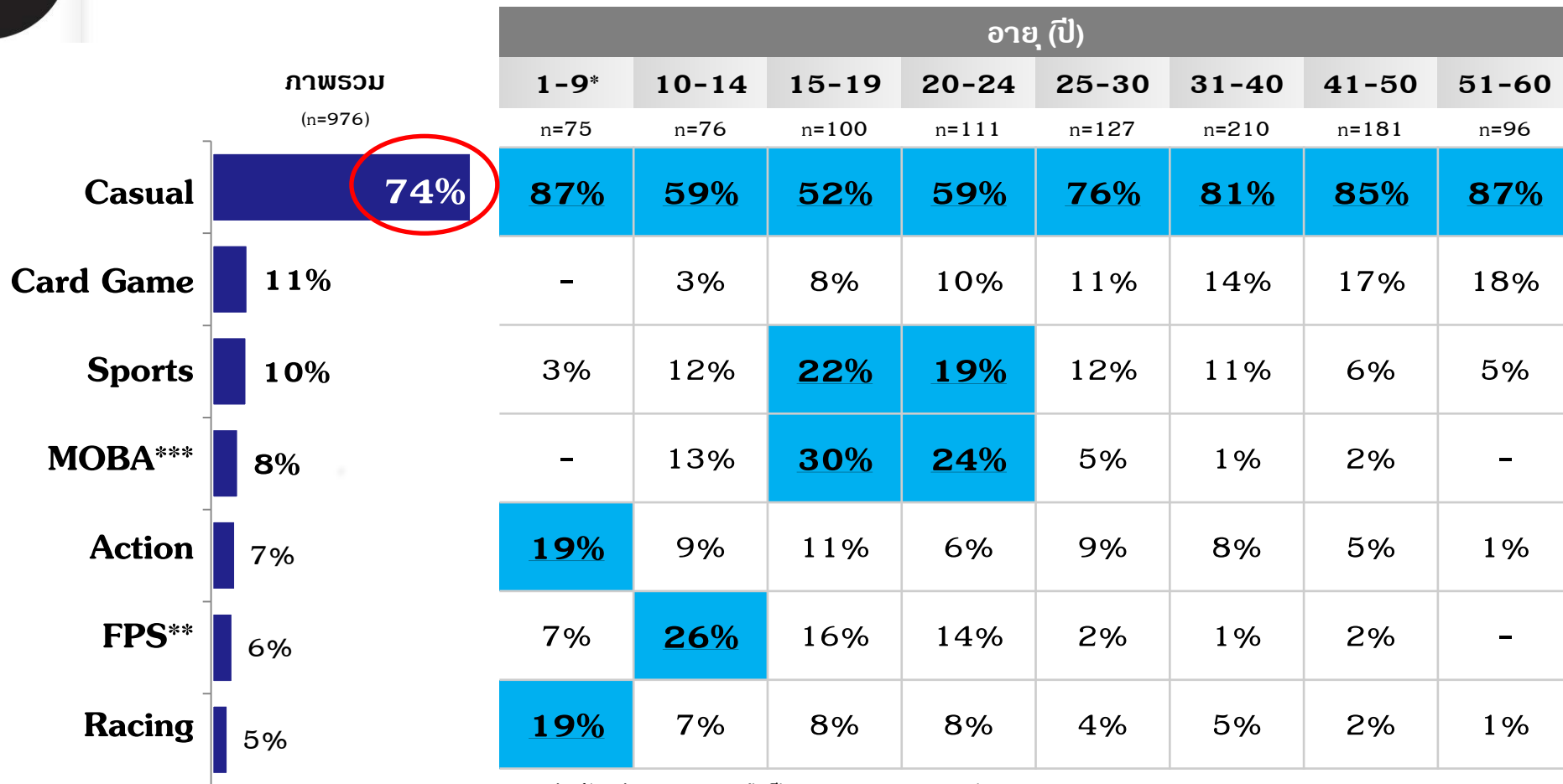
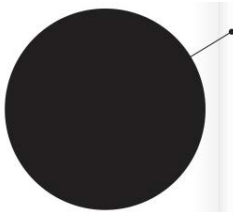
<b>10</b> ชั่วโมง/ สัปดาห์	7	9	11	15	9	8	7	5
n=250	n=14	n=40	n=56	n=53	n=29	n=28	n=22	n=8

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง



# แนวเกมที่เล่นในรอบ 1 ปี



\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

\*\* FPS หมายถึง First-person shooter, \*\*\* MOBA หมายถึง Multiplayer online battle arena

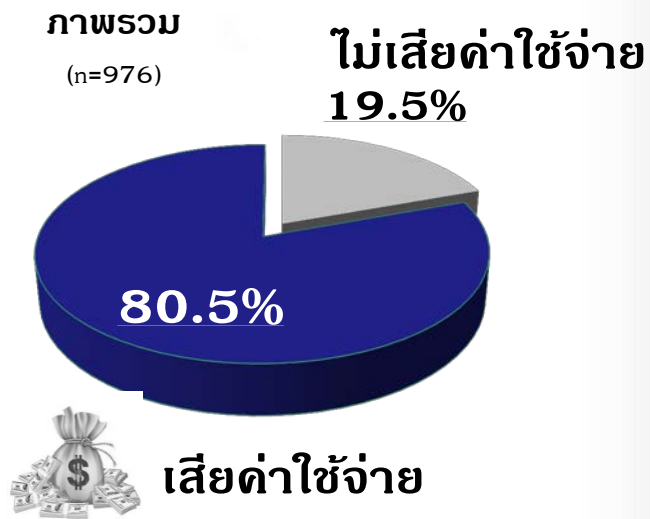
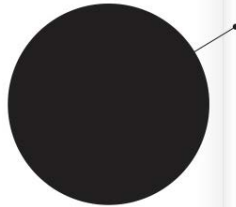
# เหตุผลที่ชอบเกมที่เล่นเป็นประจำ

เหตุผลที่ชอบเกมที่เล่น	Casual	Card Game	Sports	MOBA	Action	FPS
n =	722	103	101	78	69	62
เพลิดเพลิน/สนุกสนาน/ คลายเครียด	58%	72%	46%	56%	48%	63%
เล่นง่าย/ไม่ต้อง ใช้ความคิดมาก	37%	28%	18%	5%	23%	11%
ท้าทาย/มีหลายด่าน/ มีการแข่งขัน	25%	26%	30%	40%	30%	27%
เกม Online เล่นพร้อมกันหลายคน	16%	28%	31%	54%	10%	42%
มีประโยชน์/ให้ความรู้/ ฝึกทักษะ	20%	20%	19%	6%	16%	13%
มีการวางแผน/ ใช้ความคิด/ฝึกสมอง	13%	16%	17%	33%	16%	13%

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

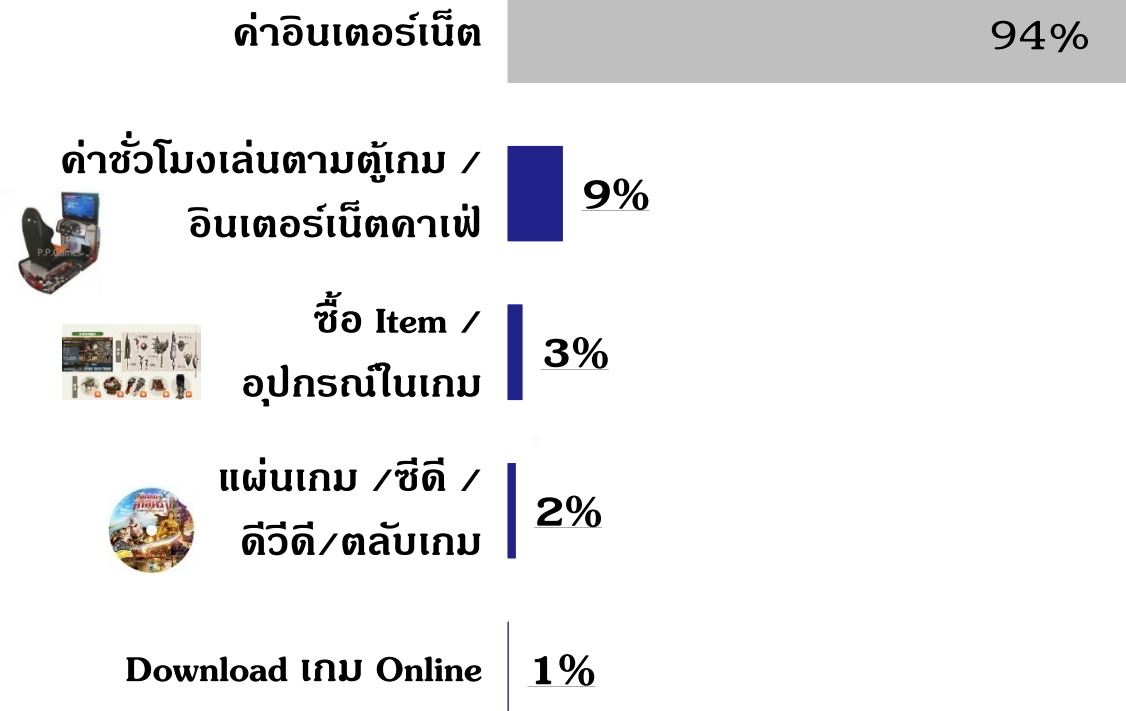
\*\* FPS หมายถึง First-person shooter, \*\*\* MOBA หมายถึง Multiplayer online battle arena

# สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม

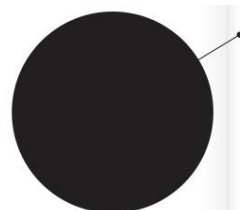





## สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม

n= 786



# สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม



		อายุ (ปี)							
		1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60
		n=52	n=66	n=95	n=96	n=111	n=167	n=134	n=65
	ค่าอินเทอร์เน็ต	98%	79%	92%	90%	96%	96%	99%	100%
	ค่าชั่วโมงเล่นตามตู้เกม/ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	6%	29%	23%	18%	5%	1%	1%	-
	ซื้อ Item / อุปกรณ์ในเกม	-	2%	6%	9%	3%	1%	-	-
	แผ่นเกม / ซีดี / ดีวีดี / ตลับเกม	2%	3%	1%	6%	2%	2%	2%	-

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

# ค่าใช้จ่ายและแนวโน้มการใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม

## สิ่งที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม

n= 786

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/  
เดือน/คน

ค่าอินเทอร์เน็ต 468 บาท

n=740

ค่าชั่วโมงเล่นตามตู้เกม /  
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ 359 บาท

n=68

ซื้อ Item / อุปกรณ์ในเกม 532 บาท

n=21

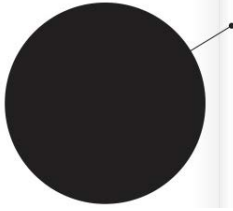
แผ่นเกม / ซีดี / ดีวีดี / ตลับเกม 645 บาท

n=17

Download เกม Online 342 บาท

n=6

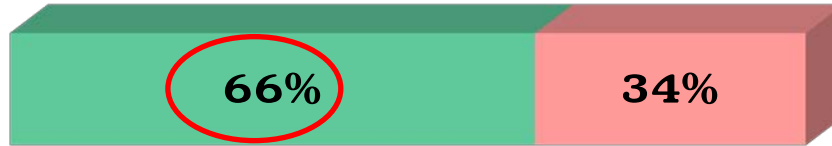
# อิทธิพลจากการเล่นเกม



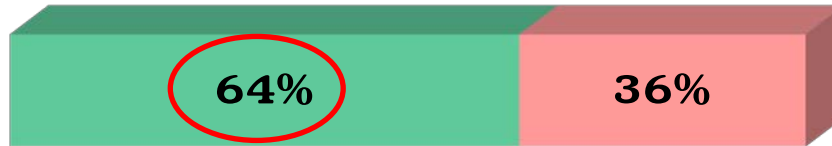
พูด/แสดงกริยา  
ที่เห็นว่าเป็นเรื่องที่ดี



ได้รับความรู้/  
สาระประโยชน์



มีพลัง/ความมุ่งมั่น



ทำสิ่งดี ๆ ต่อผู้อื่น



■ ต่อกำลังมาก-มากที่สุด (4-6 คะแนน)

■ ต่อกำลังน้อย-น้อย (1-3 คะแนน)

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (เต็ม 6)	
	Active Player	Normal Player
n=976	n=626	n=350

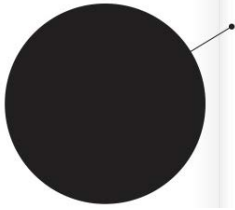
<b>3.41</b>	<b>3.38</b>	<b>3.46</b>
<b>3.89</b>	<b>3.93</b>	<b>3.81</b>
<b>3.94</b>	<b>3.98</b>	<b>3.87</b>
<b>3.66</b>	<b>3.70</b>	<b>3.60</b>

# อิทธิพลจากการเล่นเกม

ภาพรวม	อายุ (ปี) (ค่าเฉลี่ยเต็ม 6)								
	1-9*	10-14	15-19	20-24	25-30	31-40	41-50	51-60	
อิทธิพลจากการเล่นเกม	n=976	n=75	n=76	n=100	n=111	n=127	n=210	n=181	n=96
พูด/แสดงกริยาที่เป็นเรื่องที่ดี	<b>3.41</b>	3.83	3.80	3.46	3.63	3.35	3.22	3.29	3.20
ได้รับความรู้/ สาระประโยชน์	<b>3.89</b>	4.03	<b>4.20</b>	3.90	4.07	3.68	3.77	3.82	3.98
มีพลัง/ความมุ่งมั่น	<b>3.94</b>	4.19	<b>4.25</b>	3.80	4.10	3.83	3.80	3.87	4.06
ทำสิ่งดี ๆ ต่อผู้อื่น	<b>3.66</b>	3.83	<b>4.03</b>	3.67	3.90	3.57	3.52	3.50	3.68

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ 1-9 ปี เป็นการสอบถามจากผู้ปกครอง

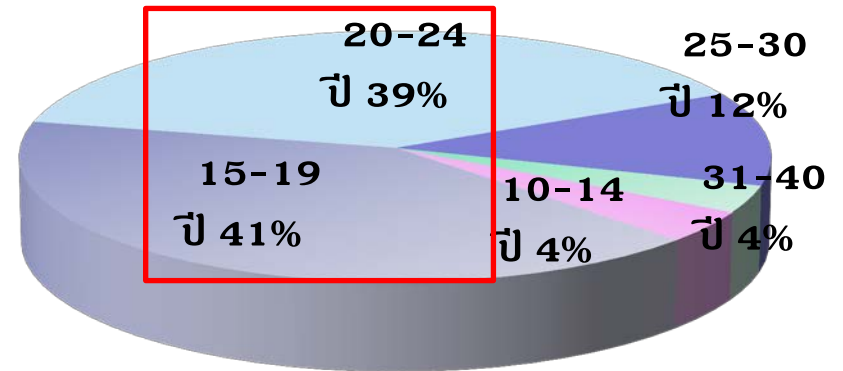
# ลักษณะของผู้บริโภคเกมทาง Online (จำนวนตัวอย่าง 833 ราย)



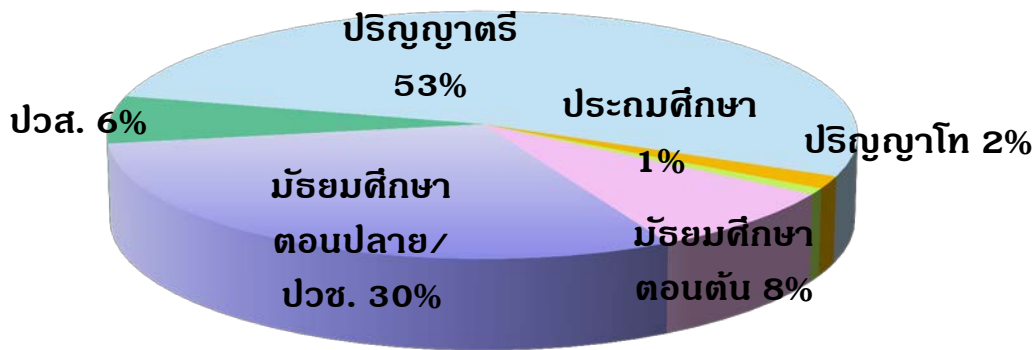
**เพศ** (n=787) **หญิง** 8%



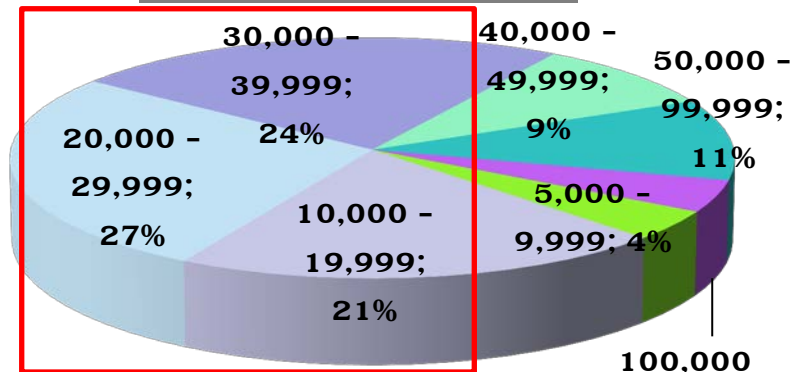
**อายุ** (n=833)



**การศึกษา** (n=794)



**รายได้ครอบครัว** (n=791)

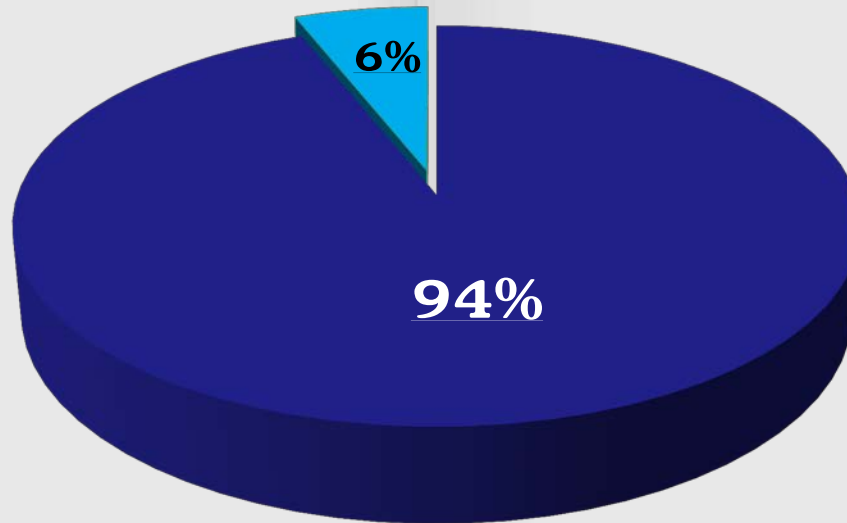




# ลักษณะของผู้บริโภคเกมทาง Online

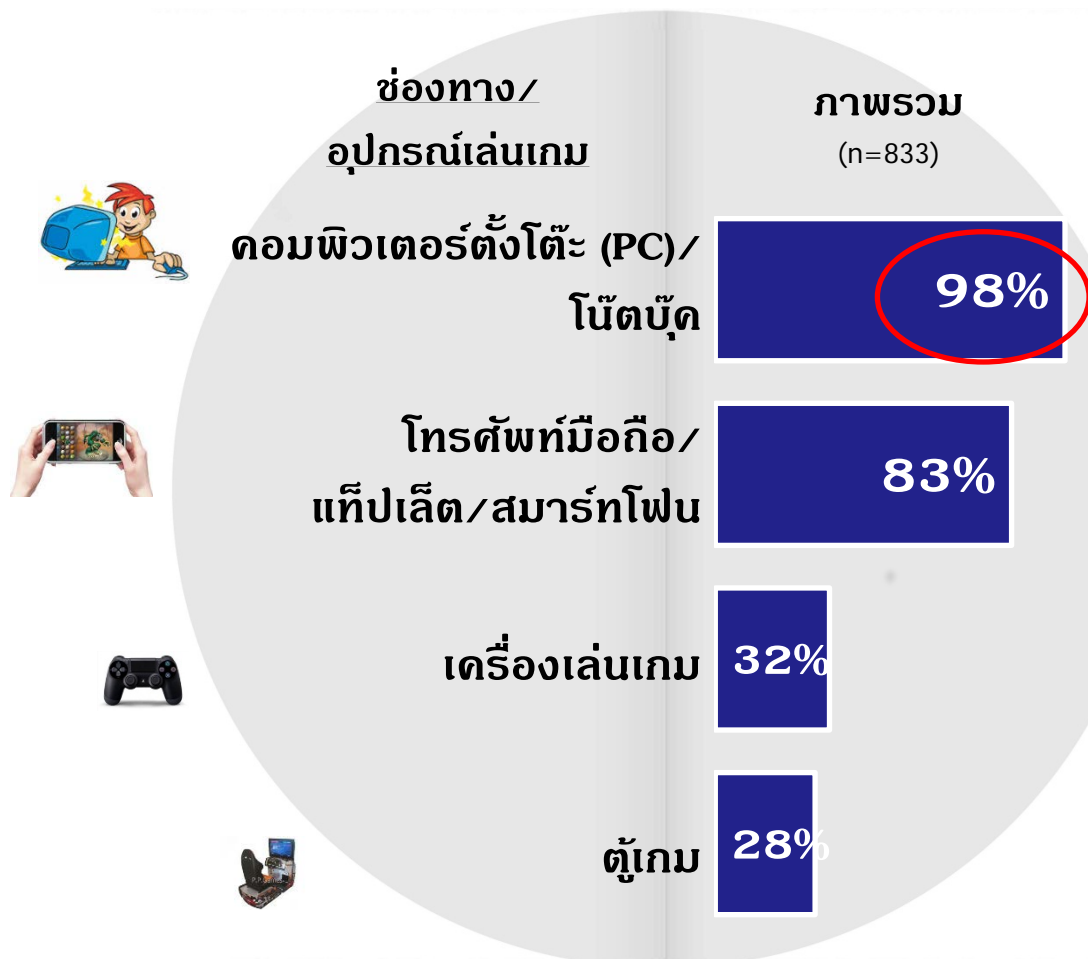
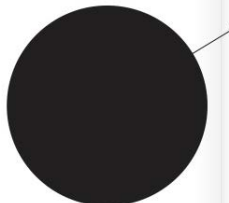
**Normal Player**  
(เล่นเกม  
ไม่ถึง 1 ชั่วโมง/วัน)

**Active Player**  
(เล่นเกม 1 ชั่วโมง/  
วันขึ้นไป)



จำนวนตัวอย่าง 802 ราย

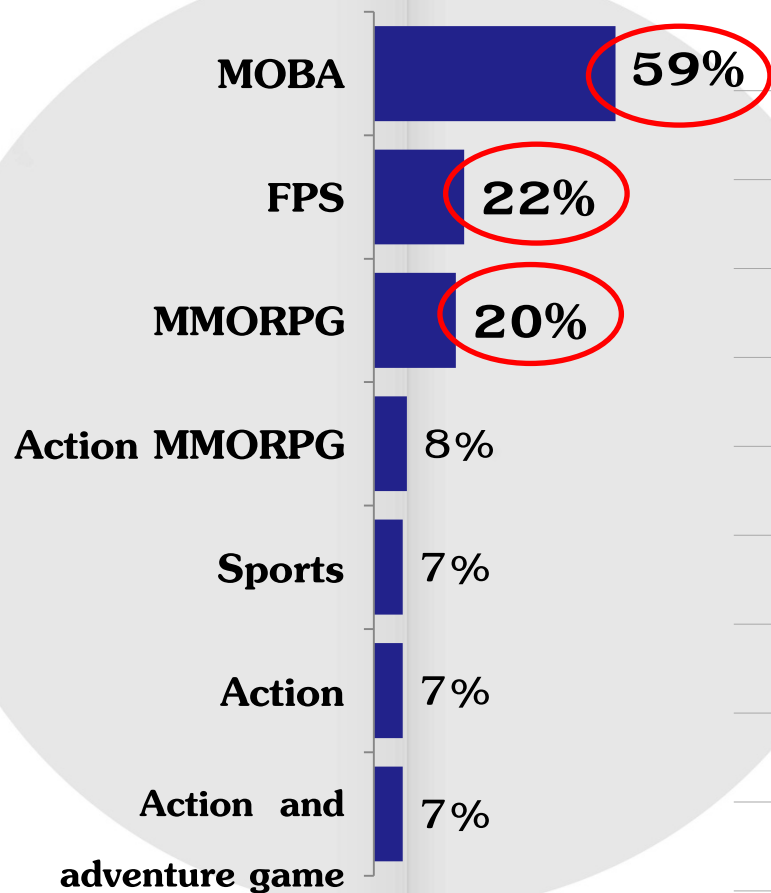
# ช่องทางและจำนวนชั่วโมงที่เล่นเกมของผู้บริโภคเกมทาง Online



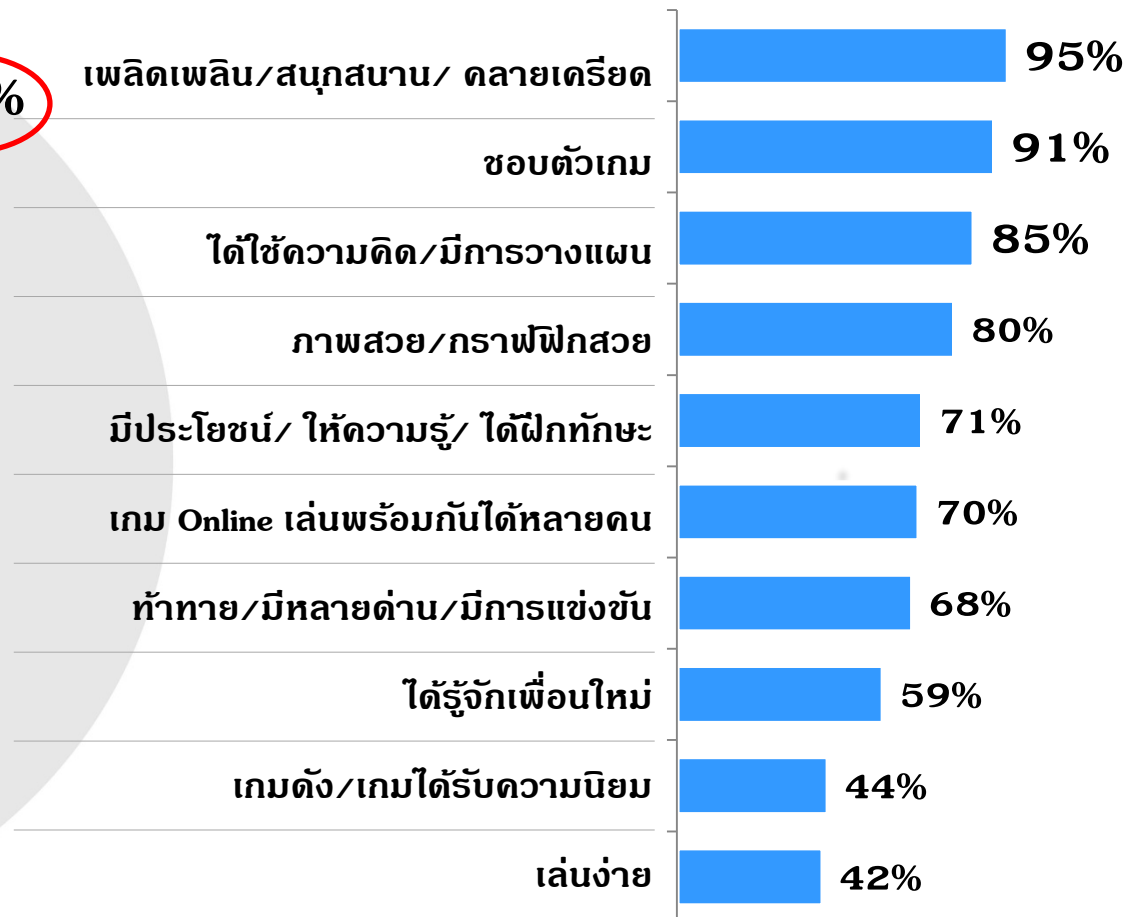
จำนวนชั่วโมงเฉลี่ย ที่เล่น/สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงเฉลี่ย ที่เล่น/วัน
<b>39 ชั่วโมง</b> <small>n=819</small>	<b>5.6 ชั่วโมง</b>
<b>12 ชั่วโมง</b> <small>n=692</small>	<b>1.7 ชั่วโมง</b>
<b>9 ชั่วโมง</b> <small>n=270</small>	<b>1.3 ชั่วโมง</b>
<b>2 ชั่วโมง</b> <small>n=229</small>	<b>0.3 ชั่วโมง</b>

# แนวเกมที่เล่นในรอบ 1 ปี ของผู้บริโภคเกมทาง Online

แนวเกมที่เล่น ภาพรวม (n=833)



เหตุผลในการเลือกเกมที่เล่น

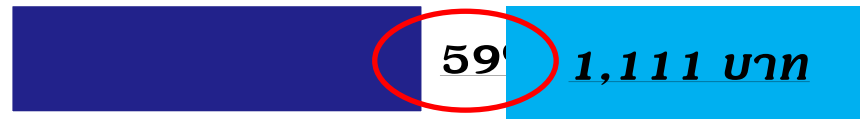


# สิ่งที่ใช้จ่ายและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเกมของผู้บริโภคเกมทาง Online

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/เดือน



ซื้อ Item / อุปกรณ์ในเกม



n=465



Download เกม Online



n=247



แผ่นเกม / ซีดี / ดีวีดี / ตลับเกม



n=263



เล่นเกมตามตู้เกม /  
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่



n=188



ค่าสมาชิกเล่นเกม Online



n=106

# ข้อเสนอแนะ พฤติกรรมผู้บริโภคเกม



พัฒนาเกมที่เล่นบน  
สมาร์ตโฟนมากขึ้น  
ซึ่งเป็นช่องทางที่  
ใกล้ชิดกับผู้บริโภค  
มากที่สุด

ผลิตเกมแนวสนุกสนาน  
ตื่นเต้น และมีการแข่งขัน  
เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้  
จ่ายเกี่ยวกับเกมมากขึ้น  
เช่น แนว MOBA, FPS,  
MMORPG

**ดำเนินการสำรวจโดย**  
**บริษัท มายด์แบรนด์ เอเจนซี จำกัด**

