

บทคัดย่อ

บริษัท Nintendo Co., Ltd. ได้อธิบายตนเองไว้ว่าเป็น Manufacture and sale of home entertainment products (ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ความบันเทิงภายในบ้าน) ซึ่งบริษัททำการประกอบธุรกิจผลิต IP เกมและจำหน่ายเครื่องเกมต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ Nintendo

จุดเด่น/ความน่าสนใจ

- การมุ่งเน้นที่ความสนุกและประสบการณ์ของผู้เล่น:** Nintendo มุ่งเน้นที่การสร้างเกมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและสนุกไปกับมันได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเกมที่มีกราฟิกสมจริงที่สุด แต่เน้นที่การออกแบบเกมเพลย์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าติดตาม เช่น การออกแบบด่านใน Super Mario ที่ท้าทายและสนุกสนาน หรือโลกแฟนตาซีใน The Legend of Zelda ที่เต็มไปด้วยการผจญภัยและปริศนา
- การใช้ตัวละครที่เป็นเอกลักษณ์:** ตัวละครจากเกมของ Nintendo อย่าง Mario, Link, และ Pikachu ไม่เพียงแต่เป็นที่รู้จักในวงการเกมเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นที่รักของผู้คนทั่วโลกอีกด้วย การสร้างสรรค์ตัวละครที่มีบุคลิกและเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้ Nintendo สามารถสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้เล่นได้อย่างลึกซึ้ง
- การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในเทคโนโลยีเกม:** Nintendo เป็นบริษัทที่มักจะแนะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าสู่อุตสาหกรรมเกม เช่น การใช้หน้าจอสัมผัสใน Nintendo DS การนำเสนอรูปแบบการเล่นใหม่ด้วยการควบคุมด้วยการเคลื่อนไหวใน Wii และการพัฒนาคอนโซลแบบไฮบริดใน Nintendo Switch ที่ให้ผู้เล่นเลือกได้ว่าจะเล่นเกมในรูปแบบพกพาหรือเชื่อมต่อกับทีวีเพื่อประสบการณ์ที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. การสร้างสรรค์และขยายจักรวาลของเกม: Nintendo
ไม่เพียงแต่สร้างเกมที่ยอดเยี่ยม
แต่ยังขยายจักรวาลของเกมผ่านผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์,
การ์ตูน, ของเล่น, และสวนสนุก Super Nintendo World ที่ Universal
Studios
ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับและเกมของ
Nintendo ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น
5. การสนับสนุนผู้พัฒนาเกมและการสร้างสังคมเกมเมอร์: Nintendo
สนับสนุนผู้พัฒนาเกมอินดี้และเปิดโอกาสให้ครีเอเตอร์สามารถเข้าถึง
เครื่องมือและแพลตฟอร์มของบริษัทได้ง่ายขึ้น
ซึ่งช่วยสร้างสรรค์เกมใหม่ ๆ
ที่มีความหลากหลายและเข้าถึงกลุ่มผู้เล่นที่กว้างขวาง

ขอบเขตการศึกษาธุรกิจของ Nintendo

1. ครอบคลุมการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. การจัดการและการเงิน
และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีที่
Nintendo
สามารถรักษาความสำเร็จและการเติบโตในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขัน
สูงได้
4. การวิเคราะห์คู่แข่ง เปรียบเทียบ Nintendo กับคู่แข่งรายสำคัญ เช่น
Sony และ Microsoft เพื่อดูว่า Nintendo มีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไร
และมีกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างไร
5. ตลาดเกมมือถือ วิเคราะห์การเข้าสู่ตลาดเกมมือถือของ Nintendo
และผลกระทบที่มีต่อธุรกิจโดยรวม

แหล่งข้อมูล

ที่มา

มาจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของบริษัท Nintendo Co., Ltd. (www.nintendo.co.jp) และเว็บไซต์ Metacritic (www.metacritic.com)

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลธุรกิจจากบริษัท Nintendo สามารถรวบรวมได้หลายวิธีเช่น

1. เว็บไซต์ทางการของ Nintendo
2. สื่อและข่าวสารจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Nintendo โดยเฉพาะจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ เช่น Bloomberg, Reuters, หรือ Wall Street Journal
3. งานวิจัยและการวิเคราะห์ตลาด
4. สื่อสังคมออนไลน์(Social Media)

กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจาก Nintendo มีลักษณะที่เข้าถึงได้ง่าย ตลาดเป้าหมายของ Nintendo จึงครอบคลุมกลุ่มอายุที่หลากหลาย ตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้สูงอายุ แม้ว่ากลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียล ก็ตาม กลุ่มเป้าหมายของ Nintendo

อยู่ทั่วโลกโดยส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกาทั้งผู้ชายและผู้หญิงต่างก็เป็นลูกค้าของ Nintendo ในระดับที่ใกล้เคียงกัน จาก Nintendo 64 ไปจนถึง Game Boy, Pokemon Mini, Wii และ Switch, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเกมเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของกลยุทธ์ธุรกิจของ Nintendo. นอกจากนี้ยังมีแรงผลักดันที่สำคัญคือความน่าคิดถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของ Nintendo เคยเป็นแฟนตัวยงของ Nintendo ในยุค 80 และ 90 ตอนนี้ ซึ่งตอนนี้โตเป็นผู้ใหญ่แล้ว

จุดเด่นของแหล่งข้อมูล

จุดเด่นของชุดข้อมูลนี้ คือ มีความครอบคลุมชุดข้อมูลนี้ประกอบด้วยหลายคอลัมน์ที่ครอบคลุมทุกด้านที่สำคัญเกี่ยวกับเกมของ Nintendo ใช้ได้สะดวกสบาย ใช้ในการวิเคราะห์ได้ง่าย เป็นข้อมูลที่มีแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และสามารถวิเคราะห์แนวโน้มของเกมได้ โดยดูจากวันที่จำหน่าย และประเภทของเกม

ปัญหาที่พบจากชุดข้อมูล

ปัญหาที่พบจากชุดข้อมูลที่มี คือ ไฟล์ที่ใช้ในการวิเคราะห์บางอันไม่มีความจำเป็นในการใช้วิเคราะห์ และมีข้อมูลขาดหาย วิธีแก้ ทำ Data Cleaning กำจัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนหรือไม่ถูกต้อง เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น