

# DATA ANALYTICS PROJECT CANVAS

ชื่อธุรกิจ : VIDEO GAME SALES ANALYSIS

วันที่ : 10 พฤษภาคม 2568

Designed by กลุ่ม G08

ปัญหา (Problem Statement) :	ข้อจำกัด (Constraints) :	ทรัพยากร (Resource):	ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Success Metrics):	สมมติฐาน (Hypothesis) :
ยอดขายของวิดีโอเกมแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภูมิภาค แพลตฟอร์ม และประเภทของเกมธุรกิจวิดีโอเกมจำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อยอดขาย เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการพัฒนาเกมอย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"><li>ไม่มีข้อมูลโปรโมชั่นหรือราคาล่าสุด</li><li>ข้อมูลขายดิจิทัลอาจไม่ครบถ้วน</li><li>เวลาจำกัดในการวิเคราะห์และสรุปผล</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ข้อมูลจาก Kaggle Video Game Sales Dataset แบ่งเป็น Name, Platform, Year, Genre, Publisher และ ยอดขายแบ่งเป็น ภูมิภาคต่างๆ NA_Sales, EU_Sales, JP_Sales, Other_Sales, Global_Sales</li><li>เครื่องมือที่ใช้ Python (Pandas, Jupyter), Tableau, GitHub, YouTube, PowerPoint</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>การระบุแพลตฟอร์ม/แนวเกมที่กำกวมที่สุด</li><li>คำแนะนำเชิงกลยุทธ์ที่นำไปใช้ได้จริง</li><li>การสร้าง Dashboard และ Visualization ที่ใช้งานง่าย</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>เกมประเภทAction ทำรายได้ดีที่สุด</li><li>ภูมิภาค NA (อเมริกาเหนือ) มียอดขายสูงกว่าภูมิภาคอื่น</li><li>ยอดขายของเกมขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มและปีที่วางจำหน่าย</li></ul>
	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Key Stakeholders):		กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) :	
	<ul style="list-style-type: none"><li>ผู้บริหารบริษัทเกม</li><li>ทีมการตลาด</li><li>ทีมวางแผนผลิตภัณฑ์</li><li>นักลงทุน</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>บริษัทผลิตเกม</li><li>นักลงทุนในอุตสาหกรรมเกม</li><li>นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมบันเทิง</li></ul>	

วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business Objectives):	ไทม์ไลน์ (Timeline) :
มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มยอดขายเกมในแต่ละภูมิภาคและระบุหมวดหมู่กับแพลตฟอร์มที่สร้างรายได้สูงสุด พร้อมเสนอแนะกลยุทธ์เชิงธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายในภูมิภาคที่มีศักยภาพ โดยใช้ข้อมูลจาก Kaggle และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ผลลัพธ์จะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของบริษัทเกมและนักลงทุน ดำเนินการเสร็จภายใน 5 สัปดาห์ ครอบคลุมการเตรียมข้อมูล วิเคราะห์สรุป และนำเสนอผล	<ul style="list-style-type: none"><li>สัปดาห์ที่ 1: เตรียมและทำความสะอาดข้อมูล</li><li>สัปดาห์ที่ 2-3: วิเคราะห์ข้อมูลและสร้าง Visualization</li><li>สัปดาห์ที่ 4: สรุปแนวโน้มและจัดทำกลยุทธ์</li><li>สัปดาห์ที่ 5: จัดทำรายงานและนำเสนอ</li></ul>

# DATA ANALYTICS PROJECT CANVAS

ชื่อธุรกิจ : VIDEO GAME SALES ANALYSIS

วันที่ : 10 พฤษภาคม 2568

Designed by กลุ่ม G08

1. Problem Statement/Background :	2. SMART Objectives/ Value Propositions :	3. Questions/Hypothesis	4. Data Sources/Attributes :	5. Analysis/Model :
<p>ยอดขายรวมของวิดีโอเกมทั่วโลกมีแนวโน้มลดลงหลังปี 2010 โดยเฉพาะในบางแพลตฟอร์มและประเภทของเกม อย่างไรก็ตาม การเติบโตในบางภูมิภาคยังคงมีศักยภาพสูง ผู้ผลิตเกมจำเป็นต้องเข้าใจว่า “อะไรขายดีที่ไหน และเมื่อไร” เพื่อปรับกลยุทธ์การผลิตและการตลาดให้แม่นยำยิ่งขึ้น</p>	<p>เพิ่มยอดขายเฉลี่ยต่อเกม อย่างน้อย 10% ภายใน 1 ปี ด้วยการเน้นไปยังกลุ่มแพลตฟอร์ม/ประเภท/ภูมิภาคที่มีกำไรสูงสุด</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>แพลตฟอร์มไหนขายดีในแต่ละช่วงปี?</li><li>ประเภทเกมใดมักทำกำไรสูงในแต่ละภูมิภาค?</li><li>ภูมิภาคใดมียอดขายรวมเติบโตขึ้น/ลดลงชัดเจน?</li><li>เกม Action ทำรายได้ ได้ดีที่สุด</li><li>ภูมิภาค NA (อเมริกาเหนือ) มียอดขายสูงกว่าภูมิภาคอื่น</li><li>ยอดขายของเกมขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มและปีที่วางจำหน่าย</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ชุดข้อมูล: Kaggle: Video Game Sales Dataset</li><li>Name, Platform, Year, Genre, Publisher</li><li>NA_Sales, EU_Sales, JP_Sales, Other_Sales, Global_Sales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Data Cleaning: กำจัด missing values, ตรวจสอบข้อมูล, ลบข้อมูลซ้ำ</li><li>Feature Engineering: สร้างฟีเจอร์ยอดขายต่อภูมิภาคแบบสัดส่วน, หมวด Platform, กลุ่มปี</li><li>Tableau Dashboard: Interactive dashboard เปรียบเทียบยอดขาย</li><li>In-depth Analysis: Correlation, Regression เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยยอดขาย</li></ul>
6. Findings and Insights :	7. Recommendation/Action and Impact :			
<ul style="list-style-type: none"><li>Platform PS2 ครองยอดขายยุค 2000s แต่ลดลงอย่างชัดเจนหลังปี 2011</li><li>เกมแนว Action ขายดีใน NA, ขณะที่ RPG ขายดีใน JP</li><li>เกมหลายชื่อยอดขายสูงใน EU แต่ทำยอดขายต่ำใน NA แสดงถึงพฤติกรรมตลาดต่างกัน</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>เพิ่มเกม RPG เจาะตลาดญี่ปุ่น และเกม Action-Shooter สำหรับ NA</li><li>รีมาสเตอร์เกมยุค PS2 ที่เคยขายดี เพื่อนำกลับมาขายบนแพลตฟอร์มใหม่</li><li>ปรับกลยุทธ์การตั้งราคาและงบโปรโมตให้สอดคล้องพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละภูมิภาค</li></ul>			