

ธุรกิจบริการด้านเกม (Game)

<p>โครงสร้าง / ภาพรวมของธุรกิจ</p> <p>DEPA ได้จัดเก็บมูลค่าตลาดปี ๒๕๕๙ ของอุตสาหกรรมเกม โดยในปี ๒๕๕๙ มูลค่าตลาดเกมรวมเป็น ๑๖,๓๒๗ ล้านบาท โดยเติบโตคิดเป็น ๑๔.๘% จากปี ๒๕๕๘ ซึ่งมีมูลค่าตลาด ๑๔,๒๒๘ ล้านบาท ซึ่งถือว่าในปี ๒๕๖๐-๖๑ ตลาดเกมจะเติบโตที่ ๑๒.๓% และ ๑๒.๐% ในปี ๒๕๖๐ ในด้านการส่งออกของเกมไทย ในปี ๒๕๕๙ มีมูลค่าการส่งออก ๔๓๔ ล้านบาท ซึ่งถือว่าค่อนข้างคงตัวเมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๘ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก ๔๒๐ ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นเป็น ๓% จากปี ๒๕๕๘ ซึ่งผู้ประกอบการไทยขยับตัวจากการรับจ้างผลิตเป็นผู้ผลิตและส่งออกเองมากขึ้น</p> <p>โครงสร้างของตลาดเกมประกอบด้วยผู้ประกอบการขนาดใหญ่จำนวนไม่กี่รายที่มีส่วนครองตลาดรวมกันในสัดส่วนที่สูง ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรม ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีทั้งรูปแบบบริษัทและผู้ประกอบการอิสระ (Freelance) จำนวนมาก</p> <p>โดยแบ่งได้เป็น ๓ ลักษณะธุรกิจใหญ่ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มี IP เป็นของตนเอง: เกมมีลิขสิทธิ์ของตนเองขายในประเทศและนำไปขายต่างประเทศ - Outsource: รับจ้าง เช่น การแปลภาษา การทำ CG การทำเสียงประกอบการทำโปรแกรมต่างๆ - Game Distributors: ซื้อเกมมาจากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย <p>Game Market</p> <ul style="list-style-type: none"> - TV/Console (เกมที่แสดงผลผ่าน TV) - Handheld - Tablet - Casual Webgames - Pc/MMO (Massive Multiplayer Online) - Mobile Phone - การรับจ้าง Outsourcing 	<p>ปัญหาและอุปสรรคอุตสาหกรรมเกมไทย</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ต้นทุนเทคโนโลยีการผลิตเกมมีมูลค่าสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ประกอบการปรับตัวไม่ทัน ๒. การแปลภาษาเป็นต้นทุนสำคัญในการขายให้กับต่างประเทศ ๓. ผู้ประกอบการเกมไทยไปจดทะเบียนต่างประเทศเป็นจำนวนมากเนื่องจากได้รับความเชื่อถือจากผู้เล่นมากกว่าและต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย มีนโยบายดึงดูดการลงทุนด้านนี้ ๔. ปัญหาด้านบุคลากร ซึ่งสถาบันการศึกษาในไทยยังพัฒนาหลักสูตรไม่ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการที่บุคลากรถูกซื้อตัวไปทำงานต่างประเทศ ๕. ปัญหาด้านการนำผลงานไปโปรโมทใน Google Play หรือ App Store เนื่องจากบางประเทศอนุญาตให้ผลงานที่เป็นเกมแบบ Off Line เท่านั้นหรือบางประเทศมีโควตาหรือการกีดกันทางการค้า เช่น จีน เป็นต้น ๖. ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ ๗. ขาดนโยบายดึงดูดการลงทุนด้านนี้
<p>ตลาดเป้าหมาย</p> <p>IP: USA, Europe, CLMV</p> <p>Outsourcing: Canada, Europe, USA</p>	<p>แนวโน้ม / ประเด็นทางธุรกิจ</p> <p>ตลาดเกมมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการคาดการณ์ของ Newzoo game global report เกมจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ ๙.๙.๖ พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ๒๐๑๖ และขยายตัวเป็น ๑๐๖.๕, ๑๑๒.๕, ๑๑๘.๖ พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ๒๐๑๗ ๒๐๑๘ ๒๐๑๙ ตามลำดับ โดยอุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดจะเปลี่ยนจากในปัจจุบันที่ Pc/MMO ได้รับความนิยมสูงสุดจะเปลี่ยนเป็น Mobile Phone ได้รับความนิยมสูงสุดตามการคาดการณ์เนื่องจากการพัฒนาของมือถือที่ต้นทุนต่ำลง เข้าถึงกลุ่มคนมากขึ้น การโหลดเกมจากมือถือ เช่น Apple Store และ Play Store มีราคาต่ำกว่าโปรแกรมกับอุปกรณ์อื่นๆ ทั้งเล่นฟรีหรือมีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุน และเกมที่ต้องเสียเงินดาวน์โหลดมาเล่น หรือฟรีมีเกม ทั้งนี้ กลุ่มตลาดดิจิทัลคอนเทนต์มีอัตราการเติบโตของเกมเป็นสาขาที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด และคาดว่าจะมีการเติบโตต่อเนื่อง ทำให้ผู้ผลิตไทยยังมีโอกาสอีกมากในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดการผลิตที่มีทรัพย์สินทางปัญญา</p>
<p>คู่แข่งที่สำคัญ</p> <p>มาเลเซีย สิงคโปร์อินโดนีเซีย</p>	<p>แนวทางการส่งเสริมที่ภาคเอกชนต้องการการสนับสนุนจากรัฐ</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ควรมีการสนับสนุนการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ/เอเชีย สร้างความรู้ความเข้าใจในการขยายตลาดธุรกิจเกม ๒. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเกม ตั้งแต่ระดับสหกิจศึกษา รวมถึงส่งเสริมการผลิตสื่อการเรียนการสอนด้านเกม โดยเฉพาะ ๓. มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการเกมไทยด้านเงินทุนเพิ่มขึ้น รวมถึงให้ทุนและทำ Matching Fund กับ Key Stakeholders (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ๔. สนับสนุนการสร้างศูนย์เรียนรู้ออนไลน์ (Learning Center/Course Online) ให้แก่ผู้ประกอบการเกมและบุคลากรที่สนใจพัฒนาเกม เช่น การสอนทำเกมเป็นภาษาไทย หรือแปลภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย ๕. รัฐบาลไทยควรมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการเกม และนโยบายในการกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลอยู่เสมอ
<p>ยุทธศาสตร์</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ยกระดับอุตสาหกรรมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตเกมของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (AEC Hub) ๒. ผลักดันการส่งออกเกมไทยสู่ต่างประเทศ ๓. พัฒนาฝีมือผู้ผลิตเกมไทย ๔. มีนโยบายในการดึงดูดผู้ประกอบการไทยให้จดทะเบียนในประเทศไทย 	<p>แผนงาน/โครงการในปี ๒๕๖๑</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. Tokyo Game Show ประเทศญี่ปุ่น ๒. G-Star Korea ประเทศเกาหลีใต้

<p>กลยุทธ์</p> <p>๑. จัดกิจกรรมเผยแพร่ศักยภาพอุตสาหกรรมเกมอย่างต่อเนื่องในต่างประเทศ</p> <p>๒. จัดอบรม/สัมมนา เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถและเทคนิคต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นการยกระดับมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออกต่อไป</p> <p>๓. ทำงานแบบบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐ และให้การสนับสนุนสมาคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสและนำพาพันธมิตรทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ</p> <p>๔. นำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่สำคัญของโลกอย่างต่อเนื่องได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tokyo Game Show ประเทศญี่ปุ่น - G-Star Korea ประเทศเกาหลีใต้ <p>๕. จัดคณะผู้แทนการค้า (Inbound/Outbound Business Matching) โดยเฉพาะประเทศ CLMV เพื่อให้เป็นผู้นำ IP Game ในแถบนี้</p> <p>๖. กลยุทธ์สร้างเสริมมิตรทางการค้ากับ นักธุรกิจต่างประเทศ ได้แก่ การจัด Thai Night/Networking Party ภายในงาน Bangkok International Digital Content Festival (BIDC)</p> <p>๗. กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศของภาครัฐ (G2G) และการบูรณาการความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานอื่น</p> <p>๘. ชักชวนบริษัทเกมขนาดใหญ่ มาลงทุนสร้าง Head Office ของ AEC ในประเทศไทยเพื่อให้บริษัทไทยรับ Outsourcing จะเป็นการพัฒนาฝีมือให้ก้าวไปสู่ระดับนานาชาติและยังเป็นการก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้เข้าประเทศอีกด้วย</p>	<p>เกมที่ผลิตโดยคนไทยที่ได้รับความนิยม</p> <p>๑. Thapster TV: เกมแรกจากประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ขึ้นอันดับ ๑ ใน App Store ที่ต่างประเทศได้ โดย Sinoze เป็นบริษัท start up เกมไทยที่ได้รับเงินลงทุนจาก Invent ของไทย</p> <p>๒. ARAYA: เกมผีแบบไทยแท้ ๑๐๐% ที่ได้รับการโหวต "ผ่าน" ให้สามารถนำขายได้บน platform Steam ซึ่งเป็นแหล่งขายเกม PC ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก ARAYA เป็นเกมแบบ Virtual Reality</p> <p>๓. Timelie: ฝีมือนักศึกษาไทยที่ไปคว้ารางวัล ในการแข่งขันด้านเทคโนโลยีของนักศึกษาที่ดังที่สุดในโลก อย่าง Microsoft imagine cup ประเภทเกม โดยเอาชนะตัวแทนประเทศ ๑๐ ทีมสุดท้ายที่มาจากประเทศอังกฤษ เกาหลีใต้ สเปน ฯลฯ ได้ที่ประเทศนิวซีแลนด์เมื่อเดือน กรกฎาคมที่ผ่านมา และได้รับรางวัล 1st Place Winner Games Category Microsoft Imagine Cup 2016</p> <p>๔. Studio Hive: ใช้ความคิดสร้างสรรค์รับจ้างวาดภาพประกอบหนังสือการ์ตูน แอนิเมชั่น และเกม รวมถึงออกแบบหุ่นสะสมให้กับบริษัทต่างๆ อย่าง Walt Disney และ franchise ต่างๆ อย่าง Star Wars, Batman และ Marvel</p> <p>สมาคม/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> ๑. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ๒. สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย (TGA) ๓. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA)
--	--

กลุ่มงานพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ ๒
 สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ
 มกราคม ๒๕๖๑