การจัดประชุมระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูล

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(Creative Economy Agency: CEA)
และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Chula Unisearch)
13 กรกฎาคม 2564

วาระการประชุม

- 01 วัตถุประสงค์ของโครงการ ขั้นตอนการดำเนินงาน และขอบเขตการศึกษา
- 02 การวิเคราะห์ SWOT อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม + แอนิเมชันและคาแรคเตอร์)
- 03 ร่างข้อเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)
- 04 ร่างข้อเสนอการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ประกอบด้วย
15 อุตสาหกรรม

กลุ่มบริการสร้างสรรค์
Creative Service

กลุ่มอุตสาหกรรมที่ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์

- การโฆษณา
- การออกแบบ
- สถาปัตยกรรม

กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์
Creative Originals

กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนรากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

- งานฝีมือ
- ดนตรี
- ศิลปะการแสดง
- ทัศนศิลป์

กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์
Creative Goods/Products

การนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้า

- อุตสาหกรรมแฟชั่น

กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์
Creative Content/Media

การนำความคิดสร้างสรรค์มาผลิตคอนเทนต์หรือสื่อ

- ภาพยนตร์และวิดีทัศน์
- การแพร่ภาพและกระจายเสียง
- การพิมพ์
- ซอฟต์แวร์

กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
Related Industries

กลุ่มอุตสาหกรรมที่นำความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ

- อาหารไทย
- การแพทย์แผนไทย
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์

โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์สาขาซอฟต์แวร์ มีวัตถุประสงค์ คือ

01

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ศักยภาพ พร้อมทั้งวางทิศทางและจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

02

เพื่อจัดทำแนวทางการรวบรวมข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

แผนผัง 1 ขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

- ซอฟต์แวร์ในการประมวลผลเพื่อการดำเนินธุรกิจ ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า

- Esports
- Game Casters & Streamers

- การผลิตเนื้อหาสร้างสรรค์
- แรงงานสร้างสรรค์

ภาพรวมการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม)

ผู้ให้สัมภาษณ์
จำนวน 19 คน

แบ่งเป็น

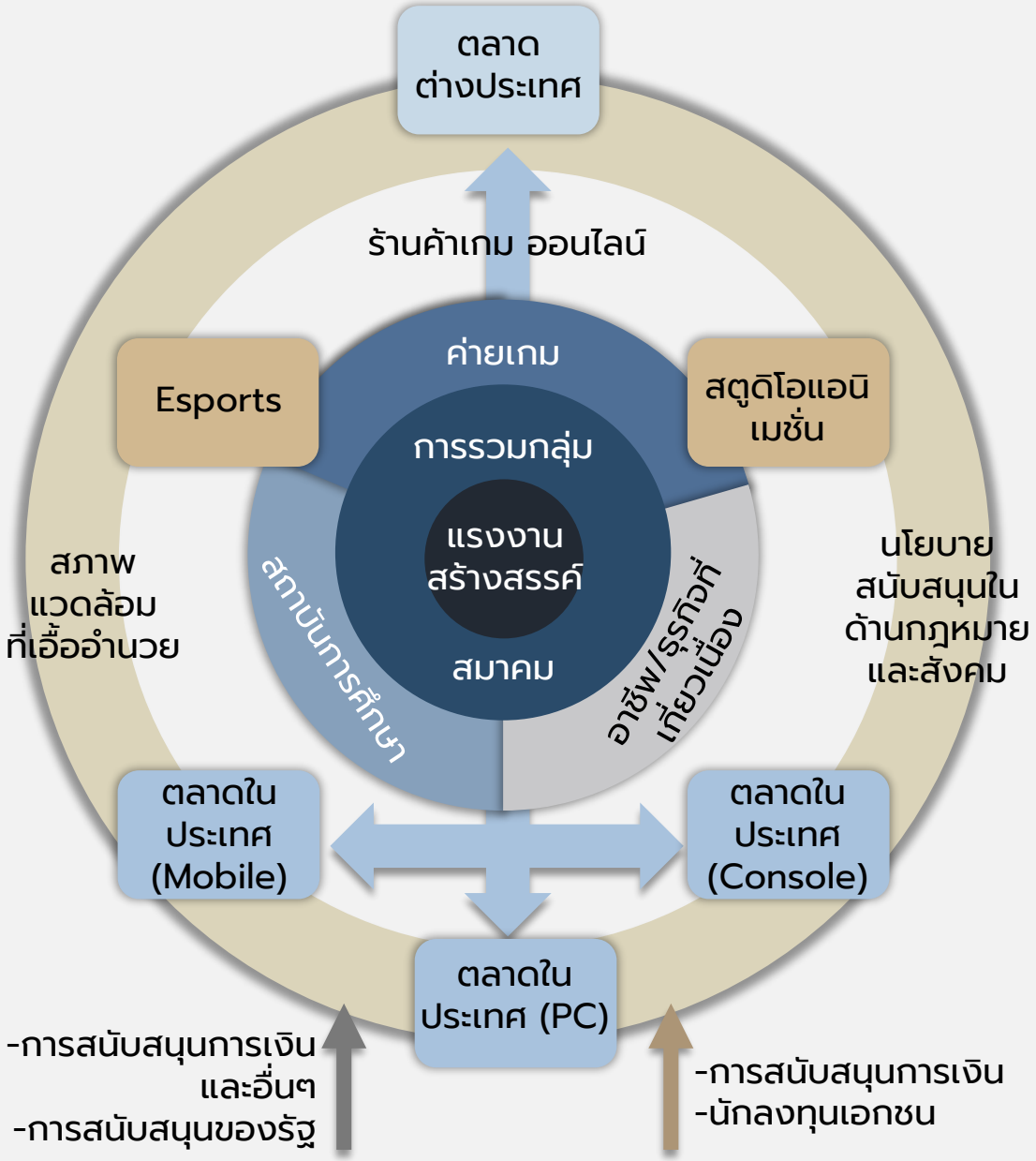
1. ผู้ประกอบการ
2. สมาคม
3. บุคลากรทางการศึกษา
4. หน่วยงานรัฐ

ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทั้งหมดมีบทบาทมากกว่า 1 เช่น
เป็นผู้ประกอบการ
+
กรรมการในสมาคม
หรือ
กรรมการสมาคม
+
อาจารย์

ในการศึกษาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์(เกม) ของประเทศไทย แบบจำลองของ **United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)**

ถูกนำมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่าผู้สร้างสรรค์ผลงานเป็นหัวใจของระบบนิเวศ และแสดงให้ความสัมพันธ์ของผู้สร้างสรรค์กับองค์ประกอบอื่นในระดับที่แตกต่างกัน

01 แรงงานสร้างสรรค์
02 สมาคม/การรวมกลุ่ม
03 ค่ายเกม
04 สถาบันการศึกษา
05 อาชีพ/ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
06 การสนับสนุนของรัฐ
07 นักลงทุนเอกชน



แผนผัง 2 องค์ประกอบในระบบนิเวศสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกม

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำเป็นต้อง**ส่งเสริมให้สภาพแวดล้อมที่รวมกันเป็นระบบนิเวศเอื้อให้ความคิดสร้างสรรค์เจริญงอกงาม**

แผนผัง 2 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์โดยมี

01 **แรงงานสร้างสรรค์** อาทิ นักออกแบบเกม(game designer) ผู้สร้างสรรค์แอนิเมชัน (animator) และศิลปินฝ่ายเทคนิค (technical artist) อยู่ที่ศูนย์กลางของระบบ และได้รับการดูแลในเรื่องผลประโยชน์โดย

02 **สมาคมและชุมชนผู้ผลิตเกมและผู้เล่นเกม** ขยายออกมาจากศูนย์กลางจะมี

03 **สตูดิโอ ค่ายเกม ผู้จัดจำหน่าย** ที่เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดความต้องการแรงงานที่เพิ่มขึ้น และมีส่วนในการกำหนดค่าตอบแทนของตำแหน่งต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเกมนอกจากนั้นจะมีระบบที่ช่วยพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ทั้ง

04 **สถาบันการศึกษา** และ

05 **ธุรกิจที่ช่วยส่งเสริม** เช่นเว็บไซต์เกม แพลตฟอร์มสำหรับผู้ที่ถ่ายทอดสดการเล่นเกมและพากย์เกม(game streamer, game caster)และกิจกรรมการแข่งขันเกม Esports ด้วย ศูนย์กลางของระบบนิเวศจะไม่สามารถเติบโตได้หากไม่มีการสนับสนุนเชิงนโยบาย โครงสร้างและทุนสนับสนุนจาก

06 **รัฐบาลผ่านหน่วยงานต่าง ๆ** และการสนับสนุนจาก

07 **นักลงทุนทั้งในและนอกประเทศ**

กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในต่างประเทศ 6 ประเทศ

แผนผัง 3 ข้อสรุปปัจจัยความสำเร็จจากกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ใน 6 ประเทศ คือ
จีน เยอรมนี สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และสหราชอาณาจักร

ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม)	ประเทศที่ 1	ประเทศที่ 2	ประเทศที่ 3
นโยบายในการส่งเสริมโดยภาครัฐมีความชัดเจน	**จีน** • รัฐบาลสนับสนุนการวิจัยพัฒนาเกม • รัฐบาลออกนโยบาย "Online Game Anti-Addiction System" จำกัดเวลาเล่นเกมของเยาวชน • รัฐบาลควบคุมเนื้อหา กีดกันทางการค้าเกมจากต่างประเทศ บีบบังคับให้บริษัทต่างชาติต้องร่วมมือกับบริษัทจีน	**เยอรมนี** • รัฐบาลมีงบประมาณในการสนับสนุน “Computer Game Development in Germany” 50 ล้านยูโร (1,900 ล้านบาท) • การบริหารเชิงกลยุทธ์ส่วนท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมเติบโตได้เร็วทั่วทั้งประเทศ	**สิงคโปร์** • มีแนวทางส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมด้วยนโยบายที่ชัดเจนเปิดกว้างด้านการลงทุนจากต่างประเทศ • รัฐบาลสนับสนุนผ่าน Infocomm Media Development Authority (IMDA) สร้าง PIXEL พื้นที่สำหรับนักพัฒนาเกม (และ UI/UX) • รัฐมีทุนสนับสนุนการเรียนด้าน Infocomm media (ICM) ทุกระดับการศึกษา
ระบบนิเวศสร้างสรรค์มีความสมบูรณ์	**สหรัฐอเมริกา** • มีโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เอื้อต่อการพัฒนา • สมาคมมีบทบาทในการช่วยเหลือในแง่กฎหมายและ IP • การพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ผ่านสถาบันการศึกษา	**เกาหลีใต้** • รัฐบาลเกาหลีใต้มีการสนับสนุนเชิงนโยบายร่วมกับภาคเอกชน • หัวใจหลักของการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมส์เกาหลีใต้คือ การเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมผ่านเนื้อหา • การส่งเสริม Esports อย่างเต็มที่ช่วยปรับฐานคิดของประชาชนต่อการเล่นเกมได้	**สหราชอาณาจักร** • รัฐบาลสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น กระจายอุตสาหกรรมไปยังจังหวัดอื่น ๆ ในภูมิภาค • หน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน รวมถึงองค์กรอิสระยังพร้อมให้การสนับสนุนกลุ่มผู้เล่นรายย่อย ไม่ว่าจะทั้งเงินทุน หรือมาตรการลดหย่อนภาษี ฯลฯ

ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม)	ประเทศที่ 1	ประเทศที่ 2	ประเทศที่ 3
สมาคมและการรวมตัวกับภายในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งและมีบทบาทอย่างมาก	**สหรัฐอเมริกา** • Entertainment Software Association (ESA) มีบทบาทสำคัญ ในดูแลเรื่องข้อกฎหมายและข้อบังคับซึ่งมีความซับซ้อนให้แก่ผู้ผลิตเกม รวมทั้งกำหนดข้อบังคับด้านทรัพย์สินทางปัญญา	**สหราชอาณาจักร** • TIGA มีหลักปฏิบัติในการดูแลผู้บริโภคเกม อย่างชัดเจน มีการรับรองหลักสูตรเกมที่ตอบสนองความต้องการแรงงาน • Ukie สมาคมอุตสาหกรรมเกมที่มุ่งทำให้ “UK becomes the best place to make, sell and play games”	**สิงคโปร์** • Singapore Games Association (SGGA) มีบทบาทในการสร้างรากฐานของระบบนิเวศอุตสาหกรรมเกมและ Esports เผยแพร่ความสำเร็จ และพัฒนาทักษะผู้พัฒนาเกม • มีสมาคมนักเล่นเกม Singapore Cybersports & Online Gaming Association (SCOGA) มีสถาบันพัฒนาทักษะ Esports
มีการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	**สหรัฐอเมริกา** • ภาคการศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมในสหรัฐอเมริกา	**เยอรมนี** • รัฐบาลสนับสนุนให้นักเรียน นักศึกษาเรียนรู้ผ่านการทำงานจริง เพื่อสร้างความเชี่ยวชาญในอาชีพ	**สิงคโปร์** • มีหลักสูตรเกี่ยวกับการผลิตเกมอยู่มากมาย และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในภาคอุตสาหกรรม
มีการจัดทำฐานข้อมูลที่เข้าถึงง่ายและเป็นประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย	**เกาหลีใต้** • มีฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเกม “White Paper on Korean Games” ที่อัปเดททุกปี และทุกคนสามารถเข้าถึงได้	**เยอรมนี** • The German Games Industry Association มีฐานข้อมูลการวิจัยทางการตลาดที่ครอบคลุมทุกด้าน จัดทำและเผยแพร่อย่าง สม่ำเสมอ ทุกคนสามารถเข้าถึงได้	**สหราชอาณาจักร** • ฐานข้อมูลสืบค้น โดยผู้ที่สนใจสืบค้นข้อมูลเชิงต่าง ๆ ก็สามารถสืบค้นได้จากทุก ๆ องค์กรหน่วยงานสนับสนุน และมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลาด้วย

การวิเคราะห์ SWOT

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม + แอนิเมชันและคาแรคเตอร์)

ปัจจัยภายใน

S จุดแข็ง (+)

- แรงงานสร้างสรรค์มีความสามารถสูง รับจ้างทำงานให้ต่างชาติ
- มีสมาคมที่ร่วมมือกับทำงานเพื่อพัฒนาอย่างแข็งขัน
- ในด้าน Esports มี TESF ที่ช่วยผลักดันให้เกิดการยอมรับ
- มีคณะอนุกรรมาธิการศึกษาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมและอีสปอร์ต
- มีหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมฯ โดยเฉพาะ DEPA ซึ่งร่วมมือกับ TGA ในแผนการส่งเสริมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมเกมไทยปี 2564-2565
- มีสถาบันที่เปิดสอนเกี่ยวกับการผลิตเกมและแอนิเมชันมากขึ้น
- อาชีพ game casters และ streamers มีเพิ่มมากขึ้นและเป็นอาชีพที่ได้รับความสนใจ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ได้สูง
- ในด้านเนื้อหา ประเทศไทยมีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักในระดับสากลหลายด้าน สามารถนำมาใช้ในการออกแบบเกมได้

W จุดอ่อน (-)

- แรงงานสร้างสรรค์ขาดทักษะการบริหารธุรกิจและการตลาด
- นักพัฒนาเกมรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ และขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- มีประสบการณ์ในการผลิตเกมหรือผลงานขนาดใหญ่น้อย
- ขาดต้นทุนการผลิตที่เพียงพอในการสร้างเกมหรือผลงานทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property: IP)
- มีการสนับสนุนโดยภาครัฐแต่ไม่เพียงพอ ต้องแข่งขันกับอุตสาหกรรมดิจิทัลอื่น ๆ
- บริษัทเกมต่างชาติเข้ามาค้าขายในไทย สามารถทำกำไรและแย่งตลาดได้ง่าย
- หน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในการพัฒนายังขาดความเข้าใจในอุตสาหกรรมฯ หรือยังมีมุมมองในแง่ลบต่อการเล่นเกม
- ยังขาดระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ
- เกมที่ผลิตโดยคนไทยยังไม่ถูกใจตลาดในวงกว้าง
- แรงงานไทยยังมีข้อจำกัดทางภาษาและความเข้าใจในวัฒนธรรมสากล
- มีการจัดทำฐานข้อมูลอยู่บ้าง แต่เข้าถึงได้ยากและยังไม่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาเกมและนักลงทุน

ตาราง 2 การวิเคราะห์ SWOT อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม + แอนิเมชันและคาแรคเตอร์)

การวิเคราะห์ SWOT

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม + แอนิเมชันและคาแรคเตอร์)

ปัจจัยภายนอก

O โอกาส (+)

- อุตสาหกรรมเกมทั่วโลกเติบโตอย่างรวดเร็ว ตามพัฒนาการของเทคโนโลยี
- การระบาดของ COVID-19 ซึ่งทำให้มีมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้คนใช้เวลาที่บ้านมากขึ้น และมีเวลาในการเล่นเกมมากขึ้น
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้กระบวนการสร้างเกม หรือการพัฒนาซอฟต์แวร์ทำได้ง่ายขึ้น
- อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยมีความเร็วเพิ่มสูงขึ้นและมีราคาถูก เมื่อเทียบกับในต่างประเทศ
- อุตสาหกรรมอื่นต้องการใช้เกมในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด หรือเพื่อการศึกษามากขึ้น

T อุปสรรค (-)

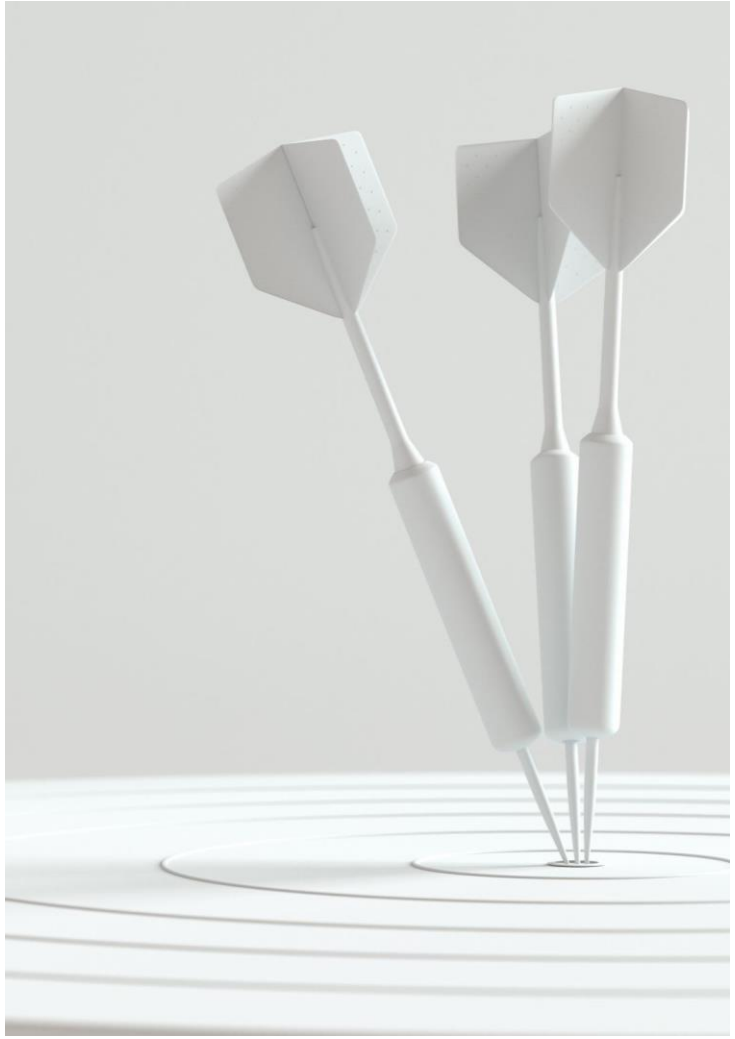
- คนในสังคมยังมองไม่เห็นคุณค่าอย่างเป็นรูปธรรมของอุตสาหกรรมเกม
- รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมดิจิทัลอื่นหรืออุตสาหกรรมเนื้อหาประเภทอื่นมากกว่าเกม
- มุมมองของหน่วยงานรัฐส่วนหนึ่งที่ว่า ถ้าจะสนับสนุนเกมหรือแอนิเมชันจะต้องเป็นเกมเพื่อการศึกษาหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ซึ่งถ้ามีการผลิตออกมาก็จะไม่ใช่ผลงานที่สามารถสร้างกำไรได้
- พรบ.ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลเกมล้าหลัง ไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน (กำลังจะมีการแก้ไข)
- การเข้ามาของค่ายเกมต่างชาติที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งในตลาดมีงบลงทุนมากกว่าทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถแข่งขันได้
- มีคู่แข็งสำคัญในภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย หรือฟิลิปปินส์
- นักลงทุนไม่กล้าเข้ามาลงทุนมากนัก

ตาราง 2 การวิเคราะห์ SWOT อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม + แอนิเมชันและคาแรคเตอร์)

ตาราง 3 ตารางเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของต่างประเทศ และประเด็นปัญหาในการพัฒนาของไทย

ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (เกม) ในต่างประเทศ และจากการวิเคราะห์	ประเด็นปัญหาในการพัฒนาของไทย
นโยบายในการส่งเสริมโดยภาครัฐมีความชัดเจน	หน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในการพัฒนายังขาดความเข้าใจในอุตสาหกรรมฯ หรือยังมีมุมมองในแง่ลบต่อการเล่นเกม อุตสาหกรรมเกมต้องแข่งขันกับอุตสาหกรรมดิจิทัลอื่น ๆ
ระบบนิเวศสร้างสรรค์มีความสมบูรณ์	แรงงานสร้างสรรค์ซึ่งอยู่ที่ศูนย์กลางของระบบนิเวศสร้างสรรค์ขาดการโอบอุ้มโดยองค์ประกอบอื่น ๆ
สมาคมและการรวมตัวกับภายในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งและมีบทบาทอย่างมาก	มีสมาคมที่ร่วมมือกับทำงานเพื่อพัฒนาอย่างแข็งขัน แต่ยังขาดแหล่งทุน และบทบาทในการกำหนดนโยบาย
มีการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง	ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้และพัฒนาทักษะอย่างเป็นระบบ ในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
มีการจัดทำฐานข้อมูลที่เข้าถึงง่ายและเป็นประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย	ฐานข้อมูลไม่เพียงพอ เข้าถึงยาก และไม่เอื้อประโยชน์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมายในการจัดประชุม ระดมความคิดเห็น



01

ร่วมกำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์ และ แนวทางในการ พัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

02

ร่วมออกแบบ โครงการ ให้สอดคล้องกับ แผนยุทธศาสตร์ และแนวทาง ในการพัฒนา

03

หารือแนวทาง ในการจัดทำ ฐานข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

ร่างข้อเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

ข้อเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม) ต่อไปนี้ เกิดจาก

รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์อุตสาหกรรมในบริบทโลกและภายในประเทศไทย รวมถึงกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในต่างประเทศ

+

การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

โดยคณะที่ปรึกษาได้ใช้**การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ** เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฯ

ในครั้งนี้ ในการนำเสนอข้อมูลนั้นคณะที่ปรึกษาได้ยึดแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของสำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 เดือนมิถุนายน 2561) โดยมีนิยามศัพท์และคำจำกัดความที่สำคัญดังที่สรุปในตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 สรุปนิยามศัพท์และคำจำกัดความตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.)

คำศัพท์	คำจำกัดความ
วิสัยทัศน์ (Vision)	สิ่งที่อยากจะให้เป็นภายในกรอบระยะเวลาหนึ่ง
ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)	ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง มุ่งเน้น
เป้าประสงค์ (Goal)	สิ่งที่ต้องการบรรลุ โดยพิจารณาว่าในประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละข้อ ใครเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์และได้รับประโยชน์อย่างไร
ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPI)	สิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ว่าสามารถบรรลุเป้าประสงค์
ค่าเป้าหมาย (Target)	ตัวเลขหรือค่าของตัวชี้วัดความสำเร็จที่จะต้องไปให้ถึงภายในกรอบระยะเวลาหนึ่ง
กลยุทธ์ (Strategy)	สิ่งที่จะต้องทำเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์
โครงการ (Project)	กิจกรรมดำเนินการ/ปฏิบัติ

ตาราง 5 ร่างแผนยุทธศาสตร์ฉบับที่ 1

วิสัยทัศน์ที่ 1: ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา (IP) ประเภทซอฟต์แวร์เกมในภูมิภาคเอเชีย (ภายใน 10 ปี)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด (ค่าเป้าหมาย)	กลยุทธ์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 01 บ่มเพาะผู้ประกอบการเกม	1.แรงงานสร้างสรรค์มีความมุ่งมั่นและความสามารถในการพัฒนา ลงทุน และบริหารจัดการธุรกิจ	1.ปริมาณของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกม (เพิ่มขึ้นปีละ 20%)	• เพิ่มศักยภาพของนักพัฒนาเกมและนักออกแบบแอนิเมชันให้มีทักษะของการเป็นผู้ประกอบการ • ส่งเสริมให้นักพัฒนาเกมเล็งเห็นความเป็นไปได้ในการสร้างเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น
	1.แรงงานสร้างสรรค์สามารถพัฒนารูปแบบและเนื้อหาเกมจากต้นทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่นและสร้างผลกำไรได้	1.ปริมาณของเกมที่พัฒนาจากต้นทุนทางวัฒนธรรมซึ่งสร้างผลกำไรได้ (เพิ่มขึ้นปีละ 20%)	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 02 สนับสนุนการทำงานของสมาคม (การรวมกลุ่ม) ในการขยายการเติบโตของอุตสาหกรรม	1.สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมได้รับการสนับสนุนภาครัฐในการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรม จับคู่ผู้ประกอบการกับนักลงทุน และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมไทยในตลาดโลก	1.ปริมาณโครงการที่จัดขึ้นโดยสมาคมเพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (5 โครงการ/2 ปี)	• สนับสนุนสมาคมและการรวมกลุ่มของนักพัฒนาเกม และนักออกแบบในด้านงบประมาณ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ • สร้างการร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐกับสมาคมเพื่อดูแลสิทธิประโยชน์ของผู้ประกอบการเกม • สร้างการร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐกับสมาคมเพื่อดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคเกม
	1.สมาคมมีบทบาทในการช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านกฎหมายและลิขสิทธิ์ รวมทั้งดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคเกม เช่นการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหาเกม	1.ปริมาณของผู้ประกอบการที่ได้รับความช่วยเหลือจากสมาคม (อย่างน้อย 20% ต่อปี 2.ปริมาณโครงการที่จัดขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภคเกม (5 โครงการ/2 ปี)	

ตาราง 5 ร่างแผนยุทธศาสตร์ฉบับที่ 1

วิสัยทัศน์ที่ 1: ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา (IP)ประเภทซอฟต์แวร์เกมในภูมิภาคเอเชีย (ภายใน 10 ปี)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด (ค่าเป้าหมาย)	กลยุทธ์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ **03** ปรับฐานคิดเกี่ยวกับการเล่นเกมและธุรกิจเกมเพื่อเพิ่มโอกาสในการลงทุน	1. นักลงทุนเล็งเห็นศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรมและมีความมั่นใจที่จะลงทุนกับการผลิตเกม	1.อัตราการเพิ่มขึ้นของการลงทุนในอุตสาหกรรมเกมไทย (เพิ่มขึ้นปีละ **%)	• รวบรวมและนำเสนอผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการเล่นเกม • สร้างและเผยแพร่ฐานสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมทั่วโลก • ร่วมมือกับ TESF สนับสนุนกิจกรรม Esports ในระดับภูมิภาค • ร่วมมือกับ DEPA จัดทำ Whitepaper อุตสาหกรรมเกม และ Portfolio ของผู้ประกอบการเกม
	1. สังคมไทยตระหนักว่าเกมเป็นผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้	1. ร้อยละของประชากรไทยที่เข้าใจว่าเกมเป็นผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ (ร้อยละ 50)	
	1. สังคมไทยตระหนักว่า Esports เป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลและร่วมให้การสนับสนุน	1. อัตราการเพิ่มขึ้นของงบประมาณสนับสนุนในอุตสาหกรรม Esports (เพิ่มขึ้นปีละ **%)	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ **04** สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์และส่งออก IP	1. สถาบันการศึกษาผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมที่จะเข้าทำงานในตลาดแรงงาน	1.ร้อยละของบัณฑิตที่จบจากหลักสูตรที่เกี่ยวกับเกมที่ได้ทำงานในอุตสาหกรรมเกมแอนิเมชัน คาแรคเตอร์ (ร้อยละ 80)	1. สนับสนุนความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการในการจัดกิจกรรมและการฝึกงาน เพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตนักศึกษาในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน 2.สนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ให้สามารถเริ่มต้นบริหารจัดการธุรกิจ โดยพร้อมที่จะกล้ารับความเสี่ยงเพื่อให้ได้กำไร 3.ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการสร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสำหรับบริษัทต่างชาติ และเพิ่มโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการไทย
	1. รัฐมีนโยบายสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการรายใหม่อย่างทั่วถึง	1.ปริมาณโครงการสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการรายใหม่ (5 โครงการ/ปี)	
	1. มีกฎหมายที่ทันสมัยเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการในประเทศในขณะที่สร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier of entry) สำหรับบริษัทต่างชาติที่ไม่ได้สร้างอาชีพหรือรายได้เข้าประเทศไทย	1.รายได้ของผู้ประกอบการเกมในประเทศไทย (เพิ่มขึ้นปีละ 20%)	

วิสัยทัศน์ที่ 2: ประเทศไทยมีระบบนิเวศสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมเกมที่อุดมสมบูรณ์ ทุกภาคส่วนมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (ภายใน 5 ปี)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด (ค่าเป้าหมาย)	กลยุทธ์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ **01** ปรับฐานคิดเกี่ยวกับการเล่นเกมและธุรกิจเกม	1.สังคมไทยตระหนักว่าเกมเป็นผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้	1.ร้อยละของประชากรไทยที่เข้าใจว่าเกมเป็นผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ (ร้อยละ 50)	• รวบรวมและนำเสนอผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการเล่นเกม • ส่งเสริมอาชีพที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการเล่นเกม เช่น game casters & streamers รวมทั้ง content creators ที่เกี่ยวข้องกับเกมและแอนิเมชัน • ส่งเสริมกิจกรรมทางวิชาการที่ตั้งคำถามและอภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกม • สร้างเครือข่ายภายในอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการแข่งขันและนักกีฬา Esports
	1.แรงงานสร้างสรรค์สามารถพัฒนารูปแบบและเนื้อหาเกมจากต้นทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่นและสร้างผลกำไรได้	2.ปริมาณของเกมที่พัฒนาจากต้นทุนทางวัฒนธรรมซึ่งสร้างผลกำไรได้ (เพิ่มขึ้นปีละ 20%)	
	1.ทุกภาคส่วนให้การสนับสนุนการแข่งขัน Esports เกิดการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งประเทศ	3.ปริมาณการแข่งขัน Esports (อย่างน้อยปีละ xx งาน)	

ตาราง 6 ร่างแผนยุทธศาสตร์ ฉบับที่ 2

วิสัยทัศน์ที่ 2: ประเทศไทยมีระบบนิเวศสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมเกมที่อุดมสมบูรณ์ ทุกภาคส่วนมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (ภายใน 5 ปี)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด (ค่าเป้าหมาย)	กลยุทธ์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ **02** สร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายที่ประกอบด้วยหน่วยงานรัฐและเอกชน	1.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมทำงานประสานกับเพื่อการพัฒนาให้ครบทุกองค์ประกอบของระบบนิเวศโดยไม่ทำงานทับซ้อนกัน	1. ปริมาณของผลงานทรัพย์สินทางปัญญา (เพิ่มขึ้น 30% ภายใน 5 ปี)	• อำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการเกมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย • ร่วมมือกันดูแลผู้ประกอบการในทุกขั้นตอนของการก่อตั้งธุรกิจ ตลอดจนการส่งออกเกมไปยังตลาดโลก • ร่วมมือกันจัดทำฐานข้อมูลเป็นประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมเกม
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ **03** สนับสนุนความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมและการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์	1.เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ช่วยเสริมสร้างทักษะและประสบการณ์ให้กับนิสิตนักศึกษา ให้พร้อมก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน	1. ปริมาณบันทึกความเข้าใจ(MoU) ระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเกม (เพิ่มขึ้นปีละ X ฉบับ)	• ส่งเสริมให้มีการนำองค์ความรู้จากต่างประเทศมาถ่ายทอดให้ผู้เรียนคนไทย (เช่นการแลกเปลี่ยนอาจารย์ หรือ ให้ทุนนักพัฒนาเกมต่างชาติเข้ามาทำวิจัยในไทย) • ส่งเสริมให้บุคลากรทางการศึกษาทำวิจัยเกี่ยวกับเกม โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการ

ขั้นตอนต่อไปในการจัดทำร่างข้อเสนอแผนยุทธศาสตร์และ
แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

แผนการดำเนินโครงการ

ชื่อโครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลาดำเนินการ
วิสัยทัศน์ที่ 1:		
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1:		
1. โครงการ.....	• สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ • สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล • สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย •	1-2 ปี
2. โครงการ.....		

ร่างข้อเสนอการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกม)

ลักษณะข้อมูล

ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับ**ผู้ผลิต**
- จำนวนผู้ประกอบการ
- รูปแบบการจัดตั้ง
- ขนาดของบริษัท
- ยอดขาย
- เงินเดือน/ค่าจ้างเฉลี่ยของแต่ละหน้าที่

ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับ**ตลาด**
- อันดับยอดดาวน์โหลดของเกมในประเทศ ในทุกแพลตฟอร์ม
- อันดับเกมที่มีการพูดถึงมากที่สุด
- อันดับเกมในภูมิภาคและในโลก

ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับ**ผู้บริโภค**
- สัดส่วนประชากรที่เล่นเกม
- อายุของผู้เล่นเกม
- อันดับเกมที่เป็นที่นิยม
- ฯลฯ

ปัญหา

1. รูปแบบการนำเสนอที่ทำให้เข้าถึงยาก นำมาใช้ต่อได้ยาก
2. การค้นหาข้อมูลทำได้ยาก ควรหาได้ง่าย ๆ เช่นพิมพ์ค้นหาใน Google ได้เลย
3. การที่Reportทำเป็นปีละครั้ง ไม่สามารถแจ้งความถี่ได้ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
4. ควรมีการอัปเดตฐานข้อมูลทุกๆ 6เดือน ระบุข้อมูลชัดเจน ชื่อบริษัท หน้าที่ สมาชิก เป็นต้น
5. ฐานข้อมูลยังไม่เพียงพอ นักลงทุนต่างชาติยังไม่เห็นภาพรวม
6. ฐานข้อมูลยังไม่ถูกนำมาใช้เพื่อปรับฐานคิดของสังคมต่อเกม

ข้อเสนอการจัดทำฐานข้อมูล

1. เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชน ในด้านรายได้ มูลค่าตลาด ผู้ประกอบการ แรงงานสร้างสรรค์ ค่าจ้างแรงงาน ลงรายละเอียดเรื่องสายผลิต จำนวนนักศึกษา บัณฑิตที่จบ
2. มีฐานข้อมูลรายได้ของแต่ละเกม ฐานข้อมูลการประเมินรายได้ของค่ายเกม อาจจะดูจากจำนวนคนเล่นได้
3. ฐานข้อมูลของนักลงทุน บริษัทต่างชาติที่เข้ามาจ้างแรงงานไทย
4. ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการทำฐานข้อมูลของภูมิภาค เช่นกับ MDEC (Malaysia Digital Economy Corporation) ของมาเลเซีย
5. เพิ่มการวิจัยทางการตลาดในเชิงลึก ทั้งอุตสาหกรรมเกม แอนิเมชัน คาแรคเตอร์ และ Esports (หรือลงทุนกับบริษัทที่ทำการสำรวจอยู่แล้ว เช่น Newzoo และ App Annie)
6. มุ่งพัฒนาเครือข่ายความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมโดยเฉพาะในเอเชีย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้
7. เพิ่มฐานข้อมูลงานวิจัยที่พูดถึงอุตสาหกรรมเกมในแง่บวกมากขึ้น
8. สร้างแพลตฟอร์มฐานข้อมูลขึ้นมาโดยเฉพาะ อาจจะมีระบบสมาชิก ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลในระดับที่ต่างกัน มีผู้ดูแลระบบโดยเฉพาะ

CREATIVE
ECONOMY
AGENCY

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULA UNISEARCH