3. การประกอบธุรกิจ

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกม โดยถือเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกในธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกม โดยเฉพาะซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในประเทศไทย ภายใต้เครื่องหมายการค้า “CyberPlanet Interactive” ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทสามารถแบ่งแยกได้ 3 ลักษณะตามประเภทของอุปกรณ์ที่ใช้เล่นเกม ได้แก่ ซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซล ซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ และซอฟต์แวร์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับอุปกรณ์แต่ละประเภทนั้น จะมีความแตกต่างในเรื่องรูปแบบความซับซ้อนของซอฟต์แวร์เกม เพื่อให้สามารถใช้งานได้สอดคล้องกับเทคโนโลยีทั้งทางด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และรูปแบบการในการใช้งานของแต่ละประเภทอุปกรณ์ โดยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของอุปกรณ์เครื่องเล่นแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แต่ละประเภทอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเล่นเกม มีระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด ดังนี้

	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)
เกมคอนโซล	7 ปี
เกมคอมพิวเตอร์	3-5 ปี
เกมโทรศัพท์เคลื่อนที่	1-2 ปี

ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมระหว่างปี 2549 - 2552 สามารถแสดงได้ดังนี้

	ปี 2549	**ปี 2550**	**ปี 2551**	**ปี 2552**
ซอฟต์แวร์เกมคอนโซล	0.00%	7.84%	61.47%	83.11%
ซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์	85.06%	90.27%	35.03%	16.59%
ซอฟต์แวร์เกมโทรศัพท์เคลื่อนที่	14.94%	1.88%	3.50%	0.29%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

3.1.1 ซอฟต์แวร์เกมคอนโซล (Console game)

ซอฟต์แวร์เกมคอนโซลถือเป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทเริ่มทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลตั้งแต่ปี 2550 และมีขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2551 และปี 2552 กลุ่มบริษัทมีรายได้การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในสัดส่วนร้อยละ 61.47 และร้อยละ 83.11 ของรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม

ทั้งนี้ เครื่องเล่นเกมคอนโซล คือ เครื่องเล่นเกมประเภทหนึ่งที่แสดงภาพผ่านทางหน้าจอภายในเครื่อง หรือต่อกับเครื่องแสดงภาพอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือ เครื่องขยายภาพ (Projector) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่ เครื่องเล่นเกมคอนโซลที่มีไว้เล่นเพื่อความบันเทิงภายในบ้าน และเครื่องเล่นเกมคอนโซลประเภทพกพา โดยปัจจุบันมีบริษัทผู้ผลิตเครื่องเกมคอนโซลรายใหญ่เพียง 3 ราย ได้แก่ นินเทนโด โซนี่ และไมโครซอฟต์ โดยผู้ผลิตแต่ละรายได้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล ดังนี้

	เครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน	**เครื่องเล่นเกมคอนโซลประเภทพกพา**
Nintendo Co., Ltd (นินเทนโด)	Nintendo Wii, Gamecube	Nintendo DSi, Nintendo DS
Sony Corporation (โซนี่)	Playstation3, Playstation2	Playstation Portatble (PSP),
Microsoft Corporation (ไมโครซอฟท์)	Xbox360, Xbox	-

- **<u>เครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน</u>**

1. *Xbox360*

ปีที่วางจำหน่าย: 2548
ลักษณะเด่น: ภาพกราฟิกความละเอียดสูง
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย: วัยรุ่น
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก: 37.05 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก: ประมาณ 800 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552: 20.66% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน

2. *Nintendo Wii*

ปีที่วางจำหน่าย: 2549
ลักษณะเด่น: อุปกรณ์ควบคุมไร้สาย Wii mode
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย: เด็กและครอบครัว
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก: 65.65 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก: ประมาณ 1,200 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552: 44.23% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน

3. *Playstation 3*

ปีที่วางจำหน่าย: 2549
ลักษณะเด่น: ภาพกราฟิกความละเอียดสูงในระบบ Blue-ray Disc
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย: วัยรุ่น
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก: 30.95 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก: ประมาณ 700 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552: 25.05% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน

4. Playstation 2

ปีที่วางจำหน่าย:	2543
ลักษณะเด่น:	ภาพกราฟิกความละเอียดสูง
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย:	วัยรุ่น
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก:	135.24 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก:	ประมาณ 3,000 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552:	10.06% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลภายในบ้าน

- **<u>เครื่องเล่นเกมคอนโซลประเภทพกพา</u>**

1. Nintendo Dual Screen (Nintendo DS, NDS)

ปีที่วางจำหน่าย:	2547
ลักษณะเด่น:	หน้าจอ 2 ด้านและการใช้หน้าจอสัมผัส
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย:	เด็กและครอบครัว
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก:	124.47 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก:	ประมาณ 2,600 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552:	74.95% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลพกพา

2. Playstation Portable (PSP)

ปีที่วางจำหน่าย:	2547
ลักษณะเด่น:	ภาพกราฟิกความละเอียดสูง และการใช้งานมัลติมีเดีย
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย:	วัยรุ่น
จำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้แล้วทั่วโลก:	55.50 ล้านเครื่อง
จำนวนซอฟต์แวร์เกมที่วางจำหน่ายทั่วโลก:	ประมาณ 1,100 เกม
ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2552:	25.05% ของเครื่องเล่นเกมคอนโซลพกพา

หมายเหตุ: ข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดและจำนวนเครื่องที่จำหน่ายได้อ้างอิงจาก www.vgchartz.com โดยใช้ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552

จากการที่เครื่องเล่นเกมคอนโซลมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้งาน คือ เพื่อเล่นเกมและสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ใช้งาน ทำให้ซอฟต์แวร์เกมที่ทำการพัฒนาสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซล จะมีรายละเอียดและความซับซ้อนของโปรแกรมสูงเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องเล่นเกมประเภทอื่น เพื่อให้รูปแบบของเกมมีความสมจริง และสอดคล้องกับอุปกรณ์ต่อพ่วงสำหรับการใช้งานที่มีความหลากหลาย

ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลนั้น ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละรายจะมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของตนเองทั้งด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ ตลอดจนมีการควบคุมการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวซึ่งครอบคลุมถึงเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมด้วย ทำให้ในการประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลนั้น ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมจึง*ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลในการดำเนินธุรกิจ* ทั้งในรูปแบบการได้รับอนุญาตในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมอย่างเป็นทางการ หรือการได้รับสิทธิในการใช้เทคโนโลยี และอุปกรณ์ทดสอบการใช้งานของซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละรุ่น

จากการที่ผู้ผลิตแต่ละรายมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี และมีการควบคุมการใช้เทคโนโลยีของตนเองนั่นเอง ทำให้เครื่องเล่นเกมคอนโซลของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างทางด้านเทคโนโลยีทั้งทางด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ในการบันทึกและแปลงข้อมูล ดังนั้นซอฟต์แวร์เกมที่ออกแบบมาสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลของผู้ผลิตรายหนึ่ง จึงไม่สามารถใช้กับเครื่องเล่นเกมคอนโซลของผู้ผลิตรายอื่นได้ รวมทั้งเมื่อผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลมีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นโดยการพัฒนาเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่ เช่น จากเครื่องเล่นเกม Playstation2 เป็นเครื่องเล่นเกม Playstation3 ซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่ทำการผลิตพัฒนาไว้จะเกิดความล้าสมัยของเทคโนโลยี โดยไม่สามารถใช้ประสิทธิภาพของเครื่องเล่นรุ่นใหม่ได้อย่างเต็มที่ ทำให้ความน่าสนใจในเกมลดน้อยลง ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมจะต้องทำการพัฒนาปรับปรุงโปรแกรมซอฟต์แวร์เกมเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีของเครื่องเล่นรุ่นนั้นๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลหลักในปัจจุบันมีเพียง 3 รายทำให้การแข่งขันทางด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของเครื่องเล่นเกมคอนโซลมีไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากอายุการใช้งานของเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละรุ่น ซึ่งส่วนใหญ่จะมีอายุประมาณ 7 ปี

ในการประกอบธุรกิจกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลของนินเทนโด และโซนี่เป็นหลัก เนื่องจากเครื่องเล่นเกมคอนโซลดังกล่าวมีจำนวนผู้เล่นเป็นจำนวนมาก มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องคอนโซลดังกล่าวที่ความเหมาะสมกับซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทได้รับการแต่งตั้งจากนินเทนโดให้เป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่ได้รับอนุญาต (Nintendo Licensed Developer) ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่น Nintendo Wii และ Nintendo DS รวมทั้งมีสิทธิในการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลดังกล่าว นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังได้รับสิทธิในการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์สำหรับเครื่องเล่นเกม Playstaion2 และเครื่องเล่นเกม PSP ซึ่งเป็นเครื่องเล่นเกมคอนโซลที่ผลิตโดยโซนี่ รวมทั้งได้รับสิทธิในการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์สำหรับเครื่องเล่นเกม Xbox360 ซึ่งผลิตโดยไมโครซอฟต์อีกด้วย

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลแล้วทั้งสิ้น 50 เกม โดยมีรายชื่อซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่พัฒนาแล้วเสร็จ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ดังต่อไปนี้

ซอฟต์แวร์เกม	Nintendo Wii (Wii)	Nintendo DS (NDS)	Playstation 2 (PS2)
1. Amusement Park	✓		
2. Army Rescue	✓		
3. Barbie Fashion Show		✓	
4. Beauty Salon	✓	✓	
5. Burger Bot	✓	✓	
6. Crabby			✓
7. Caveman Rock	✓	✓	
8. Dance Craze		✓	
9. Dancing Star	✓		
10. Elvish			✓
11. Finkles World	✓	✓	✓
12. Flower Fever			✓
13. Hoppies II	✓	✓	✓

ซอฟต์แวร์เกม	Nintendo Wii (Wii)	Nintendo DS (NDS)	Playstation 2 (PS2)
14. Iron Chef II	✓	✓	
15. Jaja Adventure	✓		
16. Jello Brewery			✓
17. Monster Egg II	✓	✓	✓
18. Nursery Mania		✓	
19. Nursery Story		✓	
20. Ocean Commander	✓	✓	✓
21. Offshore Tycoon	✓	✓	
22. Paddle Pop: The Pyrata	✓		
23. Polar Rampage		✓	✓
24. Rock Blast	✓	✓	✓
25. Saint and Sinner	✓	✓	
26. Scoop Me Up	✓		
27. Steam Express			✓
28. Veggy World	✓	✓	✓
29. World Traveller II		✓	
30. War of Heaven		✓	✓

ตัวอย่างซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่พัฒนาโดยกลุ่มบริษัท จำแนกตามประเภทเครื่องเล่นเกมคอนโซล

Nintendo Wii

Nintendo DS

Playstation2

ซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่กลุ่มบริษัทพัฒนาในระยะเริ่มต้นนั้น เป็นการนำซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มบริษัทพัฒนาไว้แล้วมาปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถใช้งานได้กับเครื่องเล่นเกมคอนโซลของผู้ผลิตต่างๆ ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลใหม่ๆ ที่จัดเป็นเกมที่มีคุณภาพสูง (Premium Game) เช่น เกม Barbie Fashion Show และเกม Beauty Salon เป็นต้น โดยกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมแนวแคชชวล (Casual) ที่มีเนื้อหาที่สร้างสรรค์และส่งเสริมการเรียนรู้ สำหรับผู้เล่นเด็กและครอบครัวเป็นหลัก ซึ่งเกมแนวแคชชวลนั้นเป็นเกมที่เหมาะสำหรับการผ่อนคลายยามว่าง (Casual gamer) มีเนื้อหาและรูปแบบการเล่นที่หลากหลาย อาทิเช่น เกมแนวผจญภัย (Adventure), เกมแนววางแผนกลยุทธ (Strategy), เกมไขปริศนา (Puzzle) เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัทได้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมเนื้อหาเดียวกันสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลมากกว่าหนึ่งประเภทเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าปลายทางที่มีความหลากหลายในการเลือกใช้งานเครื่องเล่นเกมคอนโซลของผู้ผลิตเครื่องเล่นแต่ละราย

3.1.2 <u>ซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Game)</u>

ซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัทในช่วงระหว่างปี 2543-2550 โดยในปี 2551 และปี 2552 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ในสัดส่วนร้อยละ 35.03 และร้อยละ 16.59 ของรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม

ทั้งนี้ ซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ เกมคอมพิวเตอร์แบบออฟไลน์ (Offline Game) และเกมคอมพิวเตอร์แบบออนไลน์ (Online Game) โดยปัจจุบันกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ในลักษณะออฟไลน์เป็นหลัก

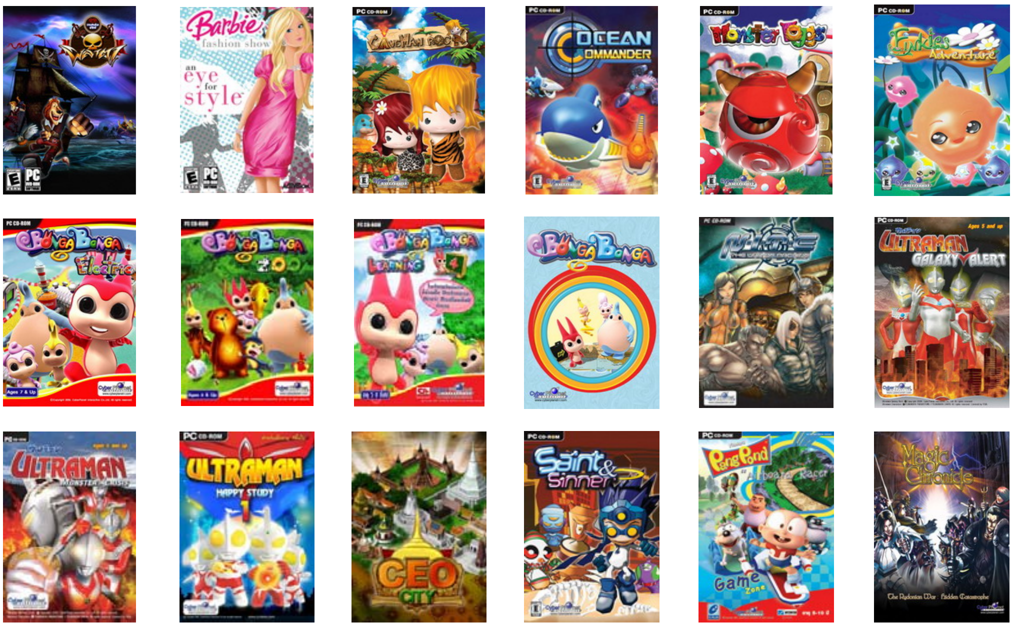
กลุ่มบริษัทเริ่มพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ตั้งแต่ปี 2543 โดยในช่วงแรกของการประกอบธุรกิจกลุ่มบริษัทมีการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์หลากหลายรูปแบบ ทั้งเกมวางแผนกลยุทธ์(Real-time Strategy) เกมต่อสู้ (Action) เกมจำลองสถานการณ์ (Simulation) รวมถึงการนำเอาตัวละครที่ได้รับความนิยมมาเป็นตัวละครหลักในเกมที่ทำการพัฒนา เช่น ปังปอนด์ อุลตร้าแมน เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มบริษัท ยังให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อเยาวชนและสนับสนุนนโยบายของภาครัฐ อาทิเช่น เกม Moontra Kid ซึ่งเป็นเกมที่มีเนื้อหาต่อต้านยาเสพติด และเกม CEO City ที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2550 กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมแนวแคชชวลเพื่อความบันเทิงและส่งเสริมความรู้ (Edutainment) สำหรับเด็กเล็กอายุตั้งแต่ 2 ปีจนถึงระดับประถมศึกษา โดยจะเป็นเกมที่มีเนื้อหาส่งเสริมการเรียนรู้และความรู้รอบตัวต่างๆ ควบคู่ไปกับการเล่นเกม โดยใช้ตัวการ์ตูนเป็นสื่อในการเรียนรู้ อาทิเช่น ซอฟต์แวร์เกมในชุดของ Bonga Bonga Series และ Bonga Bonga Learning ที่มีเนื้อหาส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านคณิตศาสตร์ รูปทรงเรขาคณิต ดนตรีและศิลปะสำหรับเด็ก เป็นต้น

รายชื่อซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มบริษัทเป็นผู้พัฒนาแล้วเสร็จจนถึง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 มีดังนี้

1. Bongabonga Electric
2. Bongabonga Home
3. Bongabonga Learning 1-4
4. Bongabonga Travel
5. Bongabonga Traveler
6. Bongabonga Zoo
7. Barbies Fasion Show
8. CEO City
9. Caveman Rock
10. Crabby Adventure
11. Finkle Adventure
12. Monster Egg
13. N.I.T.E.
14. Ocean Commander
15. Offshore Tycoon
16. Pangpond Airboard Racer
17. Saint and Sinner
18. Ultraman Episode 1 :The Taro Adventure
19. Ultraman Galaxy Alert
20. Ultraman Happy Study 1-4
21. Ultraman Monster Crisis
22. Ultraman Power Fighter
23. World Traveller
24. Magic Chronicle
25. Paddle Pop: The Pyrata
26. Paddle Pop: Kombatei

ตัวอย่างซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาโดยกลุ่มบริษัท



3.1.3 **ซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่** (Mobile Phone Game)

ซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัทปี 2546-2548 อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัททำการลดบทบาทการดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ลงตั้งแต่ปี 2549 โดยในปี 2551 และปี 2552 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงร้อยละ 3.49 และร้อยละ 0.29 ของรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมตามลำดับ

ในช่วงระหว่างปี 2546 – 2548 กลุ่มบริษัทถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้นำในการพัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่และถือเป็นผู้ประกอบการคนไทยรายเดียวที่ประกอบธุรกิจดังกล่าว โดยกลุ่มบริษัททำการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อจำหน่ายให้แก่บริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ชั้นนำหลากหลายราย เช่น Nokia, Sony, Ericsson, IEC, Samsung, O2 และ Smart Phone เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่จะนำซอฟต์แวร์ของกลุ่มบริษัทติดตั้งไว้ในเครื่องโทรศัพท์ของตน เพื่อเพิ่มคุณสมบัติเสริมด้านความบันเทิงให้แก่ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ในช่วงเวลาดังกล่าวกลุ่มบริษัทมียอดจำหน่ายลิขสิทธิ์ให้แก่ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อนำไปขายรวมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Bundle) รวมแล้วประมาณ 500,000 - 1,000,000 ลิขสิทธิ์ต่อปี

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพ โอกาสในการขยายตัวในธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนภาวะการแข่งขันพบว่าเป็นธุรกิจที่มีภาวะการแข่งขันสูงประกอบกับมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงอันก่อให้เกิดความล้าสมัยประมาณ 1-2 ปี ทำให้ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมต้องทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และซอฟต์แวร์เกมที่ทำการพัฒนาจะมีอายุการใช้งานเพียง 1-2 ปี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อโอกาสในการจำหน่ายซอฟต์แวร์ของกลุ่มบริษัท ต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และการบริหารทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัท ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายลดบทบาทในธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ลงตั้งแต่ปี 2549

ด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีการเปลี่ยนแปลงไป จากการเข้ามาของเทคโนโลยีหน้าจอสัมผัส (Touch screen) ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นสามารถรองรับรูปแบบการใช้งานที่มีความหลากหลาย รวมถึงซอฟต์แวร์เกมที่มีรายละเอียดและความซับซ้อนของเกมได้เพิ่มขึ้น ตลอดจนมีอายุการใช้งานและระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีนานขึ้น เช่น iphone เป็นต้น ทำให้กลุ่มบริษัทอาจมีเพิ่มบทบาทในการดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นอีกครั้งในอนาคต ทั้งนี้ในปี 2552 บริษัทได้เริ่มพัฒนาเกมสำหรับเครื่อง iphone เป็นครั้งแรกโดยได้แก่เกม Rock Blast ซึ่งเป็นเกมที่ดัดแปลงจากเกมคอมพิวเตอร์

3.1.4 **สิทธิพิเศษจากการส่งเสริมการลงทุน**

บริษัทและบริษัทย่อยได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรจากกรมส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 สำหรับการประกอบธุรกิจผลิตซอฟต์แวร์ โดยการอนุมัติของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ บริษัทและบริษัทย่อยได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากรที่มีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

รายละเอียด	บริษัท ไซเบอร์แพลนเน็ต อินเตอร์แอคทีฟ จำกัด (มหาชน)	บริษัท บลู วิซาร์ด สตูดิโอจำกัด	บริษัท แพลนเน็ต จี จำกัด	บริษัท อินฟอเมติกซ์ พลัส จำกัด
1. บัตรส่งเสริมเลขที่	2084(7)/2547	1181(7)/2549	1230(7)/2549	1804(7)/2551
2. เพื่อส่งเสริมการลงทุนในกิจการ	ซอฟต์แวร์ (Digital Content)	ซอฟต์แวร์ (Digital Content)	ซอฟต์แวร์ (Digital Content)	ซอฟต์แวร์ (Digital Content)
3. สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับ				
3.1 ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมและได้รับอนุญาตให้นำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลานั้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลมีกำหนดเวลาไม่เกิน 5 ปีนับแต่วันพ้นกำหนดเวลานั้น	8 ปี	8 ปี	8 ปี	8 ปี
3.2 ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีตลอดระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น	ได้รับ	ได้รับ	ได้รับ	ได้รับ
3.3 ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ	ได้รับ	ได้รับ	ได้รับ	ได้รับ
4. วันที่เริ่มใช้สิทธิตามบัตรส่งเสริม	17 มีนาคม 2549	16 มกราคม 2549	25 มกราคม 2549	8 กรกฎาคม 2551

3.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

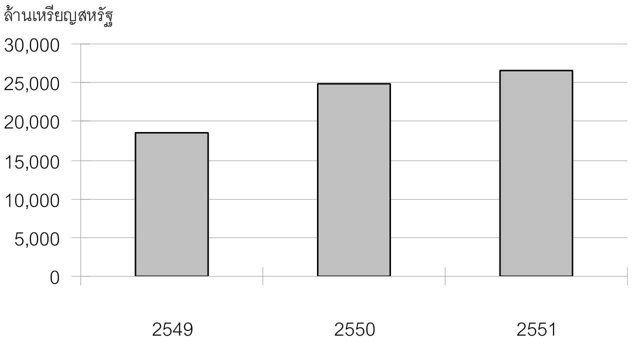
3.2.1 <u>อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซล</u>

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมทั่วโลก ในปี 2551 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 46,200 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยอุตสาหกรรมเกมคอนโซลมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 57.60 ของอุตสาหกรรมหรือคิดเป็นมูลค่าถึง 26,618 ล้านเหรียญสหรัฐ*

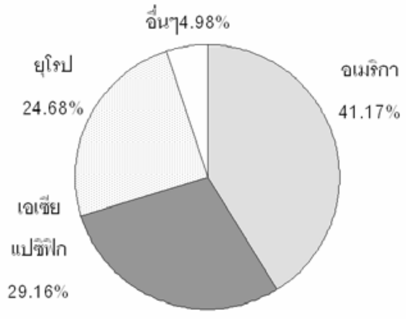
*ข้อมูลจาก Pricewaterhousecoopers: Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012

กราฟแสดงมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซล และส่วนแบ่งตลาดตามภูมิภาค

มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลก



ส่วนแบ่งตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในปี 2551



ที่มา : Pricewaterhousecoopers, NPD Group, Inc.

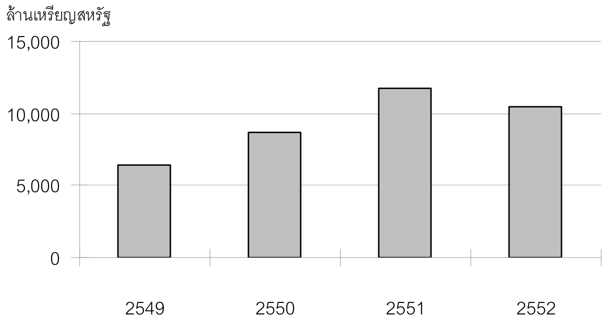
ในระหว่างปี 2549 – 2551 มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราประมาณร้อยละ 8.04 ร้อยละ 34.06 และร้อยละ 6.90 ตามลำดับ ทั้งนี้ในช่วงปีดังกล่าว ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล ทั้ง ไมโครซอฟต์ นินเทนโด และโซนี่ ได้วางจำหน่ายเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่ ได้แก่ Xbox360, Nintendo Wii และ Playstation3 ตามลำดับส่งผลให้ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลมีการนำเสนอซอฟต์แวร์เกมออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเครื่องเล่นดังกล่าว ประกอบกับผู้บริโภคมีความสนใจและตื่นตัวในการเล่นเครื่องเล่นเกมรุ่นใหม่ทำให้มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดมูลค่าการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในภูมิภาคต่างๆ ในปี 2551 พบว่ามูลค่าการจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 41.17 ในขณะที่เอเชียแปซิฟิก และยุโรปอยู่ที่ร้อยละ 29.16 และร้อยละ 24.68 ตามลำดับ

ในปี 2552 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลมีแนวโน้มชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับปี 2551 เนื่องจากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในหลายภูมิภาค ประกอบกับในปี 2552 ผู้จัดจำหน่ายเกมรายใหญ่ได้วางจำหน่ายเกมที่อยู่ในกระแสความสนใจหลักในจำนวนที่น้อยลงเมื่อเทียบกับปี 2551 ทำให้ยอดขายโดยรวมของอุตสาหกรรมลดลง

ภาวะอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลขนาดใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยในปี 2551 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในสหรัฐอเมริกามีมูลค่ารวมกว่า 10,000 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 41.17 ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลก โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องระหว่างปี 2549 – 2551 ในอัตราร้อยละ 7.40 ร้อยละ 33.70 และร้อยละ 26.85 ตามลำดับ

มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในสหรัฐอเมริกา



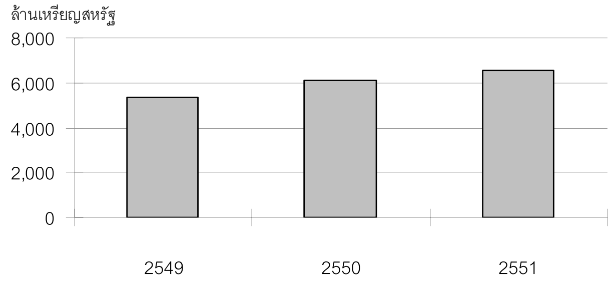
ที่มา : Pricewaterhousecoopers, NPD Group, Inc.

ในปี 2552 เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวและจำนวนซอฟต์แวร์เกมในกระแสความนิยมที่วางจำหน่ายใหม่มีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในสหรัฐอเมริกามีอัตราการเติบโตลดลง ส่งผลให้ในปี 2552 รายได้รวมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมมีมูลค่า 10,500 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 10.26 เมื่อเทียบกับรายได้รวมของอุตสาหกรรมในปี 2551

ภาวะอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในยุโรป

ปัจจุบันมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.68 ของมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลก โดยประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส และเยอรมันมีสัดส่วนทางการตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 31.51, ร้อยละ 19.18 และร้อยละ 17.81 ของมูลค่าตลาดรวมในภูมิภาค ตามลำดับ อัตราการเติบโตของตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในยุโรปในปี 2549-2550 อยู่ที่ร้อยละ 6.08 และร้อยละ 14.63 ตามลำดับ ขณะที่ในปี 2551 อัตราการเติบโตลดลงเหลือร้อยละ 7.37 เนื่องจากภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจโดยรวมในยุโรป ดังจะเห็นได้จากรายได้รวมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมในประเทศอังกฤษซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดในภูมิภาค ซึ่งในปี 2551 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมในประเทศอังกฤษมีรายได้รวม 6,400 ล้านเหรียญสหรัฐ และได้ลดลงเหลือ 5,300 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2552 หรือเป็นการลดลงร้อยละ 18.00 เนื่องจากปี 2552 ประเทศอังกฤษประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว

มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในยุโรป

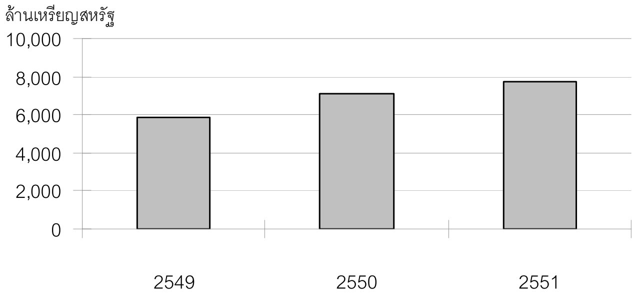


ที่มา : Pricewaterhousecoopers, GfK Group

<u>ภาวะอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในเอเชียแปซิฟิก</u>

ปัจจุบันมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.16 ของมูลค่าอุตสาหกรรมเกมคอนโซลทั่วโลก โดยประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ครองสัดส่วนทางการตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 40.16 และร้อยละ 27.08 ของมูลค่าตลาดรวมในภูมิภาคตามลำดับ อัตราการเติบโตของตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในเอเชียแปซิฟิกในปี 2549-2550 อยู่ที่ร้อยละ 10.24 และร้อยละ 20.96 ตามลำดับ ขณะที่ในปี 2551 อัตราการเติบโตชะลอตัวลงเหลือร้อยละ 9.17

มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในเอเชียแปซิฟิก



ที่มา : Pricewaterhousecoopers, Enterbrain, Inc.

ปี 2552 อุตสาหกรรมเกมโดยรวมมีอัตราการเติบโตลดลง เนื่องจากยอดจำหน่ายฮาร์ดแวร์เกมที่ลดลงจากปี 2551 ในขณะที่อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมในเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างคงที่ โดยจะเห็นได้จากรายได้รวมของตลาดซอฟต์แวร์เกมในประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีอุตสาหกรรมใหญ่ซอฟต์แวร์เกมใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ซึ่งมีรายได้รวมในปี 2552 ลดลงเหลือ 3,550 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับรายได้รวมในปี 2551 ซึ่งมีมูลค่า 3,615 ล้านเหรียญสหรัฐ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซล

1. **การแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล**

การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล (Platform Owner) เป็นไปในเชิงของการแข่งขันด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีและการตลาดเป็นหลัก โดยผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละรายใช้จุดเด่นทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านมัลติมีเดียของตนเป็นจุดดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ปัจจุบันทั่วโลกมีผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลรายใหญ่เพียง 3 ราย ซึ่งการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตดังกล่าว ส่งผลให้เกิดเทคโนโลยีมัลติมีเดียใหม่ๆ อาทิเช่น การผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลพกพาที่สามารถเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตและสามารถเปิดดูวิดีโอและใช้ฟังเพลงได้ การผลิตเครื่องเล่นเกมแบบหน้าจอระบบสัมผัส และการผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลที่ใช้การตรวจจับการเคลื่อนไหวของผู้เล่นในการควบคุม เป็นต้น นวัตกรรมเหล่านี้มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดผู้เล่นเกมรายใหม่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลโดยภาพรวมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

2. **การวางจำหน่ายเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่**

จากข้อมูลในอดีตพบว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในช่วง 1-2 ปีแรกหลังการวางจำหน่ายเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่เป็น จะเป็นไปอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภคและผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของเครื่องเล่นเกมรุ่นใหม่ ทั้งนี้ อัตราเติบโตจะชะลอตัวลงจนกว่าจะมีการวางจำหน่ายเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่อีกครั้ง ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลจะทำการปรับเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่ในระยะเวลาประมาณ 7 ปี

ในปี 2548-2549 ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลรายใหญ่ของโลก ได้แก่ นินเทนโด โซนี่ และไมโครซอฟต์ ได้ทยอยวางจำหน่ายเครื่องเล่นเกมคอนโซลรุ่นใหม่ ส่งผลให้มูลค่าตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลกในปี 2550 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 34.06 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั่วโลกในปี 2549

3. **การละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เกม** (Software Piracy)

การละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เกมส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซล ผู้จัดจำหน่ายเกมคอนโซล ไปจนถึงผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล ซึ่งนับเป็นอุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมเกมคอนโซล ปัจจุบันรูปแบบการละเมิดลิขสิทธิ์ไม่จำกัดอยู่เพียงการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมละเมิดลิขสิทธิ์ และการจำหน่ายอุปกรณ์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์สำหรับเกมคอนโซลเท่านั้น ยังมีการแจกจ่ายซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งการป้องกันและควบคุมยังทำได้ลำบากโดยเฉพาะในประเทศที่การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ขาดความเข้มงวด ซึ่งปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เกมจะส่งผลโดยตรงต่อการขยายตัวและการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกม

4. **ภาวะทางเศรษฐกิจ**

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อซอฟต์แวร์เกมของผู้บริโภค เนื่องจากซอฟต์แวร์เกมไม่ใช่สิ่งอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ในภาวะเศรษฐกิจซบเซาจึงมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะชะลอการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์เกมเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ในปี 2551 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลลดลงจากปี 2550 อย่างเห็นได้ชัด สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่บางประเทศโดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีตลาด

ซอฟต์แวร์เกมคอนโซลใหญ่เป็นอันดับสองของโลกประสบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ยอดขายซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์เกมคอนโซลลดลง

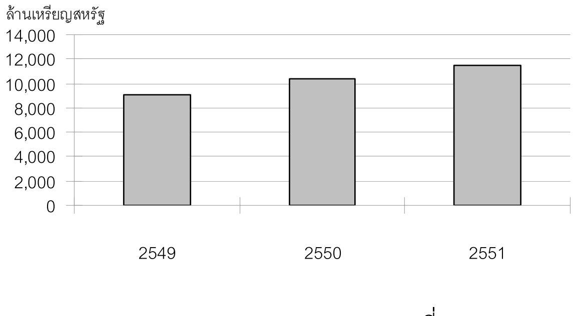
ปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอนโซลโดยรวม ซึ่งมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมด้วย โดยซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่พัฒนาขึ้นสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลจะต้องมีระดับเทคโนโลยีและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับเครื่องเล่นเกมคอนโซลนั้นๆ นอกจากนี้ส่วนแบ่งทางการตลาดของเครื่องเล่นเกมคอนโซลนั้นๆ มีผลต่อโอกาสในการประสบความสำเร็จทางด้านยอดขายของซอฟต์แวร์เกมคอนโซลด้วยเช่นกัน

3.2.2 <u>อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์</u>

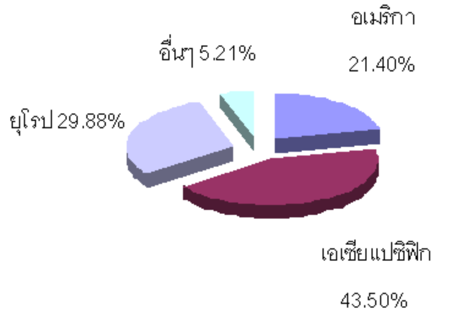
อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีมูลค่ารวม 11,469 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.82 ของมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมทั่วโลก อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ประกอบด้วยเกมออฟไลน์ซึ่งไม่สามารถเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตได้ และเกมออนไลน์ซึ่งผู้เล่นจำเป็นต้องเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตในการเล่น ปัจจุบันเกมออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นและมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2551 เกมคอมพิวเตอร์ออฟไลน์มีสัดส่วนร้อยละ 32.73 ของมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ ขณะที่เกมออนไลน์มีสัดส่วนร้อยละ 67.27 ของมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ (ข้อมูลจาก Pricewaterhousecoopers: Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012 โดยข้อมูลในส่วนของเกมออนไลน์นั้นหมายรวมถึงซอฟต์แวร์เกมที่ผู้เล่นจำเป็นต้องเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตในการเล่น ทั้งนี้กว่าร้อยละ 80 ของเกมออนไลน์เป็นเกมคอมพิวเตอร์)

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและยุโรปมีมูลค่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.50 และร้อยละ 29.88 ของมูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ทั่วโลก

มูลค่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ทั่วโลก



ส่วนแบ่งตลาดซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ในปี 2551



ที่มา : Pricewaterhousecoopers

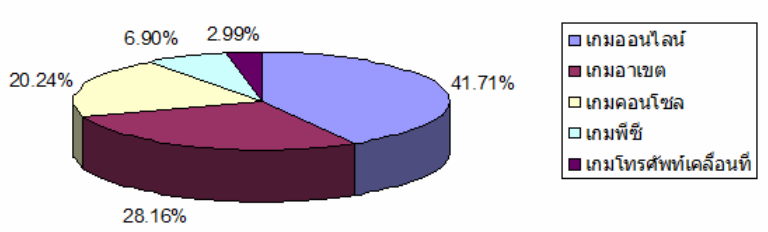
ทั้งนี้ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ทั่วโลก มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่มีอัตราการขยายตัวที่มีแนวโน้มลดลง จากปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ การลดลงของความนิยมในเกมคอมพิวเตอร์

ออฟไลน์ และภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปี 2551 โดยในปี 2549-2551 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเท่ากับร้อยละ 17.54, ร้อยละ 14.98 และร้อยละ 10.29 ตามลำดับ

<u>ภาวะอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมโดยรวมในประเทศไทย</u>

ในปี 2551 ตลาดซอฟต์แวร์เกมโดยรวมในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 5,682 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าตลาดเป็นการนำเข้าซอฟต์แวร์เกมจากต่างประเทศทั้งสิ้น สำหรับตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในประเทศไทยในปี 2549 มีมูลค่ารวม 1,150 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20.24 ของมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์เกมในประเทศ โดยที่มูลค่าตลาดซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในประเทศไทยทั้งหมดมาจากการนำเข้าเกมจากต่างประเทศ

สัดส่วนมูลค่าตลาดเกมในประเทศไทยปี 2549



ข้อมูล : รายงานการศึกษาอุตสาหกรรมแอนิเมชั่นและเกมของไทยปี 2550

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA)

ปัจจุบันแม้ภาครัฐจะเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมและได้จัดตั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในธุรกิจซอฟต์แวร์เกมเช่น สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) แล้วก็ตาม จำนวนผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในประเทศไทยยังมีน้อยรายและส่วนมากเป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายย่อยเนื่องจากอุปสรรคสำคัญของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในประเทศไทยคือปัญหาเรื่องเงินทุน ความชำนาญของบุคลากร การตลาด และปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทย

ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลในประเทศไทยที่สามารถพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลจนแล้วเสร็จและวางจำหน่ายได้ในปัจจุบันคาดว่ามีไม่เกิน 5 ราย ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทถือได้ว่าเป็นผู้ประกอบการไทยรายเดียวที่ได้รับสิทธิในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมของผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลทั้ง นินเทนโด โซนี่ และไมโครซอฟต์

3.2.3 **ภาวะการแข่งขัน**

- **ภาพรวมของการแข่งขัน**

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมเป็นอุตสาหกรรมเพื่อความบันเทิงที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความนิยมในการแสวงหาความบันเทิงจากการเล่นเกมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และอินเตอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนโดยทั่วไป อย่างไรก็ตาม ในส่วนของผู้ประกอบการในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสู่ตลาด ยังมีจำนวนน้อยรายเมื่อเทียบกับผู้บริโภค โดยปัจจุบันมีบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประมาณ 10,000 รายทั่วโลก ซึ่งบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ต้องการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลจะต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล ทำให้การเข้าสู่อุตสาหกรรมสำหรับการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลไม่สามารถทำได้โดยเสรี ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลส่วนใหญ่ จะอยู่ในภูมิภาคสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และยุโรป เป็นหลัก

จากการที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีจำนวนน้อยราย ประกอบกับด้วยลักษณะของสินค้าซึ่งเป็นสินค้าเพื่อความบันเทิง ที่มีลักษณะเฉพาะ คือ ผู้บริโภคจะพิจารณาตัดสินใจซื้อจากความพึงพอใจในตัวสินค้าเป็นสำคัญ ทำให้การแข่งขันในภาวะอุตสาหกรรมมิได้เป็นการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโดยตรง แต่จะเป็นการแข่งขันในการออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการแข่งขันในด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้มีคุณภาพ อันได้แก่ ความสมจริงของภาพ และกราฟิกที่แสดงในเกมเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จากการที่ต้นทุนหลักในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม คือ ต้นทุนทางด้านบุคลากร ทำให้ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในภูมิภาคที่มีต้นทุนค่าแรงงานต่ำ เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะได้เปรียบในการแข่งขันในด้านต้นทุนการผลิตและราคาจำหน่ายที่นำเสนอต่อผู้จัดจำหน่าย (Publisher) ตลอดจนมีโอกาสเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการดำเนินธุรกิจในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมจากการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์ตามแนวคิดและการออกแบบรายละเอียดเกม จากเจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะมีการให้ความสำคัญในด้านต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นหลัก

- **ภาวะการแข่งขันในประเทศไทย**

สำหรับอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในประเทศไทยยังจัดอยู่ในขั้นเริ่มต้น โดยมีบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในประเทศไทยจำนวนค่อนข้างจำกัด ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายย่อยโดยมีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายที่มีขีดความสามารถในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมจนถึงระดับที่สามารถจัดจำหน่ายผ่านทางผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของโลกได้ การประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลทั้งหมดในประเทศไทยจึงเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศ

สำหรับภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมในประเทศนั้น แม้ปัจจุบันตลาดซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการในประเทศไทยจะยังมีขนาดเล็ก แต่จากการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานการศึกษาที่ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมรวมทั้งจัดให้มีการแข่งขันพัฒนาซอฟต์แวร์เกมและอนิเมชั่นมากขึ้น ทำให้จำนวนบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับประเทศไทยมีอัตราค่าจ้างต่ำกว่าประเทศอื่นที่มีแรงงานคุณภาพในระดับเดียวกัน เป็นผลให้ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากที่ปัจจุบันมีนักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาก่อตั้งบริษัท

เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกม และมีการว่าจ้างบริษัทในประเทศในลักษณะการว่าจ้าง (Outsource) เพื่อพัฒนาโปรแกรมและคอมพิวเตอร์กราฟิกสำหรับซอฟต์แวร์เกมให้กับบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในต่างประเทศ ส่งผลให้จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นขณะที่ตลาดเกมในประเทศไทยยังมีขนาดจำกัด ทำให้ธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงสำหรับบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายย่อยที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจ เนื่องจากผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายย่อยมักมีปัญหาขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนทำให้ไม่สามารถพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่ต้องใช้เวลาและเงินทุนในการสร้างงานได้ ปัจจุบันผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมในประเทศไทยจำนวนมากจึงยังเป็นผู้ประกอบการรายย่อยหรือเป็นผู้รับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้กับผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายใหญ่ในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับความเชื่อถือด้านความสามารถของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกม คุณภาพและการส่งมอบชิ้นงานตรงต่อเวลา จากคู่ค้าโดยเฉพาะคู่ค้าในต่างประเทศ

- **ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัท**

ในด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมพัฒนาซอฟต์แวร์เกมนั้น กลุ่มบริษัทมีข้อได้เปรียบในด้านประสบการณ์ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลและซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์มาเป็นเวลาถึง 9 ปี ทั้งจากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในนามของกลุ่มบริษัทและการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ทำให้ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทมีบุคลากรที่มีความชำนาญสามารถวางแผนการผลิตและควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาและส่งมอบซอฟต์แวร์เกมที่มีคุณภาพให้แก่ผู้จัดจำหน่ายหรือลูกค้าผู้ว่าจ้างในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินค่อนข้างสูง ทั้งนี้การขาดสภาพคล่องทางการเงินเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์รายย่อยในประเทศไทยการประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมมาเป็นระยะเวลานานยังส่งผลให้กลุ่มบริษัทได้รับประโยชน์จากการมีจำนวนซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์แล้วจำนวนมาก ซึ่งซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์แล้วนั้นยังสามารถนำมาประยุกต์หรือพัฒนาต่อเนื่องเป็นซอฟต์แวร์เกมใหม่ได้ในอนาคต ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถลดต้นทุนโดยเฉลี่ยต่อเกมลง และสามารถลดระยะเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้ลดลง นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังมีฐานลูกค้าผู้จัดจำหน่ายเกมรายใหญ่ของโลกหลายราย อาทิเช่น Activision Value Publishing, Inc., Zoo Games, Inc. และ THQ, Inc. เป็นต้น ซึ่งผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ดังกล่าวมีความสามารถในการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมไปยังภูมิภาคต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถกระจายซอฟต์แวร์เกมให้ถึงมือผู้บริโภคปลายทางได้มากขึ้น อีกทั้งยังได้รับประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนข่าวสารในอุตสาหกรรมเกมระหว่างผู้จัดจำหน่ายและพันธมิตรทางธุรกิจอื่นๆ ซึ่งช่วยเสริมให้กลุ่มบริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมระดับโลกได้มากยิ่งขึ้น

3.3 แนวทางในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกม เป็นธุรกิจที่ถือได้ว่ายังมีศักยภาพในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจสูง โดยภาวะการแข่งขันระหว่างผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยตรงถือว่ายังมีไม่สูงมากนัก ซึ่งผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมแต่ละรายจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมของตนให้มีแนวคิด และรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เล่นเกมกลุ่มเป้าหมายของตนเองเป็นหลัก โดยกลุ่มบริษัทมีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

- **แนวทางในการดำเนินธุรกิจ**

1. **มุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประเภทคอนโซล**

กลุ่มบริษัทกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซล ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มบริษัทเล็งเห็นถึงศักยภาพในการขยายตัวในธุรกิจซอฟต์แวร์เกมประเภทดังกล่าว โดยเกมคอนโซลเป็นเกมที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน และมีจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายงาน Global Entertainment and Media Outlook 2008 - 2012 ของ Pricewaterhousecoopers ซอฟต์แวร์เกมคอนโซล มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 57.60 ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมทั้งหมด และด้วยลักษณะพื้นฐานของผู้เล่นเกมโดยส่วนใหญ่จะมีการแสวงหาเกมใหม่ๆ เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลจะทำให้กลุ่มบริษัทมีโอกาสในการขยายตัวและเติบโตเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ

นอกจากนั้นแล้ว เมื่อพิจารณาในส่วนของรอบระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เครื่องเล่นเกมคอนโซลจะมีรอบระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีประมาณ 7 ปี ซึ่งนานกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีรอบระยะเวลาประมาณ 3-5 ปี และ 1-2 ปีตามลำดับ ทำให้ระยะเวลาในการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมที่ทำการพัฒนามีแนวโน้มที่ยาวนานกว่าซอฟต์แวร์เกมสำหรับอุปกรณ์เครื่องเล่นอื่นๆ ส่งผลต่อโอกาสในการหารายได้และศักยภาพในการทำกำไรของกลุ่มบริษัท ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วอัตรากำไรขั้นต้นของซอฟต์แวร์เกมคอนโซลมีแนวโน้มที่สูงกว่าเกมประเภทอื่นทำให้การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซล จะมีส่วนช่วยผลักดันให้ความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทปรับตัวเพิ่มขึ้นได้

2. **มุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประเภทแคชชวล** (Casual Game)

กลุ่มบริษัทกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประเภทแคชชวล ทั้งนี้เนื่องจากเกมแคชชวลเป็นประเภทของเกมที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้เล่นเกม โดยเป็นกลุ่มเกมที่ผู้เล่นมิได้มีกระแสนิยมที่เปลี่ยนแปลงตามสภาวะแวดล้อม ปัจจุบันมีผู้เล่นจำนวนมากกว่า 200 ล้านคนทั่วโลก จากข้อมูล Casual Game Association: CGA ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเกมแคชชวล ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมแคชชวลในหลายประเทศทั่วโลก ในปี 2550 เกมแคชชวลมีอัตราเติบโตประมาณร้อยละ 20 ต่อปี และมีมูลค่ารวมกว่า 2,250 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 8.45 ของอุตสาหกรรมความบันเทิงอินเตอร์แอคทีฟทั่วโลก จากการที่ซอฟต์แวร์เกมแคชชวลส่วนใหญ่มีราคาจำหน่ายที่ไม่สูงมากตลอดจนมีระยะเวลาในการเล่นเกมจนจบสั้นกว่าเกมประเภทอื่น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อซอฟต์แวร์เกมใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การมุ่งเน้นในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประเภทแคชชวลจะช่วยเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาในด้านการผลิตนั้น เกมแคชชวลใช้เวลาและต้นทุนการพัฒนาต่ำกว่าเกมคอนโซลหลัก (Core Game) ซึ่งมีรายละเอียดของเกมทั้งในด้านการออกแบบและภาพกราฟิกในระดับสูงและต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูงในการผลิต การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมได้ในระยะเวลาสั้นนั้น จะช่วยลดปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนในระหว่างการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยส่วนใหญ่ และทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำลง ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัท

3. **มุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับครอบครัวและเด็ก**

กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับครอบครัวและเด็ก โดยซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาจะเป็นเกมที่สมาชิกในครอบครัวสามารถเล่นร่วมกันได้เพื่อความผ่อนคลาย รวมถึงซอฟต์แวร์เกมในลักษณะสื่อความรู้ (Edutainment Game) เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้านต่างๆ ให้แก่เด็กโดยจะสามารถเล่นเกมร่วมกับสมาชิกอื่นๆ ในครอบครัว ซึ่งซอฟต์แวร์เกมในลักษณะดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกภายในครอบครัว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่าความสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัวจะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคคลากรที่มีคุณภาพออกสู่สังคมในอนาคต

ทั้งนี้ตลาดสินค้าซอฟต์แวร์เกมสำหรับครอบครัวและเด็กถือเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ เนื่องจากปัจจุบันเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการนำเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ เข้ามาใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนมีผลต่อเนื่องถึงการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ของเด็กอย่างมาก ทำให้ซอฟต์แวร์เกมสำหรับครอบครัวและเด็กจึงเป็นสื่อในการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและแพร่หลายในวงกว้าง

- **กลยุทธ์ในการแข่งขัน**

โดยกลุ่มบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. **การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีแนวคิดแตกต่าง**

การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีแนวคิดแตกต่างถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ซอฟต์แวร์เกมที่ทำการพัฒนาได้รับความนิยมและมีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีรายละเอียด หรือรูปแบบการเล่นของผู้เล่นที่แตกต่างจากซอฟต์แวร์เกมที่มีเสนอขายอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำเสนอทางเลือกเพิ่มเติมให้แก่นักเล่นเกมตลอดจนลดการแข่งขันโดยตรงกับผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายอื่นซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสให้ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาได้รับความนิยมในหมู่นักเล่นเกมเพิ่มขึ้น และจากการที่กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับครอบครัวและเด็ก ทำให้ในการกำหนดแนวคิดในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทนั้น นอกจากจะให้ความสนุกสนานและความเพลิดเพลินแล้วนั้น การคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้เล่นจึงจะเป็นอีกหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กลุ่มบริษัทจะนำมาพิจารณาร่วมด้วย

ทั้งนี้ แนวคิดในการสร้างสรรค์เกมใหม่ของกลุ่มบริษัทจะมีการออกแบบอย่างมีระบบและแบบแผน โดยกลุ่มบริษัทจะทำการวิจัยความต้องการของตลาดเพื่อศึกษาแนวโน้มความนิยมของนักเล่นเกม เพื่อกำหนดรูปแบบของเกม (Game Trend) ที่จะทำการพัฒนา เช่น เกมบริหาร เกมแอคชั่น เกมปริศนา เกมฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น หลังจากนั้นกลุ่มบริษัทจะกำหนดรายละเอียดและแนวคิดโดยรวมของเกม (Game Concept)ซึ่งเป็นตัวกำหนดความเป็นเอกลักษณ์ของเกมแต่ละเกม (Uniqueness) ที่จะทำให้ซอฟต์แวร์เกม

ที่ทำการพัฒนาโดยกลุ่มบริษัทมีรูปแบบที่แตกต่างจากผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายอื่น ดังเช่น เกม Tourism Rally in Thailand: Bonga Bonga ซึ่งเป็นการนำรูปแบบเกมผจญภัยผสมผสานกับแนวคิดของการท่องเที่ยว ทำให้ Tourism Rally in Thailand: Bonga Bonga เป็นเกมแนวผจญภัยที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยผู้เล่นสามารถบังคับตัวละครเพื่อผจญภัยในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย หรือ เกม Moontra Kids ซึ่งเป็นการนำรูปแบบเกมแอคชั่นผสมผสานกับแนวคิดในการต่อต้านยาเสพติด รวมกันเป็นเกมแอคชั่นที่ผู้เล่นสามารถผจญภัยต่อสู้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อปีศาจร้ายที่มาจากยาเสพติด เป็นต้น

โดยการพัฒนาแนวคิดให้มีความแตกต่างจะทำให้ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาได้รับความสนใจและเป็นที่ความนิยมของผู้เล่น ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการหารายได้ของกลุ่มบริษัทในอนาคต

2. **การให้ความสำคัญกับคุณภาพของซอฟต์แวร์เกม**

กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่า คุณภาพของซอฟต์แวร์เกมซึ่งรวมถึงรูปลักษณะของเกม รูปแบบภาพกราฟิกที่มีสีสันสวยงาม และการเคลื่อนไหวภายในเกมที่มีความสมจริงและตรงตามรสนิยมของผู้เล่นนั้น จะมีส่วนช่วยให้ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาได้รับความนิยมจากผู้เล่นและสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้เล่นเกมเป็นอย่างมาก ตลอดจนสามารถเพิ่มมูลค่าของซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทได้ กลุ่มบริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมในทุกขั้นตอนการพัฒนา ตั้งแต่การวิจัยพัฒนารูปแบบตัวละคร การเขียนโปรแกรมให้มีระบบการเคลื่อนไหวอย่างเป็นธรรมชาติ การให้ความสำคัญกับระบบเสียงที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ภายในเกมเพื่อสร้างบรรยากาศและความรู้สึกร่วมของผู้เล่นเกม การพากย์เสียงโดยผู้พากย์ซึ่งเป็นเจ้าของภาษาอย่างแท้จริง เช่น ภาษาอิตาเลี่ยน ภาษาสเปน เป็นต้น รวมทั้งการตรวจสอบคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมโดยระบบการตรวจสอบตามมาตรฐานขิงผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากลุ่มบริษัทมีการดำเนินการในรูปแบบต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพโดยรวมของซอฟต์แวร์เกมอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น

- กลุ่มบริษัทมีการว่าจ้างที่ปรึกษาทางด้านการตลาดเช่น IEM Consulting ประเทศเยอรมัน และ M&M Consulting, Inc. ประเทศญี่ปุ่น เพื่อรับทราบข้อมูลด้านรสนิยมและความชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัทแต่ละภูมิภาคโดยละเอียด และนำมาวิเคราะห์ เพื่อออกแบบรูปลักษณ์ และภาพกราฟิกของตัวละครให้สอดคล้อง กับรสนิยมและความชอบของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคซึ่งจะส่งผลต่อการได้รับความนิยมของซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนา เช่น เด็กชาวยุโรปชอบตัวละครที่มีริมฝีปากอวบอิ่ม และชอบเสื้อผ้าโทนสีฟ้าสบายตา ในขณะที่เด็กชาวอเมริกันชอบตัวละครที่มีริมฝีปากบาง และชอบเสื้อผ้าโทนสีที่มีความโดดเด่น เป็นต้น
- ในกรณีที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ซึ่งมีลักษณะการเคลื่อนไหวที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง เช่น การเดินแฟชั่นโชว์ในเกม Barbie Fashion Show กลุ่มบริษัทได้มีการว่าจ้างนางแบบทำการโพสต์ท่าต่างๆ และใช้อุปกรณ์ motion capture ซึ่งเป็นอุปกรณ์เซนเซอร์ติดตามร่างกายเพื่อจับความเคลื่อนไหวของร่างกายนางแบบ และนำมาใส่เป็นการเคลื่อนไหวของตัวละครซึ่งจะทำให้การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกมมีความสมจริง ทำให้ผู้เล่นเกิดความรู้สึกสนุกสนานและความเพลิดเพลินในการเล่นเกมเพิ่มขึ้น

- กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการทำการวิจัย เพื่อศึกษาข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเกมที่ทำการพัฒนา เพื่อให้ซอฟต์แวร์เกมที่ทำการพัฒนามีรายละเอียดด้านอื่นๆ ที่ครบถ้วน เช่น ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม Beauty Salon กลุ่มบริษัทได้ทำการศึกษาลักษณะทรงผมรูปแบบต่างๆ กว่า 300 ทรง และทำการสรุปให้เหลือรูปทรงหลักที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อให้เป็นทางเลือกกับผู้เล่นในการเลือกออกแบบทรงผมให้แก่ตัวละครในเกม เป็นต้น

ทั้งนี้การให้ความสำคัญกับการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้มีคุณภาพโดยเฉพาะด้านความสมจริง และมีรูปลักษณะที่ตรงตามรสนิยมและความสนใจของผู้เล่นนั้น กลุ่มบริษัทเชื่อว่าจะมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสให้เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาได้รับความนิยมจากผู้เล่น ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของรายได้และความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทได้ในอนาคต

3. **การบริหารต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้มีประสิทธิภาพ**

การบริหารต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้มีประสิทธิภาพถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยทั่วไป โดยกลุ่มบริษัทมีการดำเนินงานหลากหลายแนวทางเพื่อบริหารต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้ลดลงซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีความเกี่ยวพันกับการบริหารและควบคุมระยะเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเป็นหลัก เนื่องจากค่าจ้างแรงงานถือเป็นต้นทุนหลักของต้นทุนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยรวม โดยกลุ่มบริษัทได้มีนโยบายในการดำเนินงานดังนี้

- ทำการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม (Game Engine) อาทิเช่น 3D Face Engine และ 3D Engine เป็นต้น ซึ่งใช้สำหรับการสร้างภาพใบหน้าตัวละครแบบสามมิติ หรือภาพสามมิติทั่วไป การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมจะสามารถช่วยลดต้นทุนในส่วนของค่าลิขสิทธิ์ในการจัดหาซอฟต์แวร์สำเร็จรูป เช่น โปรแกรม 3D Max, Maya, Adobe Illustrator ของกลุ่มบริษัทลงได้ทำให้ต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยรวมของกลุ่มบริษัทลดลง
- ทำการพัฒนาชุดคำสั่ง (Source Code) ซึ่งเป็นการเขียนภาษา C++ เพื่อกำหนดคำสั่งต่างๆ ในซอฟต์แวร์เกม เช่น คำสั่งให้ตัวละครเคลื่อนไหวไปในทิศทางหรือลักษณะที่ต้องการ เช่น การแต่งหน้า เขียนคิ้ว การเต้นรำ หรือ คำสั่งให้กำหนดลักษณะอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในเกม เช่น หินถล่ม น้ำท่วม หรือ คำสั่งให้เกมทำการเปลี่ยนลำดับความยากเมื่อผู้เล่นสามารถปฏิบัติได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทสามารถนำชุดคำสั่งที่มีการพัฒนาไว้แล้วนั้น มาใช้ซ้ำในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงได้ในอนาคต เช่น การนำชุดคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการแต่งหน้า ในเกม Barbie Fashion Show มาใช้ในเกม Beauty Salon ทำให้ระยะเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในลำดับถัดไปมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ระยะเวลาและต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมใหม่ของกลุ่มบริษัทลดลง และกลุ่มบริษัทสามารถพัฒนาซอฟต์แวร์เกมได้มากขึ้น และมีต้นทุนในการพัฒนาที่สามารถแข่งขันกับผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกมรายอื่นในตลาดโลกได้

- ทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม สำหรับทุกระบบเครื่องเล่นเกมคอนโซล ทั้ง เครื่องเล่นเกม Wii ของนินเทนโด และเครื่องเล่นเกม Playstation ของ โซนี่ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยภาพรวมของกลุ่มบริษัทต่อเกมลดลง เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละประเภทนั้นจะมีความแตกต่างหลักในส่วนของการเขียนโปรแกรมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีของแต่ละผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล ในขณะที่การพัฒนาในส่วนของกราฟิก และเสียงนั้นความแตกต่างจะมีไม่มากนักและสามารถดำเนินการควบคู่ไปได้พร้อมกันซึ่งจะทำให้ต้นทุนในการพัฒนากราฟิกและเสียงต่อเกมลดลงได้ นอกจากนั้นแล้วการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซลทุกรูปแบบ จะช่วยเพิ่มความหลากหลายในตัวสินค้า และโอกาสในการกระจายซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทไปยังกลุ่มผู้เล่นที่หลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อโอกาสที่ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาจะได้รับความนิยมจากผู้เล่นในวงกว้างได้
- การบริหารวางแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มบริษัทกำหนดแผนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในแต่ละปี เพื่อวางแผนกระจายงานและทรัพยากรบุคคลในแต่ละโครงการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากการใช้ทรัพยากรภายในกลุ่มบริษัทแล้วยังมีการว่าจ้างบริษัทและบุคคลภายนอกในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมบางส่วน ซึ่งการบริหารทรัพยากรบุคคลในลักษณะดังกล่าวมีส่วนช่วยให้ต้นทุนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยรวมของกลุ่มบริษัทลดลงได้ เนื่องจากกลุ่มบริษัทจะทำการว่าจ้างบริษัทและบุคคลภายนอกสำหรับลักษณะงานบางส่วนของเกมที่ต้องการทักษะหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะบุคคลสูง ซึ่งกรณีที่กลุ่มบริษัทต้องจัดหาพนักงานที่มีคุณสมบัติดังกล่าวในลักษณะพนักงานประจำ จะทำให้กลุ่มบริษัทมีต้นทุนการดำเนินงานคงที่เพิ่มสูงขึ้นมาก นอกจากนี้การว่าจ้างบุคคลภายนอกทำให้กลุ่มบริษัทสามารถควบคุมระยะเวลาในการผลิตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยรวมของกลุ่มบริษัทด้วย
- การวางระบบการบริหารจัดการที่ดีกลุ่มบริษัทตระหนักดีว่าการมีระบบบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะทำให้การทำงานมีความคล่องตัวและสามารถลดความล่าช้าในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมลงได้ โดยเฉพาะระบบการจัดการในด้านการจัดทำเอกสารการออกแบบเกม (Game Design Document) โดยกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดทำเอกสารการออกแบบเกมให้มีรายละเอียดและครอบคลุมเนื้อหาของเกมโดยละเอียด เพื่อให้การสื่อสารทั้งภายในองค์กร และระหว่างกลุ่มบริษัทและลูกค้ามีความชัดเจนเป็นไปทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะสามารถช่วยลดการแก้ไขอันเกิดจากความเข้าใจในความต้องการที่ผิดพลาด อันจะนำมาสู่ความรวดเร็วในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมและส่งผลให้ต้นทุนในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทลดลง

ทั้งนี้ การบริหารจัดการดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งทางด้านการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม (Game Engine) การพัฒนาชุดคำสั่ง (Source Code) การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมสำหรับทุกระบบเครื่องเล่นเกมคอนโซล การวางแผนพัฒนาซอฟต์แวร์เกมและการบริหารทรัพยากรบุคคล รวมทั้งการวางระบบการจัดการที่ดีนั้น กลุ่มบริษัทเชื่อว่าจะช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถพัฒนาซอฟต์แวร์เกมได้อย่างมีประสิทธิภายใต้การควบคุมต้นทุนในการพัฒนาที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทได้

4. **การกำหนดช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ**

ช่องทางการจัดจำหน่ายถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนากระจายไปสู่ผู้เล่นในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งจะนำมาถึงโอกาสในการเพิ่มยอดจำหน่ายและรายได้ของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นการติดต่อจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมผ่านผู้จัดจำหน่ายเกมรายใหญ่ของโลก เช่น Activision Value Publishing, Inc., Zoo game, Inc., THQ, Inc. เป็นต้น เนื่องจากการจัดจำหน่ายเกมผ่านผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของโลกที่มีศักยภาพในการกระจายสินค้าได้ทั่วถึงย่อมเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคปลายทางเข้าถึงสินค้าของกลุ่มบริษัทได้มากขึ้น ประกอบกับการที่กลุ่มบริษัทสามารถจัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคยังเป็นการบ่งบอกถึงคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัทเป็นผู้พัฒนา ซึ่งจะเป็นการสร้างชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทให้ผู้บริโภครู้จักมากยิ่งขึ้นส่งผลถึงโอกาสในการขยายตัวและเติบโตของกลุ่มบริษัทในอนาคต

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เพื่อขยายขอบเขตการกระจายสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังผู้บริโภคในภูมิภาคดังกล่าวซึ่งถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการขยายตัวในอนาคต ทั้งนี้การขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังภูมิภาคเอเชียนั้นนอกจากจะส่งผลให้รายได้ของกลุ่มบริษัทมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

3.4 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

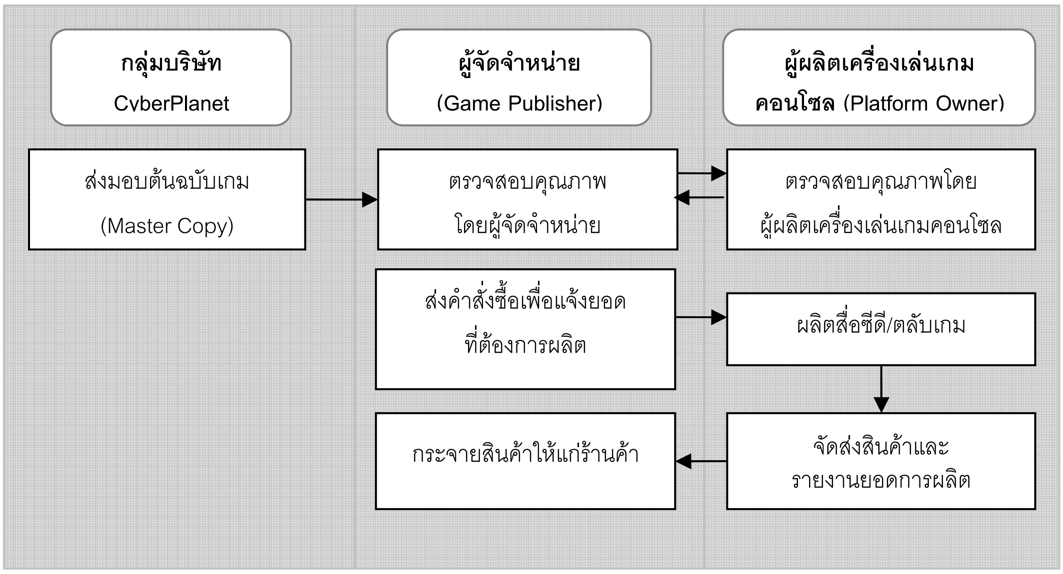
การจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกม

ในการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมโดยทั่วไปนั้นมีผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มหลักคือ ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เกม ผู้จัดจำหน่ายเกม และร้านจำหน่ายปลีก โดยมีกระบวนการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมดังนี้

กระบวนการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกม

เมื่อกลุ่มบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเสร็จสมบูรณ์และผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว จะทำการส่งมอบซอฟต์แวร์เกมให้กับผู้จัดจำหน่าย ซึ่งผู้จัดจำหน่ายจะทำการตรวจสอบคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมอีกครั้งหนึ่ง ก่อนทำการสั่งผลิตแผ่นซีดีเกมและจัดจำหน่ายให้กับร้านจำหน่ายปลีกอื่นๆ

ทั้งนี้สำหรับการจัดจำหน่ายเกมคอนโซลนั้น ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลจะเข้ามามีบทบาทในการตรวจสอบคุณภาพและผลิตแผ่นซีดีเกม และผู้จัดจำหน่ายเกมคอนโซลจะต้องได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล (Licensed Game Publisher) เท่านั้น เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลเป็นเจ้าของสิทธิในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเกมคอนโซลนั้นๆ ทั้งหมด โดยมีภาพรวมของการผลิตและจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซลสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้



กระบวนการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซล

รายละเอียดการจัดจำหน่ายแต่ละขั้นตอน

1. *การตรวจสอบคุณภาพโดยผู้จัดจำหน่าย*

กลุ่มบริษัทส่งมอบต้นฉบับซอฟต์แวร์เกมที่เสร็จสมบูรณ์และผ่านการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นโดยกลุ่มบริษัทแล้ว (Master Copy) ให้กับผู้จัดจำหน่าย โดยผู้จัดจำหน่ายจะทำการตรวจสอบคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมอีกครั้งหนึ่ง ในระหว่างนี้หากผู้จัดจำหน่ายตรวจพบจุดบกพร่องในซอฟต์แวร์เกม จะแจ้งกลุ่มบริษัทเพื่อทำการแก้ไขอีกครั้ง

2. *การตรวจสอบคุณภาพและระดับความเหมาะสมของเนื้อหาโดยผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซล*

เมื่อซอฟต์แวร์เกมผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้จัดจำหน่ายแล้ว ผู้จัดจำหน่ายจะนำส่งต้นฉบับซอฟต์แวร์เกมดังกล่าวให้กับผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลเพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพในขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลจะทำการตรวจสอบระดับความเหมาะสมของเนื้อหาเกมอีกครั้งหนึ่ง โดยสำหรับนินเทนโดนั้นซอฟต์แวร์เกมคอนโซลที่จะผ่านการตรวจสอบต้องไม่มีเนื้อหารุนแรงเกินกว่าระดับ "M" ซึ่งหมายถึงเกมที่มีเนื้อหาเหมาะสำหรับผู้เล่นที่มีอายุมากกว่า 17 ปี ขึ้นไปตามมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา

3. *การสั่งผลิตแผ่นซีดีเกมคอนโซล*

เมื่อผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลตรวจสอบคุณภาพของซอฟต์แวร์เกมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้จัดจำหน่ายจึงสามารถส่งคำสั่งซื้อไปยังผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลเพื่อให้ทำการผลิตแผ่นซีดีเกมรวมทั้งบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลมีสิทธิในการผลิตแผ่นเกมคอนโซลแต่เพียงผู้เดียว จากนั้นแผ่นซีดีเกมและบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้วจะถูกส่งกลับไปยังผู้จัดจำหน่ายเกมเพื่อทำการจัดจำหน่ายต่อไป

4. *การจัดจำหน่ายแก่ร้านค้าปลีก*

ผู้จัดจำหน่ายจะทำการจัดจำหน่ายแก่ผู้จำหน่ายปลีกต่างๆ อาทิเช่น ห้างค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกอื่นๆ นอกจากนี้ผู้จำหน่ายปลีกบางรายอาจมีจำหน่ายแผ่นซีดีเกมทางเว็บไซต์ของร้านค้าของตน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์เกมคอนโซลนั้น กลุ่มบริษัทดำเนินการผ่าน 2 ช่องทางคือ

1. การจำหน่ายให้แก่ผู้จัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทจะให้สิทธิในการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการผลิตและพัฒนาแก่ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ ทั้งในภูมิภาคยุโรปและสหรัฐอเมริกา เช่น Zoo Games, Inc.และ THQ, Inc. เป็นต้น โดยผู้จัดจำหน่ายจะเป็นดำเนินการกระจายสินค้าให้วางจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆ ทั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้าภายในภูมิภาคที่ได้รับสิทธิ นอกจากนี้สำหรับกรณีของการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอมพิวเตอร์ ผู้จัดจำหน่ายบางรายอาจใช้การจำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต ซึ่งผู้เล่นสามารถสั่งซื้อแผ่นซีดีเกมหรือดาวน์โหลดซอฟต์แวร์เกมจากเว็บไซต์ของผู้จัดจำหน่ายโดยตรงได้ อาทิเช่น บริษัท Big Fish Games, Inc. ซึ่งจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมผ่านการดาวน์โหลดทางเว็บไซต์ www.bigfishgames.com เป็นต้น

2. การจัดจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า

กลุ่มบริษัทจะติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพื่อนำเสนอซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาให้แก่ลูกค้า หรือนำเสนอบริการในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงที่ลูกค้าต้องการ โดยลูกค้าที่กลุ่มบริษัททำการติดต่อโดยตรงนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการนำสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นสินค้าแถมเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของตน โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะทำการซื้อสิทธิในการนำซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาไว้แล้ว ติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือแนบเป็นสินค้าแถมแก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้า โดยตัวอย่างผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ที่เป็นลูกค้าของกลุ่มบริษัท เช่น บริษัท เอเซอร์คอมพิวเตอร์ จำกัด และ บริษัท ฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ตบางราย ซึ่งจะทำการซื้อสิทธิในการนำซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาไว้แล้ว ติดตั้งในเว็บไซต์ ของตนเพื่อให้ผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ต ตัวอย่างผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ต ได้แก่บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) เป็นต้น ทั้งนี้ การจำหน่ายสิทธิให้แก่ลูกค้าโดยตรงในกลุ่มนี้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการให้สิทธิในลักษณะรวมซอฟต์แวร์เกมหลายเกมเข้าด้วยกัน
- เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีคุณลักษณะเจาะจงสำหรับตนเอง เพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายสินค้าของตน โดยลูกค้าจะระบุรายละเอียดของเกมที่ต้องการเพื่อให้กลุ่มบริษัททำการพัฒนา ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท Activision Value Publishing, Inc. ซึ่งว่าจ้างกลุ่มบริษัทให้ทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม Barbie Fashion Show บริษัท Myscape ที่จ้างกลุ่มบริษัทให้พัฒนาซอฟต์แวร์เกม Nursery Mania และบริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย เทรดดิ้ง จำกัด ซึ่งทำสัญญาว่าจ้างกลุ่มบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เกม Paddle Pop: The Pyrata โดยเป็นการนำ

ตัวการ์ตูนหลักที่เป็นตัวแทนของไอศกรีม Paddle Pop ในสื่อโฆษณารูปแบบต่างๆ มาพัฒนาสู่รูปแบบเกมคอมพิวเตอร์และเกมคอนโซลให้เป็นเกมผจญภัยไขปริศนา ซึ่งผู้เล่นสามารถนำรหัสที่ได้รับเมื่อซื้อไอศกรีม Paddle Pop แลกเป็นรางวัลและอุปกรณ์ต่างๆ ภายในเกมได้ โดยซอฟต์แวร์เกมดังกล่าวนั้นลูกค้าจะนำไปแจกโดยสามารถดาวน์โหลดจากอินเตอร์เน็ต หรือใช้วิธีแจกแผ่นซอฟต์แวร์เกมแก่ผู้ที่ซื้อไอศกรีมเป็นการส่งเสริมการขาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัท ได้แก่ กลุ่มผู้จัดจำหน่ายเกม (Game Publisher) ในต่างประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเกมคอนโซล ผู้จัดจำหน่ายจะต้องได้รับการอนุญาตและให้สิทธิในการจัดจำหน่ายเกมคอนโซลจากผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมคอนโซลแต่ละราย ทั้งนี้ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทถือเป็นผู้ประกอบการไทยรายเดียวที่ได้รับการอนุญาตให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสำหรับเครื่องเล่นเกมคอนโซล Nintendo Wii จากนินเทนโด อย่างไรก็ตาม ด้วยการประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกม และธุรกิจผู้จัดจำหน่ายเกมมีความแตกต่างกันในเรื่องการทำการตลาด รวมถึงเงินลงทุนในการดำเนินงาน ทำให้ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

กลุ่มบริษัททำการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมให้กับผู้จัดจำหน่ายเกมใน 2 ลักษณะคือ

1) กลุ่มบริษัทให้สิทธิแก่ผู้จัดจำหน่ายในการทำซ้ำ และจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทในภูมิภาคที่กำหนด โดยผู้จัดจำหน่ายจะเป็นกำหนดจำนวนแผ่นเกมที่จะทำการผลิตและกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ในภูมิภาคที่ผู้จัดจำหน่ายนั้นมีสิทธิในการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผู้จัดจำหน่ายเกมในการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัทเป็นผู้พัฒนา คือ กลุ่มผู้เล่นวัยเด็กเล็กไปจนถึงวัยประถมศึกษาซึ่งต้องการเล่นเกมเพื่อความเพลิดเพลิน (Casual Gamer) เป็นหลัก การจำหน่ายในลักษณะดังกล่าวลิขสิทธิ์ในซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาขึ้นนั้นจะถูกจดในนามของกลุ่มบริษัท

2) กลุ่มบริษัทรับจ้างผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตสินค้าทั้งในและต่างประเทศในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมซึ่งผู้จัดจำหน่ายเกมหรือผู้ผลิตสินค้าจะเป็นผู้กำหนดความต้องการและกำหนดลักษณะโดยรวมของเกมที่จะทำการพัฒนา จากนั้นกลุ่มบริษัทจึงออกแบบรายละเอียดของเกมและส่งให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนเริ่มการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ทั้งนี้ซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัทรับจ้างผู้ผลิตสินค้าในการพัฒนานั้น โดยมากจะถูกนำไปใช้ในการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าของผู้ว่าจ้างดังกล่าว อาทิเช่น เกม Paddle Pop the Pyrata สำหรับเครื่องเล่นเกม Nintendo Wii และเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์โดยแจกให้กับลูกค้าที่ซื้อไอศกรีม Wall Paddle Pop เป็นต้น โดยลิขสิทธิ์ในซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาขึ้นนั้นถูกจดในนามของลูกค้าผู้ว่าจ้าง

ในปี 2551 กลุ่มบริษัทจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซลผ่านผู้จัดจำหน่ายจำนวน 8 ราย เพื่อกระจายซอฟต์แวร์เกมของกลุ่มบริษัทในอเมริกาและยุโรปเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนรายได้ในประเทศต่อรายได้จากต่างประเทศคิดเป็น 40.86: 59.14 ทั้งนี้ในปี 2551 กลุ่มบริษัทไม่มีการจำหน่ายซอฟต์แวร์เกมคอนโซลให้แก่ผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม

3.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 กลุ่มบริษัทมีสตูดิโอสำหรับพัฒนาซอฟต์แวร์เกมและอนิเมชั่นตั้งอยู่ที่ เลขที่ 67/2 สุขุมวิทซอย 8 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร มีพนักงานที่ทำหน้าที่พัฒนาซอฟต์แวร์เกมและอนิเมชั่นจำนวนรวม 19 คน โดยทั้งหมดเป็นพนักงานของบริษัทย่อยได้แก่ บริษัท แพลนเน็ต จี จำกัด จำนวน 13 คน และบริษัท บลู วิซาร์ด สตูดิโอ จำกัด จำนวน 6 คน และนอกเหนือไปจากพนักงานประจำของกลุ่มบริษัท กลุ่มบริษัทยังได้ว่าจ้างบุคคลและ/หรือบริษัทภายนอก (Outsource) ในการพัฒนาบางส่วนของซอฟต์แวร์เกมภายใต้การควบคุมดูแลของหัวหน้าทีมของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทมีนโยบายในการตรวจสอบคุณภาพและควบคุมกำหนดแล้วเสร็จของชิ้นงานทุกชิ้น

ในปี 2552 กลุ่มบริษัทมีการว่าจ้างบริษัทและบุคคลภายนอกจำนวน 29 รายเพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์เกม โดยแบ่งเป็นการพัฒนาด้านโปรแกรมจำนวน 8 ราย การพัฒนางานด้านภาพกราฟิกและอนิเมชั่นจำนวน 5 ราย จัดทำรายละเอียดการออกแบบเกม 12 ราย จัดทำเสียงและดนตรีประกอบ 4 ราย เนื่องจากด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมนั้น คุณภาพของงานและการส่งมอบงานตามกำหนดเวลาถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นโดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทจึงพิจารณาและทำการว่าจ้างบริษัทหรือบุคคลภายนอกที่มีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันมา และสามารถเชื่อถือได้เป็นสำคัญ

สตูดิโอสำหรับพัฒนาซอฟต์แวร์เกมและอนิเมชั่นของกลุ่มบริษัท

3.5.1 นโยบายการผลิต

กลุ่มบริษัทมีนโยบายการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมใน 2 ลักษณะ คือ

1. การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเพื่อเสนอขายต่อลูกค้า (Made to stock)

กลุ่มบริษัทจะเป็นผู้ออกแบบและกำหนดรายละเอียดทั้งหมดของเกม จากนั้นจึงดำเนินการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมจนแล้วเสร็จและจึงนำเสนอต่อลูกค้า ทั้งในลูกค้าซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายเกม หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการนำสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นสินค้าแถมเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของตน เช่น ผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยส่วนใหญ่แล้วการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเพื่อเสนอขายแก่ลูกค้านั้น ลิขสิทธิ์ของซอฟต์แวร์โปรแกรมที่ทำการพัฒนาจะเป็นของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทจะให้สิทธิลูกค้าในการทำการจำหน่ายตามจำนวน หรือระยะเวลาที่ได้ตกลงกัน

2. การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมตามความต้องการของลูกค้า (Made to order)

กลุ่มบริษัทจะพัฒนาซอฟต์แวร์เกมตามความต้องการของลูกค้า ทั้งลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายเกมหรือลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าเป็นผู้กำหนดรายละเอียดของเกมที่ต้องการและมีตรวจสอบคุณภาพ และชำระค่าบริการให้การผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมให้แก่กลุ่มบริษัทตามระดับความสำเร็จของชิ้นงานนับตั้งแต่เอกสารประกอบการออกแบบเกม (Design Document) เกมขั้นทดลอง (Alpha & Beta Testing) ไปจนถึงขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพครั้งสุดท้าย (Quality Assuring) การพัฒนาซอฟต์แวร์เกมในลักษณะนี้ส่วนมากใช้กับการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่มีต้นทุนการผลิตสูงหรือมีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์อันถือเป็นเกมที่มีคุณภาพสูง (Premium) โดยส่วนใหญ่ลิขสิทธิ์ของซอฟต์แวร์โปรแกรมสำหรับการพัฒนาในลักษณะนี้จะเป็นของลูกค้า

โดยในปี 2551 รายได้จากการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมเพื่อเสนอขายต่อลูกค้า และการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมตามความต้องการของลูกค้า อยู่ที่สัดส่วนประมาณ 68.81: 31.19

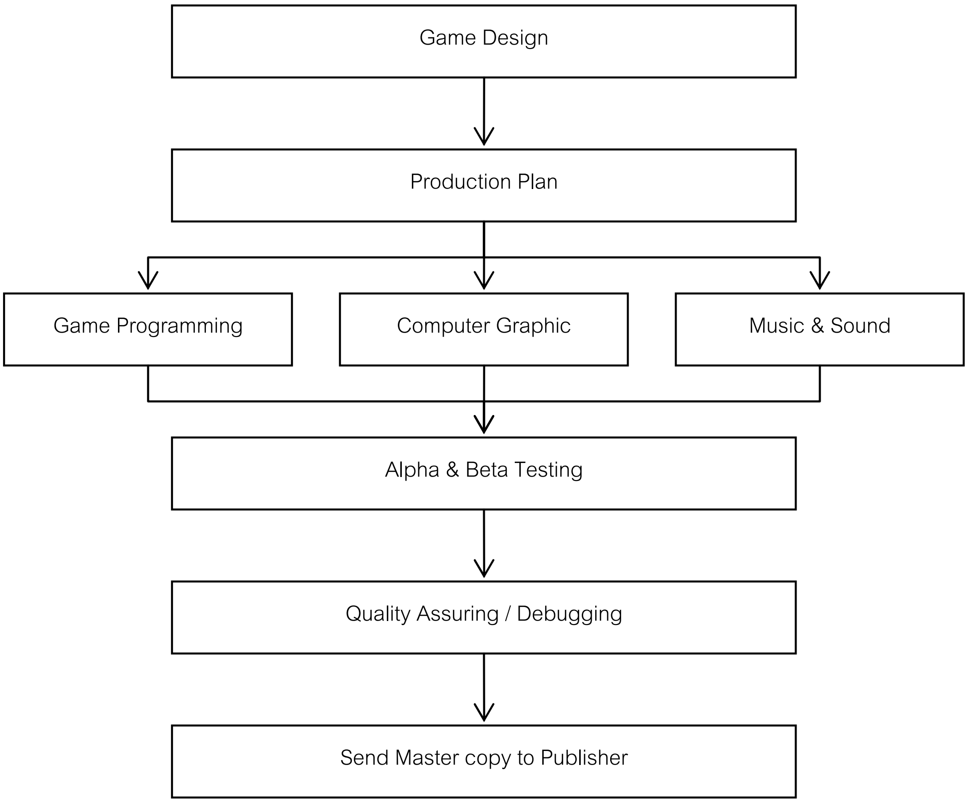
3.5.2 ขั้นตอนการผลิต

<u>ภาพรวมของการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม</u>

ในการดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์เกมนั้น กลุ่มบริษัทจะมีการจัดประชุมผู้บริหารระดับสูงของแต่ละส่วนงานเพื่อวางแผนการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมประจำปี ตลอดจนออกแบบเกมในเบื้องต้น อาทิเช่น แนวคิดของเกม และส่วนประกอบต่างๆ ของเกม โดยทำการศึกษาข้อมูล ภาวะอุตสาหกรรม และงานวิจัยจากที่ปรึกษาทางการตลาดเพื่อติดตามแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของตลาดซอฟต์แวร์เกมซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เกมที่กลุ่มบริษัทจะทำการผลิตและพัฒนานั้น มีแนวคิดและรูปแบบตรงกับความต้องการใช้งานของผู้เล่นเกม ส่งผลโดยตรงต่อการประสบความสำเร็จและการได้รับความนิยมของซอฟต์แวร์เกมที่จะทำการผลิต นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังได้เข้าร่วมงานแสดงเกมในต่างประเทศทั้งในทวีปยุโรปและอเมริกาอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาแก่ตัวแทนจำหน่ายชั้นนำทั่วโลก โดยที่ผ่านมากลุ่มบริษัทได้เข้าร่วมงาน E3 Expo ซึ่งจัดในเดือนมิถุนายนที่เมืองลอสแองเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา งาน Game Connection ซึ่งมีจัดปีละสองครั้งในเดือนมีนาคมที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา และในเดือนธันวาคมที่เมืองลียอง ประเทศฝรั่งเศส และงาน Gamescom ซึ่งจัดในเดือนสิงหาคมที่เมืองโคโลญ ประเทศเยอรมนี อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำเสนอซอฟต์แวร์เกมที่กลุ่มบริษัททำการพัฒนาแก่ตัวแทนจำหน่ายชั้นนำทั่วโลก โดยการเข้าร่วมงานดังกล่าวนอกจากเป็นช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มบริษัทแล้ว ยังมีส่วนช่วยให้กลุ่มบริษัทรับรู้ทิศทางการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมของผู้ประกอบการรายอื่นอีกด้วย

ทั้งนี้เมื่อกลุ่มบริษัทกำหนดแนวคิดเกมที่จะทำการพัฒนาได้แล้วนั้น จะเข้าสู่กระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยละเอียดซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

<u>แผนภาพแสดงขั้นตอนการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกม</u>



กระบวนการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

1. <u>Game Design</u> เป็นขั้นตอนการออกแบบแนวคิดของเกม ในขั้นตอนนี้ฝ่ายออกแบบจะกำหนดรูปแบบและออกแบบรายละเอียดต่างๆของเกม อาทิเช่น รูปแบบภาพกราฟิก ตัวละครในเกม การปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน(User Interface) การออกแบบระดับความยากง่ายของเกม (Level Design) เป็นต้น รายละเอียดการออกแบบทั้งหมดจะถูกรวบรวมเป็นเอกสารการออกแบบเกม (Game Design Document) เพื่อใช้ในการนำเสนอต่อลูกค้าและใช้ในการวางแผนการผลิตต่อไป
2. <u>Production Plan</u> เป็นขั้นตอนวางแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมโดยบริษัท เป็นการกำหนดขอบเขตของงาน กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของงานแต่ละส่วน การบริหารและจัดสรรบุคลากรจากพนักงานภายในกลุ่มบริษัทหรือการจัดจ้างบุคคลภายนอก (Outsource) เพื่อทำงานร่วมกันเป็นทีมตามความเหมาะสม โดยลักษณะงานจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนงานพัฒนาโปรแกรม (Game Programming) ส่วนงานพัฒนาภาพคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic) และส่วนงานสร้างดนตรีและเสียงประกอบภายในเกม (Music and sound) ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้น บริษัทจะมอบหมายให้บริษัทย่อย คือ บริษัท แพลนเน็ต จี จำกัด ดูแลรับผิดชอบด้านงานพัฒนาโปรแกรม ดนตรีและเสียงประกอบภายในเกม และบริษัท บลู วิซาร์ด สตูดิโอ จำกัด ดูแลรับผิดชอบด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกอนิเมชั่น โดยมีหัวหน้าโครงการเป็นผู้ควบคุมดูแลประสานงานการทำงานภายในทีม

3. Alpha and Beta Testing เป็นขั้นตอนการทดสอบซอฟต์แวร์เกมที่อยู่ระหว่างพัฒนาตามระยะขั้นความสำเร็จของงานโดยแบ่งขั้นความสำเร็จออกเป็น
    1. ขั้นอัลฟ่า(Alpha) ซึ่งซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาจนถึงขั้นตอนดังกล่าวจะสามารถใช้งานได้บางส่วน ในขณะที่ภาพกราฟิกและเสียงประกอบภายในเกมยังไม่เสร็จสมบูรณ์ การทดสอบเกมในขั้นนี้เพื่อตรวจสอบภาพรวมและทดสอบความสมดุลของระบบการเล่นในเกม
    2. ขั้นเบต้า (Beta) ซึ่งซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาจนถึงขั้นตอนนี้เป็นซอฟต์แวร์เกมที่สามารถใช้งานได้เกือบสมบูรณ์ เหลือเพียงการทดสอบข้อบกพร่องของโปรแกรมเท่านั้น ซึ่งการทดสอบในขั้นตอนนี้จะเป็นการตรวจสอบในรายละเอียดเพื่อหาจุดบกพร่องภายในเกม
4. Quality Assuring / Debugging เป็นขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพและหาจุดบกพร่องของซอฟต์แวร์เกมขั้นสุดท้าย ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ในกรณีที่เป็นการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมคอนโซลนั้นผู้ผลิตเครื่องเกมคอนโซลจะมีรายการตรวจสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านต่างๆ เช่น การตรวจสอบข้อบกพร่อง (Bug) ที่เกิดขึ้นระหว่างการเล่นและระหว่างการเปลี่ยนเข้าหน้าจอคำสั่งต่างๆ การตรวจสอบข้อบกพร่องระหว่างการบันทึกข้อมูล เป็นต้น ก่อนที่จะส่งต้นฉบับซอฟต์แวร์เกมที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์แล้ว (Master copy) ให้แก่ผู้จัดจำหน่ายเพื่อส่งให้ผู้ผลิตเครื่องเกมคอนโซลทำการตรวจสอบคุณภาพขั้นสุดท้าย และเมื่อได้รับการอนุมัติให้ทำการผลิตจากผู้ผลิตเครื่องเกมคอนโซลแล้วจึงจำเข้าสู่กระบวนการจัดจำหน่ายต่อไป

ทั้งนี้ระยะเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมจะแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของ Platform และรายละเอียดของแต่เกม ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือน อย่างไรก็ตาม สำหรับซอฟต์แวร์เกมที่มีความรายละเอียดสูงและมีความยากในการพัฒนา ตลอดจนต้องมีการพัฒนาชุดคำสั่งและเครื่องมือเพิ่มเติม จะใช้เวลาเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 5-7 เดือน โดยระหว่างขั้นตอนการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมดังกล่าว ลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายเกม อาจเข้ามามีส่วนร่วมในการทดสอบเกมตั้งแต่ขั้นการทำสอบเกมระหว่างการผลิต เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพ และติดตามความคืบหน้าของการพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ทั้งนี้ ในการจัดทำแผนการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์เกมนั้น บริษัทจะทำการเผื่อระยะเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมไว้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ที่จะทำให้ไม่สามารถนำส่งเกมที่พัฒนาสำเร็จแล้วให้แก่ลูกค้าได้ทันตามกำหนด

3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

3.7 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 - วันที่ 30 เมษายน 2553 กลุ่มบริษัทมีการลงนามในสัญญาพัฒนาซอฟต์แวร์เกม ดังนี้

ประเภทของโครงการ	ประเภท (Platform)	ภูมิภาค	ระยะเวลาที่คาดว่าจะส่งมอบ
รับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์	PC	ประเทศไทย	ไตรมาส 2
	DS	USA	ไตรมาส 3
	PC	ประเทศไทย	ไตรมาส 2
	PC	ประเทศไทย	ไตรมาส 3
พัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อจำหน่าย	DS	USA	ไตรมาส 1
	DS	USA	ไตรมาส 1
	PC		ไตรมาส 1
	DS	USA	ไตรมาส 2
รวมมูลค่างานระหว่างพัฒนา (ล้านบาท)			**35-45 ล้านบาท**