

การศึกษาประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook  
ของเกม Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น  
และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe FiveM

Analyze Facebook Infographics' Effectiveness in Growing and Retaining  
the Player Base for Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM under the  
Apocalypse Universe FiveM Server



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

การศึกษาประสิทธิภาพการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem

Analyze Facebook Infographics' Effectiveness in Growing and Retaining the Player Base for Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM under the Apocalypse

Universe FiveM Server

**BANGKOK  
UNIVERSITY**

ชาญเมธา เพ็ชรตาหนู  
THE CREATIVE UNIVERSITY

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2567

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

เรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม  
Grand Theft Auto V (GTA V) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่น  
ยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe FiveM



ผู้วิจัย ชานูเมธา เพ็ชรตาคานู

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.มนทิรา ธาดานานวยชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

ชาญเมธา เพ็ชรตาหนู, ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล),  
มิถุนายน 2567, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาประสิทธิภาพการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม Grand Theft  
Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv.  
Apocalypse Universe Fivem (88 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.มนทิรา ธาดากำนวยชัย

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “วัดประสิทธิภาพการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม  
Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม  
ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem” มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดประสิทธิภาพของการใช้  
Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ในการส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมของผู้เล่น  
ในเซิร์ฟเวอร์ Sv. Apocalypse Universe ของเกม Grand Theft Auto V (GTAV) ผ่าน FiveM.  
งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการสื่อสารและโปรโมตผ่าน Facebook ADS และการใช้ Infographics Content  
เพื่อเพิ่มยอดผู้เล่นใหม่ และรักษารฐานผู้เล่นเดิม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงทดลองเพื่อวัดผลจากการติดตาม  
ตัวชี้วัด ได้แก่ Follow, Reach, Impression, และ Engagement ผ่านเครื่องมือ Facebook Ads  
Manager. ผลการวิจัยพบว่า การใช้ Infographics ในการโปรโมตบน Facebook ส่งผลให้เกิดการมี  
ส่วนร่วมสูงสุดที่ 91 ครั้ง จากแคมเปญโฆษณาที่มีการแสดงผลสูงสุดที่ 6,124 ครั้ง โดยการโปรโมต  
ผ่าน Facebook ADS ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและเพิ่มจำนวนผู้เล่นใหม่ อีกทั้ง  
กิจกรรมและเนื้อหา Infographics ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นในเซิร์ฟเวอร์ได้อย่างมี  
ประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยแนะนำให้มีการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหา Infographics ให้มีความ  
น่าสนใจและทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการวางแผนการทำโฆษณาผ่าน Facebook ADS อย่าง  
รอบคอบ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิก, การโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก, เกมคอมพิวเตอร์, การเพิ่มผู้เล่น, การสื่อสาร



Pettano, C. Master of Communication Arts in Digital Marketing Communications, June 2024, Graduate School Bangkok University.

Analyze Facebook Infographics' Effectiveness in Growing and Retaining the Player Base for Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM Under the Apocalypse Universe FiveM Server (88 pp.)

Advisor: Montira Tadaamnuaychai, Ph.D.

## ABSTRACT

The purpose of the study, "Measuring the Effectiveness of Infographics on the Facebook Platform for Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM: Strategies for Increasing and Retaining Players in Sv. Apocalypse Universe," is to assess the effectiveness of using Infographics on the Facebook platform to promote awareness and engagement among players in the Sv. Apocalypse Universe server of Grand Theft Auto V (GTAV) through FiveM. In order to attract new players and retain existing ones, this study focuses on using Facebook Ads and graphical content for communication and promotion utilizing Facebook Ads Manager to retain existing players while attracting new ones. A quantitative experimental study approach based on important performance metrics, including Follow, Reach, Impression, and Engagement, was employed to measure the outcomes using Facebook Ads Manager.

The results showed that using Infographics for Facebook marketing resulted in a maximum engagement of 91 engagements for an ad campaign with 6,124 impressions. Additionally, the promotion raised the number of new participants by effectively using Facebook Ads to reach the target population. Furthermore, Infographics-based activities and material greatly increased player engagement on the server. Based on the findings, the researcher suggests cautious Facebook Ads planning to optimize effective reach to the target demographic, as well as continuous Infographics content production and refinement to keep it current and engaging.

*Keywords: Infographics, Facebook Ads, GTAV FiveM, Player Growth, Communication*



**BANGKOK  
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในระดับปริญญาโท และการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.มนจิรา ธาดาอำนวยชัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ผู้ซึ่งได้สละเวลาในการให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา การค้นคว้า แนวคิดและรูปแบบการวางแผนงานวิจัยให้เป็นไปตามขั้นตอน รวมถึงการตรวจทาน และชี้แนะจุดบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ในงานวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์ครบถ้วน สำเร็จไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ กลุ่มผู้เล่น GTA V FiveM และผู้ประกอบการเซิร์ฟเวอร์  
Apocalypse Universe Thailand

ขอขอบพระคุณผู้ร่วมให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยทุกท่าน ในการให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพื่อให้งานวิจัยเข้าถึงข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงข้อมูลด้านอื่น ๆ ที่นำมาประกอบการวิเคราะห์ผลวิจัย ที่ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ มีความสมบูรณ์ และสำเร็จลงไปได้ด้วยดี ตลอดจนเพื่อน ๆ DIMC รุ่นที่ 10 ที่ให้กำลังใจ และคอยช่วยเหลือข้อมูลต่าง ๆ ในงานวิจัยครั้งนี้

**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

ชาญเมธา เพ็ชรตาทนุ

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย  | ค    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ   | ง    |
| กิตติกรรมประกาศ  | จ    |
| สารบัญตาราง  | ช    |
| สารบัญภาพ  | ฉ    |
| บทที่ 1 บทนำ   |      |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา   | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา  | 13   |
| 1.3 คำถามของงานวิจัย   | 13   |
| 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย  | 14   |
| 1.5 ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย  | 14   |
| 1.6 คำนิยามศัพท์   | 14   |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  |      |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก (Infographics)  | 17   |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้   | 19   |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ   | 21   |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอเนื้อหาของการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบน<br>เครือข่ายสังคมออนไลน์           | 23   |
| 2.5 จุดกำเนิด "GTA V" สู่ "GTA Five M"   | 27   |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย  |      |
| 3.1 การออกแบบการวิจัย  | 34   |
| 3.2 ประชากรผู้เล่นและกลุ่มตัวอย่าง   | 34   |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล   | 35   |
| 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล  | 36   |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล   | 37   |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย   |      |
| 4.1 การศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook<br>Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem | 38   |

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย  |      |
| 4.2 รูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem   | 40   |
| 4.3 การทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ทำให้ผู้เล่น FiveM รับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูลและแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น   | 42   |
| 4.4 จากการศึกษาประสิทธิผลของการเพิ่มยอดผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ด้วย Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์ Sv. Apocalypse Universe Fivem | 65   |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ  |      |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย  | 73   |
| 5.2 อภิปรายผล   | 74   |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ  | 82   |
| บรรณานุกรม  | 85   |
| ประวัติผู้เขียน   | 88   |

## สารบัญตาราง

|  | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.1: Campaign ADS 1 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก  | 44   |
| ตารางที่ 4.2: Campaign ADS 2 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก  | 46   |
| ตารางที่ 4.3: Campaign ADS 3 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก  | 47   |
| ตารางที่ 4.4: Campaign ADS 4 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก  | 49   |
| ตารางที่ 4.5: Campaign ADS 5 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก  | 51   |
| ตารางที่ 4.6: ผลวิเคราะห์ Impression บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook                 | 51   |
| ตารางที่ 4.7: ผลวิเคราะห์ Engagement บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook                 | 53   |
| ตารางที่ 4.8: ผลวิเคราะห์การแชร์ (Share) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook         | 55   |
| ตารางที่ 4.9: ผลวิเคราะห์ Engagement Rate ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook        | 57   |
| ตารางที่ 4.10: ผลวิเคราะห์ Cost per Result (CPR) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook | 59   |
| ตารางที่ 4.11: ผลวิเคราะห์ Budget Spent ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook          | 61   |
| ตารางที่ 4.12: ผลการวิเคราะห์ Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer     | 62   |

## สารบัญภาพ

|  | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1: ความสำคัญของอินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์   | 2    |
| ภาพที่ 1.2: ทำไมต้องใช้ Infographics   | 4    |
| ภาพที่ 1.3: ประโยชน์ของการเล่นเกม  | 5    |
| ภาพที่ 1.4: เวทีการแข่งขันอีสปอร์ต   | 7    |
| ภาพที่ 1.5: การเติบโตของอุตสาหกรรม   | 8    |
| ภาพที่ 1.6: ร้อยละของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ ปี พ.ศ. 2566 | 9    |
| ภาพที่ 1.7: Infographics ในเกมมีความสำคัญกับผู้เล่นอย่างไร   | 10   |
| ภาพที่ 1.8: อินโฟกราฟิกเกม Zombie  | 12   |
| ภาพที่ 2.1: ตัวอย่างอินโฟกราฟิก  | 17   |
| ภาพที่ 2.2: อินโฟกราฟิกทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์  | 19   |
| ภาพที่ 2.3: การออกแบบสี แสง และเงา   | 21   |
| ภาพที่ 2.4: อินโฟกราฟิก Innovative Incentives  | 24   |
| ภาพที่ 2.5: อินโฟกราฟิก Social Media   | 27   |
| ภาพที่ 2.6: Grand Theft Auto V   | 28   |
| ภาพที่ 2.7: มืด FiveM  | 29   |
| ภาพที่ 2.8: อินโฟกราฟิก เกม Gta v Fivem  | 31   |
| ภาพที่ 2.9: อาณาจักรขอมบี้   | 31   |
| ภาพที่ 2.10: การดำรงอยู่และความนิยมของ GTA FiveM   | 32   |
| ภาพที่ 4.1: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (1)   | 39   |
| ภาพที่ 4.2: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (2)   | 40   |
| ภาพที่ 4.3: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (3)   | 42   |
| ภาพที่ 4.4: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (1)   | 43   |
| ภาพที่ 4.5: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (2)   | 45   |
| ภาพที่ 4.6: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (3)   | 46   |
| ภาพที่ 4.7: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (4)   | 48   |
| ภาพที่ 4.8: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (5)   | 50   |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 4.9: Infographics Content                            | 66   |
| ภาพที่ 4.10: Infographics Event                             | 67   |
| ภาพที่ 4.11: การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Content | 68   |
| ภาพที่ 4.12: การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Event   | 69   |
| ภาพที่ 4.13: การออกแบบ Infographics ที่น่าสนใจ              | 70   |
| ภาพที่ 4.14: การออกแบบ Infographics ที่เน้นข้อมูลสำคัญ      | 71   |





## บทที่ 1

### บทนำ

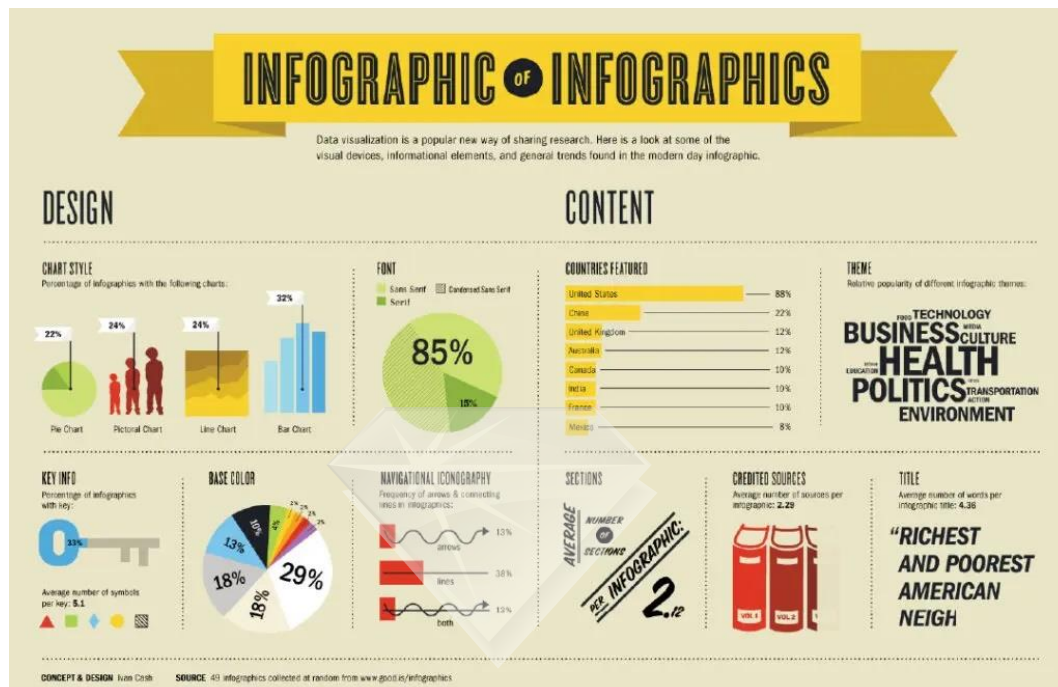
#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารในยุคปัจจุบันมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ถูกต้องและชัดเจน ปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่มักใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูล การติดตามข่าวสาร การซื้อสินค้า การเล่นเกม การชมภาพยนตร์หรือรายการบันเทิง การอัปโหลดหรือดาวน์โหลดไฟล์ การเรียนรู้ออนไลน์ การโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกล และอื่น ๆ อีกมากมาย

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2009 กระแสของเทรนด์ใหม่ที่มาแรงที่สุด คือ Social Network และ Social Gaming ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของผู้คน หรือที่เรียกได้ว่าเป็นพื้นที่ความเป็นส่วนตัวของหลายๆ คน ยกตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) และติกต็อก (TikTok) หนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีประสิทธิภาพ ลดความสับสนในการสื่อสาร และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ คือ Infographics

Infographics เป็นเครื่องมือที่ตอบสนองต่อความจำเป็นในการสื่อสารข้อมูลในยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยข้อมูลมากมาย การใช้ Infographics ช่วยในการแสดงข้อมูลอย่างกระชับและน่าสนใจ โดยใช้ภาพประกอบและกราฟิกทำให้ข้อมูลเข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ด้วยเหตุนี้ Infographics จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยให้ผู้คนเข้าใจข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่มีความหลากหลายและปริมาณมากขึ้น ก็มีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความยุ่งเหยิงและสับสนในการตีความข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือซับซ้อนอาจทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิดพลาดหรือมีข้อเสียในการตัดสินใจ ดังนั้น การใช้ Infographics อย่างสม่ำเสมอและมีความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญเพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว และทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น Infographics จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดความสับสนในการสื่อสาร และเพิ่มความเข้าใจในข้อมูลในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยให้การพิจารณาข้อมูลเชิงองค์ความรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ภาพที่ 1.1: ความสำคัญของอินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์



ที่มา: ขั้นตอนการทำ Infographics รู้ไว้ได้ใช้แน่. (2565). สืบค้นจาก

<https://www.jalearnmedia.com/blog/create-Infographics/>.

อินโฟกราฟิกมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารดิจิทัลสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพเหล่านี้ รวมข้อมูล ข้อความ และกราฟิกเข้าด้วยกันในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ส่วนนี้จะอธิบายถึงความสำคัญของอินโฟกราฟิกในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

1) เพิ่มการมีส่วนร่วมและการเข้าถึง: อินโฟกราฟิกดึงดูดความสนใจได้สูงด้วยการออกแบบที่น่าดึงดูดและข้อมูลที่กระชับ บนแพลตฟอร์มอย่าง Facebook, Instagram และ Twitter ที่ผู้ใช้เลื่อนผ่านเนื้อหาจำนวนมาก อินโฟกราฟิกจะโดดเด่นด้วยลักษณะที่เป็นภาพ พวกมันนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทำให้ข้อมูลที่ซับซ้อนเข้าถึงได้ง่ายขึ้นสำหรับผู้ชมที่กว้างขึ้น (Lam, 2024)

2) การส่งมอบข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ: ต่างจากโพสต์ที่เน้นข้อความ อินโฟกราฟิกย่อข้อมูลให้เป็นส่วนเล็ก ๆ พร้อมด้วยภาพประกอบ รูปแบบนี้ไม่เพียงแต่ดึงดูดความสนใจ แต่ยังช่วยปรับปรุงการจดจำข้อมูล การศึกษาแสดงให้เห็นว่าสมองประมวลผลภาพได้เร็วกว่าและมีแนวโน้มที่จะจดจำได้มากกว่าเมื่อเทียบกับข้อความเพียงอย่างเดียว (Sethi, 2024)

3) เพิ่มความสามารถในการแชร์และการแพร่กระจาย: อินโฟกราฟิกมีลักษณะที่แชร์ได้ง่ายบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้มักจะแชร์เนื้อหาที่พวกเขาพบว่าให้ข้อมูล ให้แรงบันดาลใจ หรือนำมาตั้งคำถามเกี่ยวกับเครือข่ายของพวกเขา พฤติกรรมการแชร์นี้สามารถนำไปสู่การเพิ่มการมองเห็นและการเข้าถึงสำหรับเนื้อหา โดยอาจกลายเป็นไวรัลและเข้าถึงผู้ชมที่ใหญ่กว่าที่ตั้งใจไว้แต่แรกมาก (Himmelboim & Golan, 2019)

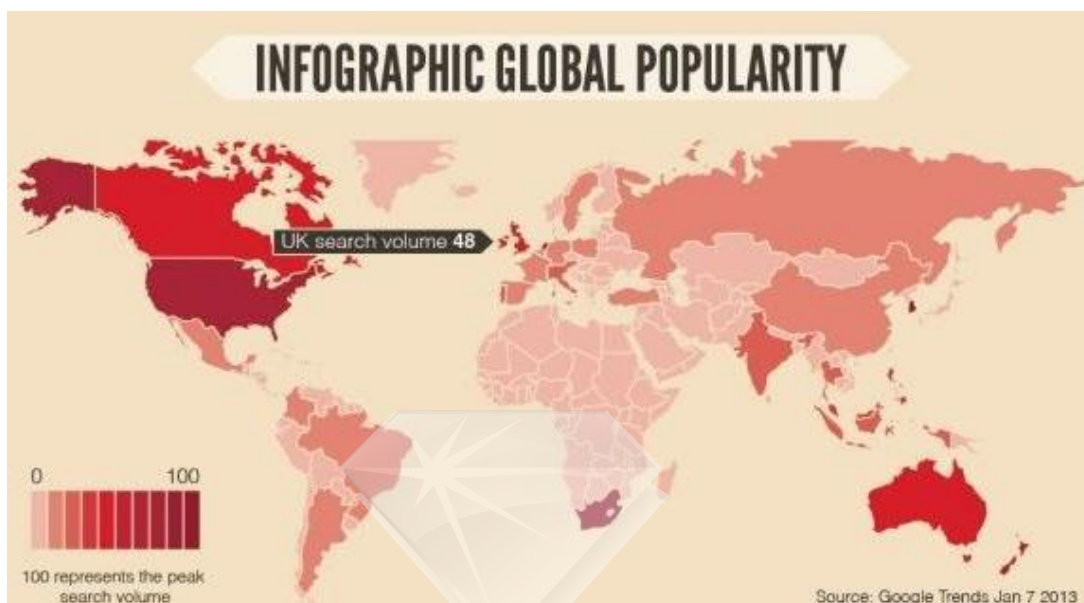
4) การสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์: สำหรับธุรกิจและองค์กร อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์ ด้วยการสร้างและแชร์อินโฟกราฟิกที่มีแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แบรนด์สามารถสร้างตัวเองให้เป็นผู้นำทางความคิดในอุตสาหกรรมของตนได้ อินโฟกราฟิกช่วยให้แบรนด์สื่อสารข้อความสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและแยกตัวเองออกจากคู่แข่ง (Stoimenova, 2022)

5) ประโยชน์ด้าน SEO และการสร้างการเข้าชม: อินโฟกราฟิกยังสามารถช่วยในความพยายามด้าน SEO และดึงดูดการเข้าชมไปยังเว็บไซต์ เมื่อปรับแต่งอย่างเหมาะสมด้วยคำสำคัญที่เกี่ยวข้องและลิงก์ที่ฝังไว้ อินโฟกราฟิกสามารถดึงดูดการเข้าชมแบบบออร์แกนิกจากเครื่องมือค้นหา นอกจากนี้ ความน่าดึงดูดทางสายตาของอินโฟกราฟิกยังกระตุ้นให้ผู้ใช้คลิกเข้าไปและสำรวจเนื้อหาเพิ่มเติมบนเว็บไซต์ ซึ่งอาจนำไปสู่การแปลงเป็นลูกค้า (Tsai, Huang & Chang, 2020)

6) คุณค่าทางการศึกษาและการสร้างความน่าเชื่อถือ: นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ทางการตลาด อินโฟกราฟิกยังให้บริการวัตถุประสงค์ทางการศึกษาด้วยการทำให้หัวข้อที่ซับซ้อนง่ายขึ้นและนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่ซับซ้อนด้วยข้อมูลในลักษณะที่เข้าใจได้ องค์กรและสถาบันการศึกษาใช้อินโฟกราฟิกเพื่อแบ่งปันผลการวิจัย ข้อมูลทางสถิติ และเนื้อหาทางการศึกษา จึงสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าเชื่อถือในสาขาของตน (Singh, Pandey & Abraham, 2018)

อินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือที่น่าดึงดูดทางสายตา แต่เป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัล พวกมันเพิ่มการมีส่วนร่วม ปรับปรุงการจดจำข้อมูล เพิ่มความสามารถในการแชร์ และมีส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้แบรนด์และความพยายามด้าน SEO ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ยังคงพัฒนาต่อไป อินโฟกราฟิกจะยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารข้อความอย่างมีประสิทธิภาพและดึงดูดผู้ชมบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ

ภาพที่ 1.2: ทำไมต้องใช้ Infographics



ที่มา: ผลสำรวจดอทคอม Infographics. (2556). สืบค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/rise-Infographics>.

การใช้ Infographics กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนได้จากการเพิ่มขึ้นของการค้นหาคำว่า "Infographics" ในปี ค.ศ. 2012 ที่เพิ่มขึ้นถึงกว่า 5 เท่าเมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2011 โดยเฉพาะในประเทศแถบอเมริกาเหนือ เช่น สหรัฐอเมริกาและแคนาดา รวมถึงออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ ที่มีการใช้ Infographics อย่างแพร่หลาย ในขณะที่ในประเทศไทยก็เริ่มมีการใช้มากขึ้นแต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก สาเหตุหลักที่ทำให้ Infographics ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีดังนี้

1) ประสิทธิภาพในการประมวลผลข้อมูล: การศึกษาพบว่าสมองของมนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลในรูปแบบภาพได้เร็วกว่าข้อความถึง 60,000 เท่า ทำให้ Infographics สามารถสื่อสารข้อมูลที่ซับซ้อนให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วกว่าเนื้อหาในรูปแบบข้อความธรรมดา

2) ดึงดูดความสนใจ: Infographics สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้ดีกว่าด้วยการใช้สีสัน รูปภาพ และกราฟิกที่น่าสนใจ ส่งผลให้ผู้อ่านจดจำเนื้อหาได้ดีขึ้นและเกิดการแชร์ และมีส่วนร่วมสูงกว่าข้อความธรรมดา

3) ความน่าเชื่อถือ: การนำเสนอข้อมูลด้วย Infographics ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาและแบรนด์ของคุณ ด้วยการนำเสนอข้อมูลอย่างมืออาชีพ

แม้ว่าการสร้าง Infographics อาจต้องใช้เวลาและงบประมาณมากกว่าการเขียนข้อความธรรมดา แต่ในระยะยาว Infographics จะช่วยประหยัดเวลาและเงินในการสื่อสารข้อมูลให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วกว่าข้อความธรรมดา ด้วยข้อดีเหล่านี้ จึงไม่น่าแปลกใจที่ Infographics กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะในประเทศไทยที่เริ่มมีการใช้งานมากขึ้น

อนาคตของ Infographics ในประเทศไทย

ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเห็นการใช้ Infographics เพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ เริ่มเห็นถึงประโยชน์ของการใช้ Infographics ในการสื่อสารข้อมูล การนำเสนอรายงาน การตลาด และการศึกษา การใช้ Infographics จะช่วยให้ข้อมูลที่ซับซ้อนสามารถถูกนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจมากขึ้น ทำให้ Infographics กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารในยุคปัจจุบัน

ภาพที่ 1.3: ประโยชน์ของการเล่นเกม



ที่มา: Lam, E. (2024). *The power of visual content in social media marketing*.

Retrieved from <https://www.aletheiadigital.com/the-power-of-visual-content-in-social-media-marketing>.

การใช้ Infographics เพื่อแสดงปัจจัยการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมทั้งในระดับประเทศ และระดับโลกเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก Infographics สามารถแสดงข้อมูลที่ซับซ้อน ให้เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว นี่คือนิยามเกี่ยวกับปัจจัยการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมและความสำคัญของ Infographics ในการสื่อสารข้อมูลนี้

อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เผยแพร่ จัดจำหน่าย และให้บริการสื่อสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัลผ่านอุตสาหกรรมบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ การ์ตูน และเกม รวมถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น โฆษณา สื่อสารสนเทศขององค์กร และสื่อการเรียนการสอนในประเทศไทย อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์แบ่งออกตาม 5 สมาคม จากภาคอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมแอนิเมชัน (Animation Industry)
- 2) อุตสาหกรรมเกม (Game Industry)
- 3) อุตสาหกรรมคาแรคเตอร์ (Character Industry)
- 4) อุตสาหกรรมสื่อการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning Industry)
- 5) อุตสาหกรรมกราฟิกดีไซน์ (Graphic Design Industry)

อุตสาหกรรมเกม เป็นอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ที่สร้างรายได้มากที่สุดในประเทศไทย โดยในปี 2562 อุตสาหกรรมเกมมีมูลค่าสูงถึง 25,440 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 55.8 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2562

ผลกระทบของโควิด-19 ในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2563 โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก แต่กลับทำให้อุตสาหกรรมเกมเติบโตขึ้นอย่างมาก โดยบริษัท Jaeger (2020) รายงานว่า อุตสาหกรรมเกมทั่วโลกเติบโตร้อยละ 14 ในปี พ.ศ. 2563 โดยมีมูลค่าทั้งหมด 170,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีผู้เล่นเกมเพิ่มขึ้นในช่วงการระบาด

ตัวอย่างการเติบโตในประเทศจีน Financial Times รายงานว่า ยอดดาวน์โหลดเกมบน Apple Store ในประเทศจีนเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 80 เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2019 และอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตของชาวจีนเพิ่มสูงขึ้นกว่า ร้อยละ 70 ในช่วงแรกของการล็อกดาวน์ ทำให้แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเช่น YouTube Gaming, Twitch, Mixer และ Facebook มียอดผู้ชมต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นร้อยละ 70

Esports เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมเกม เช่น การแข่งขัน Dota2 the International 2018 ที่มีเงินรางวัลสูงถึง 25,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ข้อจำกัดด้านการเดินทางและมาตรการกักตัวทำให้สื่อบันเทิงออนไลน์เป็นตัวเลือกอันดับต้นของผู้คนทั่วโลก

ความยืดหยุ่นของอุตสาหกรรมเกม รูปแบบโครงสร้างของธุรกิจเกมถูกออกแบบให้มีความยืดหยุ่น รองรับการปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา กรณีศึกษาจากการระบาดของโควิด-19 แสดงให้เห็นว่า



อุตสาหกรรมเกมสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เช่น การจัด Virtual Concert โดยนักร้องชื่อดังอย่าง Travis Scott และดีเจ Marshmello ในเกม Fortnite ที่มีผู้เข้าชมสูงถึง 4.7 ล้านคน

ภาพที่ 1.4: เวทีการแข่งขันอีสปอร์ต



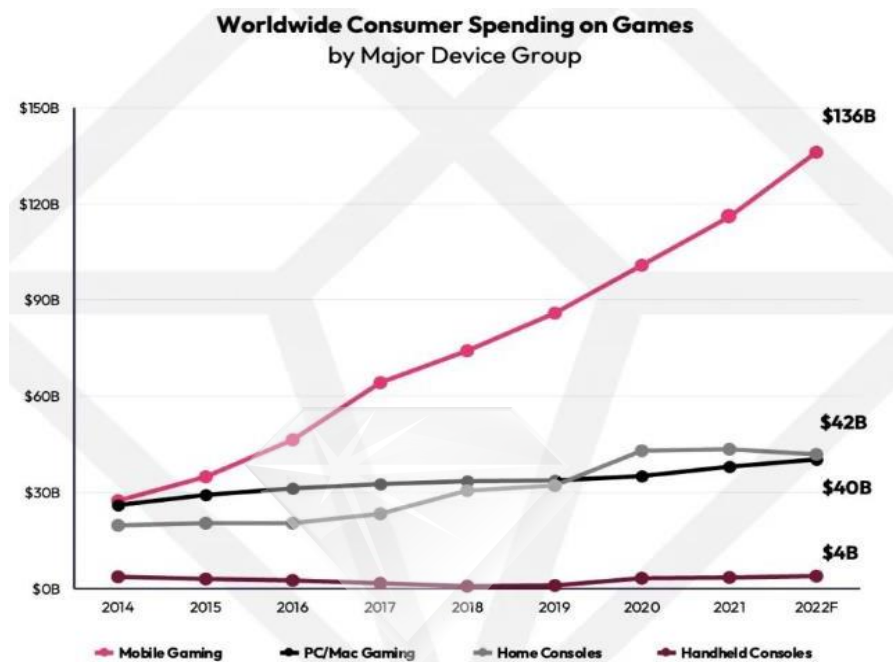
ที่มา: *eSports and traditional sports: A symbiotic relationship*. (2023). Retrieved from <https://vietgamestudio.com/index.php/2023/09/22/esports-and-traditional-sports-a-symbiotic-relationship/>.

การเติบโตในประเทศไทย ประเทศไทยได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมทั่วโลก โดยปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการเติบโตในอุตสาหกรรมเกมเป็นอันดับที่ 19 ของโลก และเป็นอันดับที่สองของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การใช้ Infographics ในการแสดงข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น โดย Infographics สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และทำให้ข้อมูลที่ซับซ้อนกลายเป็นข้อมูลที่ น่าสนใจและเข้าใจได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารจดจำข้อมูลได้ดีขึ้นและเกิดการแชร์ข้อมูลต่อไปอย่าง กว้างขวาง

การใช้ Infographics จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการเติบโตของ อุตสาหกรรมเกมและช่วยให้ผู้ที่สนใจเข้าใจถึงปัจจัยและแนวโน้มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 1.5: การเติบโตของอุตสาหกรรม



ที่มา: ผลสำรวจปี 2022 ตลาดเกมมือถือโตไม่หยุด ทำเงินมากกว่าเกมจากคอนโซล และ PC รวมกัน. (2565). สืบค้นจาก <https://droidsans.com/mobile-gaming-dominated-gaming-market-60-percent/>.

THE CREATIVE UNIVERSITY

ยุคแห่งการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ ในช่วงหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลาดสินค้าออนไลน์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น E-Commerce วิดีโอสตรีมมิ่ง ภาพยนตร์สตรีมมิ่ง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง "เกมออนไลน์" ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว

ข้อมูลการเติบโตของตลาดเกมออนไลน์ จากรายงานของบริษัทวิเคราะห์ข้อมูล data.ai และ IDC เปิดเผยว่า ในปี 2022 วิดีโอเกมบนแพลตฟอร์มมือถือมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 61% และคาดว่าจะทำรายได้รวมประมาณ 202,200 ล้านดอลลาร์ ซึ่งเป็นการเติบโตที่สูงขึ้นถึง 45% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2021 โดยมีการดาวน์โหลดเกมมือถือกว่า 1.1 พันล้านครั้งต่อสัปดาห์ทั่วโลก และผู้เล่นเกมมือถือใช้จ่ายกว่า 1.6 พันล้านดอลลาร์ต่อสัปดาห์

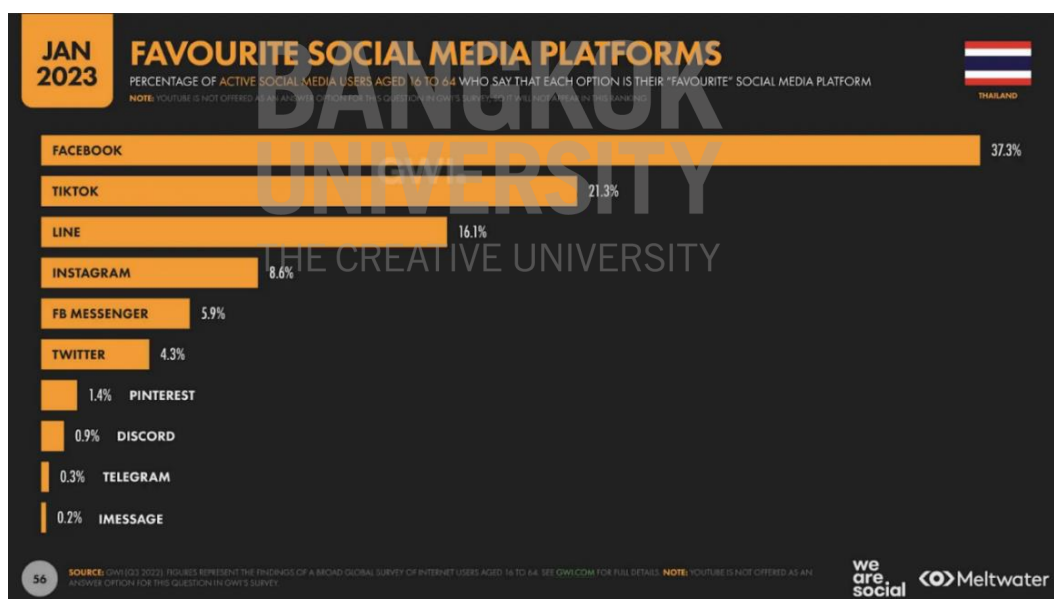
การเติบโตของเกมบนแพลตฟอร์มอื่นๆ เกมบนคอนโซล, PC และเกมพกพา ตั้งแต่ปี 2014 เป็นต้นมา มีแนวโน้มการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ยังคงมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมเกม เนื่องจากกลุ่มผู้เล่นเกมในแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังคงมีจำนวนมาก และมีการพัฒนาเกมใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง



โอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจ การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นโอกาสอันดีสำหรับนักการตลาดและผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของตลาดเกมออนไลน์ แม้เกมออนไลน์อาจมีความซับซ้อนและยากต่อความเข้าใจสำหรับคนที่ไม่คุ้นเคยกับวงการนี้ แต่หากศึกษาและทำความเข้าใจในรายละเอียดของเกมออนไลน์ ก็จะสามารถเข้าถึงโอกาสที่มาพร้อมกับการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมได้

อุตสาหกรรมเกมออนไลน์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีการใช้จ่ายและการดาวน์โหลดเกมมือถือที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โอกาสในการเข้าสู่ตลาดนี้เป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับนักการตลาดและผู้ประกอบการ เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เล่นที่มีจำนวนมากและมีการใช้จ่ายสูง หากสามารถทำความเข้าใจและปรับตัวเข้ากับความต้องการของผู้เล่นได้ ก็จะสามารถประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนี้ได้อย่างแน่นอน

ภาพที่ 1.6: ร้อยละของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ ปี พ.ศ. 2566



ที่มา: Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Thailand*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>.

ข้อมูลเกี่ยวกับร้อยละของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำในปี พ.ศ. 2566 มีดังนี้

อันดับ 1 Facebook 37.3%

อันดับ 2 TikTok 21.3%

อันดับ 3 LINE 16.1%

อันดับ 4 Instagram 8.6%

อันดับ 5 Facebook Messenger 5.9%

อันดับ 6 Twitter 4.3%

จากข้อมูล สามารถสรุปได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่คนไทยชื่นชอบมากที่สุดยังคงเป็น Facebook โดยมีผู้ใช้งานถึง 37.3% ตามมาด้วย TikTok ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในที่ผ่านมา โดยมีผู้ใช้งาน 21.3% ส่วน LINE, Instagram, Facebook Messenger และ Twitter ก็ยังคงเป็นที่นิยมอยู่เช่นกัน แต่ในสัดส่วนที่น้อยกว่า

การวิเคราะห์จากข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทย โดยเฉพาะการที่ TikTok สามารถก้าวขึ้นมาเป็นอันดับสองได้ภายในระยะเวลาไม่นาน แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียที่น่าสนใจ

ภาพที่ 1.7: Infographics ในเกมมีความสำคัญกับผู้เล่นอย่างไร



ที่มา: เลย์เอาท์ อินโฟกราฟิก. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://in.pinterest.com/pin/173599760629859168/>.

Infographics ในเกมมีความสำคัญมากต่อผู้เล่นอย่างมาก เพราะมันช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจ ข้อมูล และสถานการณ์ในเกมได้อย่างรวดเร็ว และง่ายมากขึ้น โดยปกติแล้ว Infographics จะแสดง ข้อมูลที่สำคัญในรูปแบบกราฟิกหรือภาพประกอบที่ช่วยให้ข้อมูลนั้นมีความชัดเจน และเข้าใจง่าย บางครั้ง Infographics ยังสามารถใช้เพื่อเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนในรูปแบบที่สรุป และแสดงผลอย่าง กระชับเพื่อช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจ และตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้นในเกม ในทางเทคนิค Infographics ยังช่วย ให้ผู้เล่นมีมุมมองที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับสถานการณ์ในเกม และช่วยในการวางแผน และการเล่นอย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

Infographics ในเกมจึงมีความสำคัญต่อผู้เล่นอย่างมากเพราะมีบทบาทสำคัญในการให้ ข้อมูลที่จำเป็น และซับซ้อนในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ดังนี้

1) การสร้างความเข้าใจ: Infographics ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจข้อมูลที่ซับซ้อนอย่าง รวดเร็ว โดยการใชภาพประกอบ และกราฟิกเพื่อนำเสนอข้อมูลที่อาจซับซ้อนเป็นตัวเลขหรือข้อมูลที่ ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าใจง่ายขึ้นสำหรับผู้เล่น

2) การวางแผนและการตัดสินใจ: การมีข้อมูลที่ชัดเจนในรูปแบบของ Infographics ช่วยให้ผู้เล่นสามารถวางแผน และตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เช่น การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับ ความแข็งแรงของตัวละครหรืออาวุธที่สามารถช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรหรือ การต่อสู้

3) การสร้างประสบการณ์เกมที่เต็มที่: โดยการแสดงข้อมูลที่สวยงาม และน่าสนใจ ในรูปแบบของ Infographics ช่วยให้ประสบการณ์การเล่นเกมนั้นมีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น

4) การเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย: การใช้ Infographics ในเกมช่วยให้ข้อมูลที่ เสนอไปยังผู้เล่นเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง และทันสมัย เนื่องจากมักมีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่องใน รูปแบบของ Infographics อย่างรวดเร็ว

5) การสร้างชุดกฎกติกา: Infographics ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจกฎกติกาของเกมได้อย่าง มีประสิทธิภาพโดยที่ไม่ต้องอ่านหรือทำความเข้าใจข้อความที่ยาวนาน เพราะข้อมูลจะถูกนำเสนอใน รูปแบบกราฟิกที่ง่ายต่อการเข้าใจ

ดังนั้น Infographics ในเกมมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจข้อมูล และ สถานการณ์ในเกมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Infographics เครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นเกมมีประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น เมื่อเราพูดถึงเกม ภาพกราฟิก และภาพเคลื่อนไหวมักเป็นสิ่งที่ผู้เล่นสังเกตเห็นแต่ Infographics ก็มีบทบาทสำคัญ ไม่แพ้กัน

ในอุตสาหกรรมเกม Infographics กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเกมได้ง่ายขึ้น และมีประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น Infographics ช่วยให้ผู้เล่นสามารถรับข้อมูลที่สำคัญในรูปแบบที่กระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้เล่นในหลาย ๆ ด้าน

ภาพที่ 1.8: อินโฟกราฟิกเกม Zombie



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

Infographics ช่วยเพิ่มความสนุกสนานและความสะดวกสบายให้กับผู้เล่น เกมที่มี Infographics ที่ดีจะช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจโลกของเกมได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องอ่านคู่มือยาวๆ หรือค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ไม่ชอบ Infographics จะช่วยสรุปข้อมูลที่สำคัญให้อย่างกระชับ และนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ ทำให้ผู้เล่นสามารถเข้าใจและเรียนรู้เกมได้อย่างรวดเร็ว

Infographics ช่วยเพิ่มความผูกพันระหว่างผู้เล่นและเกม นอกจากช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเกมได้ง่ายขึ้น Infographics ยังช่วยเพิ่มความผูกพันระหว่างผู้เล่นและเกมอีกด้วย เมื่อผู้เล่นสามารถเข้าใจเกมได้ดีขึ้น พวกเขาจะรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเกมมากขึ้น และเกิดความรู้สึกผูกพันกับเกมมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาเล่นเกมต่อไปได้อย่างสนุกสนานและพึงพอใจ

Infographics ช่วยให้ผู้เล่นตัดสินใจได้ดีขึ้นในบางเกม ผู้เล่นต้องตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในเกม Infographics ที่ดีจะช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจผลของการตัดสินใจแต่ละอย่าง ได้ชัดเจนขึ้น ทำให้พวกเขาสามารถตัดสินใจได้อย่างมั่นใจและเหมาะสมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสบการณ์ของผู้เล่นในระยะยาว

Infographics ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเกมได้อย่างรวดเร็ว ในเกมที่มีกลไกและระบบต่าง ๆ ที่ซับซ้อน Infographics จะช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเกมได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น โดยสรุปข้อมูลที่สำคัญลงในภาพกราฟิกที่น่าสนใจ ทำให้ผู้เล่นสามารถเรียนรู้และเข้าใจเกมได้ในเวลาอันสั้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเกมที่มีเนื้อหาซับซ้อน

Infographics เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นเกมมีประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเป็นการเพิ่มความสนุกสนาน ความผูกพัน หรือการตัดสินใจที่ดีขึ้น Infographics ที่ดีจะช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเกมได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญมากในอุตสาหกรรมเกมยุคปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem

1.2.2 เพื่อศึกษารูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem

1.2.3 เพื่อศึกษาการทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ทำให้ผู้เล่น FiveM รับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น

1.2.4 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการเพิ่มยอดผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ด้วย Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์

## 1.3 คำถามของงานวิจัย

1.3.1 ทำ Infographics โปรโมตเซิร์ฟเวอร์อย่างไรให้ฐานผู้เล่นจากฐานเดิม 80 + user เพิ่มถึงมากกว่าฐานเดิม และยังคงผู้เล่นเดิม

1.3.2 ทำ Infographics อย่างไรให้ผู้เล่น FiveM Sv. Apocalypse Universe Fivem มีส่วนร่วมกับเซิร์ฟเวอร์ และพฤติกรรมในการเล่น FiveM ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem เป็นอย่างไร



1.3.3 รูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ Apocalypse Universe Fivem มีกี่รูปแบบ

1.3.4 ประเภทเนื้อหาในการสื่อสารผ่าน Infographics บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ Apocalypse Universe Fivem เป็นอย่างไร

#### 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาเชิงทดลอง วัดประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหา และรูปแบบ Infographics โดยการศึกษาจากเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าเพจเฟซบุ๊ก Apocalypse Universe Fivem ว่ามีประเภทใดบ้าง โดยมีระยะเวลาในการศึกษาเพียง 1 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2567 เพื่อสนับสนุนเนื้อหา และรูปแบบ Infographics ของเฟซบุ๊ก Apocalypse Universe Fivem ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

#### 1.5 ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย

1.5.1 ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาด ในรูปแบบ Infographics และข้อความเนื้อหา ที่ส่งผลต่อการเกิดความสนใจ การมีส่วนร่วม หรือความต้องการในการบริการของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem

1.5.2 เพื่อให้ทีมงานของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem ทราบถึงการพัฒนารูปแบบ และเนื้อหาของการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics มากขึ้น

1.5.3 เพื่อให้ทีมงานของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem สามารถนำข้อมูลที่ได้มาไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอผ่านการสื่อสารผ่าน Infographics ให้มากขึ้น

#### 1.6 คำนิยามศัพท์

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อเพิ่ม และรักษาฐานผู้เล่นของเซิร์ฟเวอร์ FiveM อย่าง Sv. Apocalypse Universe Fivem คำนิยามศัพท์ที่ควรมีอาจประกอบด้วยคำ และแนวคิดที่สำคัญต่อการวิจัย ดังนี้

Infographics: รูปแบบการสื่อสารที่ผสมผสานกราฟิกและข้อความเพื่อถ่ายทอดข้อมูลอย่างกระชับและเข้าใจง่าย เน้นการดึงดูดความสนใจและช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลได้รวดเร็ว

FiveM: แพลตฟอร์มที่ให้ผู้เล่นเกม Grand Theft Auto V สามารถเล่นในโหมดออนไลน์ และปรับแต่งเซิร์ฟเวอร์ได้ตามต้องการ เช่น การสร้างเกมแบบ Roleplay หรือเซิร์ฟเวอร์ที่มีกฎเกณฑ์ เฉพาะ

Sv. Apocalypse Universe Fivem: ชื่อของเซิร์ฟเวอร์ในแพลตฟอร์ม FiveM ที่เน้นการเล่นแบบ Roleplay ภายใต้ธีม Apocalypse Universe ซึ่งเป็นโลกที่สมมติขึ้นมาโดยมีเรื่องราว เกี่ยวกับการเอาตัวรอดหลังจากเหตุการณ์หายนะ

Facebook Page: หน้าเพจในแพลตฟอร์ม Facebook ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นช่องทางในการ สื่อสาร โพรโมต และแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับ Sv. Apocalypse Universe Fivem แก่ผู้เล่นและผู้สนใจ

วัดประสิทธิผลการมีส่วนร่วมของผู้เล่น (Player Engagement Effectiveness): การ ประเมินความสำเร็จในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เล่นกับเซิร์ฟเวอร์ เช่น การติดตาม การแสดง ความคิดเห็น การแชร์โพสต์ และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นบนเซิร์ฟเวอร์

วัดประสิทธิผลจากฐานผู้เล่นเก่า และใหม่ (Player Retention and Acquisition Effectiveness): การประเมินผลจากจำนวนผู้เล่นที่เข้าร่วมเซิร์ฟเวอร์ทั้งจากกลุ่มผู้เล่นเดิมที่คงอยู่ และกลุ่มผู้เล่นใหม่ที่เพิ่มเข้ามา โดยดูจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เล่นและการรักษาฐานผู้เล่นเดิม

Content Engagement: ระดับการมีส่วนร่วมของผู้เล่นกับเนื้อหาที่โพสต์บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem ซึ่งสามารถวัดได้จากการคลิก การแชร์ การแสดง ความคิดเห็น และการกดไลก์

User Retention: การรักษาผู้เล่นเก่าให้ยังคงเล่นอยู่ในเซิร์ฟเวอร์ โดยดูจากจำนวนผู้เล่นที่ กลับมาเล่นซ้ำ และระยะเวลาที่ผู้เล่นยังคงเล่นอยู่ในเซิร์ฟเวอร์

New User Acquisition: การดึงดูดผู้เล่นใหม่ให้เข้ามาเล่นในเซิร์ฟเวอร์ โดยดูจากจำนวนผู้ เล่นใหม่ที่เข้าร่วมเซิร์ฟเวอร์ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

Conversion Rate: อัตราการเปลี่ยนแปลงจากผู้ชมที่เห็น Infographics เป็นผู้เล่นที่เข้า ร่วมเซิร์ฟเวอร์ โดยวัดจากจำนวนผู้ชม Infographics ที่กลายเป็นผู้เล่นใหม่

Content Reach: ขอบเขตของการกระจายเนื้อหา Infographics ที่โพสต์บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem โดยดูจากจำนวนผู้ชมที่เห็นโพสต์และการแชร์เนื้อหา ต่อไป

User Feedback: ข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นและการตอบกลับของผู้เล่นเกี่ยวกับ Infographics และเนื้อหาที่โพสต์บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem เพื่อใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารและเนื้อหาในอนาคต

Engagement Rate: อัตราการมีส่วนร่วมของผู้เล่นกับเนื้อหาที่โพสต์บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem คำนวณจากการรวมของการกดไลค์ แชร์ และแสดงความคิดเห็นหารด้วยจำนวนผู้ชมทั้งหมด

Impressions: จำนวนครั้งที่ Infographics ถูกแสดงบน Facebook ซึ่งรวมถึงการแสดงผลที่ผู้ใช้เห็นโดยไม่ต้องมีการโต้ตอบใด ๆ

Player Behavior: พฤติกรรมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ เช่น รูปแบบการเล่น ความถี่ในการเล่น และกิจกรรมที่นิยมทำภายในเซิร์ฟเวอร์

Infographics Content: เนื้อหาที่น่าสนใจผ่าน Infographics บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem ซึ่งอาจประกอบด้วยข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม เหตุการณ์สำคัญ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเซิร์ฟเวอร์



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ได้ศึกษา และวิเคราะห์เนื้อหา และรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้ และการจดจำบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ Apocalypse Universe Fivem ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิเคราะห์ตามกระบวนการด้านการตลาดสื่อสารดิจิทัล โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก (Infographics)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้

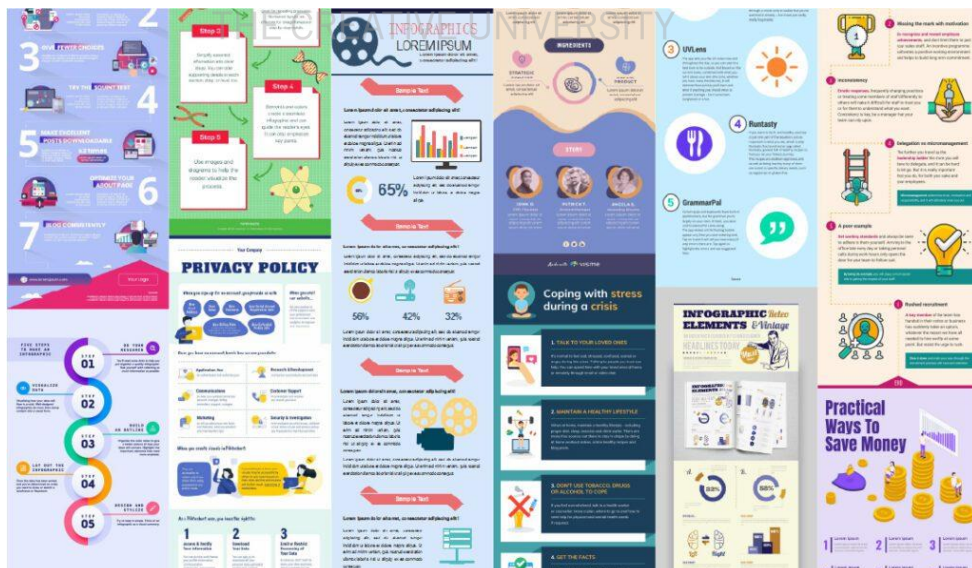
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอเนื้อหาของ การสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

2.5 จุดกำเนิด "GTA V" สู่อินโฟกราฟิก "GTA Five M"

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก (Infographics)

ภาพที่ 2.1: ตัวอย่างอินโฟกราฟิก



ที่มา: แนะนำเว็บไซต์สำหรับทำ Infographics ออนไลน์. (2565). สืบค้นจาก

<https://www.jlearnmedia.com/blog/Infographics-website/>.

อินโฟกราฟิก (Infographics) คือการสื่อสารข้อมูลหรือเรื่องราวผ่านการออกแบบกราฟิกที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย การใช้กราฟิกในอินโฟกราฟิกช่วยในการสรุปข้อมูลที่ซับซ้อนให้กระชับและชัดเจน เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและจดจำข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

แนวคิดหลักของอินโฟกราฟิกประกอบด้วย

1) การทำให้ข้อมูลซับซ้อนกลายเป็นเรื่องง่าย: อินโฟกราฟิกช่วยในการสรุปข้อมูลที่ซับซ้อนและยาวเหยียดให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและกระชับ การตัดเนื้อหาที่ไม่จำเป็นออกและเน้นเฉพาะจุดสำคัญทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้ทันที

2) การใช้กราฟิกเพื่อเสริมข้อมูล: การใช้ภาพประกอบและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ช่วยในการสื่อสารข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ภาพกราฟิกสามารถช่วยอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อนได้ดีกว่าข้อความยาว ๆ ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้เร็วขึ้น

3) ความชัดเจนและเรียบง่าย: อินโฟกราฟิกที่ดีต้องมีความชัดเจนและเรียบง่าย การจัดวางข้อมูลอย่างมีระเบียบและการใช้สีที่เหมาะสมช่วยให้ข้อมูลดูเป็นระเบียบและเข้าใจง่าย การไม่ใช้รายละเอียดที่มากเกินไปช่วยให้ข้อมูลไม่ซับซ้อนและไม่รกตา

4) การใช้สีและรูปแบบอย่างมีประสิทธิภาพ : สีมืดบดสำคัญในการดึงดูดความสนใจและช่วยเน้นจุดสำคัญ การเลือกใช้สีที่ตัดกันและการจัดวางรูปแบบที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ข้อมูลมีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจ

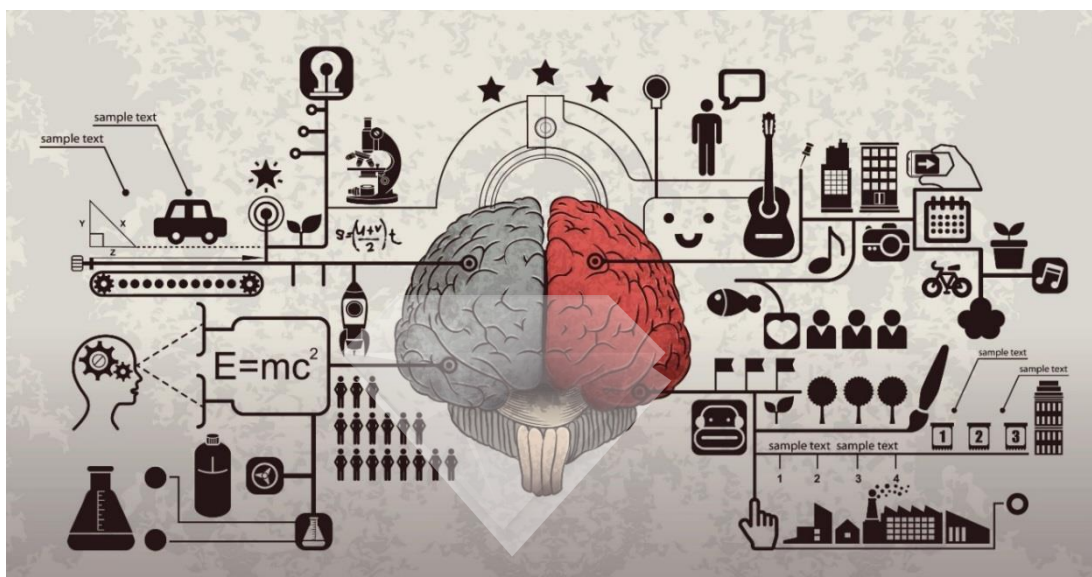
5) การเล่าเรื่องราวผ่านภาพ: อินโฟกราฟิกมักใช้เทคนิคการเล่าเรื่องราว (storytelling) ผ่านภาพ การเล่าเรื่องราวช่วยให้ผู้รับสารมีความเชื่อมโยงกับข้อมูลและเข้าใจบริบทได้ดีขึ้น ทำให้ข้อมูลนั้นมีความหมายและน่าสนใจมากขึ้น

6) ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย: การออกแบบอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม รูปแบบการนำเสนอที่ตรงกับความสนใจและความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การใช้อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลในยุคดิจิทัลปัจจุบัน ด้วยความสามารถในการสรุปและจัดเรียงข้อมูลให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ อินโฟกราฟิกช่วยให้ข้อมูลนั้นเป็นที่จดจำและมีความหมายมากขึ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ภาพที่ 2.2: อินโฟกราฟิกทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์



ที่มา: *เคล็ดลับพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ Analytical Thinking*. (2563). สืบค้นจาก <https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/84730/-per->

### 2.2.1 ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ข้อมูล (Sensation) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับ ประมวลผล และตีความข้อมูลที่มาจากประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยมีการเชื่อมโยงกับประสบการณ์ในอดีตเพื่อช่วยในการจัดหมู่และการเข้าใจของมนุษย์ การรับรู้มี Perceptive Field หรือช่องรับรู้ที่สามารถรับความจุของสิ่งแวดล้อมได้ และแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งต่าง ๆ ตามที่รับรู้มา (ชัยพร วิชชาวุธ, 2525, หน้า 188)

การรับรู้ก็มีลักษณะเป็นกระบวนการตีความสิ่งที่มองเห็น ได้ยิน และรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส เพื่อให้เข้าใจสิ่งนั้นว่าเป็นอะไร ซึ่งส่วนมากจะเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุที่เป็นอยู่ การรับรู้สามารถแบ่งออกเป็นการรับรู้โลกทางวัตถุ การรับรู้โลกทางจิต และการรับรู้โลกทางสังคม ซึ่งเป็นสภาพทางจิตใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรม และการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ จากสิ่งแวดล้อม (ชิตาภา สุขพลา, 2548, หน้า 87)

การรับรู้มีความสำคัญอย่างมากต่อการเข้าใจ และการตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งการตีความข้อมูล และการนำไปสู่การกระทำของบุคคลขึ้นอยู่กับการจัดการเรื่องราว และข้อมูลที่ได้รับมาอย่างมีวิจารณญาณ และเป็นระบบ (ชัยพร วิชชาวุธ, 2525, หน้า 188)

### 2.2.2 แบบแผนการรับรู้

ซิดาภา สุขพลา (2548) อธิบายถึงแบบแผนการรับรู้ ดังนี้ เมื่อสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอกมากระตุ้นอินทรีย์ อินทรีย์จะรับรู้ด้วยเซลล์ประสาทสัมผัส (Receptor Cells) ซึ่งมีความไวเฉพาะเจาะจงกับพลังงานที่มากระตุ้น เช่น แสง เสียง หรืออุณหภูมิ การกระตุ้นพลังงานเหล่านี้ทำให้เซลล์ประสาทสัมผัสส่งสัญญาณการกระตุ้นไปยังระบบประสาท กระบวนการนี้เป็นการสัมผัส (Sensation) จากนั้น สัญญาณที่ส่งผ่านสื่อกลางจะถูกส่งไปยังระบบประสาทที่สูงขึ้น เช่น สมอง ทำให้เกิดการจำหรือรู้ (Recognition) ว่าสิ่งที่สัมผัสนั้นคืออะไร กระบวนการนี้เรียกว่าการรับรู้ (Perception) แบบแผนการรับรู้ทั่วไปถูกสร้างขึ้นจากการรับสัมผัส และประสบการณ์ในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการสัมผัสในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้ยังสามารถกล่าวได้ว่าการรับรู้เกิดจากกระบวนการรับข่าวสารโดยการแปลความหมายหรือตีความการสัมผัสในปัจจุบัน รวมถึงการเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่เคยมีมาก่อน (ซิดาภา สุขพลา, 2548, หน้า 98-101)

### 2.2.3 องค์ประกอบของการรับรู้

การรับรู้มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญมากมายที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

- 1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure): การที่บุคคลเลือกเปิดรับข้อมูลหรือข่าวสารที่นำเสนอ ตามความสนใจ และความต้องการของตนเอง เช่น การเลือกชมข่าวจากช่องทีวีที่ตนชื่นชอบหรือติดตามข้อมูลบนโซเชียลมีเดียที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจ
- 2) การเลือกสนใจ (Selective Attention): การเลือกที่จะให้ความสนใจต่อข้อมูลหรือเหตุการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้น โดยบุคคลจะมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจต่อสิ่งที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความเชื่อของตนเอง
- 3) การเลือกตีความ (Selective Comprehension): การที่บุคคลเลือกที่จะตีความหรือเข้าใจข้อมูลตามความเชื่อ และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งอาจทำให้บางครั้งเกิดการตีความผิดพลาดหรือไม่ตรงกับความจริง
- 4) การเลือกจดจำ (Selective Retention): การที่บุคคลจดจำหรือเก็บข้อมูลบางส่วนที่ถูกตีความ และรับรู้ไว้ในหน่วยความจำ ซึ่งบุคคลสามารถจดจำเฉพาะข้อมูลบางอย่างที่มีความสำคัญต่อตนเอง และละเลยข้อมูลที่ไม่สนใจ

จากการศึกษาแนวคิดข้างต้นเกี่ยวกับการรับรู้ สรุปได้ว่าการรับรู้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสาร ผู้รับสารมีบทบาทสำคัญในการเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกรับรู้ การตีความ และการจดจำ การเข้าใจกลไกการรับรู้จะช่วยให้เราสามารถออกแบบ และนำเสนอข้อมูลผ่านสื่ออินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

การออกแบบเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ สื่อสาร หรือแม้แต่ประสบการณ์ การออกแบบที่ดีจะช่วยให้ผู้ใช้งานได้รับประสบการณ์ที่ดี และมีความพึงพอใจ แนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบมีมากมาย บางแนวคิดมีความเฉพาะเจาะจงต่อประเภทของการออกแบบ เช่น การออกแบบกราฟิก การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) แต่บางแนวคิดสามารถนำไปปรับใช้ได้กับการออกแบบทุกประเภท

ภาพที่ 2.3: การออกแบบสี แสง และเงา



ที่มา: ตั้งยงฮั่วเฮง. (2557). *หลักการออกแบบเบื้องต้น*. สืบค้นจาก <https://ftiebusiness.com/shop4/knowledge-detail.php?id=1766&uid=40324>.



### 2.3.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ (Design) เป็นกระบวนการที่มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคำว่า "Designare" ซึ่งในประเทศอิตาลีมักใช้คำว่า "ดีเซกโน" (Disegno) เพื่อหมายถึงศิลปะหรือการประดิษฐ์งานศิลปะต่าง ๆ โดยปกติแล้วมีความหมายเกี่ยวกับการวางแผนหรือกำหนดรูปแบบต่าง ๆ และการตกแต่งในลักษณะต่าง ๆ (Good, 1973). การออกแบบเชื่อมโยงกับการควบคุม และการมีความรู้ในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อสร้างงานศิลปะหรือผลิตภัณฑ์ (วัฒนธรรม จุฑะวิภาต, 2527).

การออกแบบเป็นความยิ่งใหญ่ของมนุษยชาติเนื่องจากเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นโครงการ รูปแบบ หรือแผนผัง ผู้ออกแบบจะใช้การจัดองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สี แสง รูปร่าง โครงสร้าง และลักษณะพื้นผิวตามเกณฑ์เพื่อนำข้อความสัญลักษณ์ หรือภาพมาจัดวางเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีคุณภาพทางศิลปะ และเป็นมิตรต่อการใช้งาน เรียกว่าการจัดองค์ประกอบ (Composition).

ดังนั้น การออกแบบไม่เพียงแต่เป็นกระบวนการในการสร้างผลงานศิลปะหรือผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการนำเสนอความหมาย และสื่อสารอย่างมีความสวยงาม น่าสนใจ และเหมาะสมต่อเป้าหมายที่ต้องการของผู้ใช้หรือผู้ชมในทุก ๆ สถานการณ์การใช้งาน

### 2.3.2 หลักการออกแบบ

การออกแบบประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายอย่าง ได้แก่ ตัวอักษร สัญลักษณ์ ข้อความ ภาพประกอบ เนื้อที่ว่าง และส่วนประกอบอื่น ๆ การออกแบบต้องให้ความสำคัญกับการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกันโดยมีหลักการดังนี้

1) ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement): การรับรู้เกิดขึ้นตามการมองเห็น เมื่อผู้รับสารมองดูสื่อ การรับรู้เกิดขึ้นตามลำดับจากการวาดสายตาจากองค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง การวางแผนทิศทางและการเคลื่อนไหวของสายตาผู้รับสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดการรับรู้ตามลำดับที่ต้องการ โดยทั่วไปสายตาของผู้รับสารจะมองในทิศทางตัวอักษร (Z) ในภาษาอังกฤษ คือเริ่มที่มุมบนด้านซ้ายและสิ้นสุดที่มุมล่างด้านขวา การจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติการมองเห็นจะช่วยให้เกิดการรับรู้ตามลำดับที่ต้องการ

2) เอกภาพและความกลมกลืน (Unity & Harmony): เอกภาพคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการจัดทำเลย์เอาต์ หมายถึงการนำองค์ประกอบที่แตกต่างกันมาวางไว้ในพื้นที่เดียวกันอย่างเหมาะสม ความกลมกลืนหมายถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันขององค์ประกอบทุกชิ้น ทั้งข้อความ ภาพ และเนื้อที่ว่าง การจัดองค์ประกอบให้มีความกลมกลืนจะช่วยให้การออกแบบมีความเป็นเอกภาพ

3) ความสมดุล (Balance): การจัดองค์ประกอบให้มีความสมดุลกัน โดยมีสองลักษณะคือ สมดุลจริง (Formal Balance) ซึ่งเป็นการจัดองค์ประกอบแบบสมมาตร (Symmetry) และสมดุลลวงตา (Informal Balance) หรือสมดุลแบบไม่สมมาตร (Asymmetry) ซึ่งเป็นการจัดองค์ประกอบที่ไม่เคร่งครัดในเรื่องของความสมมาตร

4) ความคมชัด (Contrast): ความคมชัดเป็นหลักการสำคัญในการดึงดูดสายตา การสร้างความคมชัดในภาพเดียวกันสามารถทำได้โดยการใช้สี เส้น รูปร่าง ตัวอักษร และองค์ประกอบ อื่น ๆ ที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในด้านคุณสมบัติต่าง ๆ

5) จุดเด่น (Emphasis): การสร้างจุดเด่นในภาพมีความจำเป็นเพื่อให้การมองดูภาพมีจุดสนใจ จุดเด่นสามารถสร้างได้ด้วยการใช้ขนาดที่แตกต่างกัน การใช้เส้น และการใช้สีที่เข้มกว่าปกติ เป็นต้น การเน้นจุดเด่นจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ข้อมูลสำคัญได้อย่างชัดเจน

6) ความกลมกลืน (Proportion): ความกลมกลืนหมายถึงการจัดองค์ประกอบให้มีสัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งสัดส่วนของภาพมีสองลักษณะคือ ขนาดภาพและองค์ประกอบของภาพ การจัดองค์ประกอบที่ไม่เหมาะสมจะทำให้การจัดภาพดูขาดความกลมกลืน การจัดสัดส่วนที่เหมาะสมจะช่วยให้ภาพมีความสวยงามและเป็นที่น่าจดจำ

7) จังหวะ (Rhythm): การจัดองค์ประกอบให้มีจังหวะหมายถึงการกำหนดระยะในการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ การจัดองค์ประกอบให้มีจังหวะจะช่วยให้ภาพมีความน่าสนใจและมีการเคลื่อนไหวตามธรรมชาติ การใช้จังหวะจะช่วยให้การรับรู้ภาพเป็นไปอย่างลื่นไหล และมีความประทับใจ

หลักการเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทางในการจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกที่สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าสนใจ

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอเนื้อหาของการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

การนำเสนอข้อมูลผ่านอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลมีมากมาย การสื่อสารในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่ายสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารได้มาก การสร้างอินโฟกราฟิกที่มีคุณภาพไม่เพียงเกี่ยวกับการออกแบบที่สวยงาม แต่ยังต้องวางแผนเนื้อหาอย่างรอบคอบและมีแนวคิดชัดเจนในการนำเสนอ

ภาพที่ 2.4: อินโฟกราฟิก Innovative Incentives



ที่มา: Thomas, J. (2023). *Innovative incentives: Boosting gym staff bonuses and prospect leads*. Retrieved from <https://gymconsultant.medium.com/innovative-incentives-boosting-gym-staff-bonuses-and-prospect-leads-e60d58801802>.

การสื่อสารระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง โดยมีคุณลักษณะสำคัญคือการทำงานออนไลน์และความสามารถในการสร้างหรือเพิ่มเติมเนื้อหาพร้อมกัน เทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นพื้นที่ที่ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างเนื้อหา แบ่งปัน และสื่อสารกับผู้อื่นได้ รวมถึงมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญบนอินเทอร์เน็ต ช่วยในการแชร์ข้อมูล แสดงความคิดเห็น และสร้างการเชื่อมต่อระหว่างบุคคล โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มคนจำนวนมาก ทำให้เครือข่ายขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีคุณลักษณะแตกต่างกันตามผู้ให้บริการ แต่มีองค์ประกอบหลักคล้ายกัน คือ โปรไฟล์ การเชื่อมต่อ และการส่งข้อความ มีการสร้างวัฒนธรรมชุมชนออนไลน์ที่ช่วยในการสื่อความหมาย และใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์

สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารธุรกิจ ช่วยให้องค์กรสร้างเครือข่ายใหม่ ๆ ได้ง่าย แบ่งปันข้อมูลการตลาด ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ



ด้วยคุณลักษณะสำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในระบบเครือข่าย ทำให้มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมในสังคมได้

#### 2.4.1 องค์ประกอบของอินโฟกราฟิก

- 1) เนื้อหาที่กระชับและชัดเจน (Concise and Clear Content): เนื้อหาที่จะถูกนำเสนอควรได้รับการสรุปและปรับปรุงให้กระชับที่สุด เน้นที่ประเด็นหลักและข้อมูลที่สำคัญเพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ทันที ข้อความที่ยาวเกินไปอาจทำให้ผู้รับสารรู้สึกเบื่อหน่ายและไม่สนใจติดตาม
- 2) การจัดวางเลย์เอาต์ (Layout Design): เลย์เอาต์ของอินโฟกราฟิกควรเป็นไปอย่างมีระเบียบ เรียบง่ายแต่สามารถดึงดูดความสนใจได้ การจัดวางข้อมูลอย่างเป็นระบบสามารถช่วยให้ผู้รับสารติดตามเนื้อหาได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้กริดหรือการแบ่งส่วนที่ชัดเจน
- 3) การใช้กราฟิกและไอคอน (Graphics and Icons): กราฟิกและไอคอนช่วยในการสื่อสารข้อมูลที่ซับซ้อนได้ดีขึ้น การเลือกใช้ภาพที่มีความหมายและเข้าใจง่ายสามารถช่วยลดความซับซ้อนของข้อมูลได้ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับอินโฟกราฟิก
- 4) การใช้สี (Color Usage): การเลือกใช้สีที่เหมาะสมไม่เพียงแต่ช่วยในการดึงดูดความสนใจ แต่ยังสามารถเน้นข้อมูลสำคัญและสร้างความเข้าใจที่ดีขึ้น การใช้สีที่ตัดกันช่วยให้ข้อมูลเด่นชัดและอ่านง่าย นอกจากนี้การใช้สีที่สอดคล้องกับแบรนด์หรือเนื้อหาช่วยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับอินโฟกราฟิก
- 5) การใช้ฟอนต์ (Typography): การเลือกใช้ฟอนต์ควรคำนึงถึงความอ่านง่ายและความเหมาะสมกับเนื้อหา ฟอนต์ที่ใช้ควรมีขนาดและรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อเน้นข้อมูลสำคัญและสร้างความหลากหลายในการนำเสนอ
- 6) การใช้สถิติและแผนภูมิ (Statistics and Charts): การนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติและแผนภูมิช่วยให้ข้อมูลมีความน่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้น ควรเลือกใช้แผนภูมิที่เหมาะสมกับข้อมูล เช่น แผนภูมิแท่ง แผนภูมิวงกลม หรือกราฟเส้น เพื่อให้ข้อมูลสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน

#### 2.4.2 แนวคิดในการออกแบบอินโฟกราฟิก

- 1) ความเรียบง่าย (Simplicity): การออกแบบอินโฟกราฟิก ควรเน้นความเรียบง่าย เพื่อให้ข้อมูลไม่ซับซ้อนและสามารถเข้าใจได้ง่าย การใช้พื้นที่ว่างอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ข้อมูลที่สำคัญโดดเด่นและไม่ถูกทำให้ดูรก การลดองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นช่วยให้ผู้รับสารสามารถโฟกัสที่ข้อมูลหลักได้ดีขึ้น

2 ความสมดุล (Balance): การจัดวางองค์ประกอบในอินโฟกราฟิกควรมีความสมดุล เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลมีความเป็นระเบียบและน่าสนใจ ควรจัดวางข้อมูลให้มีการกระจายอย่างเหมาะสมทั้งด้านซ้ายและขวา การสร้างความสมดุลระหว่างข้อความและภาพช่วยให้การนำเสนอมีความกลมกลืนและดูไม่หนักไปทางด้านใดด้านหนึ่ง

3 ความสอดคล้อง (Consistency): การออกแบบอินโฟกราฟิกควรมีความสอดคล้องในทุกองค์ประกอบ เช่น การใช้สี ฟอนต์ และรูปแบบการจัดวาง เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นหนึ่งเดียวและไม่ทำให้ผู้รับสารสับสน ความสอดคล้องในการออกแบบยังช่วยสร้างความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือให้กับอินโฟกราฟิก

4 ความน่าสนใจ (Engagement): อินโฟกราฟิกควรมีความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร การใช้กราฟิกและภาพที่น่าสนใจจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและทำให้ผู้รับสารต้องการติดตามข้อมูลต่อไป การสร้างเรื่องราวหรือการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เป็นการเล่าเรื่องจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้ผู้รับสารจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

#### 2.4.3 เทคนิคการนำเสนอเนื้อหาในอินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

1 การใช้ภาพเคลื่อนไหว (Animation): การใช้ภาพเคลื่อนไหวในอินโฟกราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจและเพิ่มความน่าสนใจได้ การใช้ภาพเคลื่อนไหวเล็ก ๆ เช่น การเคลื่อนไหวของไอคอน หรือการเปลี่ยนแปลงของกราฟิกจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม ภาพเคลื่อนไหวช่วยสร้างความตื่นเต้นและเพิ่มการรับรู้ของผู้รับสาร

2 การใช้สื่อเสียง (Audio): การเพิ่มสื่อเสียงหรือเพลงพื้นหลังในอินโฟกราฟิกสามารถเพิ่มประสบการณ์การรับชมและทำให้ข้อมูลน่าสนใจมากขึ้น เสียงประกอบช่วยสร้างบรรยากาศและเพิ่มความมีชีวิตชีวาให้กับอินโฟกราฟิก

3 การใช้ลิงก์และการเชื่อมโยง (Links and Hyperlinks): การใช้ลิงก์และการเชื่อมโยงในอินโฟกราฟิกสามารถช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลเพิ่มเติมได้ง่ายและรวดเร็ว การเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องช่วยเสริมข้อมูลและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับอินโฟกราฟิก

4 การใช้เรื่องราว (Storytelling): การใช้เรื่องราวในการนำเสนอข้อมูลช่วยสร้างความน่าสนใจและทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น การเล่าเรื่องในอินโฟกราฟิกช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์และทำให้ผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับข้อมูลมากขึ้น

การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ต้องคำนึงถึงการดึงดูดความสนใจและการสร้างการจดจำของผู้รับสาร การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพควรเน้นการใช้กราฟิกและไอคอนที่สื่อความหมาย การใช้สีที่เหมาะสม และการจัดวางองค์ประกอบที่เรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลผ่านสื่ออินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ การ

เพิ่มเทคนิคและการใช้แนวคิดที่หลากหลายในการนำเสนอเนื้อหาจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้ผู้รับสารมีประสบการณ์ที่ดีขึ้นในการรับข้อมูล

ภาพที่ 2.5: อินโฟกราฟิก Social Media



ที่มา: Ake, G. (2019). *Social media overview*. Retrieved from <https://sourceitweb.com/importance-of-social-media/>.

## 2.5 จุดกำเนิด "GTA V" สู่ "GTA Five M"

Grand Theft Auto V" (GTA V) เป็นวิดีโอเกมแบบโอเพ่นเวิลด์ที่มีความโดดเด่นในเรื่องการจำลองโลกเสมือนจริงที่ผู้เล่นสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ โดยเฉพาะการสวมบทบาทเป็นอาชญากรในเมืองใหญ่ ภารกิจในเกมมักเกี่ยวข้องกับการก่ออาชญากรรมและต้องทำให้สำเร็จเพื่อให้เนื้อเรื่องดำเนินต่อไปได้ หากผู้เล่นทำผิดกฎหมายก็จะมีตำรวจมาจับ ยิ่งอาชญากรรมรุนแรงขึ้นจำนวนตำรวจและทหารที่ตามจับตัวผู้เล่นก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากการกระทำผิดกฎหมายแล้ว เกมยังมีเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร เช่น การหักหลังและความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ซับซ้อน

GTA V ได้เพิ่มระบบต่าง ๆ เช่น การซื้อบ้าน การซื้อกิจการ ระบบดำน้ำ การขับเครื่องบิน และระบบยิงปืนใหม่เพื่อความสมจริงมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้พัฒนาเกมยังได้เปิดตัว GTA Online ซึ่งเพิ่มความสมจริงมากขึ้นทั้งในด้านการดำเนินเรื่องและคุณภาพของภาพ รวมทั้งมีโหมดผู้เล่นหลายคนที่ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นดูสมจริงยิ่งขึ้น

ภาพที่ 2.6: Grand Theft Auto V



ที่มา: เศรษฐศิลป์ พูลบำเพ็ญ. (2558). วันแรกของ GTA V กับทีมงาน GamingDose. สืบค้นจาก <https://www.gamingdose.com/feature/วันแรกของ-gta-v-กับทีมงาน-gamingdose/>.

### 2.5.1 GTA Five M: การเกิดขึ้นและพัฒนา

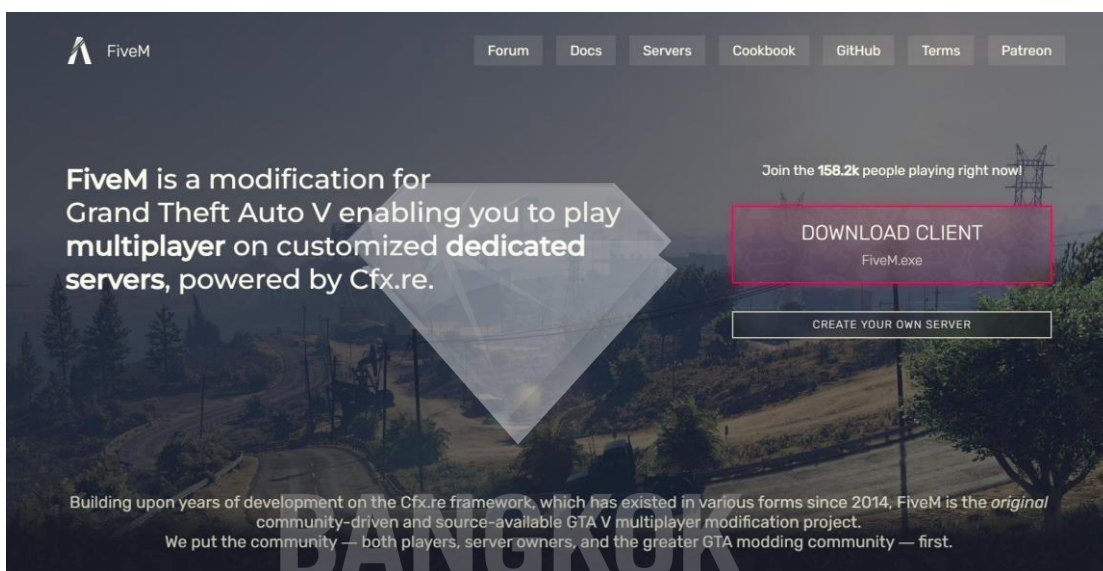
Grand Theft Auto Five M" (GTA Five M) หรือ GTA Roleplay เป็นโหมดหนึ่งที่ถูกดัดแปลงขึ้นจากการสคริปต์และระบบหลัก ๆ ภายในเกม GTA V เพื่อนำมาเล่นในโหมดโรลเพลย์ (Role Play) ซึ่งมีการตั้งกฎการเล่นใหม่ให้สอดคล้องกับการจำลองการใช้ชีวิตจริงมากขึ้น ผู้เล่นสามารถปรับมุมมองการเล่นเป็นมุมมองบุคคลที่สามหรือบุคคลที่หนึ่ง และปรับแต่งตัวละครตามต้องการ การเล่น GTA Five M เน้นการใช้ชีวิตที่สมจริง ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นประชาชนคนหนึ่งที่ต้องเพิ่มคุณภาพชีวิตด้วยการประกอบอาชีพต่าง ๆ เช่น ตำรวจ โจร แพทย์ ช่าง และเซฟ

GTA Five M ทำหน้าที่เป็นตัวกลางการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบเซิร์ฟเวอร์และสร้างเซิร์ฟเวอร์เกม หากผู้เล่นไม่มีโปรแกรม Five M ก็จะไม่สามารถเข้าสู่ระบบของเซิร์ฟเวอร์ของเกมได้ บริษัทที่



ดูแลตัว Five M คือบริษัทผู้สร้าง GTA และบริษัทผู้พัฒนา GTA Five M กระบวนการทำงานของ Five M มีลักษณะคล้ายกับ Google Drive ที่มีหน้าที่บันทึกข้อมูลและเชื่อมต่อเซิร์ฟเวอร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

ภาพที่ 2.7: มือด FiveM



ที่มา: Rockstar ซื้อทีม Cfx.re ผู้สร้างมือด FiveM และ RedM ของเกม GTA V และ RDR 2.

(2566). สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/135246>.

### 2.5.2 ความนิยมและการกลับมาเป็นที่สนใจ

การเล่นเกมน GTA ในไทยได้รับความนิยมมาโดยตลอด แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2560 ความเป็นนิยมของเกมเริ่มลดลง เนื่องจากกระแสเชิงลบจากข่าวอาชญากรรมที่เกิดขึ้นโดยวัยรุ่นที่อ้างว่าเลียนแบบเกมนี้ เกมจึงถูกต่อต้านโดยสังคมและผู้ปกครอง แต่ในปี พ.ศ. 2561 ความเป็นนิยมกลับมาอีกครั้งจากการที่ GTA V Roleplay หรือ Five M RP เข้ามาในไทย ทำให้ผู้เล่นเริ่มกลับมาเล่นอีกครั้ง เนื่องจากกระแสจากกลุ่มสตรีมเมอร์ชื่อดังหลายคนที่ทำให้ความสนใจเกมนี้ ทำให้มีผู้เล่นเพิ่มมากขึ้น ทั้งผู้เล่นเก่าและผู้เล่นใหม่ และมีการสร้างคอนเทนต์ต่าง ๆ เช่น การทำละครสั้นและคลิปตลกที่เผยแพร่ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น YouTube, Facebook, และ TikTok ซึ่งมีส่วนในการทำให้ผู้เล่นเกมแนว Roleplay เพิ่มมากขึ้น

### 2.5.3 กฎและการปฏิสัมพันธ์ในเกม GTA Five M

การเล่น GTA Five M นั้นมีการกำหนดกฎและข้อมูลพื้นฐานขึ้นมาเพื่อให้ผู้เล่นเข้าใจและเล่นร่วมกันได้อย่างราบรื่น กฎที่ใช้บ่อยในหลายเซิร์ฟเวอร์มีดังนี้

Out of Character (OC): การพูดคุยกันนอกบทบาท

In Character (IC): การพูดคุยกันในบทบาท

Power gaming (PG): การกระทำที่ไม่เหมือนมนุษย์ธรรมดาจะกระทำในความเป็น

จริง

Meta gaming (MG): การนำเอาเรื่องจริงมาผสมกับตัวละครในเกม

Deathmatch (DM): การฆ่ามั่ว

Revenge Kill (RK): การลี้มความจำในช่วงก่อนที่จะตาย

Spawn Kill (SK): การยิงตรงจุดต้องห้าม

Drive-by (DB): การขับรถชนหรือทับผู้เล่นคนอื่น

Ninja Jack (NJ): การขโมยรถไม่มีบทบาท

Breaking Roleplay: การกระทำใด ๆ ที่ทำให้ผู้อื่นไม่สามารถดำเนินเนื้อเรื่องต่อได้

Escape character death (CK): การ Accept Death หนีบทบาท

Toxic Play: การด่าทอผู้เล่นคนอื่นด้วยถ้อยคำหยาบคาย

Value of Life: การกระทำที่ไม่รักชีวิต

### 2.5.4 อาณาจักร GTA Five M

Five M เป็นแพลตฟอร์มที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเล่น GTA Online โดยกลุ่มผู้เล่น เพื่อสร้างบรรยากาศและรูปแบบการเล่นใหม่ ๆ ให้กับผู้เล่นได้อย่างอิสระ เซิร์ฟเวอร์โรลเพลย์ที่ได้รับความนิยมมี 3 รูปแบบหลัก คือ เซิร์ฟเวอร์โรลเพลย์ เซิร์ฟเวอร์ซอมบี้ และเซิร์ฟเวอร์บ็อกซิ่ง/เทรนนิ่ง

1) อาณาจักรโรลเพลย์ (Role Play): เซิร์ฟเวอร์ที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นประชาชนคนหนึ่ง มีความใกล้เคียงกับโลกความเป็นจริง โดยแบ่งออกเป็นรูปแบบย่อยดังนี้

Serious Role Play: การเล่นที่สมจริงและเคร่งครัด

Community Role Play: การเล่นที่เน้นการเข้าสังคมและความสนุกสนาน

Content Role Play: การจัดกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย

ภาพที่ 2.8: อินโฟกราฟิก เกม Gta v Fivem



ที่มา: *อวดรูป Gta v Fivem สวยๆ*. (ม. ป. ป.). สืบค้นจาก <https://n9.cl/d8y5o>.

2) อาณาจักรขอมบี้: เซิร์ฟเวอร์ที่ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นประชาชนในเมืองที่มีการแพร่ระบาดของไวรัส

ภาพที่ 2.9: อาณาจักรขอมบี้



ที่มา: *อาณาจักรขอมบี้*. (ม. ป.ป.). สืบค้นจาก <https://url.in.th/tVrzI>



3) อาณาจักรบล็อกซิ่ง/เทรนนิ่ง: เซิร์ฟเวอร์ที่เน้นการใช้ซอมอาวุธหรือการต่อสู้ และเป็นช่องทางหนึ่งในการหาสมาชิกเข้าทีมแข่งขัน GTA E-sport

ภาพที่ 2.10: การดำรงอยู่และความนิยมของ GTA FiveM



ที่มา: GTA V FIVE M Glorious Training 12-12E-Sport ปากฉลาม NoName. (2564). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=ZxAM86yDkoE>.

### 2.5.5 การดำรงอยู่และความนิยมของ GTA FiveM

FiveM คือ ม็อดที่พัฒนาขึ้นจากเกม GTA V ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถสร้างและปรับแต่งเซิร์ฟเวอร์ได้ตามความต้องการของตัวเอง ส่งผลให้เกิดการเล่นในรูปแบบ Roleplay (โรลเพลย์) ซึ่งเป็นการสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกมอย่างสมจริง การเล่นแบบโรลเพลย์นี้ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากผู้เล่นสามารถสร้างเรื่องราวและบทบาทในโลกของ GTA ได้อย่างอิสระ ทำให้มีเซิร์ฟเวอร์หลากหลายประเภทตามเนื้อหาและกฎเกณฑ์ที่ผู้เล่นตั้งขึ้นเอง

ความนิยมของ FiveM เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการมีส่วนร่วมของเหล่า สตรีมเมอร์ และคนดัง ที่ทำการเล่นและถ่ายทอดสดเกมผ่านแพลตฟอร์มอย่าง Twitch และ YouTube ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงความสุขและความหลากหลายในการเล่น ส่งผลให้ผู้คนสนใจและเข้าร่วมเล่นเซิร์ฟเวอร์โรลเพลย์มากขึ้น นอกจากนี้ FiveM ยังช่วยสร้างชุมชนผู้เล่นที่มีการพัฒนาตัวเซิร์ฟเวอร์และคอนเทนต์อยู่เสมอ ทำให้เกมไม่หยุดนิ่งและมีสิ่งใหม่ ๆ ให้ผู้เล่นค้นพบ

นอกจากนี้ เกมนี้ยังเป็นการเล่นแบบออนไลน์ ทำให้ผู้เล่นจากทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้ง่ายขึ้น และสามารถสร้างประสบการณ์ที่สมจริงผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ FiveM กลายเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง และยังคงดึงดูดผู้เล่นใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "วัดประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของ เกม Grand Theft Auto V (GTA V) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Thailand" ใช้การดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 3.1 การออกแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรผู้เล่นและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้จาก Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ที่ใช้ใน Fanpage Apocalypse Universe Thailand การวิจัยนี้จะวัดประสิทธิผลของการทำ Infographics โดยเปรียบเทียบการใช้งานแบบมีโฆษณา (Facebook Ads) และไม่มีโฆษณา (No Facebook Ads) ข้อมูลที่ได้รับ จะนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

#### 3.2 ประชากรผู้เล่นและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรผู้เล่นใน GTA V FiveM คือ ผู้ที่เล่นเกม Grand Theft Auto V (GTA V) ผ่านแพลตฟอร์ม FiveM ซึ่งเป็นโหมดที่สร้างขึ้น โดยชุมชนผู้เล่นเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการเล่นเกมนั้น ตัวอย่างกลุ่มผู้เล่นประกอบด้วย

3.2.1 Roleplayers (RPers): ผู้เล่นที่ชื่นชอบการเล่นบทบาท โดยสร้างตัวละครที่มีบทบาทเฉพาะตัวในโลกของ GTA V FiveM และเล่นเกมในบทบาทของตัวละครนั้น ๆ

3.2.2 Content Creators: นักสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับชุมชน GTA V FiveM เช่น การสตรีมเกม บทความ หรือโพสต์ในโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

3.2.3 Server Administrators: ผู้ดูแลหรือเจ้าของเซิร์ฟเวอร์ GTA V FiveM ที่มีหน้าที่ในการกำหนดกฎระเบียบ และสร้างสภาพแวดล้อมในเซิร์ฟเวอร์เพื่อให้ผู้เล่นมีประสบการณ์การเล่นที่น่าสนุก

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลและวัดประสิทธิผลของการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ประกอบด้วย

3.3.1 Facebook Insights: เครื่องมือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการกระจายตัวของโพสต์ การมีส่วนร่วมของผู้ชม เช่น จำนวนคนดู ความสนใจ และการแบ่งปัน

3.3.2 Google Analytics: เครื่องมือติดตามและวัดผลการเข้าชมเว็บไซต์ เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้เข้าชมและพฤติกรรมการใช้งาน

3.3.3 การออกแบบและประยุกต์ใช้ Infographics ในการเพิ่มจำนวนผู้เล่นและการรักษาผู้เล่นเดิมในเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe FiveM: Infographics เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารข้อมูลและเก็บรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายผ่านการวัดผลในแพลตฟอร์ม Facebook โดยการออกแบบ Infographics ในแต่ละแคมเปญมีแนวทางดังนี้

#### 3.3.3.1 การออกแบบ Infographics สำหรับ 5 แคมเปญ

1) ในการโปรโมตเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe FiveM ของเกม GTA V FiveM มีการออกแบบ Infographics จำนวน 5 ชุด โดยแต่ละชุดมีเป้าหมายในการสื่อสารข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการเพิ่มผู้เล่นและการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนผู้เล่น

2) รายละเอียดของเนื้อหาใน Infographics ทั้ง 5 ชุด แบ่งออกเป็น  
แคมเปญที่ 1 การเพิ่มจำนวนผู้เล่นใหม่ผ่านการนำเสนอข้อดีของการเข้าร่วมเซิร์ฟเวอร์

แคมเปญที่ 2 การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษและอีเวนต์ในเซิร์ฟเวอร์

แคมเปญที่ 3 การสื่อสารแนวทางการเล่นเกมและกฎเกณฑ์ในเซิร์ฟเวอร์

แคมเปญที่ 4 การแสดงสถิติและผลตอบรับจากผู้เล่นเก่าเพื่อดึงดูดผู้เล่นใหม่

แคมเปญที่ 5 การสร้างภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งของชุมชนในเกมและการสนับสนุนจากกลุ่มผู้เล่น

#### 3.3.3.2 แนวคิดในการออกแบบ (Ideate)

1) การออกแบบแต่ละ Infographics มีการพิจารณาแนวคิดโดยคำนึงถึงธีมของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe ซึ่งเป็นเซิร์ฟเวอร์โลกหลังหายนะ ตัว Infographics จึงถูกออกแบบให้สอดคล้องกับบรรยากาศของเกม และเน้นการสร้างแรงดึงดูดให้ผู้เล่นรู้สึกมีส่วนร่วม โดยใช้สี รูปภาพ และตัวอักษรที่สื่อถึงความตื่นเต้นและดุดัน

- 2) ตัวอย่างของแนวคิดการออกแบบ (Ideate) ในแต่ละแคมเปญ  
 แคมเปญที่ 1 ออกแบบโดยเน้นภาพที่แสดงถึงความตื่นตัวในการเข้าร่วม  
 โลกหลังหายนะ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เล่นใหม่  
 แคมเปญที่ 3 ใช้กราฟิกที่ช่วยให้ผู้เล่นเห็นภาพรวมของกฎและแนวทางการ  
 เล่นได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย  
 แคมเปญที่ 5 ใช้ภาพที่สื่อถึงการร่วมมือและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อ  
 สร้างความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

#### 3.3.3.3 กระบวนการออกแบบและใช้ภาพประกอบ

- 1) เพื่อให้ Infographics ทั้ง 5 ชุดมีความน่าสนใจและตรงกับ  
 กลุ่มเป้าหมาย มีการเลือกใช้สีที่เข้ากับธีมของเซิร์ฟเวอร์ เช่น สีเทาเข้มและสีเขียวหม่น ที่สะท้อน  
 บรรยากาศแบบ ดิสโทเปีย
- 3) สัญลักษณ์ที่ใช้ เช่น ไอคอนตัวละครหรืออาวุธ มีการปรับให้เหมาะสมกับ  
 ข้อมูล เช่น แสดงแผนภูมิหรือไอคอนสำหรับเน้นสถิติสำคัญ เช่น จำนวนผู้เล่นและการเข้าร่วม  
 กิจกรรม

#### 3.3.3.4 การวัดประสิทธิภาพของ Infographics

- 1) การวัดผลที่ได้จากแต่ละแคมเปญ เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach), การ  
 มีส่วนร่วม (Engagement) และอัตราการแชร์ (Share) ได้ถูกบันทึกไว้ใน Facebook Ads Manager  
 ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการออกแบบ Infographics ในการเพิ่มจำนวนผู้เล่นใหม่และการรักษา  
 ฐานผู้เล่นเดิม
- 2) โดยตัวชี้วัดเชิงปริมาณเหล่านี้ จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและ  
 พัฒนาการออกแบบ Infographics ในอนาคต ทั้งในแง่ของเนื้อหา รูปแบบ และการใช้ภาพประกอบ  
 เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้เล่น

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวัดประสิทธิผลของการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม  
 Facebook ของเกม Grand Theft Auto V (GTA V) FiveM มีดังนี้

- 1) กำหนดวัตถุประสงค์: กำหนดวัตถุประสงค์ของการทำ Infographics เช่น เพิ่ม  
 ฐานผู้เล่นหรือรักษาฐานผู้เล่นที่มีอยู่
- 2) เลือกข้อมูลที่เหมาะสม: เลือกข้อมูลที่สำคัญและน่าสนใจ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการ  
 แข่งขันในเกม กิจกรรมที่กำลังเกิดขึ้น หรือสถิติของฐานผู้เล่น

- 3) ออกแบบ Infographics: ออกแบบ Infographics โดยใช้โปรแกรมออกแบบกราฟิก เช่น Adobe Illustrator, Canva หรือ Piktochart ให้ข้อมูลชัดเจนและน่าสนใจ
- 4) โพสต์บนแพลตฟอร์ม Facebook: โพสต์ Infographics บนหน้า Facebook ของชุมชน Sv. Apocalypse Universe Thailand โดยใช้ข้อความและภาพประกอบที่น่าสนใจ
- 5) วัดประสิทธิผล: ตรวจสอบจำนวนการชม การแชร์ และความสนใจจากผู้เล่น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการโพสต์ในอนาคต
- 6) ปรับปรุงและพัฒนา: ใช้ข้อมูลที่ได้รับจากการวัดประสิทธิผลเพื่อปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมการโพสต์ Infographics อย่างต่อเนื่อง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวัดประสิทธิผลของ Infographics มีขั้นตอนดังนี้

- 1) เลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสม เช่น จำนวนผู้เข้าชมโพสต์ Infographics อัตราการแชร์โพสต์ และความสนใจจากผู้เล่น เปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนหน้า
- 2) วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวม ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการโพสต์ Infographics กับกิจกรรมของฐานผู้เล่น เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เล่นใหม่หรือการลดลงของผู้เล่น
- 3) วิเคราะห์แนวโน้ม วิเคราะห์แนวโน้มของข้อมูลเพื่อจำแนกว่า Infographics ใดที่ส่งผลในการเพิ่มฐานผู้เล่นและหาเหตุผลที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ดังกล่าว
- 4) ประเมินผลและปรับปรุง ประเมินผลการวิเคราะห์และปรับปรุง Infographics เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพิ่มฐานผู้เล่นหรือรักษาฐานผู้เล่นที่มีอยู่
- 5) ติดตามและรายงาน ติดตามผลลัพธ์ของการปรับปรุงและรายงานผลให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ทีมดูแลเกม GTAV FiveM หรือชุมชน Sv. Apocalypse Universe Thailand เพื่อให้ทุกคนเข้าใจผลลัพธ์และปรับปรุงต่อไปในอนาคต

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “วัดประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของ เกม Grand Theft Auto V (GTAV) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem” มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem
- 3) เพื่อศึกษาการทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ทำให้ผู้เล่น FiveM รับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น
- 4) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการเพิ่มยอดผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ด้วย Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์ Sv. Apocalypse Universe Fivem

#### 4.1 การศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem

จากการศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem พบว่ามีประเด็นสำคัญหลายประการที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านสื่อ ดังนี้

##### 4.1.1 ประสิทธิภาพของ Infographics ในการสื่อสารข้อมูลสำคัญ

การใช้ Infographics บน Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้ดี เนื่องจากการออกแบบที่น่าสนใจและการจัดวางข้อมูลที่เป็นระเบียบ ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ตัวอย่างเช่น Infographics ที่มีการใช้สีสดใสและฟอนต์ที่ชัดเจน มักจะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ใช้



ภาพที่ 4.1: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (1)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

#### 4.1.2 การรับรู้และการตอบรับของผู้ใช้ที่มีต่อ Infographics

ผู้ใช้ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นที่ Infographics เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล เนื่องจากสามารถนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนได้ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทั้งนี้การตอบรับจากผู้ใช้งาน จำนวนการกดไลค์ การแชร์ และความคิดเห็น มักจะสูงกว่าสื่ออื่น ๆ ที่ไม่มีการใช้ Infographics

#### 4.1.3 ลักษณะเฉพาะของ Infographics ที่ทำให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล

การใช้ภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา การใช้สีที่ตัดกันและการจัดวางข้อมูลในลักษณะที่เป็นลำดับขั้นตอน มีผลทำให้ Infographics สามารถดึงดูดความสนใจและช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น การใช้ไอคอนและกราฟิกที่เรียบง่าย แต่ชัดเจน ยังช่วยให้ผู้ใช้สามารถจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นด้วย

#### 4.1.4 รูปแบบการออกแบบและการจัดวางข้อมูลใน Infographics

Infographics ที่มีการออกแบบโดยคำนึงถึงผู้ใช้เป็นหลัก เช่น การใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย ขนาดฟอนต์ที่เหมาะสม และการใช้สีที่ไม่ขัดกัน มีผลทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การจัดวางข้อมูลในลักษณะที่เป็นโครงสร้างที่ชัดเจนและมีการเน้นข้อมูลสำคัญ ยังช่วยให้ผู้ใช้สามารถโฟกัสไปที่ข้อมูลที่สำคัญที่สุดได้

#### 4.1.5 การวัดผลการตอบรับเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลการตอบรับเชิงปริมาณจาก Facebook page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem แสดงให้เห็นว่า Infographics ที่มีการออกแบบที่ดีและมีการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน มักจะได้รับการตอบรับที่ดีกว่า Infographics ที่ไม่มีการออกแบบที่ดี การวัดผลการตอบรับเชิงปริมาณ เช่น จำนวนการกดไลค์ การแชร์ และความคิดเห็น ช่วยให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ Infographics มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล

#### 4.2 รูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem

จากการศึกษารูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem เน้นที่การวิเคราะห์การออกแบบและการจัดวางข้อมูล รวมถึงการตอบรับจากผู้ใช้งาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนา Infographics ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การศึกษานี้แบ่งออกเป็นหลายส่วน ดังนี้

ภาพที่ 4.2: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (2)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

#### 4.2.1 การใช้สีและฟอนต์

การเลือกใช้สีและฟอนต์มีผลอย่างมากต่อการดึงดูดความสนใจและความเข้าใจของผู้ใช้ สีที่สดใสและตัดกันชัดเจนถูกนำมาใช้เพื่อเน้นข้อมูลสำคัญ ทำให้ผู้ใช้สามารถโฟกัสไปที่จุดที่ต้องการสื่อสารได้ง่าย นอกจากนี้การใช้สีที่มีความกลมกลืนกันยังช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวของ Infographics

ฟอนต์: การใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย ขนาดฟอนต์ที่เหมาะสม และการจัดวางฟอนต์ในลักษณะที่มีระเบียบ มีผลทำให้ผู้ใช้สามารถอ่านและเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

#### 4.2.2 การจัดวางข้อมูล

การจัดวางข้อมูลใน Infographics มีความสำคัญต่อการทำให้ข้อมูลเข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ

การจัดลำดับชั้นตอน: Infographics ที่จัดลำดับชั้นตอนของข้อมูลอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ใช้สามารถติดตามและเข้าใจข้อมูลได้ง่ายขึ้น

การใช้กราฟิกและไอคอน: การใช้กราฟิกและไอคอนที่เรียบง่ายแต่ชัดเจน ช่วยให้ผู้ใช้สามารถจดจำข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

#### 4.2.3 การใช้ภาพประกอบ

ภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา ช่วยเพิ่มความเข้าใจและความน่าสนใจของ Infographics

ภาพประกอบ: ภาพประกอบที่มีคุณภาพสูงและเกี่ยวข้องกับเนื้อหา ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจข้อมูลได้รวดเร็วและชัดเจน

ไอคอนและกราฟิก: ไอคอนและกราฟิกที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูล ช่วยให้ผู้ใช้สามารถจดจำข้อมูลได้ง่าย และเพิ่มความน่าสนใจของ Infographics

#### 4.2.4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูล

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลายช่วยให้ Infographics มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การใช้แผนภูมิและกราฟ: แผนภูมิและกราฟที่ใช้ใน Infographics ช่วยให้ข้อมูลที่ซับซ้อนถูกนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสื่อสารได้ชัดเจน

การแบ่งส่วนข้อมูล: การแบ่งข้อมูลออกเป็นส่วนย่อย ๆ ทำให้ผู้ใช้สามารถย่อยข้อมูลได้ง่ายและเข้าใจได้ดีขึ้น

#### 4.2.5 การตอบรับจากผู้ใช้

การวิเคราะห์การตอบรับของผู้ใช้ต่อรูปแบบต่าง ๆ ของ Infographics ช่วยให้เราไปถึงปัจจัยที่ทำให้ Infographics มีประสิทธิภาพ

การตอบรับเชิงปริมาณ: จำนวนการกดไลค์ การแชร์ และความคิดเห็น เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของ Infographics

ความคิดเห็นของผู้ใช้: การสัมภาษณ์หรือสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้ ช่วยให้เราถึงความพึงพอใจและข้อเสนอแนะในการปรับปรุง Infographics

#### 4.3 การทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ทำให้ผู้เล่น FiveM รู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น

ภาพที่ 4.3: อินโฟกราฟิกของ Sv. Apocalypse Universe Fivem (3)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

จากการทำโปรโมต Infographics ภายได้ Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook พบว่า มีผู้เล่นให้ความสนใจ Sv.Fivem ที่มีรูปแบบ Game play แนว Serious Roleplay อยู่หลายราย ส่วนใหญ่พบว่า เป็นผู้เล่นที่มีพื้นฐานในการเล่น Rolyplay แนว



Community อยู่แล้ว และผู้เล่นอยากเปลี่ยนรูปแบบ Game play มาสู่แนว Serious Roleplay ที่เน้นความสมจริง และการสวมบทบาท ซึ่งจะทำให้ผู้เล่นได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง และน่าท้าทายกว่าในการเล่น Rolyplay แนว Community โดยการใช้การโปรโมต Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อนำเสนอเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem แก่กลุ่มเป้าหมายที่มีบัญชีใช้บริการ Facebook โดยการโปรโมตจะเป็นรูปแบบโพสต์ที่จะปรากฏบนไทม์ไลน์ (New Feed) หรือในส่วนของความสนใจ (Audience Network) หรือแม้กระทั่งในขณะที่ค้นหา (Search) บน Facebook

โพสต์ 1 เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ Content

ภาพที่ 4.4: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (1)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การโพสต์ Infographics ก่อนทำโปรโมตเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า การโปรโมตโพสต์ Infographics มี 4 Like และการ Share 1 Share จำนวนอินเเพรสชั่น 183 การเข้าถึง 171 การมีส่วนร่วม 7

การโพสต์ Infographics หลังทำโปรโมตเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ผลลัพธ์ที่ได้

ตารางที่ 4.1: Campaign ADS 1 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

| Campaign | Budget (\$) | Engagement | Reach | Impress | Cost per Result (\$) | Cost (\$) | Finished      |
|----------|-------------|------------|-------|---------|----------------------|-----------|---------------|
| ADS 1    | 310         | 17         | 959   | 1,270   | 18.24                | 38.75     | 10 พ.ค.<br>67 |

สรุปผลการทำ Campaign ADS 1 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการจัดทำ Infographics ADS ของเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer ชื่อโฆษณา “GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay” โดยการจัดทำโฆษณาโดยใช้งาน 10 วัน ตั้งงบประมาณไว้ที่ 310 บาท ซึ่งมีการใช้งบประมาณจริงทั้งสิ้น 310 บาท มียอดการเข้าถึง (Reach) จำนวน 959 Reach มียอด (Impression) 1,270 Impression มียอด (Engagement) เท่ากับ 17 และมี Cost per Result เท่ากับ 18.24

โพสต์ 2 เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ Content

ภาพที่ 4.5: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (2)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การโพสต์ Infographics ก่อนการทำโปรโมตซีรีส์ *Apocalypse Universe Fivem* ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า การโปรโมตโพสต์ Infographics มี 7 Like และการ Share 0 ครั้ง จำนวนอินเพรสชั่น 204 การเข้าถึง 190 การมีส่วนร่วม 7



การโพสต์ Infographics หลังทำโปรโมตเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ผลลัพธ์ที่ได้

ตารางที่ 4.2: Campaign ADS 2 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

| Campaign | Budget<br>(\$) | Engagement | Reach | Impress | Cost per<br>Result<br>(\$) | Cost<br>(\$) | Finished   |
|----------|----------------|------------|-------|---------|----------------------------|--------------|------------|
| ADS 2    | 310            | 65         | 2,666 | 3,682   | 4.77                       | 6.08         | 10 พ.ค. 67 |

สรุปผลการทำ Campaign ADS 2 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการจัดทำ Infographics ADS ของเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer ชื่อโฆษณา “GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay” โดยการจัดทำโฆษณาโดยใช้งบ 10 วัน ตั้งงบประมาณไว้ที่ 310 บาท ซึ่งมีการใช้งบประมาณจริงทั้งสิ้น 310 บาท มียอดการเข้าถึง (Reach) จำนวน 2,666 Reach มียอด (Impression) 3,682 Impression มียอด (Engagement) เท่ากับ 65 และมี Cost per Result เท่ากับ 4.77

โพสต์ 3 เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ Content

ภาพที่ 4.6: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (3)



(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 4.6 (ต่อ): แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (3)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การโพสต์ Infographics ก่อนทำโปรโมตซีรีส์ *Apocalypse Universe Fivem* ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า การโปรโมตโพสต์ Infographics มี 3 Like และการ Share 1 Share จำนวนอินเพรสชั่น 199 การเข้าถึง 182 การมีส่วนร่วม 7

การโพสต์ Infographics หลังทำโปรโมตซีรีส์ *Apocalypse Universe Fivem* ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ผลลัพธ์ที่ได้

ตารางที่ 4.3: Campaign ADS 3 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

| Campaign | Budget (\$) | Engagement | Reach | Impress | Cost per Result (\$) | Cost (\$) | Finished      |
|----------|-------------|------------|-------|---------|----------------------|-----------|---------------|
| ADS 3    | 400         | 68         | 3,364 | 4,551   | 5.88                 | 5.13      | 22 พ.ค.<br>67 |

สรุปผลการทำ Campaign ADS 3 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการจัดทำ Infographics ADS ของเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer ชื่อโฆษณา “GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay” โดยการจัดทำโฆษณาโดยใช้งาน 10 วัน ตั้งงบประมาณไว้ที่ 400 บาท ซึ่งมีการใช้งบประมาณจริงทั้งสิ้น 400 บาท มียอดการเข้าถึง (Reach) จำนวน 3,364 Reach มียอด (Impression) 4,551 Impression มียอด (Engagement) เท่ากับ 68 และมี Cost per Result เท่ากับ 5.88

โพสต์ 4 เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ content

ภาพที่ 4.7: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (4)

56.5 CrazyGamer  
เผยแพร่โดย Youdied Logan  
· 12 พฤษภาคม ·

เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งหนึ่งเริ่มป่วยจาก โรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมาเรื่อยๆ ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดคดคดลึกลับ หลังจากนี้จะเกิดอะไรขึ้นอีก.....?

เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่เตรียมตัวกันมาให้พร้อมกับการผจญภัยครั้งใหม่ใน เมือง  
Zombie Thailand : Apocalypse Universe Thailand [Five M]  
Cr. Apocalypse Universe Thailand... ดูเพิ่มเติม

บุกจับ หน.งานเหมืองแร่ กระต๊อคกักคอกอถูกน้องคัปปริตนา

ไทยฮับ ช่วย 'โรคประหลาด' ติดอีก 500

ก.เศรษฐกิจ คาด เงินไหลเข้า เกาะ 100 ล้านเหรียญ

ชาวบ้านสื่อ พบเห็นพญานาคที่ทะเลสาบแห่งเตรียมของขอเลขเด็ด

นาฬิกา แหวนทอง

ที่มา: Apocalypse Universe Thailand. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การโพสต์ Infographics ก่อนทำโปรโมตซีรีส์ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า การโปรโมตโพสต์ Infographics มี 3 Like และการ Share 0 Share จำนวนอินเพรสชั่น 190 การเข้าถึง 170 การมีส่วนร่วม 13

การโพสต์ Infographics หลังทำโปรโมตซีรีส์ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ผลลัพธ์ที่ได้

ตารางที่ 4.4: Campaign ADS 4 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

| Campaign | Budget<br>(\$) | Engagement | Reach | Impress | Cost per<br>Result (\$) | Cost<br>(\$) | Finished   |
|----------|----------------|------------|-------|---------|-------------------------|--------------|------------|
| ADS 4    | 400            | 76         | 2,723 | 3,567   | 5.26                    | 8.70         | 22 พ.ค. 67 |

สรุปผลการทำ Campaign ADS 4 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการจัดทำ Infographics ADS ของซีรีส์ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer ชื่อโฆษณา “GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay” โดยการจัดทำโฆษณา โดยใช้งาน 10 วัน ตั้งงบประมาณไว้ที่ 400 บาท ซึ่งมีการใช้งบประมาณจริง ทั้งสิ้น 400 บาท มียอดการเข้าถึง (Reach) จำนวน 2,723 Reach มียอด (Impression) 3,567 Impression มียอด (Engagement) เท่ากับ 76 และมี Cost per Result เท่ากับ 5.26

โพสต์ 5 เนื้อหาการโปรโมตซีรีส์ Infographics แบบ Content

ภาพที่ 4.8: แสดงโพสต์ Infographics แบบ Content (5)



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การโพสต์ Infographics ก่อนทำโปรโมตซีรีส์ *Apocalypse Universe Fivem* ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Facebook) พบว่า การโปรโมตโพสต์ Infographics มี 3 Like และการ Share 5 Share จำนวนอินเทอร์แอคชัน 212 การเข้าถึง 195 การมีส่วนร่วม 28

การโพสต์ Infographics หลังทำโปรโมตซีรีส์ *Apocalypse Universe Fivem* ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Facebook) ผลลัพธ์ที่ได้



ตารางที่ 4.5: Campaign ADS 5 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

| Campaign | Budget (\$) | Engagement | Reach | Impress | Cost per Result (\$) | Cost (\$) | Finished      |
|----------|-------------|------------|-------|---------|----------------------|-----------|---------------|
| ADS 5    | 400         | 91         | 3,952 | 6,124   | 4.40                 | 6.78      | 22 พ.ค.<br>67 |

สรุปผลการทำ Campaign ADS 5 การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการจัดทำ Infographics ADS ของเซิร์ฟ Apocalypse Universe Fivem ผ่านเพจ 56.5 CrazyGamer ชื่อโฆษณา “GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay” โดยการจัดทำโฆษณาโดยใช้งาน 10 วัน ตั้งงบประมาณไว้ที่ 400 บาท ซึ่งมีการใช้งบประมาณจริงทั้งสิ้น 400 บาท มียอดการเข้าถึง (Reach) จำนวน 3,952 Reach มียอด (Impression) 6,124 Impression มียอด (Engagement) เท่ากับ 91 และมี Cost per Result เท่ากับ 91

4.3.1 ผลวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของ Uesr ในโฆษณา ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

1) อิมเพรสชั่น (Impression)

ตารางผลวิเคราะห์ Impression บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.6: ผลวิเคราะห์ Impression บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    | Impression                                      | อันดับ |   |
|-------------|---|--------|---|
| Infographic |   |        |   |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay   | 1,270  | 5 |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 1 | 3,682  | 3 |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 2 | 4,551  | 2 |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 3 | 3,567  | 4 |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 4 | 6,124  | 1 |

การวิเคราะห์ Impression คือ จำนวนครั้งที่เนื้อหาถูกแสดงให้ผู้ใช้งานเห็น แสดงถึงประสิทธิภาพของแคมเปญที่ใช้สื่ออินโฟกราฟิก และเนื้อหาที่เกี่ยวกับเซิร์ฟเวอร์ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer มีรายละเอียดดังนี้

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้อันจะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกที่เน้นความจำเป็นในการปรับตัวและเผชิญหน้ากับความกลัวในโลกหลังภัยพิบัติที่ผู้คนกลายเป็นซอมบี้

Impressions: 6,124 (อันดับ 1)

วิเคราะห์: โปสต์นี้ได้รับความสนใจมากที่สุด มีจำนวนการแสดงผลสูงสุด

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเชิญชวนผู้เล่นมาสัมผัสชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยซอมบี้

Impressions: 4,551 (อันดับ 2)

วิเคราะห์: โปสต์นี้ได้รับความสนใจอันดับสอง มีจำนวนการแสดงผล

รองลงมา

ADS 2: "จะไปไหนก็ต้องระวัง! เมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด ทุกคนอาจกลายเป็นซอมบี้ได้ เตรียมพร้อมใจเสมอ"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเตือนผู้เล่นให้ระมัดระวังเมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด

Impressions: 3,682 (อันดับ 3)

วิเคราะห์: โปสต์นี้มีจำนวนการแสดงผลเป็นอันดับสาม

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งนี้เริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัดคอลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนเกาะที่ผู้คนเริ่มป่วยจากโรคประหลาด

Impressions: 3,567 (อันดับ 4)

วิเคราะห์: โปสต์นี้มีจำนวนการแสดงผลเป็นอันดับสี่

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายเป็นสัตว์"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกแนะนำประวัติเมืองก่อนเข้าสู่เกมในบทบาทผู้รอดชีวิต

Impressions: 1,270 (อันดับ 5)



วิเคราะห์: โพสต์นี้มีจำนวนการแสดงผลน้อยที่สุด

จากผลการวิเคราะห์นี้สามารถสรุปได้ว่า แคมเปญประเภทอินโฟกราฟิกบน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับตัวและความกล้าเผชิญหน้ากับความกลัวในโลกหลังภัยพิบัติได้รับความสนใจและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการเข้าถึงผู้ชม.

#### 4.3.2 การมีส่วนร่วมกับโพสต์ (Post Engagement)

ตารางผลวิเคราะห์ Engagement บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.7: ผลวิเคราะห์ Engagement บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    |   | Engagement | อันดับ |
|-------------|---|------------|--------|
| Infographic |   |            |        |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay   | 17         | 5      |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 1 | 65         | 4      |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 2 | 68         | 3      |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 3 | 76         | 2      |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 4 | 91         | 1      |

จากตารางผลวิเคราะห์ Engagement บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ว่าแคมเปญประเภท Infographics ที่มีเนื้อหา Content เกี่ยวกับเซิร์ฟเวอร์มีผลดังนี้

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้อันจะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกที่เน้นความจำเป็นในการปรับตัวและเผชิญหน้ากับความกลัวในโลกหลังภัยพิบัติที่ผู้คนกลายเป็นซอมบี้

Engagement: 91 (อันดับ 1)

วิเคราะห์: โพสต์นี้ได้รับความสนใจมากที่สุด โดยมีจำนวน Engagement

สูงสุด

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งนี้เริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัดคอลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนเกาะที่ผู้คนเริ่มป่วยจากโรคประหลาด

Engagement: 76 (อันดับ 2)

วิเคราะห์: โพสต์นี้มีจำนวน Engagement เป็นอันดับสอง

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเชิญชวนผู้เล่นมาสัมผัสชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยซอมบี้

Engagement: 68 (อันดับ 3)

วิเคราะห์: โพสต์นี้ได้รับความสนใจอันดับสาม

ADS 2: "จะไปไหนก็ต้องระวัง! เมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด ทุกคนอาจกลายเป็นซอมบี้ได้ เตรียมพร้อมใจเสมอ"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเตือนผู้เล่นให้ระมัดระวังเมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด

Engagement: 65 (อันดับ 4)

วิเคราะห์: โพสต์นี้มีจำนวน Engagement เป็นอันดับสี่

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายเป็นรัฐ"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกแนะนำประวัติเมืองก่อนเข้าสู่เกมในบทบาทผู้รอดชีวิต

Engagement: 17 (อันดับ 5)

วิเคราะห์: โพสต์นี้มีจำนวน Engagement น้อยที่สุด

จากการวิเคราะห์นี้ สามารถสรุปได้ว่าเนื้อหาประเภทอินโฟกราฟิกที่เน้นความตื่นเต้นและการปรับตัวในสถานการณ์ที่ท้าทายสามารถสร้าง Engagement ได้สูงสุดในขณะที่เนื้อหาที่ให้ข้อมูลพื้นฐานหรือนำเสนอเรื่องราวที่ไม่ดึงดูดเท่าจะได้รับ Engagement น้อยกว่า

#### 4.3.3 การแชร์โพสต์ (Share)

ตารางผลวิเคราะห์ Share บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.8: ผลวิเคราะห์การแชร์ (Share) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    |   | Share | อันดับ |
|-------------|---|-------|--------|
| Infographic |   |       |        |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay   | 1     | 3      |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 1 | 0     | -      |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 2 | 4     | 2      |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 3 | 0     | -      |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND : Serious RolyPlay 4 | 5     | 1      |

จากตารางผลวิเคราะห์การแชร์ (Share) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ดังนี้

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้อะไรจะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"  
Share: 5 (อันดับ 1)

วิเคราะห์: โพสต์นี้ได้รับการแชร์มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งบ่งบอกถึงความสนใจและการตอบรับที่ดีจากผู้ใช้

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

Share: 4 (อันดับ 2)

วิเคราะห์: โพสต์นี้ได้รับการแชร์เป็นอันดับสอง แสดงให้เห็นว่ามีเนื้อหาที่ดึงดูดและมีความน่าสนใจรองลงมา

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายเป็น"

Share: 1 (อันดับ 3)

วิเคราะห์: โพสต์นี้ได้รับการแชร์เป็นอันดับสาม แสดงถึงการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

ADS 2: "จะไปไหนก็ต้องระวัง! เมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด ทุกคนอาจกลายเป็นซอมบี้ได้ เตรียมพร้อมใจเสมอ"

Share: 0 (ไม่ได้รับการจัดอันดับ)

วิเคราะห์: โปสต์นี้ไม่ได้รับการแชร์เลย ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาหรือรูปแบบไม่ดึงดูดผู้ใช้มากพอ

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งหนึ่งเริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัศคอลลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

Share: 0 (ไม่ได้รับการจัดอันดับ)

วิเคราะห์: โปสต์นี้ก็ไม่ได้มีการแชร์เลย ซึ่งอาจบ่งบอกถึงความไม่น่าสนใจหรือการไม่เข้าถึงผู้ใช้จากการวิเคราะห์การแชร์ของโปสต์ต่าง ๆ ในแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay บนเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem สามารถสรุปได้ว่าโปสต์ ADS 5 ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay 4 ได้รับความสนใจและการแชร์มากที่สุด รองลงมาคือ ADS 3 ส่วนโปสต์ ADS 1 ได้รับการแชร์ในระดับปานกลาง ขณะที่โปสต์ ADS 2 และ ADS 4 ไม่ได้มีการแชร์เลย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในความน่าสนใจและการตอบรับของเนื้อหาแต่ละโปสต์

#### 4.3.4 อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate)

อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer โดยคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\%R_E = \left( \frac{\text{Total Engagements}}{\text{Impression}} \right) \times 100$$

ตารางผลวิเคราะห์ Engagement Rate บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.9: ผลวิเคราะห์ Engagement Rate ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    |  | Total Engagement | Impression | Engagement Rate | อันดับ |
|-------------|--|------------------|------------|-----------------|--------|
| Infographic |  |                  |            |                 |        |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay   | 17               | 1,270      | 1.34%           | 4      |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 1 | 65               | 3,682      | 1.77%           | 2      |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 2 | 68               | 4,551      | 1.49%           | 3      |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 3 | 76               | 3,567      | 2.13%           | 1      |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 4 | 91               | 6,124      | 1.49%           | 3      |

จากตารางผลวิเคราะห์ Engagement Rate ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ดังนี้

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งหนึ่งเริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัดคอลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

จำนวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด: 76

จำนวนการแสดงผล: 3,567

อัตราการมีส่วนร่วม: 2.13%

อันดับ: 1

ADS 2: "จะไปไหนก็ต้องระวัง! เมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด ทุกคนอาจกลายเป็นซอมบี้ได้ เตรียมพร้อมใจเสมอ"

จำนวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด: 65

จำนวนการแสดงผล: 3,682

อัตราการมีส่วนร่วม: 1.77%

อันดับ: 2

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

จำนวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด: 68

จำนวนการแสดงผล: 4,551

อัตราการมีส่วนร่วม: 1.49%

อันดับ: 3

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้อันจะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"

จำนวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด: 91

จำนวนการแสดงผล: 6,124

อัตราการมีส่วนร่วม: 1.49%

อันดับ: 3

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายเป็นสัตว์"

จำนวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด: 17

จำนวนการแสดงผล: 1,270

อัตราการมีส่วนร่วม: 1.34%

อันดับ: 5

จากการวิเคราะห์นี้ สามารถสรุปได้ว่าโฆษณา ADS 4 มีอัตราการมีส่วนร่วมสูงสุดที่ 2.13% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นโฆษณาที่ได้รับความสนใจและมีประสิทธิภาพมากที่สุดในแคมเปญนี้ ในขณะที่โฆษณา ADS 1 มีอัตราการมีส่วนร่วมน้อยที่สุดที่ 1.34%



#### 4.3.5 ต้นทุนต่อผลลัพธ์ (Cost per Result: CPR)

ตารางผลวิเคราะห์ Cost per Result (CPR) บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.10: ผลวิเคราะห์ Cost per Result (CPR) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE

THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    |  | CPR (฿) | อันดับ |
|-------------|--|---------|--------|
| Infographic |  |         |        |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay   | 18.24   | 5      |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 1 | 4.77    | 2      |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 2 | 5.88    | 4      |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 3 | 5.26    | 3      |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 4 | 4.40    | 1      |

จากตารางผลวิเคราะห์ Cost per Result (CPR) ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ดังนี้

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์ก่อกบฏ"

ค่า CPR: 18.24 บาท

อันดับ: 5

ADS 2: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์ก่อกบฏ"

ค่า CPR: 4.77 บาท

อันดับ: 2

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

ค่า CPR: 5.88 บาท

อันดับ: 4

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งนี้เริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัดคอลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

ค่า CPR: 5.26 บาท

อันดับ: 3

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้ที่จะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"

ค่า CPR: 4.40 บาท

อันดับ: 1

การวิเคราะห์ค่า CPR นี้แสดงให้เห็นว่า

โฆษณา ADS 1 มีค่า CPR สูงสุดที่ 18.24 บาท ซึ่งหมายความว่า เป็นโฆษณาที่มีต้นทุนต่อผลลัพธ์สูงสุด

โฆษณา ADS 5 มีค่า CPR ต่ำสุดที่ 4.40 บาท แสดงให้เห็นว่าเป็นโฆษณาที่มีประสิทธิภาพในการใช้จ่ายมากที่สุด

โฆษณา ADS 3 และ ADS 4 มีค่า CPR ใกล้เคียงกันที่ 5.88 บาท และ 5.26 บาท ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับกลาง

โฆษณา ADS 2 มีค่า CPR อยู่ที่ 4.77 บาท ซึ่งต่ำกว่า ADS 3 และ ADS 4 แต่ยังคงสูงกว่า ADS 5

จากการวิเคราะห์นี้ แสดงให้เห็นว่าโฆษณา ADS 5 มีประสิทธิภาพสูงสุดในแง่ของการใช้จ่ายต่อผลลัพธ์ ในขณะที่โฆษณา ADS 1 มีต้นทุนต่อผลลัพธ์สูงสุดและอาจต้องพิจารณาปรับปรุงเพื่อลดค่าใช้จ่าย

#### 4.3.6 งบประมาณที่ใช้ในการโฆษณา (Budget Spent)

ตารางผลวิเคราะห์ Budget Spent บน Campaign: GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer

ตารางที่ 4.11: ผลวิเคราะห์ Budget Spent ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook

| Campaign    |  | Budget Spent<br>(฿) | อันดับ |
|-------------|--|---------------------|--------|
| Infographic |  |                     |        |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay   | 310                 | 1      |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 1 | 310                 | 1      |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 2 | 400                 | 2      |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 3 | 400                 | 2      |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 4 | 400                 | 2      |

จากตารางผลวิเคราะห์ Budget Spent ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ดังนี้

ADS 1: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายพันธุ์"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกแนะนำประวัติเมืองก่อนเข้าสู่เกมในบทบาทผู้รอดชีวิต

ADS 2: "ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้ และมนุษย์กลายพันธุ์"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเตือนผู้เล่นให้ระมัดระวังเมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด

ADS 3: "เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเชิญชวนผู้เล่นมาสัมผัสชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยซอมบี้

ADS 4: "เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งนี้เริ่มป่วยจากโรคประหลาด กว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัศคอ ลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนเกาะที่ผู้คนเริ่มป่วยจากโรคประหลาด

ADS 5: "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้อันจะปรับหัว และเผชิญหน้ากับความกลัว"

เนื้อหา: อินโฟกราฟิกเตือนผู้เล่นให้ระมัดระวังเมื่อเชื่อมต่อไวรัสซอมบี้ระบาด

การวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า

โฆษณา ADS 1 และ ADS 2 ใช้งบประมาณต่ำสุดที่ 310 บาทต่อโฆษณา จึงได้

อันดับที่ 1

โฆษณา ADS 3, ADS 4 และ ADS 5 ใช้งบประมาณสูงสุดที่ 400 บาทต่อโฆษณา

จึงได้อันดับที่ 2

การใช้งบประมาณนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการเข้าถึงผู้เล่นและสร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบที่แตกต่างกันตามเนื้อหาที่สื่อสาร

#### 4.3.7 สรุปผลการวิเคราะห์ Campaign

ตารางที่ 4.12: ผลการวิเคราะห์ Campaign : GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious

RolyPlay ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5

CrazyGamer

| Campaign    |  | Impression | Engagement | Share | Engagement Rate | CPR (฿) | Budget Spent (฿) |
|-------------|--|------------|------------|-------|-----------------|---------|------------------|
| Infographic |  |            |            |       |                 |         |                  |
| ADS 1       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay   | 1,270      | 17         | 1     | 1.34%           | 18.24   | 310              |
| ADS 2       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 1 | 3,682      | 65         | 0     | 1.77%           | 4.77    | 310              |
| ADS 3       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 2 | 4,551      | 68         | 4     | 1.49%           | 5.88    | 400              |
| ADS 4       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 3 | 3,567      | 76         | 0     | 2.13%           | 5.26    | 400              |
| ADS 5       | GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolyPlay 4 | 6,124      | 91         | 5     | 1.49%           | 4.40    | 400              |

จากตารางผลวิเคราะห์ Campaign ของแคมเปญ GTAV FIVEM ZOMBIE THAILAND: Serious RolePlay ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer สามารถสรุปได้ดังนี้

Impression: การแสดงผลโฆษณาทั้งหมด

โฆษณาที่มีการแสดงผลสูงสุด คือ ADS 5 (6,124 ครั้ง)

โฆษณาที่มีการแสดงผลน้อยที่สุด คือ ADS 1 (1,270 ครั้ง)

Engagement: จำนวนการมีส่วนร่วม (คลิก ไลก์ คอมเมนต์ ฯลฯ)

โฆษณาที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ADS 5 (91 ครั้ง)

โฆษณาที่มีการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ADS 1 (17 ครั้ง)

Share: จำนวนการแชร์

โฆษณาที่มีการแชร์สูงสุด คือ ADS 5 (5 ครั้ง)

โฆษณาที่ไม่มีการแชร์เลย คือ ADS 2 และ ADS 4

Engagement Rate: อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement/Impression)

โฆษณาที่มีอัตราการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ADS 4 (2.13%)

โฆษณาที่มีอัตราการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ADS 1 (1.34%)

CPR (Cost per Result): ต้นทุนต่อการมีส่วนร่วม (฿)

โฆษณาที่มีต้นทุนต่อการมีส่วนร่วมต่ำที่สุด คือ ADS 5 (4.40 ฿)

โฆษณาที่มีต้นทุนต่อการมีส่วนร่วมสูงที่สุด คือ ADS 1 (18.24 ฿)

Budget Spent: งบประมาณที่ใช้ (฿)

โฆษณา ADS 1 และ ADS 2 ใช้งบประมาณ 310 ฿

โฆษณา ADS 3, ADS 4 และ ADS 5 ใช้งบประมาณ 400 ฿

ผลลัพธ์จากตารางสรุปแต่ละแคมเปญได้ดังนี้

1) ผลลัพธ์ของแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Server Awareness) "เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ content" ขอท้าวความภูมิหลังเมืองก่อนที่เราจะเข้าไปสวมบทบาทเป็นผู้รอดชีวิตใหม่ในเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay ในโลกที่เต็มไปด้วยเหล่าซอมบี้และมนุษย์ก่อกบฏ สรุปรวมดังนี้

ข้อมูลประชากร: อายุ 20 - 55 ปี เพศหญิง เข้าถึงทั้งหมด 132 คน  
เพศชาย เข้าถึงทั้งหมด 819 คน ไม่ระบุเพศ (Non-Binary) เข้าถึงทั้งหมด 8 คน

ตำแหน่งการจัดวาง

Feed บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 791 คน

Feed บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 51 คน

Feed Video แนะนำบนมือถือ จำนวนคนที่เข้าถึง 136 คน

ผลการค้นหา Facebook บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 1 คน

ผลการค้นหา Facebook บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 2 คน

2) ผลลัพธ์ของแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Server Awareness) "เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ Content" จะไปไหนก็ต้องระวัง! เมื่อเชื้อไวรัสซอมบี้ระบาด ทุกคนอาจกลายร่างเป็นซอมบี้ได้ เตรียมพร้อมใจเสมอ

สรุปโดยรวมดังนี้

ข้อมูลประชากร: อายุ 20 - 55 ปี เพศหญิง เข้าถึงทั้งหมด 747 คน เพศชาย เข้าถึงทั้งหมด 1,898 คน ไม่ระบุเพศ (Non-Binary) เข้าถึงทั้งหมด 21 คน  
ตำแหน่งการจัดวาง

Feed บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 2,397 คน

Feed บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 280 คน

Feed Video แนะนำบนมือถือ จำนวนคนที่เข้าถึง 43 คน

3) ผลลัพธ์ของแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Server Awareness) "เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ content" เหล่าผู้รอดชีวิตท่านใดที่สนใจ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองที่เต็มไปด้วยเหล่าฝูงซอมบี้ ในโลกที่แสนโหดร้าย สรุปโดยรวมดังนี้

ข้อมูลประชากร: อายุ 20 - 55 ปี เพศหญิง เข้าถึงทั้งหมด 447 คน เพศชาย เข้าถึงทั้งหมด 2,260 คน ไม่ระบุเพศ (Non-Binary) เข้าถึงทั้งหมด 16 คน  
ตำแหน่งการจัดวาง

Feed บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 1,849 คน

Feed บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 12 คน

Facebook Reels จำนวนคนที่เข้าถึง 428 คน

Feed Video แนะนำบนมือถือ จำนวนคนที่เข้าถึง 523 คน

4) ผลลัพธ์ของแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Server Awareness) "เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ Content" เมื่อผู้คนบนเกาะแห่งนี้เริ่มป่วยจากโรคประหลาดกว่า 500 คน ได้เกิดเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ขึ้นมากมาย ทั้งคนหายตัวไปอย่างลึกลับ หัวหน้าคนงานกระโดดกัศคอลลูกน้อง หลังจากนั้นจะเกิดอะไรขึ้นอีก สรุปโดยรวมดังนี้

ข้อมูลประชากร: อายุ 20 - 55 ปี เพศหญิง เข้าถึงทั้งหมด 469 คน เพศชาย เข้าถึงทั้งหมด 2,884 คน ไม่ระบุเพศ (Non-Binary) เข้าถึงทั้งหมด 11 คน



#### ตำแหน่งการจัดวาง

Feed บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 1,536 คน

Feed บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 11 คน

Feed Video แนะนำบนมือถือ จำนวนคนที่เข้าถึง 1,066 คน

ผลการค้นหา Facebook บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 2 คน

Facebook Reels จำนวนคนที่เข้าถึง 939 คน

5) ผลลัพธ์ของแคมเปญโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ (Server Awareness) "เนื้อหาการโปรโมตเซิร์ฟ Infographics แบบ content" "เหล่าผู้รอดชีวิตใหม่ห้องเรียนรู้ที่จะปรับตัว และเผชิญหน้ากับความกลัว" สรุปโดยรวมดังนี้

ข้อมูลประชากร: อายุ 20 - 55 ปี เพศหญิง เข้าถึงทั้งหมด 247 คน เพศชาย เข้าถึงทั้งหมด 3,685 คน ไม่ระบุเพศ (Non-Binary) เข้าถึงทั้งหมด 21 คน

#### ตำแหน่งการจัดวาง

Feed บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 1,106 คน

Feed บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 14 คน

Facebook Reels จำนวนคนที่เข้าถึง 1,411 คน

Feed Video แนะนำบนมือถือ จำนวนคนที่เข้าถึง 1,734 คน

ผลการค้นหา Facebook บน Mobile จำนวนคนที่เข้าถึง 2 คน

ผลการค้นหา Facebook บน Desktop จำนวนคนที่เข้าถึง 1 คน

#### 4.4 จากการศึกษาประสิทธิผลของการเพิ่มยอดผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ด้วย Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์ Sv. Apocalypse Universe Fivem

จากการศึกษาพบว่า การใช้ Infographics เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดผู้เล่นและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ Sv. Apocalypse Universe Fivem การใช้ Infographics Content ในการแนะนำคุณสมบัติและการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การใช้ Infographics Event ในการโปรโมตกิจกรรม และการออกแบบ Infographics ที่น่าสนใจ ชัดเจน และเน้นข้อมูลสำคัญ ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เล่นได้ การวิเคราะห์การตอบรับจากผู้เล่นยังช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนา Infographics ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

#### 4.4.1 ประสิทธิภาพของ Infographics ในการเพิ่มยอดผู้เล่น

ภาพที่ 4.9: Infographics Content



ที่มา: Night Action Group. (2024). Retrieved from [https://www.facebook.com/nightactiongroup?\\_rdr](https://www.facebook.com/nightactiongroup?_rdr).

THE CREATIVE UNIVERSITY

- 1) การนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ: Infographics Content ถูกใช้ในการแนะนำคุณสมบัติของเซิร์ฟเวอร์ เช่น การแนะนำตัวละคร ภารกิจพิเศษ ระบบเกม และอื่น ๆ การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบกราฟิกที่สวยงามและชัดเจนช่วยให้ผู้เล่นใหม่สามารถเข้าใจและสนใจเข้าร่วมเซิร์ฟเวอร์ได้ง่ายขึ้น
- 2) การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์: การใช้ Infographics เพื่อให้คำแนะนำในการเริ่มต้นเล่นหรือวิธีการเพิ่มเลเวล ช่วยให้ผู้เล่นใหม่รู้สึกมั่นใจและมีความพร้อมในการเข้าร่วมเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งส่งผลให้ยอดผู้เล่นใหม่เพิ่มขึ้น

ภาพที่ 4.10: Infographics Event



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

1) การโปรโมตกิจกรรม: การจัดกิจกรรมภายในเซิร์ฟเวอร์และการโปรโมตผ่าน Infographics Event เช่น การแข่งขัน การแจกของรางวัล หรือกิจกรรมพิเศษ ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เล่นและกระตุ้นให้ผู้เล่นเข้าร่วมกิจกรรม การใช้ Infographics ในการสื่อสารกติกาและรายละเอียดของกิจกรรมทำให้ผู้เล่นเข้าใจและตัดสินใจเข้าร่วมได้ง่ายขึ้น

2) การสร้างความตื่นเต้นและการมีส่วนร่วม: การโปรโมตกิจกรรมผ่าน Infographics ที่น่าสนใจและมีรางวัลที่ดึงดูด ช่วยสร้างความตื่นเต้นและกระตุ้นให้ผู้เล่นมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มยอดผู้เล่นเท่านั้น แต่ยังสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในเซิร์ฟเวอร์อีกด้วย

#### 4.1.2 การมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์

ภาพที่ 4.11: การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Content



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

#### การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Content

- 1) การให้ข้อมูลที่มีคุณค่า: การใช้ Infographics เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงลึก เช่น เทคนิคการเล่น ข่าวสารอัปเดต หรือสรุปเหตุการณ์สำคัญ ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เล่น โดยทำให้พวกเขาารู้สึกว่ากำลังได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้องกับการเล่นในเซิร์ฟเวอร์
- 2) การกระตุ้นการแสดงความคิดเห็น: Infographics ที่เชิญชวนให้ผู้เล่นแสดงความคิดเห็นหรือแชร์ประสบการณ์ ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในเซิร์ฟเวอร์ ผู้เล่นที่รู้สึกว่าการแสดงความคิดเห็นของตนมีค่าและได้รับการตอบรับจะรู้สึกผูกพันกับเซิร์ฟเวอร์มากขึ้น
- 3) การสร้างความตื่นเต้นและแรงบันดาลใจ: การออกแบบ Infographics ที่น่าสนใจและมีการนำเสนอข้อมูลที่กระตุ้นให้ผู้เล่นรู้สึกตื่นเต้น เช่น กิจกรรมพิเศษหรือการแข่งขันที่กำลังจะเกิดขึ้น ช่วยกระตุ้นให้ผู้เล่นมีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมและติดตามข้อมูลในเซิร์ฟเวอร์
- 4) การใช้สถิติและความสำเร็จของชุมชน: การใช้ Infographics เพื่อแสดงสถิติหรือความสำเร็จของชุมชน เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรืออันดับของผู้เล่น ช่วยสร้างความภาคภูมิใจและกระตุ้นให้ผู้เล่นมีส่วนร่วมมากขึ้น



5) การนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ: การใช้กราฟิกที่ดึงดูดและจัดวางข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและรู้สึกสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับข้อมูลและกิจกรรมในเซิร์ฟเวอร์มากขึ้น

ภาพที่ 4.12: การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Event



ที่มา: Apocalypse Universe Thailand. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

#### การสร้างการมีส่วนร่วมผ่าน Infographics Event

1) การเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม: การใช้ Infographics ในการโปรโมตกิจกรรมและอีเวนต์ภายในเซิร์ฟเวอร์สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและมีรางวัลที่ดึงดูด จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เล่นเข้าร่วมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ การออกแบบที่น่าดึงดูดและข้อความที่ชัดเจนสามารถทำให้ Infographics มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการเชิญชวนผู้เล่น

2) การเผยแพร่ผลการแข่งและประกาศผู้ชนะ: การใช้ Infographics ในการแชร์ผลการแข่งหรือประกาศผู้ชนะช่วยสร้างความตื่นเต้นและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นในชุมชน นอกจากนี้ การแสดงข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใสช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้เล่นรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน การประกาศผลอย่างชัดเจนยังช่วยกระตุ้นให้ผู้เล่นมีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป

3) การสร้างความรู้สึกเป็นกลุ่ม: Infographics สามารถใช้ในการแสดงภาพรวมของการมีส่วนร่วมของผู้เล่น เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือสถิติที่น่าสนใจ สิ่งนี้ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มและทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีมใหญ่

4) การส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนา: การใช้ Infographics เพื่อสรุปบทเรียนหรือเคล็ดลับจากกิจกรรมต่าง ๆ สามารถส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของผู้เล่น การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายช่วยให้ผู้เล่นสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

5) การสร้างแรงจูงใจ: Infographics ที่แสดงความสำเร็จและการพัฒนาของผู้เล่นในช่วงเวลาหนึ่ง ช่วยสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ผู้เล่นจะรู้สึกภูมิใจและต้องการพัฒนาตัวเองต่อไปเมื่อเห็นความก้าวหน้าของตนเองและเพื่อนๆ ในชุมชน

#### 4.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ Infographics

ภาพที่ 4.13: การออกแบบ Infographics ที่น่าสนใจ



ที่มา: *Apocalypse Universe Thailand*. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

การออกแบบที่น่าสนใจ

1) สีและฟอนต์: การใช้สีที่สดใสและการเลือกฟอนต์ที่อ่านง่าย มีผลอย่างมากในการดึงดูดความสนใจของผู้เล่น การออกแบบที่มีความสวยงามและเป็นระเบียบช่วยให้ Infographics ดูน่าสนใจและอ่านง่าย



2) การจัดวางข้อมูล: การจัดวางข้อมูลในลักษณะที่เป็นระเบียบและมีลำดับขั้นตอน ช่วยให้ผู้เล่นสามารถติดตามและเข้าใจข้อมูลได้ง่ายขึ้น การใช้ไอคอนและกราฟิกที่ชัดเจนช่วยให้ผู้เล่นจดจำข้อมูลได้ดีขึ้นความชัดเจนและกระชับ

3) การสื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจน: Infographics ที่สื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจนและกระชับ ช่วยให้ผู้เล่นสามารถเข้าใจข้อมูลได้รวดเร็ว การใช้ข้อความที่กระชับและตรงประเด็น รวมถึงการจัดวางข้อมูลในลักษณะที่เป็นลำดับขั้นตอน ช่วยให้ผู้เล่นสามารถติดตามและเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

ภาพที่ 4.14: การออกแบบ Infographics ที่เน้นข้อมูลสำคัญ



การเน้นข้อมูลสำคัญ

การเน้นข้อมูลที่สำคัญ: Infographics ที่เน้นข้อมูลสำคัญและมีการจัดวางข้อมูลในลักษณะที่เด่นชัด ช่วยให้ผู้เล่นสามารถโฟกัสไปที่จุดที่ต้องการสื่อสารได้ง่าย การใช้ไอคอนและกราฟิกที่ชัดเจนเพื่อเน้นข้อมูลสำคัญยังช่วยให้ผู้เล่นสามารถจดจำข้อมูลได้ดีขึ้น

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยโดยผ่านการศึกษาที่มาของปัญหา จนนำมาสู่การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำมาพัฒนาผ่านระเบียบวิธีการวิจัยที่นำไปสู่ข้อค้นพบของงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาเรื่องของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลผ่าน Infographics บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก Facebook โดยการสร้างเนื้อหาการแนะนำเซิร์ฟเวอร์ Fivem ที่เป็นแนว Serious Roleplay และมีการทำ Facebook ADS โดยตั้งกรณีศึกษา “วัดประสิทธิผลการทำ Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเกม Grand Theft Auto V (GTA V) FiveM ทำอย่างไรให้ฐานผู้เล่นเพิ่มขึ้น และฐานผู้เล่นยังคงเดิม ภายใต้ Sv. Apocalypse Universe Fivem” โดยการทำวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) และทำการทำโฆษณาโดยการยิงแอดผ่าน Facebook ADS ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อ Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบในการสื่อสารผ่าน Infographics ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook page ของ Sv. Apocalypse Universe Fivem
- 3) เพื่อศึกษาการทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ทำให้ผู้เล่น FiveM รับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น
- 4) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการเพิ่มยอดผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นภายในเซิร์ฟเวอร์ด้วย Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์

จากข้อค้นพบที่ได้จากศึกษาวิจัยในหัวข้อดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เมื่อนำข้อค้นพบดังกล่าวมาวิเคราะห์จนสามารถนำเขียนนำเสนอตามหัวข้อหลัก ๆ ตามโครงสร้างของงานวิจัย ในบทที่ 5 คือ

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทั้งหมดในด้านเนื้อหา และข้อค้นพบที่ได้จึงสามารถนำเสนอเนื้อหาในบทที่ 5 ตามลำดับดังนี้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัย พบว่า การใช้ Infographics เป็นเครื่องมือในการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม Facebook สามารถเพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผลดังนี้

Infographics สามารถดึงดูดความสนใจและเพิ่มการรับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem ให้กับผู้เล่นได้มากขึ้น

การสื่อสารผ่าน Infographics มีรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าใจและน่าสนใจ ทำให้ผู้เล่นมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากขึ้น

การโปรโมตผ่าน Facebook ADS ช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ทำให้มีผู้เล่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมกับเซิร์ฟเวอร์มากขึ้น

การใช้ Infographics Content, Infographics Event และ Infographics ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์สามารถเพิ่มยอดผู้เล่นและการมีส่วนร่วมภายในเซิร์ฟเวอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยพบว่า

โดย ADS Infographics เมื่อมีการซื้อโฆษณาแล้วมี Engagement เพิ่มมากขึ้นจาก 1 Engagement เพิ่มมากขึ้น โดยมี Engagement ต่ำสุด เท่ากับ 45 และ Engagement สูงสุด 91 จึงสรุปได้ว่าการทำโปรโมต Infographics Page Sv. Apocalypse Universe Fivem ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook มีประสิทธิภาพทำให้ผู้เล่น FiveM มีส่วนร่วมรับรู้ถึงข่าวสาร ข้อมูล และแนวทางของ Sv. Apocalypse Universe Fivem มากขึ้น

### 5.1.1 สรุปสถิติเกี่ยวกับการทำ Campaign

Impression: การแสดงผลโฆษณาทั้งหมด

1) โฆษณาที่มีการแสดงผลสูงสุด คือ ADS 5 (6,124 ครั้ง)

Engagement: จำนวนการมีส่วนร่วม (คลิก ไลค์ คอมเมนต์ ฯลฯ)

2) โฆษณาที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ADS 5 (91 ครั้ง)

Share: จำนวนการแชร์

3) โฆษณาที่มีการแชร์สูงสุด คือ ADS 5 (5 ครั้ง)

Engagement Rate: อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement/Impression)

4) โฆษณาที่มีอัตราการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ADS 4 (2.13%)

CPR (Cost per Result): ต้นทุนต่อการมีส่วนร่วม (฿)

5) โฆษณาที่มีต้นทุนต่อการมีส่วนร่วมต่ำที่สุด คือ ADS 5 (4.40 ฿)

Budget Spent: งบประมาณที่ใช้ (฿)

6) โฆษณา ADS 1 และ ADS 2 ใช้งบประมาณ 310 ฿

7) โฆษณา ADS 3, ADS 4 และ ADS 5 ใช้งบประมาณ 400 ฿

5.1.2 เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Re - Target) บนแพลตฟอร์ม Facebook ของเซิร์ฟเวอร์ Apocalypse Universe Fivem บน Facebook Page: 56.5 CrazyGamer โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นผู้ชาย และผู้หญิง อายุ 20 – 55 ปี ที่สนใจในการเกม Rolyplay สวมบทบาท และเกมออนไลน์ สวมบทบาท

## 5.2 อภิปรายผล

Grand Theft Auto V (GTAV) เป็นเกมที่ได้รับคามนิยมอย่างสูงในวงการเกมโลกและได้เปลี่ยนแปลงวิธีการเล่นเกมอย่างมากด้วยการพัฒนา FIVEM ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถสร้างเซิร์ฟเวอร์ส่วนตัวและปรับแต่งเนื้อหาเกมตามความต้องการของตน หนึ่งในรูปแบบการเล่นที่ได้รับความนิยมอย่างสูงคือ Serious RolePlay (RP) ซึ่งนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และเต็มไปด้วยความสมจริง

5.2.1 การใช้ท่าทางเฉพาะในเซิร์ฟเวอร์ FIVEM RP ช่วยเพิ่มความสมจริงและความน่าสนใจให้กับการเล่นเกม บทความนี้จะสำรวจการใช้ท่าทางเฉพาะใน FIVEM RP ผ่าน Infographics และวิเคราะห์ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเกม

### 1) ภาพรวมของ FIVEM Serious RolePlay

FIVEM เป็นโมดที่พัฒนาเพื่อให้ผู้เล่นสามารถสร้างและปรับแต่งเซิร์ฟเวอร์ในเกม GTAV ได้อย่างอิสระ Serious RolePlay (RP) เป็นรูปแบบการเล่นที่ผู้เล่นต้องดำเนินชีวิตในเกมเหมือนในชีวิตจริง ซึ่งหมายความว่าผู้เล่นจะต้องสร้างตัวละครที่มีบทบาทเฉพาะเจาะจงและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ รูปแบบการเล่นนี้ไม่เพียงแต่ให้ความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้เล่นได้สัมผัสประสบการณ์ที่สมจริงและมีการมีส่วนร่วมที่มากขึ้น

### 2) สถิติผู้ใช้งาน

Infographics แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของจำนวนผู้เล่นในเซิร์ฟเวอร์ FIVEM RP โดยเฉพาะในภูมิภาคอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย จำนวนผู้เล่นที่เข้าร่วมสนุกกับการเล่นในรูปแบบ Serious RP มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากความสนุกและความท้าทายที่มากกว่าการเล่นแบบปกติ ทำให้ FIVEM RP กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้เล่นหลากหลายกลุ่มจากทั่วโลก

### 3) ลักษณะเด่น

การใช้ท่าทางเฉพาะใน FIVEM RP เป็นหนึ่งในลักษณะเด่นที่ช่วยเพิ่มความสมจริงในการเล่น เกม ท่าทางเหล่านี้ไม่เพียงแต่ประกอบด้วยการวิ่ง การต่อสู้ และการสื่อสาร แต่ยังรวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่ผู้เล่นสามารถใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่น ตัวอย่างเช่น การใช้ท่าทางในการเรียกเพื่อนร่วมทีม หรือการแสดงท่าทางเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

การมีท่าทางที่หลากหลายเหล่านี้ช่วยให้ผู้เล่นรู้สึกมีส่วนร่วมและสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ได้

#### 4) ชุมชนผู้เล่น

ชุมชนผู้เล่นใน FIVEM RP มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสนุกและความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น มีการจัดกิจกรรมและอีเวนต์ต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มความตื่นเต้นและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง ผู้เล่นสามารถสร้างตัวละครที่มีบุคลิกเฉพาะตัวและมีบทบาทสำคัญในโลกเสมือนจริง การมีชุมชนที่เข้มแข็งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตและการพัฒนาของเซิร์ฟเวอร์และแพลตฟอร์ม

### 5.2.2 อุตสาหกรรมเกม GTAV FIVEM Serious RolePlay

#### 1) บทบาทของ GTAV ในอุตสาหกรรมเกม

GTAV เป็นเกมที่มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่ออุตสาหกรรมเกม ด้วยยอดขายที่สูงกว่า 120 ล้านชุดทั่วโลก เกมนี้ไม่เพียงแต่ประสบความสำเร็จในด้านยอดขาย แต่ยังได้สร้างมาตรฐานใหม่ในการพัฒนาเกมโลกเปิด ด้วยโลกที่กว้างใหญ่และความละเอียดสูง GTAV มอบประสบการณ์การเล่นที่ไม่ซ้ำใคร ทำให้ผู้เล่นสามารถสำรวจ, สร้างความสัมพันธ์, และทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ตามต้องการ นอกจากนี้ ความสำเร็จของ GTAV ยังเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาชุมชนและเซิร์ฟเวอร์ที่ปรับแต่งได้อย่าง FIVEM ซึ่งยังคงสร้างความนิยมและความหลากหลายในการเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง

#### 2) การเติบโตของ FIVEM Serious RolePlay

การเติบโตของ FIVEM RP เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมเกม ฟังก์ชันการปรับแต่งและการสร้างเนื้อหาโดยผู้เล่นทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความนิยมของแพลตฟอร์ม FIVEM RP นั้นไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้เล่นสามารถสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร แต่ยังช่วยให้เกิดชุมชนผู้เล่นที่มีชีวิตชีวา การมีส่วนร่วมนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญต่อการเติบโตในเชิงพาณิชย์ และการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ไม่มีขีดจำกัด

#### 3) แนวโน้มและอนาคต

ในอนาคต FIVEM RP มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น VR (Virtual Reality) และ AR (Augmented Reality) ถูกนำมาใช้ในเกม เทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเล่นที่สมจริงและมีส่วนร่วมมากขึ้น นอกจากนี้ การขยายชุมชนผู้เล่นและการสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ จะเป็นตัวช่วยสำคัญในการเสริมความนิยมและการเติบโตของแพลตฟอร์มนี้ อาจมีการพัฒนาพีเจอาร์ใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดผู้เล่นให้เข้ามามีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

#### 4) ความท้าทาย

แม้ว่า FIVEM RP จะมีโอกาสในการเติบโต แต่ก็ยังเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน หนึ่งในปัญหาที่สำคัญคือความท้าทายทางกฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้พัฒนาเกม ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการพัฒนาและการสร้างเซิร์ฟเวอร์ใหม่ ๆ นอกจากนี้ การแข่งขันจากเกมและแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น Minecraft, Roblox, และเกมออนไลน์อื่น ๆ ก็เป็นความท้าทายที่ FIVEM RP ต้องเผชิญ ซึ่งการแข่งขันเหล่านี้อาจทำให้ผู้เล่นมีทางเลือกมากขึ้น และส่งผลต่อการรักษาผู้เล่นในชุมชน FIVEM RP

#### 5) การสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง

ในการรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ การสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและมีความสามัคคีจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา FIVEM RP ให้เติบโตต่อไป การสนับสนุนจากผู้พัฒนาเซิร์ฟเวอร์และผู้เล่นในการร่วมมือกันในการสร้างเนื้อหาใหม่ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ และการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้ FIVEM RP มีชีวิตชีวาและน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การรักษาความหลากหลายและเปิดโอกาสให้ผู้เล่นทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างอุตสาหกรรมเกมที่ยั่งยืนในอนาคต

### 5.2.3 การใช้ทำทางเฉพาะใน GTAV FIVEM: Serious RolePlay

#### 1) การสร้างบรรยากาศที่สมจริง

ทำทางเฉพาะใน FIVEM RP ถูกออกแบบมาเพื่อเพิ่มความสมจริงและสร้างบรรยากาศที่เข้มข้นในโลกเสมือนจริงของ GTAV ผู้เล่นสามารถใช้ทำทางต่าง ๆ เช่น การวิ่งหนีเมื่อเผชิญสถานการณ์อันตราย การต่อสู้เพื่อป้องกันตัว การหลบซ่อนตัวในสถานการณ์ซุ่มโจมตี หรือการช่วยเหลือเพื่อนร่วมทีมที่ได้รับบาดเจ็บ ทำทางเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้เกมมีความสมจริงมากขึ้น แต่ยังเพิ่มความรู้สึกตื่นเต้นและการมีส่วนร่วมให้กับผู้เล่น ทำให้การเล่นในเซิร์ฟเวอร์ RP นั้นมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือมากขึ้น

#### 2) การสื่อสารและการทำงานเป็นทีม

ในโลกของ FIVEM RP การสื่อสารและการทำงานเป็นทีมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นสามารถเอาชีวิตรอดในสถานการณ์ต่าง ๆ ทำทางเฉพาะ เช่น การใช้ทำทางมือเพื่อสื่อสารกับทีม เช่น การบอกให้หยุด การย้ายตำแหน่ง หรือการใช้ทำทางแสดงความตกลงใจ ช่วยให้ผู้เล่นทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้ทำทางเฉพาะเหล่านี้สามารถสร้างความเข้าใจในกลุ่มผู้เล่นได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องพึ่งพาการใช้คำพูด ซึ่งเหมาะสำหรับสถานการณ์ที่ต้องการความเงียบหรือการหลบซ่อน



### 3) การเพิ่มความหลากหลายในการเล่นเกม

การใช้ท่าทางเฉพาะยังเพิ่มความหลากหลายและความลึกในการแสดงออกของตัวละคร ทำให้การเล่น RP มีมิติที่สมจริงมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้เล่นสามารถใช้ท่าทางการเดินอย่างช้า ๆ เพื่อแสดงถึงความเหนื่อยล้า หรือท่าทางตรวจสอบอาวุธเพื่อแสดงถึงความระมัดระวัง การแสดงท่าทางเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างบุคลิกของตัวละครและทำให้ผู้เล่นสามารถสร้างสรรค์ตัวละครที่มีเอกลักษณ์ได้มากขึ้น อีกทั้งยังทำให้การเล่นเกมมีความสุขและสมจริงยิ่งขึ้น

### 4) การเติบโตและอุตสาหกรรมเกม GTAV

FIVEM RP ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในอุตสาหกรรมเกม GTAV เนื่องจากความสามารถในการปรับแต่งและความยืดหยุ่นที่สูง ซึ่งช่วยสร้างชุมชนผู้เล่นที่เข้มแข็งและมีความหลากหลาย การใช้ท่าทางเฉพาะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างลึกซึ้งซึ่งสร้างบรรยากาศของการเล่นแบบ Serious RolePlay ให้สมจริงยิ่งขึ้น ความสำคัญของการใช้ท่าทางนี้มีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้เล่นและการมีส่วนร่วมในเซิร์ฟเวอร์ นอกจากนี้ยังช่วยเสริมรายได้และการเติบโตของอุตสาหกรรมเกม RP อย่างเห็นได้ชัด

### 5) การใช้ Infographics และการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

Infographics เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลสำคัญ ๆ อย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ท่าทางเฉพาะใน FIVEM RP และข่าวสารใน Sv. Apocalypse Universe การใช้ Infographics ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจเนื้อหาได้รวดเร็ว ชัดเจน และกระชับ ผลการวิจัยพบว่า Infographics สามารถเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมภายในเซิร์ฟเวอร์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะเมื่อใช้ควบคู่กับ Facebook ADS ที่ช่วยกระจายข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ Infographics ยังเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในอุตสาหกรรมเกม โดยช่วยเพิ่มความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้เล่นได้อย่างดีเยี่ยม

การที่ผู้หญิงเล่นเกมแนว Survival น้อยกว่าผู้ชายนั้นมีหลายปัจจัยทั้งทางวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง ปรากฏการณ์ที่ผู้หญิงชอบเล่นเกมแนว Survival น้อยกว่าผู้ชายนั้นเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัยที่สอดคล้องกันระหว่างชีววิทยา จิตวิทยา สังคมและวัฒนธรรม การออกแบบเกม รวมถึงความไม่สมดุลทางเพศภายในชุมชนเกม การเข้าใจปัจจัยเหล่านี้ จำเป็นต้องวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อให้เห็นถึงมุมมองที่ครอบคลุมต่อการเลือกประเภทเกมระหว่างเพศชายและเพศหญิงอย่างสมบูรณ์

#### 1) ชีววิทยาและจิตวิทยา: ความแตกต่างทางธรรมชาติ

หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้หญิงและผู้ชายมีพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมที่แตกต่างกันคือความแตกต่างทางชีววิทยาและจิตวิทยาระหว่างเพศ ข้อมูลจากการศึกษาทางประสาทวิทยา (Neuroscience) พบว่า สมองของผู้ชายและผู้หญิงตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางอารมณ์และการ

กระตุ้นที่ต่างกัน ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะชื่นชอบสถานการณ์ที่มีความท้าทาย ความเสี่ยง และการใช้ความรุนแรงมากกว่า ซึ่งลักษณะเหล่านี้ตรงกับคุณสมบัติของเกมแนว Survival ที่ต้องใช้กลยุทธ์ในการเอาชีวิตรอด เผชิญหน้ากับศัตรู และจัดการทรัพยากรที่จำกัด ความท้าทายและความเสี่ยงในการเล่นเกมนี้อาจสอดคล้องกับธรรมชาติของผู้ชายที่ชอบความท้าทายและการแข่งขัน ทำให้พวกเขาสามารถเพลิดเพลินกับเกม Survival ได้ง่ายกว่า

ในทางตรงกันข้าม การศึกษาของ Hartmann & Klimmt (2006) ชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงมักไม่รู้สึกรู้สากับการเล่นเกมที่เน้นความรุนแรงและการต่อสู้ เนื่องจากผู้หญิงมักให้คุณค่ากับปัจจัยทางอารมณ์ที่สร้างสรรค์และเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ทางสังคมมากกว่า เช่น การสร้างความสัมพันธ์ การสนทนา และการทำงานร่วมกัน ลักษณะทางจิตวิทยาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะสนุกกับเกมที่เน้นไปที่การเล่าเรื่อง การสร้างสรรค์ หรือการพัฒนาความสัมพันธ์ภายในเกม ซึ่งต่างจากผู้ชายที่มองความรุนแรงและการแข่งขันเป็นสิ่งที่น่าท้าทายและน่าสนุก

ความแตกต่างทางธรรมชาติในด้านจิตวิทยาและจิตวิทยาระหว่างเพศนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความชอบและพฤติกรรมการเลือกเล่นเกม โดยเกมแนว Survival ที่เน้นความเสี่ยงและการต่อสู้จะดึงดูดผู้ชายมากกว่า ในขณะที่ผู้หญิงมักจะเลือกเกมที่มอบประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับการสร้างสรรค์และปฏิสัมพันธ์ทางอารมณ์

## 2) วัฒนธรรมและบทบาททางสังคม: การสร้างพฤติกรรมผ่านการเลี้ยงดู

บทบาททางสังคมมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมของทั้งเพศชายและเพศหญิง ตั้งแต่วัยเด็ก การเลี้ยงดูและการเลือกของเล่นสำหรับเด็กชายและเด็กหญิงมักสะท้อนถึงบทบาททางเพศที่สังคมกำหนดไว้ ผู้หญิงมักถูกสนับสนุนให้เล่นของเล่นที่ส่งเสริมการดูแลหรือสร้างสรรค์ เช่น ตุ๊กตา การเล่นบ้าน หรือการวาดรูป ซึ่งของเล่นเหล่านี้สนับสนุนพฤติกรรมที่เน้นความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ และการเอาใจใส่ ขณะที่ผู้ชายมักถูกส่งเสริมให้เล่นของเล่นที่เน้นการต่อสู้ ความเสี่ยง และความกล้าหาญ เช่น การเล่นเกมรถแข่ง หรือเกมที่เกี่ยวข้องกับการเผชิญความท้าทาย ซึ่งพัฒนาพฤติกรรมการแก้ปัญหาด้วยความก้าวร้าวและแข่งขัน

แนวทางนี้มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมเมื่อโตขึ้น โดยเด็กชายที่ถูกส่งเสริมให้สนใจการต่อสู้และการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะเลือกเล่นเกมที่เน้นการเผชิญความท้าทายและความรุนแรง เช่น เกมแนว Survival ที่ต้องเอาชีวิตรอดในสภาวะที่ยากลำบาก ขณะที่เด็กหญิงที่ถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์และการร่วมมือมักจะชื่นชอบเกมที่เน้นการสร้างสังคม การเล่าเรื่อง หรือการจำลองสถานการณ์ เช่น เกมแนว Simulation ที่เน้นการบริหารจัดการหรือสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก

Lucas & Sherry (2004) อธิบายว่า ผู้ชายมักจะได้รับการยอมรับและส่งเสริมให้เล่นเกมที่มีเนื้อหาท้าทายและรุนแรงมากกว่าเกมที่เน้นการเข้าสังคมหรือการสร้างความสัมพันธ์ภายในเกม สิ่งนี้อธิบายได้ว่าทำไมเกมแนว Survival ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การเอาชีวิตรอดในสภาพแวดล้อมที่ท้าทายถึงสามารถดึงดูดผู้ชายได้มากกว่า เนื่องจากเกมเหล่านี้เข้ากับภาพลักษณ์ของบทบาทที่พวกเขาถูกสอนมา ขณะที่ผู้หญิงมักจะเลือกเกมที่สร้างสรรค์และเน้นความสัมพันธ์เชิงบวกมากกว่า เช่น เกมที่มีการเล่าเรื่องชัดเจน การสร้างสรรค์ และการเข้าสังคมภายในเกม

การเลี้ยงดูที่สนับสนุนพฤติกรรมตามบทบาททางสังคมเหล่านี้จึงส่งผลต่อการที่ผู้หญิงและผู้ชายเลือกประเภทเกมที่แตกต่างกัน และการที่เกมแนว Survival มักถูกออกแบบให้ตอบสนองความท้าทายและความเสี่ยงสูง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ชายถูกสอนให้ชื่นชมและแสวงหามากกว่า

### 3) การออกแบบเกมและเนื้อหา: ความไม่สมดุลในการนำเสนอ

เกมแนว Survival ส่วนใหญ่มักออกแบบโดยมีผู้ชายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ทำให้รูปแบบการเล่น เนื้อหา และการออกแบบตัวละครในเกมมักไม่ตอบสนองต่อความต้องการหรือความสนใจของผู้เล่นหญิง ตัวละครหลักในเกม Survival มักถูกออกแบบให้เป็นผู้ชายที่มีความแข็งแกร่งทางกายภาพและสามารถจัดการกับความท้าทายในการเอาชีวิตรอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ตัวละครหญิงมักจะถูกออกแบบให้เป็นตัวรอง มีบทบาทน้อยกว่า หรือนำเสนอในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงของผู้หญิงในบริบทการเอาชีวิตรอด

นอกจากนี้ เนื้อหาของเกมแนว Survival มักเน้นไปที่การแก้ปัญหาผ่านการใช้ความรุนแรง ความก้าวร้าว หรือการเผชิญหน้ากับศัตรู ซึ่งอาจไม่ตอบโจทย์ความชอบของผู้หญิงที่ต้องการประสบการณ์การเล่นที่มีความลึกซึ้งและเชื่อมโยงกับอารมณ์และความรู้สึกมากกว่า การที่เกมไม่สามารถสะท้อนประสบการณ์ส่วนตัวของผู้หญิง หรือการที่ตัวละครหญิงในเกมมีบทบาทน้อยเกินไป ทำให้ผู้หญิงรู้สึกว่าการนำเสนอ Survival ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อพวกเขาและไม่รู้สึกเชื่อมโยงกับเนื้อหาในเกม

การศึกษาต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าเกมที่ให้ความสำคัญกับการร่วมมือกัน การสร้างสรรค์ การเล่าเรื่องที่สร้างแรงบันดาลใจ และการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครมีแนวโน้มที่จะดึงดูดผู้เล่นหญิงมากกว่าเกมที่เน้นไปที่การแข่งขันหรือความรุนแรง การออกแบบเกมที่มีระบบการเล่นแบบร่วมมือ (Co-op) หรือให้ผู้เล่นสร้างสิ่งต่าง ๆ ร่วมกันได้มากกว่าจะช่วยให้เกม Survival มีโอกาสได้รับความนิยมในหมู่ผู้หญิงมากขึ้น

การปรับปรุงเนื้อหาและการออกแบบที่เปิดรับและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นหญิง เช่น การมีตัวละครหญิงที่เข้มแข็งและมีบทบาทสำคัญ รวมถึงการเล่าเรื่องที่หลากหลายและสร้างแรงบันดาลใจ อาจช่วยสร้างความสมดุลในการนำเสนอและเพิ่มความน่าสนใจของเกม Survival ให้เข้าถึงผู้เล่นหญิงได้มากขึ้น

#### 4) ปัจจัยทางสังคมในชุมชนเกม: ความรู้สึกถูกกีดกัน

เกมแนว Survival มักจะมีผู้เล่นชายเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงที่สนใจเล่นเกมแนวนี้รู้สึกไม่สบายใจหรือถูกกีดกันจากการเข้าร่วมในชุมชนเกม หลายคนอาจเคยเจอประสบการณ์ถูกกีดกัน หรือถูกเหยียดหยามด้วยคำพูดที่ไม่เหมาะสมจากเพื่อนร่วมเล่นในชุมชนออนไลน์ สถานการณ์นี้ทำให้ผู้หญิงรู้สึกไม่เป็นที่ต้อนรับหรือไม่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้เล่นเกม

การศึกษาของ Vermeulen & Van Looy (2016) เผยว่าผู้เล่นหญิงมักจะมีอาการกังวลเมื่อเล่นเกมในชุมชนที่ผู้ชายครอบงำ ซึ่งความรู้สึกนี้ยิ่งรุนแรงขึ้นเมื่อพวกเขาถูกมองว่าไม่มีความสามารถในการเล่น Survival ที่เน้นทักษะความท้าทายหรือความรุนแรง ผู้หญิงที่ต้องการมีส่วนร่วมในเกมแนวนี้อาจเจอกับการตัดสินจากผู้ชายในชุมชนที่เชื่อว่าผู้หญิงไม่เหมาะสมหรือไม่มีทักษะเพียงพอ ความคิดเหล่านี้ทำให้เกิดอุปสรรคในการเข้าร่วมเกม และสร้างบรรยากาศที่ไม่เป็นมิตรต่อผู้หญิง

นอกจากการขาดการยอมรับจากผู้เล่นชายแล้ว ความไม่เข้าใจหรือการขาดการสนับสนุนในชุมชนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้หญิงรู้สึกไม่ชอบเข้าร่วมเกมแนว Survival การไม่มองว่าผู้หญิงเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนี้ทำให้พวกเขา รู้สึกถูกกีดกันและไม่กล้าแสดงความสามารถ

#### 5) ทักษะคิดและการรับรู้ต่อเกม Survival

ผู้หญิงหลายคนอาจมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อเกมแนว Survival เนื่องจากเกมประเภทนี้มักเน้นไปที่การเอาชีวิตรอดผ่านการใช้ความรุนแรง เผชิญหน้ากับอุปสรรคที่ยากลำบาก และการจัดการทรัพยากรอย่างเคร่งครัด ลักษณะเหล่านี้อาจทำให้เกม Survival ดูเครียดและไม่น่าสนใจสำหรับผู้หญิงบางคน โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการประสบการณ์การเล่นที่มีความผ่อนคลายหรือสร้างสรรค์มากกว่า

นอกจากนี้ เกมแนว Survival มักเน้นความกดดันจากการเอาชนะสถานการณ์ที่ยากลำบากและความท้าทายทางกายภาพและจิตใจ ซึ่งอาจทำให้ผู้เล่นรู้สึกเครียดและไม่สบายใจ การเล่นเกมที่ต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอดภายใต้สภาวะที่รุนแรงและอันตรายอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เล่นบางกลุ่ม เช่น ผู้หญิงที่ต้องการความบันเทิงแบบเบาสมองหรือเกมที่เน้นการร่วมมือกันมากกว่าแข่งขันหรือใช้ความรุนแรง

การศึกษาโดย Hartmann & Klimmt (2006) พบว่า ผู้หญิงมักไม่สนใจเกมที่มีความรุนแรงหรือที่เน้นการเอาชนะความตายเป็นปัจจัยหลักในการเล่น เพราะมันไม่ตอบโจทย์ความต้องการทางอารมณ์ของ她们 ความต้องการของผู้เล่นหญิงมักเน้นไปที่ความสนุกสนาน การสร้างสรรค์ และการพัฒนาปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มากกว่าการเอาชนะอุปสรรคด้วยความรุนแรงหรือการเผชิญหน้ากับความตาย การที่เกมแนว Survival มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความกดดันทางจิตใจและการใช้ความรุนแรงทำให้ผู้หญิงหลายคนรู้สึกไม่สนุกและไม่พึงพอใจกับการเล่นเกมแนวนี้

นอกจากนี้ ผู้หญิงอาจมีการรับรู้เชิงลบต่อเกม Survival เนื่องจากสภาพแวดล้อมของเกมบางเกมเน้นความโดดเดี่ยวและการต่อสู้เพื่อความอยู่รอด มากกว่าการพัฒนาความร่วมมือ และการเชื่อมโยงระหว่างผู้เล่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เล่นหญิงบางคนอาจมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญในประสบการณ์การเล่นเกม

Kardyaka, Pumplun, Brunnhofer, Kruse & Laato (2023) แสดงถึงผลวิจัยที่น่าสนใจจากแนวคิดทฤษฎีเรื่องความคาดหวังและแรงจูงใจในการได้รับความสำเร็จ โดยมีข้อสังเกตว่าความแตกต่างระหว่างเพศหญิง มีความตั้งใจที่จะทำให้ระดับการเล่นหรือ Ranking ของตนเองสูงขึ้น โดยมีแรงจูงใจในการได้รับความสำเร็จมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ วัฒนธรรมที่ปรากฏในเกมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ส่งผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของเพศหญิง โดยเพศหญิงมีความกระหายที่จะพิสูจน์ตนเองในการไต่อันดับขึ้นไป โดยเฉพาะในการตั้งเป้าหมายที่ต้องการบรรลุมีความชัดเจนมากกว่าเพศชาย มากไปกว่านั้น ในเกมที่มีการใช้สติปัญญาไหวพริบมากกว่าอย่างเกมหมากรุก เพศหญิงสามารถชนะและขึ้นไปติดอันดับบน ๆ ได้มากกว่าเพศชาย

Shen, Ratan, Cai & Leavitt (2016) ข้อมูลจากสมาคมซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงพบว่า ประชากรของผู้เล่นเกมในสหรัฐอเมริกาที่เป็นหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าครึ่ง เพิ่มเป็นร้อยละ 41 ในปี 2016 โดยเป็นแนวเกมประเภทเกมทั่วไปที่ไม่ได้เป็นการแข่งขันต่อสู้ (Trepte, Reinecke, & Behr, 2009). แม้ว่าจำนวนผู้เล่นเกมเพศหญิงจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังถูกมองว่าเป็นกลุ่มน้อยเมื่อเทียบกับผู้เล่นเกมเพศชาย เนื่องจากมีความแตกต่างเรื่องจูงใจในการเล่น ความชำนาญ ระดับของการมีส่วนร่วม ความชื่นชม และประเภทเกมที่เล่น (Hartmann & Klimmt, 2006; Kafai, Heeter, Denner & Sun, 2008; Lucas & Sherry, 2004; Ratan, Taylor, Hogan, Kennedy & Williams, 2015; Williams, Consalvo, Caplan, & Yee, 2009).

#### ผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ในมิติทางชีววิทยา จิตวิทยา วัฒนธรรม สังคม และการออกแบบเกม การที่ผู้หญิงมีแนวโน้มเล่นเกมแนว Survival น้อยกว่าผู้ชายนั้นเป็นผลจากปัจจัยหลายด้านที่เชื่อมโยงกัน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ชีววิทยาและจิตวิทยา: ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะสนใจเกมที่เน้นความท้าทาย ความรุนแรง และความเสี่ยง ซึ่งตรงกับลักษณะของเกมแนว Survival ในขณะที่ผู้หญิงมักสนใจเกมที่เน้นการสร้างสรรค์และความสัมพันธ์มากกว่า

2) วัฒนธรรมและบทบาททางสังคม: การเลี้ยงดูตั้งแต่วัยเด็กมักส่งเสริมให้ผู้ชายสนใจการแข่งขันและความท้าทาย ในขณะที่ผู้หญิงถูกสนับสนุนให้พัฒนาทักษะการดูแลและการสร้างสรรค์มากกว่า

3) การออกแบบเกมและเนื้อหา: เกมแนว Survival มักออกแบบมาเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้เล่นชาย ทั้งในเรื่องตัวละครและเนื้อหาที่เน้นการต่อสู้และความรุนแรง ซึ่งอาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้เล่นหญิง

4) ปัจจัยทางสังคมในชุมชนเกม: ชุมชนผู้เล่นเกมแนว Survival ที่ผู้ชายเป็นกลุ่มใหญ่ส่งผลให้ผู้หญิงรู้สึกไม่สบายใจหรือถูกกีดกันจากการมีส่วนร่วม

5) ทศนคติต่อเกม Survival: ผู้หญิงบางกลุ่มอาจรู้สึกว่าเกม Survival เครียดและเน้นความรุนแรงเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่พวกเขาต้องการจากการเล่นเกม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา Infographics ให้มีความน่าสนใจและทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เล่น โดยเนื้อหาควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

2) ควรมีการวางแผนการทำ Facebook ADS อย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง การกำหนดงบประมาณ และการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

3) ควรมีการประเมินผลการทำ Infographics และ Facebook ADS อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลเพื่อปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร

4) ควรมีการจัดกิจกรรมและ Event ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นและสร้างความผูกพันกับเซิร์ฟเวอร์ กิจกรรมเหล่านี้ควรมีความหลากหลายและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดผู้เล่นใหม่และรักษาผู้เล่นเดิมให้อยู่ในเซิร์ฟเวอร์ต่อไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

การนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปปรับใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลผ่าน Infographics บนแพลตฟอร์ม Facebook และสร้างความสำเร็จให้กับ Sv. Apocalypse Universe Fivem ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจากการวิเคราะห์ Infographics GTAV FIVEM Serious RolePlay และอุตสาหกรรมเกม GTAV FIVEM: Serious RolePlay รวมถึงการใช้ทำทางเฉพาะที่ใช้ใน GTAV FIVEM: Serious RolePlay ได้สรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญดังนี้



- 1) การพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา Infographics  
 ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา Infographics ให้มีความน่าสนใจและทันสมัย อยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เล่น โดยเนื้อหาควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) การวางแผนการทำ Facebook ADS  
 ควรมีการวางแผนการทำ Facebook ADS อย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง การกำหนดงบประมาณ และการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
- 3) การประเมินผลการทำ Infographics และ Facebook ADS  
 ควรมีการประเมินผลการทำ Infographics และ Facebook ADS อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลเพื่อปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร
- 4) การจัดกิจกรรมและ Event ภายในเซิร์ฟเวอร์  
 ควรมีการจัดกิจกรรมและ Event ต่าง ๆ ภายในเซิร์ฟเวอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นและสร้างความผูกพันกับเซิร์ฟเวอร์ กิจกรรมเหล่านี้ควรมีความหลากหลายและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดผู้เล่นใหม่และรักษาผู้เล่นเดิมให้อยู่ในเซิร์ฟเวอร์ต่อไป
- 5) การพัฒนาและปรับปรุงท่าทางเฉพาะใน GTA V FIVEM  
 การเพิ่มท่าทางใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เล่นและเพิ่มความสมจริงในการเล่น จะช่วยเพิ่มความหลากหลายและความสนุกสนานในการเล่น ผู้พัฒนาเซิร์ฟเวอร์ควรทำการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เล่นเกี่ยวกับท่าทางที่ต้องการเพิ่มเข้ามา
- 6) การสื่อสารและการทำงานเป็นทีม  
 การใช้ท่าทางเฉพาะในการสื่อสารและทำงานเป็นทีมช่วยเพิ่มความสุขและความเข้มข้นของเกม ควรมีการเพิ่มท่าทางที่สามารถช่วยในการส่งสัญญาณและการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การแจ้งเตือน การวางแผนการต่อสู้ และการช่วยเหลือเพื่อนร่วมทีม
- 7) การสร้างกิจกรรมและเนื้อหาใหม่ ๆ  
 การจัดกิจกรรมและสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ ในเซิร์ฟเวอร์ FIVEM RP จะช่วยเพิ่มความตื่นเต้นและการมีส่วนร่วมของผู้เล่น กิจกรรมที่มีการใช้ท่าทางเฉพาะอย่างสร้างสรรค์จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำซากและดึงดูดผู้เล่นใหม่ ๆ

#### 8) การพัฒนาชุมชนผู้เล่น

การสร้างชุมชนผู้เล่นที่เข้มแข็งและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เล่นจะ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม ควรมีการสร้างพื้นที่ออนไลน์สำหรับการสื่อสารและ การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เล่น เช่น ฟอรัม กลุ่มเฟซบุ๊ก หรือดิสคอร์ด

#### 9) การเผชิญหน้ากับความท้าทายทางกฎหมาย

ผู้พัฒนาเซิร์ฟเวอร์ควรมีการติดตามและปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันปัญหาทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการสื่อสารกับผู้พัฒนาเกมหลักอย่าง Rockstar Games เพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับในการปรับแต่งและสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ ใน เกม

#### 10) การติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ ๆ

การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น VR และ AR เข้ามาใช้ในเซิร์ฟเวอร์ FIVEM RP จะ ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเล่นเกมที่ทันสมัยและน่าตื่นเต้น ควรมีการศึกษาและทดลองใช้เทคโนโลยี ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงเซิร์ฟเวอร์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้เล่นในอนาคต

สรุปการวิเคราะห์ผลการวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ทำทางเฉพาะใน GTAV FIVEM Serious RolePlay ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความสมจริงและความน่าสนใจในการเล่น เกม การส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงทำทางเฉพาะ การเพิ่มการสื่อสารและการทำงานเป็นทีม การ สร้างกิจกรรมและเนื้อหาใหม่ ๆ การพัฒนาชุมชนผู้เล่น การเผชิญหน้ากับความท้าทายทางกฎหมาย และการติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นข้อเสนอแนะที่สำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างและพัฒนา เซิร์ฟเวอร์ FIVEM RP ให้เติบโตและประสบความสำเร็จในอนาคต

## บรรณานุกรม

- ขั้นตอนการทำ Infographics รู้ไว้ได้ชี้แนะ. (2565). สืบค้นจาก <https://www.jalearnmedia.com/blog/create-Infographics/>.
- เคล็ดลับพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ *Analytical Thinking*. (2563). สืบค้นจาก <https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/84730/-per->
- ชัยพร วิชาวุธ. (2525). *มูลสารจิตวิทยา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชิตาภา สุขพลำ. (2548). *การสื่อสารระหว่างบุคคล*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ตั้งยงฮั่วเฮง. (2557). *หลักการออกแบบเบื้องต้น*. สืบค้นจาก <https://ftiebusiness.com/shop4/knowledge-detail.php?id=1766&uid=40324>.
- แนะนำเว็บไซต์สำหรับทำ Infographics ออนไลน์. (2565). สืบค้นจาก <https://www.jalearnmedia.com/blog/Infographics-website/>.
- ผลสำรวจตอกย้ำ Infographics. (2556). สืบค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/rise-Infographics>.
- ผลสำรวจปี 2022 ตลาดเกมมือถือโตไม่หยุด ทำเงินมากกว่าเกมจากคอนโซล และ PC รวมกัน. (2565). สืบค้นจาก <https://droidsans.com/mobile-gaming-dominated-gaming-market-60-percent/>.
- เลย์เอาท์ อินโฟกราฟิก. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://in.pinterest.com/pin/173599760629859168/>.
- วัฒนธรรม จุฑะวิภาต. (2527). *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ: ปรรารถนา.
- เศรษฐศิลป์ พูลบำเพ็ญ. (2558). *วันแรกของ GTA V กับทีมงาน GamingDose*. สืบค้นจาก <https://www.gamingdose.com/feature/วันแรกของ-gta-v-กับทีมงาน-gamingdose/>.
- อาณาจักรชอมบี้. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://url.in.th/tVrzi>.
- อวดรูป Gta v Fivem สวยๆ. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://n9.cl/d8y5o>.
- GTA V FIVE M Glorious Training 12-12E-Sport ปากฉลามNoName. (2564). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=ZxAM86yDkoE>.
- Ake, G. (2019). *Social media overview*. Retrieved from <https://sourceitweb.com/importance-of-social-media/>.
- Apocalypse Universe Thailand. (2024). Retrieved from <https://www.facebook.com/ApocalypseThailand>.

- eSports and traditional sports: A symbiotic relationship.* (2023). Retrieved from <https://vietgamestudio.com/index.php/2023/09/22/esports-and-traditional-sports-a-symbiotic-relationship/>.
- Hartmann, T., & Klimmt, C. (2006). Gender and computer games: Exploring females' dislikes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 910–931.
- Himmelboim, I., & Golan, G. (2019). A social networks approach to viral advertising: the role of primary, contextual, and low influencers.. *Social Media + Society*, 5(3), 1-13.
- Jaeger, L. (2020). *Global Gaming study: The future of gaming is subscription.* Retrieved from <https://www.simon-kucher.com/en/insights/global-gaming-study-future-gaming-subscription>.
- Kafai, Y. B., Heeter, C., Denner, J., & Sun, J. Y. (2008). *Beyond barbie and mortal kombat: New perspectives on gender and gaming.* Cambridge, MA: The MIT.
- Kardyaka, B., Pumplun, L., Brunnhofer, M., Kruse, B., & Laato, S. (2023). Gender disparities in esports – An explanatory mixed method approach. *Computers in Human Behavior*, 149, 107956.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Thailand.* Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>.
- Lam, E. (2024). *The power of visual content in social media marketing.* Retrieved from <https://www.aletheiadigital.com/the-power-of-visual-content-in-social-media-marketing>.
- Lucas, K., & Sherry, J. L. (2004). Sex differences in video game play: A communication-based explanation. *Communication Research*, 31(5), 499-523.
- Night Action Group.* (2024). Retrieved from [https://www.facebook.com/nightactiongroup?\\_rdr](https://www.facebook.com/nightactiongroup?_rdr).
- Ratan, R. A., Taylor, N., Hogan, J., Kennedy, T., & Williams, D. (2015). Stand by your man: An examination of gender disparity in League of Legends. *Games and Culture: A Journal of Interactive Media*, 10(5), 438–462.
- Rockstar ชื่อทีม Cfx.re ผู้สร้างมีมอด FiveM และ RedM ของเกม GTA V และ RDR 2. (2566). สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/135246>.

- Sethi, P. (2024). *Visual communication's importance in the contemporary digital revolution age*. Retrieved from <https://cxotoday.com/specials/visual-communications-importance-in-the-contemporary-digital-revolution-age/>.
- Shen, C., Ratan, R., Cai, Y. D., & Leavitt, A. (2016). Do men advance faster than women? Debunking the gender performance gap in two massively multiplayer online games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(4), 312-329.
- Singh, C., Pandey, A., & Abraham, A. (2018). *Visual social marketing*. India: BPB.
- Stoimenova, B. (2022). *Visual marketing elements in digital media: A tool for planning*. Retrieved from <https://www.unwe.bg/doi/spm/2022/SPM.2022.08.pdf>.
- Thomas, J. (2023). *Innovative incentives: Boosting gym staff bonuses and prospect leads*. Retrieved from <https://gymconsultant.medium.com/innovative-incentives-boosting-gym-staff-bonuses-and-prospect-leads-e60d58801802>.
- Trepte, S., Reinecke, L., & Behr, K. (2009). Creating virtual alter egos or superheroines? gamers' strategies of avatar creation in terms of gender and sex. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 1(2), 52-76.
- Tsai S-T, Huang H-Y, Chang T-W. (2020). Developing a motion Infographics-based learning system for effective learning. *Education Sciences*, 10(9), 247.
- Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). "I play so I am?" A gender study into stereotype perception and genre choice of digital game players. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 286-304.
- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S., & Yee, N. (2009). Looking for gender: Gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of Communication*, 59(4), 700-725.

**ประวัติผู้เขียน**

**ชื่อ-นามสกุล:** ชาญเมธา เพ็ชรตาหนู

**อีเมล:** sasnut002@gmail.com

**ประวัติการศึกษา:** ปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**ประสบการณ์การทำงาน:** หัวหน้าแผนก Creative Content Game & Esport  
บริษัท ดิจิทัลเมิร์ซ จำกัด



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY