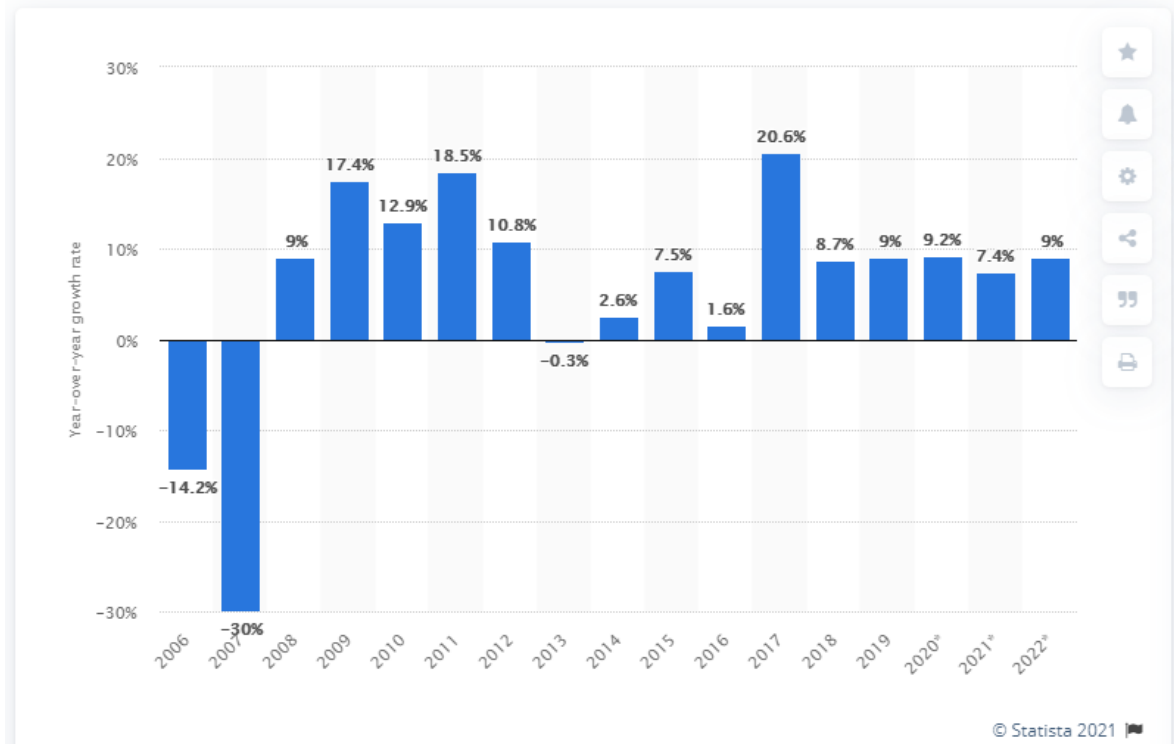


รายงานภาพรวมสถานการณ์ตลาดเกมส์ในเกาหลีใต้

ในปี 2562 มีประชากรในเกาหลีใต้ราว 65.7% เล่นวิดีโอเกมส์, ประมาณ 6 ใน 10 ของประชากรเกาหลีใต้ที่มีอายุตั้งแต่ 10 ถึง 65 ปี คือ กลุ่มที่เล่นโมบายเกมส์ ในขณะที่ 42.1% เล่นพีซีเกมส์ นับว่าแพลตฟอร์มโมบายเกมส์ และพีซีเกมส์เป็นผู้นำด้านยอดขายในประเทศเกาหลีใต้

แนวโน้มการเติบโตของตลาดเกมส์ในเกาหลีใต้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 - 2022



การเชื่อมต่อบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตในเกาหลีใต้ อยู่ในระดับสูง และชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการร้านพีซีบัง (PC-bangs) ซึ่งภายในร้านมีคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ที่มีสเปคสูง และเป็นจุดนัดพบของเหล่าเกมส์เมอร์ หรือคอมพิวเตอร์เกมส์เมอร์ที่มีหลายผู้เล่น อีกทั้งยอดขายประมาณ 1.8 ล้านล้านวอนในปี 2561 แสดงให้เห็นว่าพีซีบังได้รับความนิยมสูงเป็นพิเศษในเกาหลีใต้

ตลาดเกมส์ในเกาหลีใต้ปี 2562 มีมูลค่าราว 15.6 ล้านล้านวอน โดยที่ตลาดโมบายเกมส์ครองส่วนแบ่งสูงถึงเกือบครึ่งหนึ่ง ในอุตสาหกรรมเกมส์ของเกาหลีใต้ ในขณะที่คอนโซลเกมส์ไม่ได้รับความนิยมในเกาหลีใต้จึงครองส่วนแบ่งทางการตลาดเพียง 4.5% นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากยอดขายในปีเดียวกัน พบว่าส่วนแบ่งในตลาดโลกของอุตสาหกรรมเกมส์ของเกาหลีใต้อยู่ที่ประมาณ 6.2% และมีจำนวนผู้เล่นเกมส์อยู่ราว 67.2% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในเกาหลีใต้

GLOBAL MARKET SHARE OF THE SOUTH KOREAN GAMING INDUSTRY

6.2 percent

SIZE OF THE GAMING MARKET IN SOUTH KOREA

15.6 trillion KRW

EXPORT VALUE OF SOUTH KOREAN GAMING INDUSTRY

6.66 billion USD

จากการสำรวจข้อมูลโดยรัฐบาลเกาหลีใต้ พบว่าในปี 2564 มีผู้เล่นโมบายเกมส์อยู่ประมาณ 64% ของประชากรทั้งหมดในเกาหลีใต้

บริษัทพัฒนาเกมส์สัญชาติเกาหลีใต้



ถึงแม้ว่าชาวเกาหลีใต้จะมีความสนใจในเกมส์เป็นอย่างมาก แต่บริษัทผู้ผลิตเกมส์ท้องถิ่นยังไม่สามารถก้าวไปเป็นบริษัทเกมส์ชั้นนำของโลกได้ ทั้งนี้บริษัทผู้ผลิตโมบายเกมส์ที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ คือ Netmarble Games ผลิตเกมส์ RPG ให้แก่แฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียง เช่น Marvel, Star Wars และ Dragon Ball ในขณะที่อุตสาหกรรมเกมส์ของเกาหลีใต้มีส่วนแบ่งอยู่ที่ 6.3% ในตลาดโลก และการเล่นเกมส์ยังคงเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามเหล่านักวิจารณ์ชี้ ข้อบกพร่องหลักของอุตสาหกรรมเกมส์เกาหลีใต้ว่า ยังขาดความก้าวหน้าและนวัตกรรมในการพัฒนาเกมส์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่า อุตสาหกรรมเกมส์ของเกาหลียังมีโอกาสเติบโตในตลาดโลกอีกมาก แต่ยังคงพัฒนาในด้านนวัตกรรม และเรื่องภาษาที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษให้มากขึ้น สำหรับโอกาสอุตสาหกรรมเกมส์ของไทยในตลาดเกาหลี ก็ยังมีศักยภาพที่จะเจาะตลาดเกาหลี ในปัจจุบันไทยมีการผลิตเกมส์แบบ outsource ให้แก่บริษัทเกาหลีบ้าง แต่ยังไม่สามารถผลิตเกมส์แบบครบวงจรได้ ซึ่งจำเป็นจะต้องมองหาคู่ค้าที่ร่วมลงทุนในเกาหลี จึงจะสามารถเจาะตลาดเกาหลีได้ ดังนั้น สคต.ณ กรุงโซล ได้ส่งเสริมการขยายตลาดอุตสาหกรรมเกมส์ของไทยเป็นประจำทุกปี โดยสนับสนุนการเข้าร่วมงานงานแสดงสินค้าเกมส์ที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลี คือ G-Star ณ เมืองปูซาน โดยร่วมกับ ASEAN Korea Center เชิญผู้ประกอบการไทยมาออกงานดังกล่าว ซึ่งบริษัทไทยจะได้มีโอกาสได้พบกับคู่ค้าในการร่วมพัฒนาเกมส์เพื่อเจาะตลาดเกาหลีต่อไป

ที่มา : <https://www.statista.com/statistics/825089/south-korea-gaming-industry-growth-rate/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล

มีนาคม 2564