

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ผู้วิจัยนำเสนอแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์
2. งานวิจัยเกมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์

ความเป็นมาของเกมออนไลน์

ประวัติของเกมออนไลน์นั้นเริ่มต้นมาจากเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งกระบวนการพัฒนานั้นทำให้เกมมีความซับซ้อนและยืดหยุ่นมากขึ้นจากการวิจัยในเรื่องเกมนั้นเมื่อสอบถามผู้เล่นว่า เกมคอมพิวเตอร์เกมแรกที่เกิดขึ้นผู้ตอบมักจะนึกถึงเกม Spacewar

ในศตวรรษ 1960 คอมพิวเตอร์จัดเป็นสินค้าราคาแพงและมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่มักจะถูกใช้การในสถาบันวิจัยหรือในวงการทหาร ในปี ค.ศ. 1961 มหาวิทยาลัย Harvard ได้จ้าง Stephen Russel เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ จากการที่เขาและเพื่อนร่วมงานชื่นชอบนวนิยายวิทยาศาสตร์เรื่อง Sega Skylark ของ Edward E. Smith เขาและเพื่อนจึงได้ลองพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ขึ้นมาโดยให้ชื่อว่า Spacewar เกมประเภท Action อย่าง Spacewar เป็นเกมการต่อสู้อย่างรวดเร็วและกลายมาเป็นต้นแบบของอุตสาหกรรมเครื่องเล่น Arcade machine ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในเวลาต่อมา โดยมีตั้งให้บริการในคาเฟ่และภัตตาคารต่างๆ

ในศตวรรษ 1980 ธุรกิจ interactive entertainment ได้รับผลกระทบจากธุรกิจภาพยนตร์และเริ่มเกิดรูปแบบ Ganres ขึ้นมาอีกหนทางเลือก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของเกมที่ใช้ผ่านคอนโซล (Gaming console อย่างเช่น Playstation2 และ GameCube ในปัจจุบัน) ในปี ค.ศ. 1976 เกิดรูปแบบเกมประเภท adventure ขึ้นเป็นครั้งแรกและท้ายศตวรรษ 1980 เกมประเภท Strategy ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเกมที่ประสบความสำเร็จ เช่น Pirate พัฒนาโดย Microprose ในปี 1987 และ Simcity พัฒนาโดย Maxis ในปี 1987 ในขณะที่รูปแบบ Ganres ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ในศตวรรษ 1990 เป็นยุคของการพัฒนาอย่างเต็มที่ของตลาดเกมลักษณะต่างๆ ตลาดคอนโซลในครึ่งหลังศตวรรษ 1990 นับว่ามีความโดดเด่นจากเกม Nintendo และเครื่องเล่นของบริษัท Sony การที่เกมอยู่ในลักษณะ CD-ROM ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาอุปกรณ์ด้าน audiovisual เพราะไม่มีขีดจำกัดในเรื่องความจุ เกมได้รับการพัฒนาให้ใหญ่ขึ้นและมีภาพสมจริงมากขึ้น

สำหรับเกมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมักจะเล่นผ่าน Network และย้อนกลับไปเหมือนสมัยของสังคม Arcade ปัจจุบันผู้เล่นมักจะเล่นในร้าน Internet ที่ผู้เล่นสามารถพบและเล่นกับผู้เล่นอื่นๆ ที่ไม่เคยพบมาก่อนนับเป็นประสบการณ์ใหม่ของเกมที่ได้รับการพัฒนาแตกต่างไปจากเดิม และน่าตื่นเต้น (www.game-research.com/index.php/info-pages/history-and-genre/)

แม้ว่าเกมออนไลน์อาจเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในปัจจุบัน แต่แท้จริงแล้วจุดเริ่มต้นยุคของเกมออนไลน์เกิดขึ้นเมื่อเกม Doom ได้ถูกนำเสนอออกมาต่อจากเกม Air Warrior, Utopia, MUD1 และ Empire การที่เกมออนไลน์รุ่นใหม่ได้รับการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว นั้น สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาและใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ร่วมกับการพัฒนาเทคโนโลยี network อย่างไรก็ตามท่ามกลางเกมออนไลน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปัจจุบันพบว่ายังมีปัญหาที่สำคัญคือต่างคนต่างมุ่งสร้างเกมของบริษัทตนที่สามารถเล่นบนออนไลน์โดยละเลยการพัฒนาเทคโนโลยี Network ให้รองรับได้อย่างพอเพียง

การเปลี่ยนแปลงของเกมออนไลน์อย่างแท้จริงเกิดขึ้นครั้งแรกในเกม Anarchy Online และ WWII Online ทั้งสองเป็นเกมออนไลน์ที่แสดงให้เห็นถึงความแปลกใหม่ที่ผู้ออกแบบต้องรู้จักกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการเตรียมแผนการเติบโตของยอดขาย และจะไม่นำเกมออกเสนอถ้าไม่มีความสมบูรณ์ WWII Online เป็นหนึ่งในเกมที่ได้รับการแก้ไขปัญหาในเรื่อง bug ซึ่งแก้ปัญหามาจากเกมอื่นๆ ในอดีตที่ผู้เล่นต้อง download patches ทันทีภายหลังจากที่ซื้อเกม ซึ่ง patches เหล่านี้มีขนาดถึง 70 MB และในกรณีที่ต้องทำการ download ผ่าน flat-rate broadband ต้องใช้เวลามาก

ความหมายและประเภทของเกมออนไลน์

เป็นเกมคอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งในธุรกิจ Edutainment ซึ่งผสมผสานศาสตร์ของการเรียนรู้และความบันเทิงเข้าด้วยกันแต่ยังคงไว้ซึ่งจุดประสงค์ใหญ่คือเพื่อการเรียนรู้ของผู้เล่น ผู้ผลิตจะออกแบบและพัฒนาให้เกมสามารถเล่นผ่านระบบ Internet และให้บริการแก่ผู้เล่นโดยทำการติดตั้งเกมไว้ที่ Server ของผู้ผลิต หรือ Game Publisher ผู้เล่นมักจะจ่ายค่าธรรมเนียมรายเดือนในการเล่นและเชื่อมต่อ Internet Account ของผู้เล่นเข้ากับ Server เพื่อเล่นเกมดังกล่าว

ลักษณะและรายละเอียดของเกมออนไลน์

เกมออนไลน์เป็นรูปแบบล่าสุดของการนำเสนอเกมจากผู้พัฒนาไปสู่ผู้เล่น คุณสมบัติสำคัญที่ทำให้เกมออนไลน์แตกต่างไปจากเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไปมีดังนี้

(1) ทำชุดเดียวขายได้ทั่วโลก

ธุรกิจเกมออนไลน์คือการ “ขายสิทธิ์” ผู้ที่สนใจเล่นจะต้องจ่ายค่าบริการเป็นค่าซื้อสิทธิ์ในการเล่นก่อนจึงจะสามารถเข้าถึง (access) ตัวเกมได้ เท่ากับว่าเนื้อหาของเกมไม่ได้ถูกซื้อขายหรือเปลี่ยนมือเจ้าของแต่อย่างใด ลักษณะคล้ายกับบริการขายข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันในระหว่างที่เล่นเกมออนไลน์ผู้เล่นไม่สามารถครอบครองเนื้อหาของเกมนั้นได้เลย ถึงแม้จะพยายาม save ไว้ในแผ่น diskette หรือ hard drive ก็ทำไม่ได้ เนื่องจากเนื้อหาของเกมถูกโปรแกรมไว้แล้วให้ทำงานจาก server ดันทางเท่านั้น

ประโยชน์ที่เห็นได้ชัดคือ โอกาสที่เนื้อหาของเกมจะถูกนำไปก๊อปปี้มีน้อยมาก source code ของเกมจะได้รับการปกป้องเป็นอย่างดี โดยถูกเก็บไว้ใน server ซึ่งมีระบบคุ้มกันการโจรกรรมข้อมูลแน่นหนา เมื่อธุรกิจเกมออนไลน์ไม่มีความจำเป็นต้องผลิตเป็น CD-ROM ดันทุนจึงต่ำลง (แต่จะเพิ่มขึ้นในส่วน of ค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตและพื้นที่เก็บข้อมูลใน server)

(2) เล่นผ่านอินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เล่นเกมออนไลน์สามารถเข้าถึงเนื้อหาของเกมได้ทางเดียวคือผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีสื่อให้เลือก 2 ช่องทางคือ คอมพิวเตอร์ PC และเครื่องคอนโซล

(3) สามารถเล่นได้หลายคนพร้อมกัน

การที่เกมออนไลน์เก็บเนื้อหาของเกมไว้ใน server farm และผู้เล่นเข้าถึงเกมได้โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำให้เกมออนไลน์สามารถรองรับผู้เล่นเกมเดียวกันในเวลาเดียวกันได้เป็นจำนวนมาก โดยที่ผู้เล่นเกมเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ตัวอย่างเช่น เกม Final Fantasy XI ผลิตโดยบริษัท Square-Enix ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเกมหนึ่งของชาวญี่ปุ่นในขณะนี้ ใช้ server ทำงานทั้งหมดจำนวน 37 ตัว สามารถรองรับผู้เล่นจากจังหวัดต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลกพร้อมกันได้ถึง 80,000 คน

(4) พูดคุยกันได้ (Chat)

เกมออนไลน์หลายเกมถูกโปรแกรมให้ผู้เล่นสามารถพูดคุย (chat) ถึงกันได้ ลักษณะเหมือนการ chat ทั่วไปในอินเทอร์เน็ต ผู้เล่นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปสามารถทักทายหรือถามตอบโดยการพิมพ์ข้อความโต้ตอบกันสดๆ (real time) chat ช่วยเพิ่มความสุขให้กับเกม ผู้เล่นสามารถแนะนำตัว ทำความรู้จักและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ในบางกรณีอาจช่วยเหลือกันได้เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตกอยู่ในภาวะคับขันในเรื่อง เป็นคุณลักษณะพิเศษเฉพาะเกมออนไลน์เท่านั้นที่ทำได้

(5) เกิดสังคมขึ้นในเกม (Virtual Society)

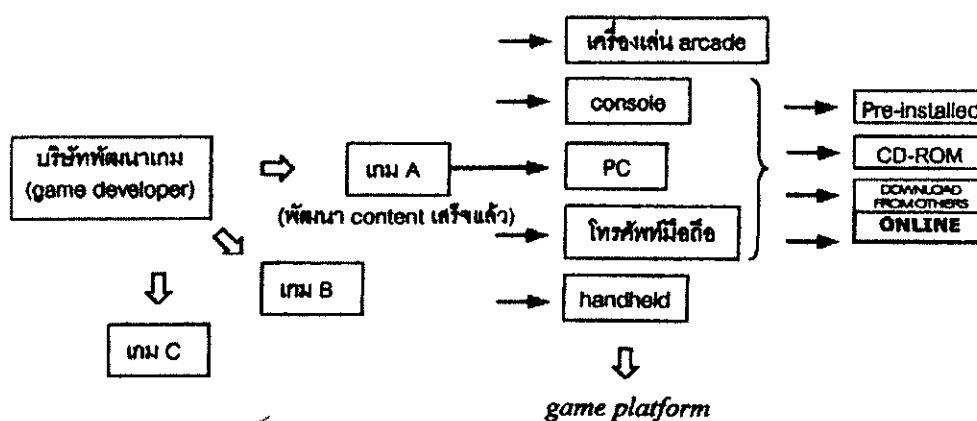
เกมเปรียบเสมือนโลกๆ หนึ่ง ผู้พัฒนาเกมออนไลน์โดยทั่วไปจะสร้าง “ฉากใหญ่” ขึ้นหนึ่งฉากโดยมีฉากย่อยอีกหลายฉากประกอบกันเพื่อไม่ให้ผู้เล่นรู้สึกจำเจ ยกตัวอย่างเช่นเกมประเภท MMORPG (Massive Multi-player Online Role-Playing Game) นิยมสร้างฉากเป็นเมือง ในเมืองมีฉากย่อยเช่นตลาดและย่านการค้า ออกนอกเมืองไปจะเป็น ฉากในป่า ทะเลทราย และที่กันดาร เป้าหมายการเล่นเกมประเภท MMORPG คือให้ผู้เล่น พัฒนาตัวเองไปสู่ระดับสูงสุดที่จะทำได้ โดยสร้าง character ของตัวเองขึ้น 1 ตัว เลือกอาชีพที่ ชอบ เช่น อัศวิน นักยิงธนู นักดนตรี พ่อมด หรือพ่อค้า แล้วพยายามพัฒนา character (พัฒนา ตัวเอง) ให้เก่งในวิชาชีพนั้น เมื่อผู้เล่นเดินทางไปพบอุปสรรคเช่นอสูรร้ายในเรื่องต้องรู้จักฝึก ป้องกันตัวเองเพื่อความอยู่รอด และเมื่อค้นพบของมีค่าต้องเก็บไว้เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนเป็น เสื้อผ้าหรือของใช้ที่ตนเองกำลังขาดแคลน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพลังชีวิตและทำให้ผู้เล่นสามารถ ผ่านเข้าสู่เกมระดับสูงขึ้น เห็นได้ว่าเป้าหมายของเกมประเภท MMORPG ไม่ได้อยู่ที่การแพ้ ชนะเหมือนเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไป ความสนุกอยู่ที่การได้เข้ามาเป็นตัวละครตัวหนึ่งในเมืองๆ หนึ่ง ได้พัฒนาตัวเองไปพร้อมกับตัวละครตัวอื่น (ผู้เล่นคนอื่น) สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยน ความรู้และสิ่งของซึ่งกันและกันโดยการ chat เกิดเป็นการติดต่อทางสังคมในเกมอย่างไม่มี พรหมแดน ผู้เล่นจึงรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนโลก (วารสาร ตื่นเกิด ฉบับวันที่ 8 มกราคม 2546) ยกตัวอย่างเช่น เกม Pangya ที่เปิดให้บริการอยู่ในเมืองไทยขณะนี้ บางวันมี ผู้เข้ามาเล่นใน server ในเวลาเดียวกันถึง 50,000 คน (www.pangya.in.th) นั้นหมายความว่าผู้เล่นคนใดที่เล่นอยู่ใน server เดียวกันสามารถทักทายและทำความรู้จักผู้เล่นคนอื่นๆ เป็น จำนวนถึง 49,999 คน

(6) ชำระเงินผ่านออนไลน์

ธุรกิจเกมออนไลน์ไม่มีหน้าร้าน ผู้เล่นจึงไม่สามารถจ่ายเป็นเงินสด รูปแบบการชำระเงินที่นิยมใช้ในต่างประเทศคือ จ่ายผ่านบัตรเครดิต แต่สำหรับในเมืองไทย ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นเด็กและวัยรุ่นที่ยังไม่มีบัตรเครดิต ดังนั้นทางเลือกจึงเป็นการหักบัญชี ธนาคารผ่านบัตร ATM จ่ายผ่านหน้าจอ หรือขายควบไปกับบัตรช้อปปิ้งอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันบริษัทที่เปิดให้บริการเกมออนไลน์ยังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาวิธี เก็บเงินผู้เล่นที่เหมาะสม จึงยังไม่มีตัวอย่างรูปแบบการเก็บเงินให้ศึกษา

แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเกมออนไลน์กับเกมคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเกมออนไลน์กับเกมคอมพิวเตอร์

ที่มา : วิทยานิพนธ์ เรื่องโครงการจัดตั้งธุรกิจเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2545

เกม คือสินค้าตัวหนึ่ง บริษัทพัฒนาเกมมีหน้าที่พัฒนาสินค้าของตนเอง ออกสู่ตลาด อาจเลือกพัฒนาที่ละเกม (game content A) หรือหลายเกมพร้อมๆ กัน (game A, B, C) ก่อนลงมือเขียนโปรแกรมเกม ผู้พัฒนาจะต้องทราบล่วงหน้าว่าจะพัฒนาเกมนั้นเพื่อเล่นกับเครื่องเล่นชนิดใด (game platform) เนื่องจากโปรแกรมเกมที่เขียนขึ้นสำหรับ platform หนึ่งไม่สามารถนำไปใช้กับ platform อื่นได้นอกจากเสียจากได้ทำการแปลงรหัสแล้ว (source code modification)

อุปกรณ์ (Platform)

Platform หรืออุปกรณ์เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีทั้งหมด 5 ประเภท ประกอบด้วย เครื่องเล่นอาเขต เครื่องคอนโซล คอมพิวเตอร์ PC โทรศัพท์มือถือ และเกมพกพา (handheld) และทุกประเภทมีระบบรองรับเกมออนไลน์

(1) เครื่องเล่นที่มีลักษณะเป็นตู้ (Arcade Game)

ส่วนใหญ่ทำงานด้วยระบบหยอดเหรียญและเปิดให้บริการอยู่ตามศูนย์การค้า เนื้อหาของเกมซึ่งเขียนขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ถูกบรรจุไว้ใน main board ซึ่งจะควบคุมการทำงานของภาพ เสียง และกลไกสำหรับให้ผู้เล่นบังคับตัวละครในเกมได้อย่างถูกจังหวะและคล่องจองตามสั่ง (synchronized) ในปัจจุบันเครื่องเล่นเกมประเภทนี้ได้ถูกพัฒนาให้สามารถมีพอร์ตในการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต และสามารถบันทึกข้อมูลของผู้เล่นไปยังเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทผู้พัฒนาเกมได้แล้ว

(2) คอมพิวเตอร์พีซี (PC)

อุปกรณ์สำนักงานตัวนี้นอกจากจะมีบทบาทสำคัญกับองค์กรและชีวิตการทำงานของเราแล้ว ยังเป็นหน้าต่างแห่งความบันเทิงที่ยอดเยี่ยมอีกด้วย เกมใน PC แบ่งตามลักษณะที่มาได้ 4 แบบ คือ เกมที่ติดมากับตัวเครื่อง (pre-installed) เกมที่ผู้เล่นจัดหาซอฟต์แวร์มาติดตั้งด้วยตนเอง (ในรูปแบบของCD-ROM) เกมที่ผู้เล่นดาวโหลดมาจากเว็บไซต์อื่นๆ และเกมที่ผู้เล่นเป็นฝ่ายเข้าถึงตัวเกมโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเกมออนไลน์นั่นเอง

เกมคอมพิวเตอร์ใช้ทรัพยากรในเครื่องอย่างมหาศาล ตัวอย่างการเลือกใช้ PC ที่มีขีดความสามารถ (specification) เพื่อการเล่นเกม World of Warcraft (<http://www.worldofwarcraft.com>) ที่ราบรีน มีรายละเอียดดังนี้

- 1) CPU Intel Pentium IV 1.5 GHz or AMD XP 1500+ MHz
- 2) RAM 1,024 MB
- 3) Hard Disk 30 GB
- 4) การ์ดแสดงผล 64 MB 3D graphics card ที่มีเทคโนโลยี Hardware Transform and Lighting (NVIDIA GeForce FX 5700 ขึ้นไป)
- 5) Broadband Internet connection
- 6) การ์ดเสียง Soundblaster Live

(3) เครื่องเล่นคอนโซล (Console)

จัดเป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ประเภท home entertainment รูปทรงเป็นกล่องแบนคล้ายเครื่องเล่น DVD ตามบ้านแต่ขนาดเล็กกว่า ขณะที่เขียนแผนธุรกิจฉบับนี้มี console game วางตลาดอยู่ในโลก 3 ยี่ห้อ

1) เพลย์สเตชัน 2 (PLAYSTATION 2 : PS2)

ผลิตโดยบริษัท Sony Computer Entertainment ประเทศญี่ปุ่น วางตลาดปี 2543 ถือเป็นเจนเนอเรชันที่สองนับตั้งแต่ Playstation เปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี 2537 ยอดขาย Playstation 2 ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2545 มีจำนวน 40 ล้านเครื่องทั่วโลก (กรุงเทพฯ, 30 กันยายน 2545) ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ 80% ราคาขายปลีกในเมืองไทยเครื่องละ 11,990 บาท ส่วนซอฟต์แวร์เกมของแท้มีราคาตั้งแต่ 1,200 บาท ถึง 3,500 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทของเกมและอุปกรณ์เสริม (accessories)

Playstation 2 มีคุณสมบัติเหมือนเครื่องเล่น DVD แต่พิเศษกว่าตรงที่สามารถอ่านแผ่นซอฟต์แวร์เกมที่ผลิตโดยบริษัท Sony (แต่ไม่สามารถอ่านแผ่นที่ผลิตสำหรับคอนโซลเกมยี่ห้ออื่น) เมื่อจะเล่นผู้เล่นต้องใส่แผ่นเกมที่ต้องการเล่นซึ่งมีลักษณะเหมือนแผ่น CD-ROM ให้เครื่องอ่านก่อน จากนั้นเสียบสาย audio / video จาก PS2 ไปยังจอทีวีเพื่อดู

ภาพและฟังเสียงจากเกม ด้านหน้าของ PS2 มีแป้นบังคับ (control pad) พร้อมสายยาวประมาณ 3 ฟุต เสียบอยู่ สามารถรองรับผู้เล่นได้พร้อมกัน 2 คน

Feature ล่าสุดที่ Sony เพิ่มให้กับ PS2 และเพิ่งเปิดตัวเมื่อเดือนกรกฎาคมปีที่แล้ว คือ ระบบเกมออนไลน์ ซึ่งต้องใช้อุปกรณ์เสริม 3 ชิ้น คือ Network Adapter, modem และหน่วยความจำ 40 GB สำหรับเก็บเนื้อหาเกมบางส่วนซึ่งเป็นไฟล์ขนาดใหญ่ ปัจจุบันมีผู้เล่นเกมออนไลน์โดยใช้ PS2 ประมาณ 2 ล้านคนทั่วโลก ตัวเลขนี้มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นทุกเดือน (วชิระ ปฏิการมก, 11 ธันวาคม 2545)

2) เอ็กซ์-บ็อกซ์ (X-Box)

ผลงานของบริษัท Microsoft Corporation ซึ่งมีนายบิล เกตส์ เป็นประธานบริษัท วางตลาดในอเมริกาช่วงคริสต์มาสปี 2544 ปัจจุบันมีจำหน่ายในญี่ปุ่น เอเชีย และยุโรป ยอดขายในไตรมาสที่ 3 ของปี 2545 ประมาณ 4 ล้านเครื่อง ได้ส่วนแบ่งตลาดทั่วโลกประมาณ 15%

X-Box มีคุณสมบัติคล้าย PS2 แต่ใช้ microprocessor ที่ทำงานเร็วกว่าของ PS2 เล็กน้อยและมีหน่วยความจำมากกว่า X-Box เปิดตัว online service เมื่อเดือนธันวาคม 2545 ผู้เล่นเกมออนไลน์จะต้องซื้ออุปกรณ์เสริมที่เรียกว่า Xbox Live Starter Set จุดที่ Microsoft บริหารธุรกิจเกมออนไลน์แตกต่างไปจาก Sony คือลงทุนวางระบบ broadband internet เป็นของตนเอง ใช้ชื่อว่า Xbox Live Service ผู้ที่ต้องการเล่นเกมออนไลน์ไม่ว่าจะอยู่ประเทศใดจะต้องสมัครเข้ามาในระบบนี้ก่อนโดยจ่ายค่าบริการรายปีให้กับ Microsoft เป็นเงิน USD 49.95 และก่อนลงมือเล่นจะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์เกมอีกต่างหาก สำหรับเจ้าของลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ที่สนใจจะใช้ Xbox เป็น platform จะต้องลงทะเบียนกับ Microsoft ด้วยเช่นกันเพื่อให้ Microsoft สามารถควบคุมปริมาณ traffic และช่วยเหลือผู้เล่นได้ทันทั่วทั้งที่เมื่อประสบปัญหา คาดว่าปัจจุบันมีผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านทาง Xbox ประมาณ 50,000 คนทั่วโลก (นิตยสาร MEGA, 23 พฤษภาคม 2545)

3) เกมคิว (Game Cube)

เป็นของบริษัท Nintendo Corporation Japan เจ้าของและผู้ผลิตเกม "Mario" ที่สร้างชื่อเสียงไว้ทั่วโลก Game Cube เข้าสู่ตลาดเกมคอนโซลปีเดียวกับ Xbox และเปิดบริการเกมออนไลน์ในเวลาไล่เลี่ยกัน รูปแบบการทำธุรกิจเกมออนไลน์ของ Nintendo คล้ายกับของ Sony คือให้อิสระผู้เล่นที่จะเลือกคุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง (เช่น 56k หรือ ADSL) และชำระค่าลิขสิทธิ์เกมกับเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง คาดว่าปัจจุบันมีผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านทาง Game Cube ประมาณ 30,000 คนทั่วโลก (วชิระ ปฏิการมก, 11 ธันวาคม 2545)

(4) เครื่องเล่นเกมพกพา (Handheld Gaming Device)

ตลาดเครื่องเล่นเกมพกพาต้องยกให้แบรนด์ Game Boy ของบริษัท Nintendo Corporation Japan ถือเป็นผู้ครองตลาดโลกแต่เพียงผู้เดียว ถึงแม้จะมียี่ห้ออื่นอีก 2-3 แบรนด์แต่คุณภาพและความนิยมเทียบกันไม่ได้

เครื่องเล่นเกมพกพาถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้เล่นที่อยากเล่นเกมนอกบ้าน เกมใน Game Boy มีลักษณะเป็นดัดลบ ขนาดเล็กประมาณดัดลบเทป DVD แต่บางกว่า เล่นได้ที่ละเกม ปัจจุบัน Nintendo พัฒนา Game Boy ให้มีอุปกรณ์เสริมมากมายเช่น กล้องบันทึกภาพวิดีโอและระบบไร้สาย (wireless) เพื่อให้ผู้เล่นสามารถเล่นด้วยกันได้พร้อมกันถึง 16 คน และในปัจจุบันทางผู้ผลิตเครื่องเกมแบบพกพาได้พัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถเชื่อมต่อกับระบบออนไลน์ได้แล้ว ทำให้สามารถเล่นเกมอย่าง Game Boy สามารถเชื่อมต่อเข้ากับเซิร์ฟเวอร์กลางของบริษัทผู้พัฒนาเกม เพื่อเล่นเกมออนไลน์ที่เชื่อมต่อผู้เล่นคนอื่นจากทั่วโลก

(5) โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone)

เทคโนโลยี GPRS (General Package Radio Service) และภาษา JAVA ช่วยให้โทรศัพท์มือถือกลายเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ที่ชอบเล่นเกม บริษัท Do Co Mo ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้บุกเบิกบริการเล่นเกมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2544 โดยติดตั้งเซิร์ฟเวอร์ไว้ที่บริษัทพัฒนาเกม ผู้เล่นสามารถ access เกมผ่านทางบริษัทโทรศัพท์ ในปีแรกที่ Do Co Mo เปิดให้บริการเกมออนไลน์ปรากฏว่ามีหนุ่มสาวญี่ปุ่นสมัครบริการนี้เป็นจำนวนมากกว่า 2 ล้านคนทั่วประเทศ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 6 กรกฎาคม 2543) กล่าวโดยสรุปแล้ว เกมออนไลน์สามารถเล่นได้ทุกทางคือ ทั้ง เครื่องเล่นที่มีลักษณะเป็นตู้, คอมพิวเตอร์ PC, เครื่องคอนโซล, เครื่องเล่นเกมแบบพกพา และโทรศัพท์มือถือ

ประเภทของเกมออนไลน์

เกมออนไลน์สามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทใหญ่ประมาณ 4 ประเภท ได้แก่

(1) แอคชั่นเกม (Action game) เป็นเกมที่เน้นในเรื่องของความเร็ว ออกแบบเกมให้ผู้เล่นสามารถยืดหยุ่นได้มากแต่มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องมาก

(2) แอดเวนเจอร์ (Adventure game) เป็นเกมที่เน้นการแก้ปัญหาแบบ ลุกโซ้ในกรอบที่ค่อนข้างจำกัด ต้องการให้ผู้เล่นมีวินัยและมีการคิดอย่างเป็นระบบ เกมส่วนใหญ่ ถูกออกแบบมาในระยะของ Arcade game ในช่วงศตวรรษ 1980

(3) ซิมูเลชันเกม (Simulation game) เป็นเกมที่เน้นรูปแบบเสมือนจริง โดยทั่วไปมักจะกำหนดให้ผู้เล่นต้องจดจำกฎการเล่นและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก

(4) สเตทจี้เกม (Strategy game) เป็นเกมที่เน้นความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ของผู้เล่น เช่น การขาดแคลนทรัพยากรหรือกำลังพลสนับสนุน Strategy game อาจแบ่งออกได้ 2 ประเภท ได้แก่ Real-time Strategy game เป็นการเล่นเกมอย่างต่อเนื่อง โดยไม่สามารถหยุดพักได้ และ Turn-based Strategy game ที่ผู้เล่นสามารถย้ายไปเล่นยังสถานการณ์ใหม่ได้หากผู้เล่นอีกฝ่ายเปลี่ยนสถานการณ์การเล่นใหม่ก่อน

ปัจจุบันเกมออนไลน์ได้มีการพัฒนารูปแบบของเกมใหม่ในรูปแบบ Role Playing Game (RPG) ซึ่งผู้เล่นจำนวนมาก (หลายพันคน) สามารถเล่นเกมเดียวกันบน Server เดียวกันในเวลาเดียวกันทั่วโลก ภาพกราฟฟิคในเกมถูกออกแบบด้วยระบบ MUD หรือที่รู้จักกันในนามของ MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game) (www.game-research.com/index.php/dictionary/)

ประวัติความเป็นมาของเกมออนไลน์ในประเทศไทย

จากข้อมูลเบื้องต้นที่รวบรวมโดยนิตยสารคอมพิวเตอร์ของไทยพบว่ากว่า 90% ของวัยรุ่นไทยประมาณ 48,000 คนส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยทั้งเพศชายและหญิงนิยมเล่นเกมออนไลน์ทาง PC มากกว่าคอนโซลเนื่องจากส่วนใหญ่มี PC อยู่ที่บ้านและไม่ต้องซื้อซอฟต์แวร์ที่รองรับการเล่นระบบออนไลน์ เพียงต่อเชื่อม PC กับอินเทอร์เน็ตและชำระค่าธรรมเนียมในการเข้าเล่น (Air time) ก็สามารถเล่นได้ทันที เสน่ห์ของเกมออนไลน์อยู่ที่ Multiplayer หรือผู้เล่นสามารถเล่นเกมเดียวกันได้หลายคนแต่ละคนสามารถ chat หรือคุยกันโดยพิมพ์ข้อความส่งถึงกันได้ความสนุกจึงอยู่ที่ผู้เล่นมีโอกาสทำความรู้จักกับผู้เล่นคนอื่นๆ ไปด้วยขณะที่เล่น

ปัจจุบันบริษัทยักษ์ใหญ่ค่ายต่างๆ ที่ผลิตเกม เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเริ่มตระหนักและให้ความสำคัญต่อการหันมาให้ธุรกิจเกมผ่านระบบออนไลน์ สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากปัญหาการถูกละเมิดลิขสิทธิ์โดยถูกสำเนาและขายในราคาถูกทำให้บริษัทเสียผลประโยชน์ไปเป็นจำนวนมาก ดังนั้นยักษ์ใหญ่เหล่านี้ต่างหันมาพัฒนาเกมออนไลน์ที่มีความสมจริงและน่าสนใจและการลักลอบทำสำเนาสามารถทำได้ยาก และเมื่อพิจารณาในเรื่องของการคืนทุนแล้วพบว่าสามารถคืนทุนภายในระยะเวลาสั้น (ตัวอย่างบริษัท BM MEDIA เจ้าของลิขสิทธิ์เกม Ragnarok ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มวัยรุ่นไทยในปัจจุบันสามารถคืนทุนได้ภายใน 1 เดือนแรก อย่างไรก็ตามแม้เกมออนไลน์ของยักษ์ใหญ่เหล่านี้จะได้รับความนิยมแต่ปัจจุบันยังไม่แพร่หลายมากนักในประเทศไทย เนื่องจากจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เช่น ADSL ในกรณีที่เป็นเครื่อง Play station เจ้าของร้านที่วีเกมต้องลงทุนซื้อซอฟต์แวร์ที่รองรับการเล่นระบบออนไลน์และต้องจ่ายค่าเล่นเกมเป็นชั่วโมง หรือต้องจ่ายค่าสมาชิกก่อนจึงจะเล่นได้ซึ่งค่าธรรมเนียมที่กำหนดไว้ราคาค่อนข้างสูง

ในฐานะผู้นำตลาดด้านบริการเครื่องเล่นเกมในประเทศไทย บริษัทแกล็คซี่ ได้รับผลกระทบจากยอดขายเครื่องเล่นเกมซึ่งลดลง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ลูกค้าหันไปเล่นเกมออนไลน์ ดังนั้นบริษัทจึงเห็นควรศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจเกมออนไลน์ให้มีกำไรเป็นแห่งแรกของประเทศไทย โดยมีเกมให้เลือกหลากหลายประเภท บริษัทจะทำตัวเป็น Host มี Server เป็นของตนเองซึ่งช่วยให้ผู้เล่นสามารถเข้ามาเล่นเกมของบริษัทได้สะดวก อินเทอร์เน็ตไม่หลุดง่าย และสามารถเล่นกับผู้เล่นรายอื่นได้หลายคนพร้อมกัน โดยมีขอบเขตบริการเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้จะเป็นสินค้าใหม่ซึ่งช่วยเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทแล้วยังสามารถรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดด้านบริการเกมในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง ดังนั้นงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมุ่งความสนใจไปที่ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจเกมออนไลน์โดยเน้นศึกษาดตลาดในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเขตที่มีความพร้อมด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตที่พร้อมที่สุด โดยสำรวจความต้องการของตลาด เพื่อวิเคราะห์การลงทุนซึ่งนำไปสู่ model เหมาะสมที่จะสร้างกำไรสูงสุดให้แก่บริษัท ABC ต่อไป

ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในเมืองไทยมีหลายราย เกือบทั้งหมดเป็นเว็บไซต์และ search engine อย่างเช่น www.sanook.com, www.panthip.com และ www.shinee.com เนื่องจากบทบาทหลักของเว็บเหล่านี้คือเป็นประตูสู่เว็บไซต์อื่นๆ และให้ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้ที่เข้ามาในเว็บไซต์ของตนเอง ดังนั้นเกมบนเว็บเหล่านี้จึงมีความสำคัญเป็นเพียงแค่ตัวประกอบ ยังไม่ใช่จุดดึงดูดหลักและไม่ถือว่าเป็นคู่แข่งโดยตรง

ในเมืองไทยขณะนี้ไม่มีเพียงไม่กี่บริษัท ที่ให้บริการเกมออนไลน์อย่างจริงจัง อันได้แก่ Asiasoft, Ini3 และ True Digital ถึงแม้บางเกมออนไลน์ของบางบริษัทจะยังไม่สามารถเก็บค่าบริการได้ (อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมในกรณีศึกษา) แต่ถือว่า ทั้ง 3 บริษัท เป็นผู้นำปัจจุบันในธุรกิจนี้

เกมคอมพิวเตอร์จัดเป็นความบันเทิงอิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งในเมืองไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่นและคนหนุ่มสาว (กรุงเทพฯ ธุรกิจ 26 มิ.ย. 45) เนื่องจากมีการดำเนินเรื่องชวนให้ติดตามเหมือนภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหว (computer graphic and animation) ฉากประกอบ คำบรรยายเนื้อเรื่อง เสียงพูดของตัวละคร ชวาร์นอฟเฟด และข้อความที่ปรากฏอยู่บนจอภาพ ยิ่งไปกว่านั้นเกมคอมพิวเตอร์บางเกม มี "ระบบสัมผัส" สามารถถ่ายทอดความรู้สึกถึงผู้เล่นได้เช่น เมื่อถูกคู่ต่อสู้ต่อยผู้เล่นจะรู้สึกได้ผ่านทางแป้นบังคับการเล่น (control pad) ที่มีระบบสั่น (vibrate) ด้วยคุณภาพของภาพ เสียง และเทคนิคเหล่านี้ทำให้เกมคอมพิวเตอร์สะกดตา ดึงดูดความสนใจทั้งเด็ก วัยรุ่น และคนหนุ่มสาว (กรุงเทพฯ ธุรกิจ 26 มิ.ย. 45)

แต่สิ่งที่ทำให้เกมคอมพิวเตอร์ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงลูกค้าเป็นจำนวนมากกว่าภาพยนตร์บางเรื่องหรือของเล่นชนิดใดในโลกก็คือ การที่ผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์ (interact) กับเนื้อเรื่องและตัวละครในเกมได้โดยสวมบทบาทเป็นตัวละครในเรื่องและควบคุม

อิริยาบถต่างๆ ได้เช่น ขยับแขน เดิน กระโดด และป้องกันตัว ทำให้ผู้เล่นสามารถปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายเช่น หาสมบัติ ต่อสู้ด้วยมือเปล่า ใช้อาวุธ (ปืน) ยิงผู้ร้าย แข่งกีฬา ขับรถแข่ง วางแผนเพื่อชนะสงคราม วางแผนบริหารธุรกิจ หรือขบคิดไขปัญหา (quiz game) คุณสมบัติพิเศษส่วนนี้เองที่ทำให้เกมคอมพิวเตอร์สามารถปลุกเร้าอารมณ์ผู้เล่นให้ตื่นเต้น ตื่นตา หัวเราะ หวาดเสียว ลุ้น เกร็ง รวมไปถึงอารมณ์หงุดหงิด โกรธ และผิดหวังเมื่อเล่นแพ้

โดยสรุปแล้ว เกมคอมพิวเตอร์นำเทคนิคการผลิตภาพยนตร์และการ์ตูนมาสร้างเป็นความบันเทิงในรูปแบบที่ผู้เล่นสามารถโต้ตอบกับตัวละครในเรื่องได้ เกมที่สร้างสรรค์อย่างเช่น Tomb Raider (เกมผจญภัย), Winning Eleven 6 (ฟุตบอล), และ Sim City 3000 (วางแผนสร้างเมือง) สามารถกระตุ้นความคิดและท้าทายความสามารถของผู้เล่นชนิดที่เข้าถึงอารมณ์ของผู้เล่นอย่างที่ไม่มีย่ออื่นใดทำได้ (CNET : news.com) ปัจจุบันการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ได้กลายเป็นกิจกรรมที่วัยรุ่นไทยชื่นชอบเป็นอันดับ 5 รองจากการรับประทานอาหารนอกบ้าน ช้อปปิ้ง ชมภาพยนตร์ และฟังเพลง (นิตยสารแบรนด์แอนด์ดูแลค 2543)

เกมที่ทำขึ้นในเมืองไทยและที่เปิดให้บริการออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเกมประเภท puzzle เหตุผลเพราะเขียนโปรแกรมง่าย ไม่ต้องมีตัวละครให้ผู้เล่นบังคับ ภาพที่ปรากฏในเกมส่วนมาเป็นภาพนิ่งและเคลื่อนไหวแบบง่ายๆ เช่น หางายไฟ เกม puzzle ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในเมืองไทยช่วงปี 2543-2544 คือเกมจับผิดภาพหรือ Photo Hunt วัยรุ่นไทยจำนวนมากนิยมเล่นเกมนี้ทางตู้หยอดเหรียญในศูนย์การค้า

นอกจากนี้ยังมีเกมกลุ่มย่อยอื่นๆ เช่น Comical Fantasy, Action Adventure, Survivor Horror Adventure, Board Game, Simulation RPG และ Variety โดยสรุปเนื้อหาของเกมคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกันคือ

(1) เน้นความอยู่รอด ผู้เล่นมีหน้าที่ควบคุมตัวละครที่เขาเล่นอยู่ให้รอดพ้นจากอันตรายต่างๆ รวมถึงศัตรูที่จ้องทำร้ายและกับดักที่รออยู่ข้างหน้า

(2) ต้องแข่งกับเวลา หากปฏิบัติภารกิจเสร็จภายในเวลาที่กำหนดจะได้เวลาโบนัสคือเล่นได้นานขึ้น หรือได้ผ่านเข้าสู่ระดับของเกมที่สูงขึ้นไป แต่ถ้าหมดเวลาเสียก่อนเกมก็จะจบลง (game over)

(3) ได้รางวัลตอบแทน เช่น เมื่อผู้เล่นเอาชนะคู่ต่อสู้ได้จะได้คะแนนพลังต่อสู้เพิ่มขึ้น หากเก็บของสำคัญได้สามารถนำไปแลกอาวุธหรือของมีค่า และถ้าควบคุมตัวละครให้อยู่รอดในเกมได้นานจะได้พลังชีวิตเพิ่มขึ้น

(4) ความเข้าใจในเกมและการฝึกฝนนำไปสู่ชัยชนะ ผู้เล่นจะสามารถบังคับตัวละครในเกมได้คล่องแคล่วหรือไม่ ต้องเรียนรู้ให้เข้าใจการทำงานของปุ่มและคันโยกเสียก่อนจะทำคะแนนได้มากหรือน้อยต้องศึกษาวิธีเล่น และจะสามารถเล่นเกมระดับสูงซับซ้อนได้ต้องรู้

เทคนิคพิเศษสำหรับเล่นให้ผ่านสถานการณ์นั้นๆ หรือเพื่อเอาชนะคู่ต่อสู้ ผู้ที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์เก่งจึงไม่ใช่โชคช่วยแต่ต้องมาจากการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะเท่านั้น

ตลาดเกมออนไลน์

ตลาดเกมออนไลน์ในต่างประเทศ

เกมออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ใหม่ในวงการซอฟต์แวร์ทั่วโลก(www.game-research.com) สื่อบันเทิงอิเล็กทรอนิกส์ตัวนี้บ่งบอกถึงผลงาน สุดยอดซอฟต์แวร์ประมวลผล สุดยอดความบันเทิงเพราะเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้ตอบโต้ ไม่ได้เป็นเพียงแค่เกมแต่คือของเล่นที่น่าเล่นที่สุด

อเมริกา ยุโรป เกาหลี และญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาตลาดเกมออนไลน์ รัฐบาลเกาหลีสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทำให้เกาหลีเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตด้าน broadband internet เร็วที่สุดในโลก เป็นผู้นำของโลกด้านการพัฒนาเกมออนไลน์ และบริษัทพัฒนาเกมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เกมออนไลน์ที่ติดอันดับ top ten ของโลกสามารถทำรายได้เฉลี่ยเกมละกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (4,400 ล้านบาท) บริษัทพัฒนาเกมออนไลน์ที่มีชื่อเสียงได้แก่ NC Soft, Electronic Arts, Square/Enix, Eidos, Sega และ Sony Entertainment

ในปี 2545 ตลาดเกมออนไลน์ทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 210 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 9,240 ล้านบาท (CNET : news.com) บริษัท IDC ซึ่งเป็นบริษัทฐานข้อมูลให้กับธุรกิจต่างๆ ทั่วโลกคาดการณ์ว่า เมื่อถึงปี 2547 ธุรกิจเกมออนไลน์ทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (74,800 ล้านบาท) ในขณะที่บริษัท DFC Intelligence คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (52,800 ล้านบาท) และจะมีผู้เล่นเกมออนไลน์ทั่วโลกประมาณ 114 ล้านคนในปี 2549

ตลาดเกมออนไลน์ในประเทศไทย

เกมออนไลน์ในเมืองไทยเริ่มเปิดให้บริการในช่วงปี พ.ศ. 2537-2538 (ศักดิ์ศิริ จามพันธ์, 2546) ส่วนใหญ่เป็นเกมที่คนไทยเขียนโปรแกรมขึ้นเองประเภท puzzle คือทายปัญหา จับผิดภาพ เกมไฟและหมากรุกกระดาน มีบางเกมที่มีตัวละครให้ผู้เล่นควบคุมการเคลื่อนไหวแต่ก็เป็นแบบง่ายๆ เช่น วิ่งและหยิบสังข์ทอง เนื่องจากเป็นปรากฏการณ์ครั้งแรกในเมืองไทยที่ผู้เล่นสามารถเล่นเกมเดียวกันได้พร้อมกันหลายๆ คน โดยไม่ต้องอยู่สถานที่เดียวกัน และเล่นได้ฟรีตามเว็บท่า (web portal) เช่น www.yahoo.com, www.sanook.com และ www.pantip.com จึงได้รับความสนใจพอสมควร ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นระดับมัธยมศึกษา และมหาวิทยาลัยที่ชอบใช้อินเทอร์เน็ต

ตลาดเกมออนไลน์ในเมืองไทยได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศโดยตรง วัยรุ่นไทยที่ได้เล่นเกมStarcraft (ประเภท strategy) ผ่านทางเว็บไซต์ต่างประเทศชื่อ www.battle.net เกิดแรงบันดาลใจที่จะแปลเป็นภาษาไทยเพื่อให้ได้อรรถรสยิ่งขึ้น ประมาณปี พ.ศ. 2539 นักเรียนไทยคนหนึ่งสามารถแปลเกม Dragon Quest 1 ได้สำเร็จขณะที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมหนึ่ง เขา post ผลงานไว้ในเว็บไซต์ของเขาเองแล้วเปิดให้ผู้สนใจดาวน์โหลดเล่นฟรี

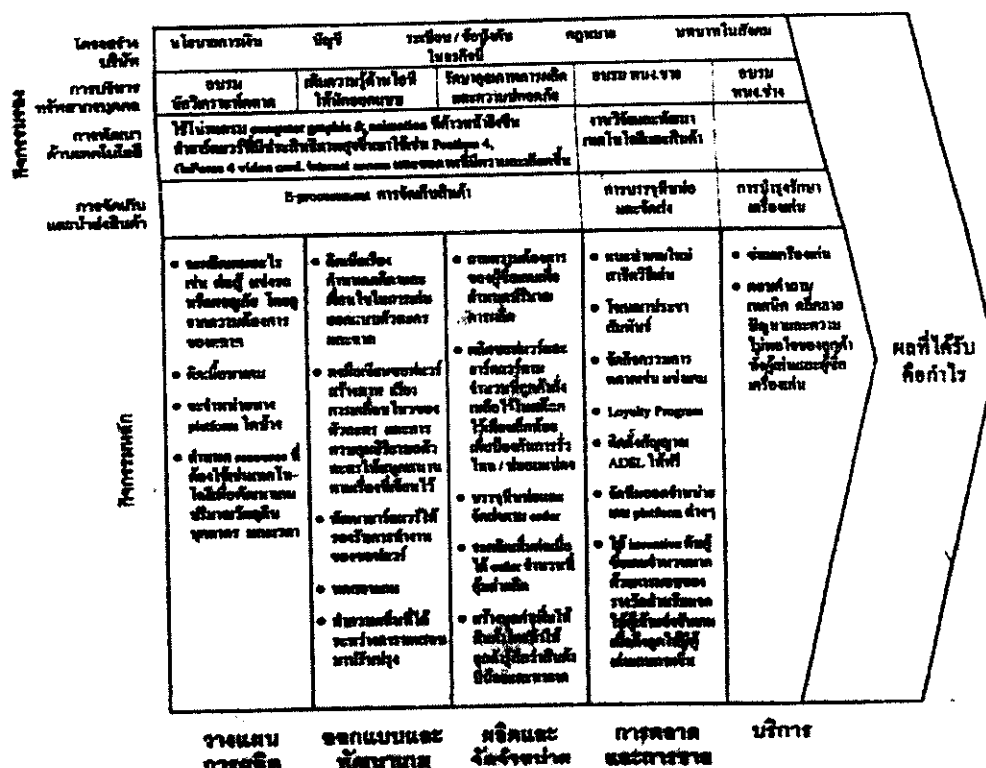
ปี 2540 ระบบอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยได้รับการพัฒนาให้รับส่งข้อมูลได้เร็วขึ้นและค่าบริการถูกลง วัยรุ่นไทยจึงเริ่มเล่นเกมออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยเล่นที่บ้านแทบทั้งหมด (ภาพกราฟฟิคใช้เวลานานในการดาวน์โหลด หากไปเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ตจะไม่คุ้มกับค่าบริการซึ่งคิดเป็นชั่วโมง) เกมที่นิยมเล่นส่วนใหญ่จะเป็นเกมประเภท action, RPG และ strategy ซึ่งออนไลน์มาจากต่างประเทศ เช่น Tomb Raider, Quake III, และ Command & Conquer สำหรับผลงานเกมของคนไทยเริ่มมีให้เห็นเพิ่มขึ้นบ้าง ส่วนใหญ่เป็นเกมประเภท action โดยใช้เกม Mario ของบริษัท Nintendo เป็นต้นแบบ อย่างไรก็ตามการเคลื่อนไหวของตัวละครและเงื่อนไขในการเล่นยังสนุกเทียบเกมของญี่ปุ่นไม่ได้

พ.ศ. 2543 บริษัทคนไทยชื่อ NAS (Network Access System) Corporation ได้ผลิตเกมชื่อ Disc Master เป็นเกมออนไลน์เกมแรกของเมืองไทยที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถเลือกตัวละครเป็นของตนเองแล้วพัฒนาความสามารถเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามประสบการณ์ในการต่อสู้ที่สะสมไว้ การเปิดตัวเกม Disc master ถือเป็นก้าวสำคัญที่ผลักดันตลาดเกมออนไลน์ของไทยให้เข้าสู่ยุคเกมออนไลน์ที่ใกล้เคียงมาตรฐานโลกยิ่งขึ้น แม้ในปัจจุบันเกมออนไลน์ทุกเกมในเมืองไทยยังคงเปิดให้เล่นฟรี แต่ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญคือมีบริษัทผู้ให้บริการด้านเกมออนไลน์ (game provider) เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในเมืองไทยคือ บริษัท Asiasoft International ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Telecom Asia ผู้ถือสัมปทานติดตั้งเคเบิลใยแก้ว (fiber optic) ในเขตกรุงเทพมหานคร เกมออนไลน์ที่ Asiasoft เปิดให้บริการ ชื่อเกม Ragnarok ซึ่งซื้อลิขสิทธิ์มาจากบริษัท Gravity ที่ประเทศเกาหลี ภายใน 4 เดือนมีวัยรุ่นไทยเข้ามาเล่นเกมออนไลน์เป็นจำนวนมาถึง 40,000 คน สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับวงการเกมคอมพิวเตอร์ในเมืองไทย (รายละเอียดเพิ่มเติมดูได้จากส่วนการวิเคราะห์คู่แข่งข้างต้น) ยิ่งไปกว่านั้นยังมีกลุ่มคนไทยผู้มีใจรักเกมตั้งบริษัทชื่อ CyberPlanet Interactive เพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยเฉพาะ ซึ่งได้รับทุนจากกองทุน SMEs เกมที่บริษัทกำลังพัฒนาชื่อ Magic Chronicle เป็นเกมแนว Real-Time Strategy ผสมกับการ์ดเกมที่วัยรุ่นนิยมเล่นกัน (Future Gamer, มีนาคม 2545) กำหนดวางตลาดในต่างประเทศปลายไตรมาสที่ 2 ของปี 2546

ยังไม่มีผู้ใดสามารถระบุมูลค่าตลาดเกมออนไลน์ของเมืองไทยได้อย่างน่าเชื่อถือ เนื่องจากที่ผ่านมามีผู้เล่นยังไม่เคยต้องจ่ายค่าบริการ อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์บริษัท ISP ประมาณ 3-4 บริษัท พบว่ามีผู้เข้าเล่นเกมออนไลน์เกมต่างๆ ประมาณ 300,000 คนทั่วประเทศในช่วงเดือนธันวาคม 2545 เมื่อนำผลการสำรวจของบริษัท ABC ที่พบว่า

กลุ่มเป้าหมายมีรายได้สามารถนำมาจ่ายเป็นค่าเล่นเกมเดือนละ 301-500 บาท แล้วใช้ตัวเลข 300 บาทเป็นค่าประมาณการณีกำล้างข้อเจตลึงต่อคนต่อเดือน ความเป็นไปได้ของมูลค่าตลาดจะอยู่ที่ 1,080 ล้านบาทต่อปี

VALUE CHAIN ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเกมคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 2.2 VALUE CHAIN ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเกมคอมพิวเตอร์

ที่มา : วิทยานิพนธ์ เรื่องโครงการจัดตั้งธุรกิจเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2545

กรณีศึกษาบริษัท ASIASOFT

บริษัท BM Media ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมนำเข้า ลูกค้าหลักมี 2 กลุ่ม คือ เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตและวัยรุ่นที่ซื้อเกมไปเล่นที่บ้าน เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2541 ชื่อเสียงของ BM Media เริ่มเป็นที่รู้จักเมื่อนำเกม Counter Strike เข้ามาวางตลาดซึ่งเป็นเกมที่ถูกออกแบบเพื่อการเล่นแบบ LAN (Local Area Network) ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของเมืองไทยในช่วงปี 2543-2544 สามารถทำยอดขายทั่วประเทศได้สูงกว่า 100,000 กล่อง ในขณะที่ปกติยอดขายเกม PC ในเมืองไทยเฉลี่ย 20,000-30,000 กล่อง/เกม

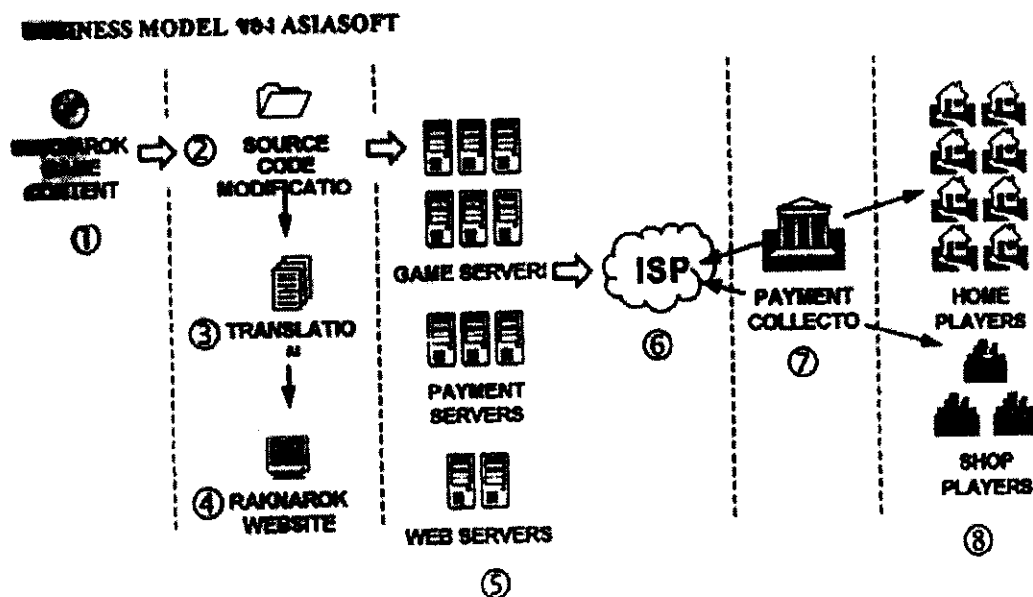
ต้นปี 2545 บริษัท Asiasoft เซ็นสัญญาซื้อลิขสิทธิ์เกมชื่อ Ragnarok ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ที่ผลิตโดยบริษัท Gravity ประเทศเกาหลีด้วยวงเงิน 15 ล้านบาท ระยะเวลาลิขสิทธิ์ไม่เป็นที่เปิดเผยแต่คาดว่าจะประมาณ 3 ปี

Asiasoft เป็นบริษัทใหม่ที่แยกออกมาจาก Asianet ซึ่งเป็นบริษัทให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) ของเมืองไทย เชี่ยวชาญด้านสัญญาณ ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) และเป็นบริษัทในเครือของเทเลคอมเอเชียซึ่งได้สัมปทานวางสายใยแก้ว (fiber optic) ในเขตกรุงเทพมหานคร บริษัท Asianet เล็งเห็นว่าเกมออนไลน์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ หากเกมออนไลน์เติบโตก็จะช่วยขยายตลาดสัญญาณ ADSL ให้ตนเองไปด้วย เพราะเกมออนไลน์ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงเปิดบริษัท Asiasoft ให้เป็นผู้จัดการธุรกิจเกมออนไลน์ หลังจากใช้เวลาเตรียมความพร้อมด้านเทคนิคนาน 1 ปี เริ่มตั้งแต่มิถุนายน 2544 Asiasoft เปิดตัว Ragnarok เมื่อเดือนตุลาคม 2545 ในเวลานั้นบริษัทตั้งค่าบริการ (air time) ไว้ที่ 500 บาท/คน/เดือน หลังจากวางตลาดได้ 1 เดือนปรากฏว่ามีผู้สมัครเล่นเกมไม่ก็ร้อยละ

Asiasoft ยอมรับว่าอ่านพฤติกรรมวัยรุ่นไทยผิดไป หลังจากศึกษาทางเลือกต่างๆ แล้วจึงตัดสินใจเชิญ BM Media เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตรเนื่องจากมีประสบการณ์จากการทำตลาดเกม Counter Strike และเกมอื่นๆ อีก 2-3 เกม (ไม่ใช่เกมออนไลน์) ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จ BM Media เข้ามามีบทบาทเป็นผู้ทำตลาดให้กับเกม Ragnarok ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2545 การตัดสินใจที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ Asiasoft และ BM Media คือเปิดให้เล่นเกม Ragnarok ฟรี เข้าทำนอง "ให้ขนมล่อเด็ก" คือเปิดให้วัยรุ่นทดลองเล่นเกมก่อนโดยไม่คิดเงิน หากชอบวัยรุ่นก็มักจะเล่นต่อ และเมื่อเล่นต่อสักระยะหนึ่งก็จะติดใจขนาดเล่นไม่ยอมเลิก เมื่อถึงเวลานั้น BM Media และ Asiasoft ก็จะเริ่มเก็บค่าบริการจากผู้เล่น

ล่าสุดเมื่อต้นเดือนมกราคม 2546 Asiasoft ส่งประกาศถึงเจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศเพื่อแจ้งว่าจะเริ่มเก็บค่าบริการเกมออนไลน์ Ragnarok เป็นรายปีๆ ละ 800 บาท / account จากการสำรวจพบว่ามีบางร้านที่ตกลงจ่ายค่าบริการดังกล่าวแล้ว คาดว่าภายในไม่กี่สัปดาห์ข้างหน้า Asiasoft จะเริ่มเก็บค่าบริการกับผู้เล่นด้วย

แม้ว่า Asiasoft จะยังไม่สามารถเก็บค่าบริการเล่นเกม Ragnarok ได้ทั้งๆ ที่เปิดให้บริการมาเป็นเวลานานถึง 4 เดือน แต่บริษัทก็มีรายได้จากค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตที่เรียกเก็บจากเจ้าของร้านเกมและผู้เล่นที่บ้านในอัตราชั่วโมงละ 7 บาท คิดเป็นรายได้สูงถึง 8.4 ล้านบาทต่อเดือน



ภาพที่ 2.3 BUSINESS MODEL ของ ASIASOFT

ที่มา : วิทยานิพนธ์ เรื่องโครงการจัดตั้งธุรกิจเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2545

เกี่ยวกับเกมออนไลน์ “ปังกย่า”

เกมออนไลน์ “ปังกย่า” เป็นเกมกีฬาดีกอล์ฟออนไลน์แนว Casual ที่มีความน่ารัก สดใส ผสมผสานความเป็นแฟนตาซีเกม ผวนกับกติกาการเล่นที่แสนง่าย ใช้เวลาในการเล่น ต่อ 1 เกมไม่นานนัก จึงทำให้หลายๆ ท่านให้ความสนใจ เนื่องจากตัวเกมที่พัฒนามาจากกีฬา กอล์ฟจริง และตัวเกมเองก็ยังสามารถใช้ฝึกทักษะและฝึกสมาธิที่ดีอีกด้วย อีกทั้งยังเป็นเกมที่ เล่นเพื่อผ่อนคลาย จากการที่เราเห็นเหนื่อยจากการกิจต่างๆ

ลักษณะของเกมออนไลน์ “ปังกย่า” จะเป็นแนวเกมกีฬา ที่นำเอารูปแบบเกม ‘การตี กอล์ฟ’ มาเป็นต้นแบบ ซึ่งผู้เล่นจะรู้สึกเหมือนกับได้ตีกอล์ฟจริงๆ เพราะภายในรูปแบบและ เนื้อหาของเกมจะประกอบไปด้วย สนามรูปแบบต่างๆ อีกทั้งยังมีสนามสำหรับการฝึกซ้อมก่อน ลงแข่งขัน และมีการแข่งขันกันระหว่างผู้เล่น รวมไปถึงการพูดคุยกันระหว่างผู้เล่นที่กำลังเล่นอยู่ ด้วย

ผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้ เพียงแค่ใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อทาง internet หรือใน ความหมายที่เข้าใจกันว่าทำการ online หลังจากนั้นก็ download เกมได้ใน www.pangya.in.th เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ผู้เล่นสมัครเป็นสมาชิกเพื่อจะผ่านเข้าไปเล่นในเกม ซึ่งภายในเกมจะมี คำแนะนำต่างๆ ที่เข้าใจง่าย บอกไว้เป็นลำดับ เพียงแค่นี้ผู้เล่นก็สามารถสนุกสนานไปกับ

เกมกีฬาในรูปแบบเกมออนไลน์ “ปิงปอง” ได้ โดยไม่ต้องออกไปเล่นที่สนามจริง ทั้งยังสามารถชวนเพื่อนหรือคนในครอบครัวมาร่วมสนุกกันได้อีกด้วย

สรุปว่าเกมออนไลน์ “ปิงปอง” เป็นมากกว่าเกมออนไลน์ ที่เปิดให้ผู้ให้บริการกลุ่มใหม่ๆ ที่ไม่เคยเล่นเกมออนไลน์ และไม่รู้จักเกมออนไลน์มาก่อน มีไลฟ์สไตล์ ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีและการออนไลน์ เข้ามาสัมผัสและได้ทดลองเล่นอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากมีกลุ่มคนอยู่จำนวนไม่น้อยที่ชอบค้นหาความสนุกสนานและช่วงเวลาผ่อนคลาย โดย เกมออนไลน์ “ปิงปอง” จะทำให้ผู้เล่นรู้สึกสนุกสนานและร่วมไปกับเกม รวมทั้งได้เรียนรู้ ฝึกทักษะ ฝึกสมาธิให้เป็นผู้ที่รอบรอบคิดการณีกว้างและสามารถนำไปใช้ได้กับชีวิตจริง เกมออนไลน์ “ปิงปอง” เป็นเกมออนไลน์ที่เล่นง่ายที่สุด ใช้เวลาเรียนรู้เพียงไม่กี่นาทีก็สามารถเข้าใจและสนุกไปกับการเล่นได้ และเกมออนไลน์ “ปิงปอง” ยังเป็นศูนย์รวมความเป็น Community ไว้อีกด้วย เนื่องจากเกมออนไลน์ “ปิงปอง” เป็นเกมที่สามารถเจอกันได้ทุก Server เพื่อพบปะและพูดคุยกัน

งานวิจัยเกมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยของ www.game-research.com ทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้เล่นเกมออนไลน์ จำนวน 680 คน เพื่อจัดตั้งธุรกิจและการออกแบบเกมออนไลน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ วิธีการดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามทางออนไลน์โดยขอความร่วมมือจาก game site ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 2 เดือน อย่างไรก็ตามพบข้อจำกัดในการวิจัย จากที่ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะมีผู้ตอบแบบสอบถามจากทั่วโลกจำนวนมาก ผลปรากฏว่าไม่ได้รับความร่วมมือในการตอบเท่าที่ควรจึงได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาเพียง 680 คนเท่านั้น

จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่าผู้เล่นเกมออนไลน์มีอายุเฉลี่ย 23 ปี โดย 95% ของผู้เล่นมีอายุอยู่ระหว่าง 15-31 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (95%) และจากการวิจัยแทบจะไม่พบผู้เล่นที่เป็นเพศหญิงเลย จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเกมออนไลน์ไม่ใช่ผู้เล่นหน้าใหม่ เพราะ 75% ของผู้เล่นมีประสบการณ์ในการเล่นเกมนออนไลน์มาแล้ว 1-5 ปี 96% ใช้อินเทอร์เน็ตมานานกว่า 1 ปี และ 95% มีเครื่องคอมพิวเตอร์อายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไป

เมื่อศึกษาถึงเกมที่เล่นพบว่าเกมประเภท Action ได้รับความนิยมมากที่สุด ตัวอย่างเกมที่นิยมเล่นได้แก่ Counter-Strike รองลงมาคือ Quake ปัญหาที่สำคัญของผู้เล่นอยู่ที่เรื่องการจ่ายค่าธรรมเนียมในการเล่น โดยพบว่ามีความแตกต่างกันในการเลือก แต่ทางเลือกการจ่ายค่าธรรมเนียมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่การจ่ายต่อชั่วโมง (Time-hour)

ในประเด็นด้านสังคมนั้นพบว่าการเล่นเกมนออนไลน์ทำให้ผู้เล่นสร้างสังคมเฉพาะกลุ่มขึ้นมา การวิจัยพบว่าผู้เล่นส่วนใหญ่ 91% เล่นจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้าน โดยพบว่า 41%

มักจะนั่งเล่นคนเดียว แต่มีผู้เล่นอื่นๆ ทั้งที่เป็นกลุ่มเพื่อนที่รู้จักจริงๆ และกลุ่มเพื่อนที่รู้จักผ่าน net ร่วมเล่นในเกมออนไลน์ สำหรับกลุ่มเพื่อนที่รู้จักกันจริงนั้น 50% ของเพศชาย และ 80% ของเพศหญิงเป็นการรู้จักกันครั้งแรกผ่านการเล่นเกมนออนไลน์

สำหรับเวลาในการเล่นเกมนออนไลน์นั้นพบว่าเป็นกิจกรรมที่ใช้เวลามากกว่าเกมที่เป็นแบบ offline โดย 90% ยอมรับว่าใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเล่นเกมนออนไลน์ โดย 54% ใช้เวลาเล่นประมาณ 1-12 ชั่วโมง และพบว่า 6% เล่นมากกว่า 30 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ดังนั้นจึงอาจจะสรุปในเบื้องต้นได้ว่าการที่ผู้เล่นใช้เวลาในการเล่นเกมนออนไลน์มากนั้นเป็นเพราะเกมสนุกและดึงดูดความสนใจมากกว่าเกมคอมพิวเตอร์รูปแบบดั้งเดิมที่เป็นแบบ offline โดยผู้เล่นส่วนใหญ่ให้เหตุผลสิ่งที่ดึงดูดให้เล่นเกมนออนไลน์เนื่องจาก

1. มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงเมื่อเปรียบเทียบกับเกม offline
2. สามารถเล่นพร้อมกับเพื่อนหลายคนได้
3. เกมออนไลน์ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
4. ได้พบกลุ่มเพื่อนที่ไม่รู้จักกันและสามารถพูดคุยกันในช่วงระหว่างเล่นเกม
5. มักจะเล่นกับผู้เล่นที่มีคุณสมบัติที่ดี

เมื่อสอบถามความรู้สึกเกมนออนไลน์ที่เล่นซึ่งผู้เล่นเสียค่าธรรมเนียมในการเล่น ซึ่งใช้เงินเป็นจำนวนมาก 66% ของผู้เล่นมีความเห็นว่า website ที่ให้บริการเกมนออนไลน์ยังมีเทคนิคการโกงอยู่หลายประการ 65% รู้สึกว่าการใช้งานยังช้า 33% รู้สึกว่าค่าธรรมเนียมกับผลที่ได้รับยังไม่เหมาะสม และ 22% พบว่ายังมีผู้เล่นไม่ดีอยู่มาก ทั้งหมดนี้เป็นปัญหาสำคัญซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องวิเคราะห์กันต่อไปในการแก้ปัญหาธุรกิจเกมนออนไลน์ (www.game-research.com/index.php/info-pages/online-games/#bottom)

สถิติเว็บไซต์เกมนออนไลน์เก็บสถิติตั้งแต่เดือนเมษายนปี 2547 ยอดผู้เล่นและผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์กลับสูงถึง 67,573,699 Pageview และมีกว่า 2.4 ล้าน UIP จึงเป็นไปได้อย่างยิ่งว่าในปี 2549 จะมี Pageview มากกว่า 100 ล้าน และ UIP มากกว่า 3.5 ล้าน เมื่อสิ้นปี

ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2548 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงธันวาคม

สรุปสถิติเป็นรายเดือน			
เดือน/ปี	ใน 1 ปี		
	Page View	Unique IP	Unique Session
มกราคม 2548	148,336	16,527	36,087
กุมภาพันธ์ 2548	2,142,904	119,719	873,391
มีนาคม 2548	3,542,812	158,156	1,096,798
เมษายน 2548	3,403,309	161,857	970,083
พฤษภาคม 2548	4,213,005	198,243	1,296,544
มิถุนายน 2548	4,603,163	209,491	1,436,662
กรกฎาคม 2548	5,939,005	212,042	1,781,910
สิงหาคม 2548	8,203,399	238,568	2,218,042
กันยายน 2548	9,256,662	259,077	2,581,266
ตุลาคม 2548	10,324,278	295,410	3,262,531
พฤศจิกายน 2548	7,978,424	263,872	2,555,078
ธันวาคม 2548	7,818,402	270,163	2,174,644
Totals	67,573,699	2,403,125	20,283,036

ภาพที่ 2.4 ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2548 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม
ที่มา : www.truehits.net มิถุนายน 2549

ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2549 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงมิถุนายน

สถิติรายเดือน			
เดือน/ปี	ใน 1 ปี		
	Page View	Unique IP	Unique Session
01/2006	13,060,989	352,237	4,701,995
02/2006	12,670,676	326,697	3,133,983
03/2006	13,312,372	409,505	3,428,372
04/2006	12,716,738	357,806	3,301,525
05/2006	11,089,289	339,530	2,532,105
06/2006	9,337,946	330,946	2,289,225
Totals	72,188,010	2,116,721	19,387,205

ภาพที่ 2.5 ตารางรายงานผลการเข้าชมเว็บไซต์ตลอดปี 2549 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมิถุนายน
ที่มา : www.truehits.net มิถุนายน 2549

ตารางการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกมออนไลน์แยกเป็นกลุ่มอายุ เพศและภูมิภาค

อายุ	เปอร์เซ็นต์	เพศ	เปอร์เซ็นต์	ภูมิภาค	เปอร์เซ็นต์
6-15 ปี	34.23	ชาย	71.27	กรุงเทพฯ	34.99
15-20 ปี	31.13	หญิง	28.73	กลาง	23.57
21-30 ปี	27.31			เหนือ	14.87
31-45 ปี	5.40			อีสาน	12.28
45 ปีขึ้นไป	1.93			ใต้	8.41
				ตะวันออก	5.88

ภาพที่ 2.6 ตารางการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกมออนไลน์แยกเป็นกลุ่มอายุ เพศและภูมิภาค
ที่มา : กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ มิถุนายน 2549

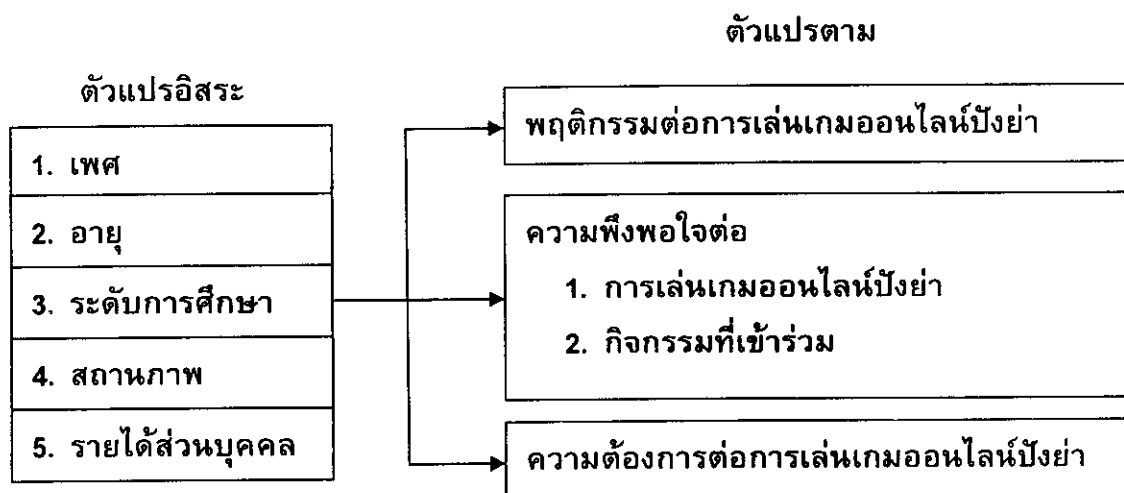
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การขายบริการเกมออนไลน์ เป็นงานให้บริการที่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไปสู่ผู้เล่นทั่วประเทศ จึงต้องอาศัยความเชี่ยวชาญทั้งทางด้านเทคนิค และการตลาดควบคู่กันไป โดยมีเป้าหมายสำคัญ 3 ประการคือ

1. เพื่อให้ได้จำนวนลูกค้า (ผู้เล่น) สูงสุดโดยยังคงรักษาคุณภาพงานบริการได้ดี
2. รักษา (retain) ผู้เล่นเกมออนไลน์ให้ยังคงเล่นเกมออนไลน์นี้อย่างต่อเนื่อง
3. กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการอยากซื้อ

หากบรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ประการนี้ ย่อมหมายความว่าผู้เล่นมีความพึงพอใจต่อเกมระดับสูง ซึ่งสุดท้ายจะนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นด้วยนั่นเอง ด้วยเหตุนี้งานวิจัยฉบับนี้จึงขอนำทฤษฎีการตลาดมาใช้อ้างอิงโดยเน้นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกมออนไลน์ปังยาประสบความสำเร็จในตลาดเมืองไทย แบ่งตามส่วนประสมทางการตลาด (Promotion Mix) เป็น 4 ทักษะ คือตัวสินค้า (Product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และกิจกรรมการตลาด (promotion) โดยนำมากำหนดเป็นตัวแปรได้ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ “ป๋าย่า”



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม