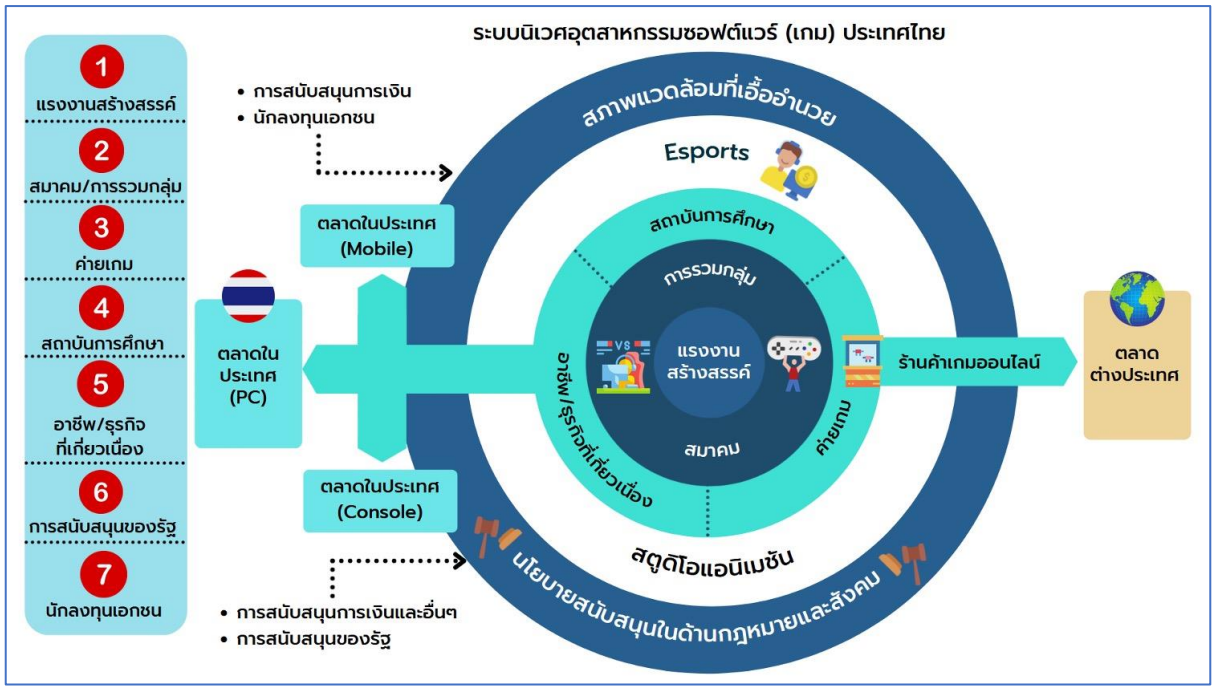
บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) เป็น 1 ใน 15 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ศักยภาพในการเติบโตสูง เนื่องด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีประกอบกับนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย การศึกษาวิเคราะห์เชิงลึกในครั้งนี้ทำให้สามารถระบุประเด็นปัญหาและช่องว่างในการพัฒนาได้อย่างชัดเจน นำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์และแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรม และส่งผลให้ระบบนิเวศอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ในครั้งนี้ คณะทำงานได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 4 แหล่ง คือ 1) ข่าวสาร บทความ นโยบายของภาครัฐ และสมาคมที่เกี่ยวข้อง 2) กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในต่างประเทศ 3) ข้อมูลบทสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในอุตสาหกรรมฯ และ 4) ข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูล และการประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทย ในวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ.2564 และวันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ตามลำดับ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ได้เผยให้เห็นกลไกการทำงานภายในระบบนิเวศของอุตสาหกรรม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ การดำเนินงานด้านฐานข้อมูล รวมไปถึงช่องว่างในการพัฒนาของอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องได้รับการเติมเต็ม

ระบบนิเวศสร้างสรรค์



ที่มา: คณะทำงาน

เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญภายในสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทย คณะทำงานได้ประยุกต์ใช้แบบจำลองระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ของ United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) ซึ่งกำหนดให้แรงงานสร้างสรรค์เป็นหัวใจของระบบนิเวศ และแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของผู้สร้างสรรค์กับองค์ประกอบอื่นในระดับที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าระบบนิเวศสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. กลุ่มแรงงานสร้างสรรค์

ในบริบทนี้มีทั้งรูปแบบบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล เป็นผู้ที่ผลิตเกมเข้าสู่ตลาดใน 3 แพลตฟอร์มคือ มือถือ (Mobile) คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือเครื่องพีซี (PC) และเครื่องเล่นวีดิโอเกม (Console) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการเผยแพร่เกมไม่ได้จำกัดที่เพียงแพลตฟอร์มเดียว และการผลิตเกมที่สามารถเล่นได้มากกว่า 1 แพลตฟอร์มมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนั้นแล้วกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์นี้ก็ขยายรวมถึงสตูดิโอแอนิเมชันและคาแรคเตอร์ด้วย ซึ่งหลายบริษัทก็ทำงานครอบคลุมอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ทั้งเกม ภาพยนตร์ โฆษณา และโทรทัศน์

2. สมาคมและการรวมตัวเพื่อผลประโยชน์ของแรงงานสร้างสรรค์

สมาคมเหล่านี้มีบทบาทในการดูแลผลประโยชน์ให้กับแรงงานสร้างสรรค์ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายในอุตสาหกรรมและทำงานประสานกับภาครัฐในการจัดกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นอกจากนั้นแล้วยังหมายรวมถึงการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในด้านการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์

3. ค่ายเกม (Publishers)

ผู้ที่เผยแพร่เกมให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเกมได้ นอกจากจะมีบทบาทในการเผยแพร่เกมแล้ว ค่ายเกมที่มีขนาดใหญ่ก็เป็นผู้ที่ลงทุนพัฒนาเกมขึ้นมาเองด้วย

4. สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกม

สถาบันเหล่านี้มีบทบาทโดยตรงในการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ และด้วยอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวกับการพัฒนาเกมเพิ่มมากขึ้นทุกปี

5. ธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอด

กลุ่มอาชีพและธุรกิจที่ไม่ได้อยู่ภายในห่วงโซ่คุณค่า แต่มีบทบาทในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ทั้งด้านการผลิตเกม เพิ่มมูลค่าทางการตลาด สร้างชุมชนผู้เล่นเกม และประชาสัมพันธ์ผลงานของแรงงานสร้างสรรค์ องค์ประกอบนี้ครอบคลุมอาชีพและธุรกิจที่หลากหลาย เช่นเว็บไซต์และรายการที่นำเสนอข่าวสารความคืบหน้าเกี่ยวกับเกม ธุรกิจการจัดงานเกี่ยวกับเกม แพลตฟอร์มสำหรับการถ่ายทอดสดการเล่นและแข่งขันเกม รวมถึงผู้ที่พากย์และถ่ายทอดสดเกมรายบุคคลอีกด้วย (Game casters and streamers)

6. หน่วยงานรัฐ

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในด้านนโยบาย เงินทุนสนับสนุน และการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) กระทรวงวัฒนธรรม และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP)

7. นักลงทุนเอกชน

บุคคลหรือหน่วยงานเอกชนที่มีบทบาทสำคัญในด้านการลงทุนในโครงการและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมและอีสปอร์ต

ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทย

เมื่อระบุองค์ประกอบหลักภายในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) แล้ว คณะทำงานได้วิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคภายในอุตสาหกรรมและในสภาพแวดล้อมตามองค์ประกอบเหล่านี้ โดยเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในต่างประเทศ 6 ประเทศ คือ 1) ประเทศจีน 2) ประเทศสหรัฐอเมริกา 3) ประเทศเกาหลีใต้ 4) ประเทศเยอรมนี 5) สหราชอาณาจักร และ 6) ประเทศสิงคโปร์ และได้สรุปเป็น 4 หมวด ดังนี้

1. ภาครัฐ

หน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในการพัฒนายังขาดความเข้าใจในอุตสาหกรรมฯ หรือยังมีมุมมองในแง่ลบต่อการเล่นเกม ด้วยงบประมาณที่จำกัดและขอบเขตการดูแลที่ครอบคลุมหลายสาขาของหน่วยงานรัฐเหล่านี้ ทำให้อุตสาหกรรมเกมต้องแข่งขันกับอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ส่งผลให้ได้รับการสนับสนุนไม่เพียงพอและขาดความต่อเนื่อง เกิดเป็นช่องว่างในด้านการต่อประสานระหว่างหน่วยงานรัฐด้วยกันและหน่วยงานเอกชน และแรงงานสร้างสรรค์ไม่ได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอสำหรับการประกอบธุรกิจ

2. แรงงานสร้างสรรค์

แรงงานสร้างสรรค์รับจ้างทำงานมากกว่าที่จะเป็นการสร้างสรรค์ผลงานของตัวเอง และนักพัฒนาเกมรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ รวมถึงยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการและประสบการณ์ในการผลิตเกมหรือผลงานขนาดใหญ่ การพัฒนาองค์ประกอบนี้จำเป็นต้องส่งเสริมการพัฒนาทักษะในการประกอบธุรกิจและการทำการตลาดควบคู่ไปกับทักษะในการสร้างสรรค์ผลงาน

3. ธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอด

ไม่ว่าจะเป็นอีสปอร์ตหรือธุรกิจและอาชีพที่เกี่ยวเนื่องจากเกมล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมได้ แต่ปัจจุบันนี้หน่วยงานรัฐยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร แม้ว่าจะมีผู้ที่สนใจประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกม เช่น Game casters และ Game streamers อยู่มากมาย การให้ความรู้ ผลักดัน และส่งเสริมการประกอบอาชีพเหล่านี้ จะสามารถพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ให้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ได้ในระยะยาว

4. สมาคมและชุมชนนักพัฒนาและผู้เล่นเกม

ในปัจจุบันนี้มีสมาคมที่ร่วมมือกับทำงานเพื่อพัฒนาอย่างแข็งขัน เช่น สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย (TGA) สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกไทย (TACGA) สมาคมธุรกิจบางกอกเอซีเอ็มซิกกราฟ (BANGKOK ACM SIGGRAPH) และสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย (TESF) แต่หน่วยงานเหล่านี้ยังขาดแหล่งทุนและการสนับสนุนโดยภาครัฐ จึงมีบทบาทน้อยในการกำหนดนโยบายและวางรากฐานของระบบนิเวศสร้างสรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานในลักษณะเดียวกับในประเทศต้นแบบที่คณะทำงานได้ศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อสมาคมและการรวมตัวกันในทุกรูปแบบภายในอุตสาหกรรมมีความแข็งขัน ได้รับความไว้ใจจากภาครัฐและผู้ประกอบการเอกชน จะทำให้ระบบนิเวศมีความสมบูรณ์ เกิดกลไกในการพัฒนาที่ยั่งยืน

5. ผู้บริโภค

สังคมไทยซึ่งรวมถึงผู้นำในหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย ยังมองไม่เห็นคุณค่าอย่างเป็นรูปธรรมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) และมีมุมมองในเชิงลบต่อการเล่นเกม และไม่ให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับเกม จึงเกิดเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงผลงานสร้างสรรค์ของผู้บริโภค จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการศึกษาต้นแบบที่ดีในต่างประเทศ พบว่าเมื่อมีการสนับสนุนและเผยแพร่งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกในการเล่นเกม รวมทั้งให้ความรู้ความเข้าใจผู้บริโภคเกี่ยวกับความหลากหลายของเกมและแนวทางในการเล่นเกมอย่างมีความรับผิดชอบ จะช่วยลดอุปสรรคข้อนี้ได้และสร้างความมั่นใจในด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจและการสร้างอาชีพภายในอุตสาหกรรมได้มากยิ่งขึ้น

คณะทำงานได้พิจารณาประเด็นปัญหาและช่องว่างในการพัฒนาในปัจจุบันข้างต้น จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) และแผนการดำเนินโครงการในระยะเวลา 5 ปี ขึ้นมา โดยได้นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในอุตสาหกรรมประกอบกับข้อมูลบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในกระบวนการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในครั้งนี้

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

คณะทำงานได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ให้สอดคล้องกับนโยบายด้านเศรษฐกิจของประเทศและพันธกิจของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมเพื่อเป็นเครื่องยืนยันถึงความเป็นไปได้ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว วิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นมาคือ **“อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในด้านการผลิตเกมที่มีคุณภาพระดับสากล (ภายใน 5 ปี)”** มีจุดประสงค์หลักเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมฯ และสร้างรายได้ให้กับแรงงานสร้างสรรค์ภายในประเทศจากการผลิตเกม ซึ่งจะส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างยั่งยืน เพราะเป็นผลลัพธ์ของการผลิตสินค้าจากความคิดสร้างสรรค์ ไม่ใช่เพียงแค่การรับจ้างทำงาน หรือการจัดจำหน่ายเกมจากบริษัทต่างชาติ ตัวชี้วัดระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายของผลงานเกมที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งกำหนดค่าเป้าหมายอยู่ที่ร้อยละ 10 ต่อปี และ 2) อัตราการเพิ่มขึ้นของ

แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ซึ่งกำหนดค่าเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ภายใน 5 ปี

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) เพื่อให้บรรลุค่าเป้าหมายทั้ง 2 ตัวชี้วัด และเพื่อนำไปสู่การเป็นที่ยอมรับในด้านการผลิตเกมที่มีคุณภาพระดับสากลภายใน 5 ปีนั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกันและครอบคลุมช่องว่างในการพัฒนาที่กล่าวถึงข้างต้น ทั้งนี้ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาแบ่งออกได้เป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: บ่มเพาะแรงงานสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอด

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ปรับฐานคิดเกี่ยวกับการเล่นเกมและธุรกิจเกม

ยุทธศาสตร์ที่ 4: สร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่าย

ทั้งนี้ สามารถสรุปกรอบยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในแต่ละยุทธศาสตร์ได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในด้านการผลิตเกมที่มีคุณภาพระดับสากล (ภายใน 5 ปี)				
ตัวชี้วัด	1) อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายของผลงานเกมที่ผลิตโดยคนไทย (ร้อยละ10-ต่อปี) 2) อัตราการเพิ่มขึ้นของแรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ภายใน 5 ปี)			
ประเด็นยุทธศาสตร์	**<u>บ่มเพาะ</u>** **แรงงานสร้างสรรค์**	**<u>ส่งเสริม</u>** **ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และต่อยอด**	**<u>ปรับฐานคิด</u>** **เกี่ยวกับการเล่นเกม และธุรกิจเกม**	**<u>สร้างความแข็งแกร่ง</u>** **ให้กับเครือข่าย**
เป้าประสงค์	แรงงานสร้างสรรค์มีทักษะความสามารถในการพัฒนา ลงทุน และบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวกับเกม แอนิเมชัน และคาแรคเตอร์ได้อย่างยั่งยืน	ธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอดจากเกมเติบโตขึ้นพร้อม ๆ กับเกม รวมกับเป็นระบบนิเวศสร้างสรรค์ของดิจิทัลคอนเทนต์ที่สมบูรณ์	สังคมไทยตระหนักว่าการเล่นเกมอย่างมีความรับผิดชอบสามารถสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้ และเกมเป็นผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้	มีการบูรณาการระหว่างการทำงานของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกม แอนิเมชัน และคาแรคเตอร์
กลยุทธ์	1) ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการทำการตลาดสำหรับผู้ประกอบการเกมโดยเฉพาะ	1) ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ Content creators ที่เกี่ยวกับเกม 2) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการแข่งขันอีสปอร์ต	1) สร้างการรับรู้เกี่ยวกับมูลค่าทางการตลาดของเกมอาชีพเกี่ยวกับเกม และความเข้าใจเกี่ยวกับการเล่นเกมอย่างมีความรับผิดชอบ	1) ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาแผนที่นำทางเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรม

	2) ผลักดันการเสริมสร้างประสบการณ์การพัฒนาเกมในระดับสากล		2) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชุนที่เกี่ยวกับเกม	2) ส่งเสริมโครงการเผยแพร่ผลงานของผู้ประกอบการไทย

ที่มา: คณะทำงาน

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) เพื่อให้บรรลุค่าเป้าหมายทั้ง 2 ตัวชี้วัด และเพื่อนำไปสู่การเป็นที่ยอมรับในด้านการผลิตเกมที่มีคุณภาพระดับสากลภายใน 5 ปีนั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกันและครอบคลุมช่องว่างในการพัฒนาที่กล่าวถึงข้างต้น การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในครั้งนี้ คณะทำงานให้แรงงานสร้างสรรค์อยู่ที่ศูนย์กลางของระบบนิเวศ และแผนการพัฒนาซึ่งประกอบด้วยโครงการต่าง ๆ ล้วนส่งผลสนับสนุนให้แรงงานสร้างสรรค์สามารถผลิตผลงานสร้างสรรค์ที่สร้างผลกำไรและนำไปสู่ความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจได้ ทั้งนี้ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาแบ่งออกได้เป็น 4 กรอบยุทธศาสตร์ ซึ่งในแต่ละกรอบมีการกำหนดเป้าประสงค์และกลยุทธ์ไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: บ่มเพาะแรงงานสร้างสรรค์

<u>กลยุทธ์ที่ 1.1</u> ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการทำการตลาดสำหรับผู้ประกอบการเกมโดยเฉพาะ

แรงงานสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมมีทักษะความสามารถทางด้านการพัฒนาและออกแบบเกมในระดับสากล แอนิเมชันสตูดิโอและบริษัทเกมรับงานผลิตแอนิเมชันและเกมให้กับบริษัทเอกชนและหน่วยงานรัฐมากมายอยู่แล้ว แต่สิ่งที่สามารถส่งเสริมได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดและสร้างรายได้ให้กับแรงงานสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนคือการผลิตเกมใหม่ขึ้นมาเอง ซึ่งในแวดวงผู้ผลิตเกมระดับนานาชาติเรียกเกมที่ผลิตขึ้นมาใหม่ซึ่งไม่ใช่ภาคต่อของเกมที่มีอยู่แล้วนี้อย่างไม่เป็นทางการว่า IP ซึ่งย่อมาจาก Intellectual Property ในปัจจุบันมีบริษัทเกมของผู้ประกอบการไทยที่ผลิตเกม IP ขึ้นมาอยู่จำนวนหนึ่ง แต่ส่วนใหญ่ก็ยังไม่สามารถทำรายได้เพียงพอให้บริษัทอยู่รอดได้ ต้องอาศัยงานที่รับจ้างผลิตตามแบบของผู้ว่าจ้าง นอกจากนั้นก็ยังมีนักพัฒนาเกมอิสระที่ต้องการผลิตเกมของตัวเอง แต่ไม่มีข้อมูลและไม่ทราบแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการ การบริหาร การทำบัญชีและการทำการตลาดอย่างมีหลักการ เพื่อให้ผลงานที่ผลิตขึ้นมานั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ อีกข้อจำกัดหนึ่งจากผลการศึกษาคือนักพัฒนาเกมมีประสบการณ์การทำงานน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นส่วนหนึ่งของค่ายเกมที่ผลิตเกมขนาดใหญ่หรือที่เรียกอย่างไม่เป็นทางการว่าทริปเปิ้ลเอ (AAA) ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยเน้นที่แรงงานสร้างสรรค์จึงไม่ใช่เพียงแค่การส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะด้านการสร้างสรรค์ผลงานเพียงเท่านั้น แต่เป็นการบ่มเพาะนักพัฒนาและออกแบบเกม หรือแรงงานในสาขาแอนิเมชันและคาแรคเตอร์ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ คือมีทักษะความสามารถในการพัฒนา ลงทุนและบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวกับเกมได้อย่างยั่งยืน

<u>กลยุทธ์ที่ 1.2</u> ผลักดันการเสริมสร้างประสบการณ์การพัฒนาเกมในระดับสากล

แม้ว่าแรงงานสร้างสรรค์จะมีทักษะความสามารถในด้านการพัฒนาเกม แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดในโอกาสที่จะได้ทำงานกับค่ายเกมระดับนานาชาติจึงขาดประสบการณ์ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเกมของตนเองในขนาดที่ใหญ่ขึ้นไปได้ โดยเฉพาะในตำแหน่ง Game Producer หรือผู้ที่เป็นเจ้าของโครงการผลิตเกม ๆ หนึ่ง ซึ่งต้องเป็นผู้จัดหาและประกอบทีมที่มีทั้งวิศวกร นักออกแบบ ศิลปิน งานแผนการทำงานตามกำหนดเวลา และนำให้สมาชิกทุกคนสามารถผลิตเกมออกมาได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ในด้านการผลักดันให้นักพัฒนาเกมได้มีประสบการณ์การพัฒนาเกมในระดับสากลนั้น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กับสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทยได้ร่วมกันจัดโครงการ DEPA Game Accelerator ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตและผู้พัฒนาเกมไทย โดยทีมที่ผ่านการคัดเลือก 4 ทีมสุดท้ายจะได้รับโอกาสต่อยอดเรียนรู้กับ Nintendo ในด้านการพัฒนาเกมและได้รับการสนับสนุนค่าชุดพัฒนาเกม พร้อมทั้งมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มนักลงทุนและทดลองเกมในตลาดจริงด้วย โครงการนี้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ หากมีการระดมทุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) เพื่อเปิดโอกาสให้มีผู้เข้าร่วมการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น และสร้างความร่วมมือกับบริษัทเกมระดับโลก ก็จะยิ่งสร้างแรงจูงใจให้นักพัฒนาเกมได้มากขึ้น ส่งเสริมประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการในด้านที่นอกเหนือจากการผลิตเกม และขยายการรับรู้เกี่ยวกับทักษะความสามารถของแรงงานไทยในตลาดโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอด

<u>กลยุทธ์ที่ 2.1</u> ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ Content creators ที่เกี่ยวกับเกม

ธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่สร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับเกมมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมให้เกมประสบความสำเร็จในด้านยอดขาย บริษัทเกมและค่ายเกมที่มีงบประมาณสูง จึงแบ่งงบประมาณส่วนหนึ่งใช้ในการว่าจ้างหรือสร้างความร่วมมือทางการตลาดกับ Content creators ไม่ว่าจะเป็น Game casters, Game streamers หรือเว็บไซต์ที่มีการแนะนำหรือทดลองเล่นเกม ในกรณีอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย ปัจจุบันมี Content creators ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง เช่น Heartrocker และ Zbing Z. มีผู้ติดตาม 7.27 ล้าน และ 14.3 ล้าน ตามลำดับบนแพลตฟอร์ม YouTube ซึ่งทั้งสองคนนี้มีอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้เล่นเกมทั่วไป เกมที่ได้รับเลือกมาเล่นและนำเสนอจะได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามอาชีพนี้ยังนับว่าเป็นอาชีพใหม่ที่คนในสังคมทั่วไปโดยเฉพาะผู้ที่ไม่ได้สนใจในเกมไม่เห็นว่าสามารถสร้างรายได้จนเป็นอาชีพได้ ส่วนผู้ที่เห็นต้นแบบคนที่ประสบความสำเร็จก็อยากที่จะดำเนินรอยตาม แต่ก็ไม่รู้ว่าในการประกอบอาชีพนี้จะต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง กลยุทธ์นี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินการเพื่อพัฒนาให้ธุรกิจเกี่ยวเนื่องและต่อยอดจากเกมเติบโตขึ้นพร้อม ๆ กับเกม รวมกับเป็นระบบนิเวศสร้างสรรค์ของดิจิทัลคอนเทนต์ที่สมบูรณ์

<u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u> สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการแข่งขันอีสปอร์ต

การเติบโตของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตเกิดขึ้นเคียงข้างกับอุตสาหกรรมเกม เมื่อมีผู้สนใจเล่นเกมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแข่งขัน (Competitive video games) มากขึ้น ก็มีการผลิตเกมประเภทนี้เพิ่มขึ้นให้มีลักษณะเอื้อให้สามารถจัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างผู้เล่นด้วยกันได้ ในขณะเดียวกันผู้ที่สนใจชมการแข่งขันก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันกับผู้เล่น โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 จะมีผู้ชมการแข่งขันอีสปอร์ต ถึง 26.6 ล้านคนต่อเดือนทั่วโลก ซึ่งเพิ่มขึ้นจากค.ศ. 2020 ถึงร้อยละ 11.4

ในประเทศไทย มีทีมนักกีฬาที่เป็นตัวแทนมหาวิทยาลัยอยู่มากกว่า 16 มหาวิทยาลัยในปี 2020 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรเกี่ยวกับอีสปอร์ตโดยตรง เช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดคือทัศนคติของสังคมต่อการเล่นเกม แต่เมื่อมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และสังคมเห็นถึงความสำเร็จของนักกีฬาและภาพลักษณ์ของเกมที่ไม่ใช่เรื่องไร้สาระ อุตสาหกรรมนี้ก็ได้รับการสนับสนุนจากทั้งหน่วยงานรัฐและสถาบันการศึกษา

การส่งเสริมการแข่งขันอีสปอร์ตในประเทศไทยอาจจะไม่ได้ส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อผู้ประกอบการเกมไทย แต่สามารถช่วยลดปัญหาอุปสรรคในด้านทัศนคติเชิงลบของสังคม เพิ่มกระแสความสนใจในอุตสาหกรรมเกม และเปิดโอกาสให้นักลงทุนตัดสินใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมได้อย่างมั่นใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เกมที่ผลิตขึ้นโดยนักพัฒนาไทย อาจจะยังไม่มีเกมที่สามารถนำมาใช้ในการแข่งขันระดับประเทศได้ แต่ในระดับกิจกรรมย่อยแล้ว การส่งเสริมให้มีการนำเกมไทยมาใช้ในการแข่งขันมากขึ้น ก็จะเป็นการสนับสนุนนักพัฒนาเกมไทยทางตรงได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ปรับฐานคิดเกี่ยวกับการเล่นเกมและธุรกิจเกม

<u>กลยุทธ์ที่ 3.1</u> สร้างการรับรู้เกี่ยวกับมูลค่าทางการตลาดของเกม อาชีพเกี่ยวกับเกม และความเข้าใจเกี่ยวกับการเล่นเกมอย่างมีความรับผิดชอบ

ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากบทความ บทสัมภาษณ์ หรือการประชุมระดมความคิดเห็นล้วนแสดงให้เห็นว่าฐานคิดเกี่ยวกับเกมของสังคมไทยโดยรวมยังเป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมอยู่ แม้ว่าสถานการณ์จะดีขึ้นเรื่อย ๆ ตามความนิยมของอีสปอร์ตและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมูลค่าของอุตสาหกรรมเกมในตลาดโลก หากมีการเร่งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุก นำเสนอความหลากหลายของเกม คุณประโยชน์ของเกม มูลค่าทางการตลาด และการสร้างอาชีพ จะสามารถลดอุปสรรคในด้านฐานคิดนี้ได้เร็วขึ้น ปัจจุบันแม้ว่าจะมีบทความ บทสัมภาษณ์ และข้อมูลการสำรวจต่าง ๆ ในสื่อไทยอยู่แล้ว แต่ยังไม่มีการรวบรวมไว้ในแหล่งเดียว ที่เอื้อต่อการเข้าถึงและเหมาะสำหรับประชาชนทั่วไป ไม่ใช่แค่นักเล่นเกมเท่านั้น

<u>กลยุทธ์ที่ 3.2</u> ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชุนที่เกี่ยวกับเกม

นอกจากการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเกมแล้ว การเปิดให้ผู้เล่นเกมและผู้ปกครองของผู้เล่นเกมได้แบ่งปันข้อมูลจากประสบการณ์จริงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สามารถโน้มน้าวคนในสังคมได้ กลยุทธ์นี้เกี่ยวข้องกับการสร้าง User-Generated Content หรือ UGC ซึ่งก็คือเนื้อหาที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผลิตขึ้นมาด้วยตัวเอง การสร้างห้องสนทนาออนไลน์ขึ้นมาให้กับผู้ปกครองโดยเฉพาะ จะช่วยให้เกิดการรวมตัวกันและนำไปสู่การ

ร่วมหาทางออกให้กับปัญหาที่พบร่วมกัน การได้มีส่วนร่วมในชุมชนก็เป็นสิ่งที่สร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งให้เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรมอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ที่จัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์ต้องนำเสนอข้อมูลที่ช่วยผู้ปกครองในการประเมินความเหมาะสมของเกมด้วย เช่นจะต้องมีข้อมูลว่าแต่ละเกมเหมาะสมกับช่วงอายุไหน มีทักษะอะไรบ้างที่ผู้เล่นสามารถพัฒนาได้ในการเล่นเกม ๆ หนึ่ง ระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการเล่นเกม นอกจากนั้นองมีช่องทางให้คำปรึกษาสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการข้อแนะนำอีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 4: สร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่าย

<u>กลยุทธ์ที่ 4.1</u> ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาแผนที่นำทางเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรม

จากกรณีศึกษาทั้ง 6 ประเทศ หนึ่งในปัจจัยความสำเร็จที่ทุกประเทศมีเหมือนกันคือสมาคมและการรวมตัวกับภายในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งและมีบทบาทอย่างมากในด้านการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมเกม ดูแลเรื่องข้อกฎหมายและข้อบังคับซึ่งมีความซับซ้อนให้แก่ผู้ผลิตเกม กำหนดข้อบังคับด้านทรัพย์สินทางปัญญารวมกับภาครัฐ จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการค้า เป็นที่ปรึกษาในด้านการประกอบธุรกิจและบ่มเพาะนักพัฒนาเกมในโครงการต่าง ๆ สมาคมเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ และได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการเงินทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งล้วนแต่มีผลในระยะยาว ไม่ใช่เพียงแค่การร่วมงานกันในระดับการจัดโครงการเป็นครั้ง ๆ ไปเพียงเท่านั้น

กลยุทธ์นี้นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนแล้ว ยังมีผลผลิตเป็นแผนที่นำทางเชิงกลยุทธ์ (Strategic Roadmap) ของอุตสาหกรรมเกมโดยเฉพาะ ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมใหญ่ (อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมเนื้อหา) ซึ่งได้รับความสนใจน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมย่อยอื่น ๆ

<u>กลยุทธ์ที่ 4.2</u> ส่งเสริมโครงการเผยแพร่ผลงานของผู้ประกอบการไทย

ในประเทศไทยคณะกรรมการชุดใหม่ของสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเมื่อต้นปี 2021 มีนโยบายส่งเสริมนักพัฒนาเกมไทย ให้สามารถสร้างผลงานคุณภาพที่เป็นที่นิยมของทั้งผู้เล่นไทยและต่างประเทศได้ นอกจากนั้นแล้วยังมุ่งสร้างการรับรู้ให้เกมที่ผลิตโดยนักพัฒนาเกมไทยเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักเล่นเกมทั่วไป รวมทั้งองค์กรและหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับวิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์นี้ อย่างไรก็ตามกิจกรรมการประชาสัมพันธ์มีงบประมาณที่สูง หากได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานรัฐ รวมถึงองค์กรและสมาคมอื่น ๆ ในเครือข่าย จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น

นอกจากการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงานของผู้ประกอบการไทยจะสามารถสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักเล่นเกม องค์กรและหน่วยงานรัฐแล้ว ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นแบบอย่างที่ดีให้นักพัฒนาเกมรุ่นใหม่ได้ดำเนินรอยตามด้วย

นอกจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ข้างต้น คณะทำงานได้เล็งเห็นความสำคัญในการรวบรวมและเผยแพร่ฐานข้อมูลภายในอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้ทั้ง

ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และนักลงทุนสามารถติดตามสถานการณ์การเคลื่อนไหวภายในอุตสาหกรรม สามารถวิเคราะห์และวางแผนการลงทุนและการดำเนินกิจการได้อย่างมั่นใจ มีความแม่นยำและทันต่อสถานการณ์ ส่งผลสนับสนุนให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นมาได้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล คณะทำงานพบว่าฐานข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ของประเทศไทยจำเป็นต้องประกอบด้วย 5 ลักษณะ คือ

1. ฐานข้อมูลรายชื่อเกมที่ผลิตโดยคนไทย รวมถึงเกมที่คนไทยร่วมมือผลิตกับต่างประเทศ
2. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการตลาดอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ไทย โดยการร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี และการลงทุน
4. ฐานข้อมูลที่เอื้อประโยชน์ให้เฉพาะผู้พัฒนารายย่อย
5. ฐานข้อมูลด้านการศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในประเทศไทย

คณะทำงานมีข้อเสนอแนวทางการดำเนินงานจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ดังต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์การใช้งานข้อมูลที่ชัดเจน ครอบคลุม และให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล
2. จัดเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วนทุกมิติ ตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม
3. นำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย
4. มีระบบการค้นหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ มีระบบการค้นหาขั้นสูง (Advanced Search)
5. มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ