

รายงานการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า Gamescom 2019
ระหว่างวันที่ 20 – 24 สิงหาคม 2562 ณ เมืองโคโลญจน์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี
และภาวะการตลาดอุตสาหกรรมเกมเยอรมัน



งานแสดงสินค้า Gamescom เป็นงานแสดงสินค้าเกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม เกมโทรศัพท์มือถือ สื่อมัลติมีเดีย คอนเทนต์ สินค้าไลฟ์สไตล์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป โดยจัดเป็นประจำทุกปี ในช่วงปลายเดือนสิงหาคม ณ เมืองโคโลญจน์ ประเทศเยอรมนี เริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2009 และสำหรับการจัดงานในปีนี้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 20 – 24 สิงหาคม 2562

1. ข้อมูลงานแสดงสินค้า

1.1 ชื่องาน: Gamescom 2019

1.2 กำหนดจัดงาน: 20 – 24 สิงหาคม 2562
เวลา 10.00 – 20.00 น.

1.3 สถานที่จัดงาน: ศูนย์แสดงสินค้า Koelnmesse
เมืองโคโลญจน์ (Cologne) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

1.4 ลักษณะของงาน:

กิจกรรมเจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างวันที่ 20 – 22 สิงหาคม 2562

กิจกรรมสำหรับบุคคลทั่วไป ระหว่างวันที่ 20 – 24 สิงหาคม 2562

1.5 ประวัติการจัดงานแสดงสินค้า:

เริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2009 สำหรับการจัดงานครั้งนี้ นับเป็นครั้งที่ 11 โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อการเจรจาธุรกิจ และสำหรับบุคคลทั่วไป

1.6 พื้นที่จัดงานแสดงสินค้า:

การจัดงานแสดงสินค้า Gamescom 2019 จัดขึ้นในบริเวณอาคาร 1 - 11 รวมพื้นที่ประมาณ 218,000 ตารางเมตร โดยจัดแบ่งพื้นที่สำหรับการเจรจาธุรกิจภายในอาคาร 1, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1 และ 4.2

1.7 ผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้า (Exhibitors)

มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน (exhibitors) จาก 52 ประเทศ จำนวน 1,153 บริษัท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 11 (1,037 บริษัท) แยกเป็นบริษัทในเยอรมัน 369 บริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 32 และบริษัทจากต่างประเทศ 784 บริษัท หรือร้อยละ 68 สำหรับในปีนี้มี Partner country คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์

นอกจากนี้ มีการเข้าร่วมงานในลักษณะ National Stand จาก 29 ประเทศ เช่น จีน สิงคโปร์ เกาหลี เนเธอร์แลนด์ โปแลนด์ ฝรั่งเศส และสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น

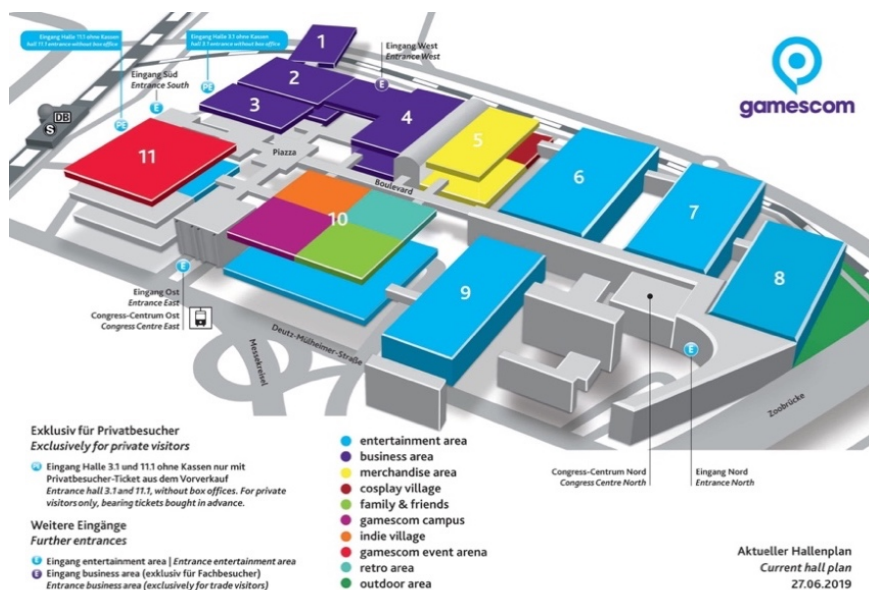
1.8 ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า (Trade Visitors)

ผู้เข้าชมงานมีจำนวนรวม 373,000 ราย จาก 107 ประเทศทั่วโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 0.80 (370,000 ราย) โดยเป็นผู้เข้าชมงานจากภายในประเทศเยอรมัน 175,310 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 47 และจากต่างประเทศ 197,690 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 53 ทั้งนี้ มีผู้เข้าชมงานเพื่อเจรจาธุรกิจ 31,300 ราย จากประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย สหรัฐอเมริกา จีน เป็นต้น

1.9 ประเภทสินค้าที่จัดแสดงและสินค้าที่มีศักยภาพ

สินค้าที่จัดแสดงภายในงานแบ่งตามหมวดหมู่ ได้แก่ คอนเทนต์เกมเพื่อความบันเทิงสำหรับเกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม และเกมโทรศัพท์มือถือ ซอฟต์แวร์เพื่อการศึกษาและการให้ข้อมูลต่าง ๆ ส่วนประกอบและอุปกรณ์เสริมสำหรับคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นวิดีโอเกม และ eSports อุปกรณ์ทำความสะอาด ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม โทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต การพัฒนาอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ และมัลติมีเดีย สินค้าไลฟ์สไตล์ เช่น โมเดล ฟิกเกอร์ ของที่ระลึก และของใช้ โดยจัดแยกพื้นที่สำหรับการเจรจาธุรกิจภายในอาคาร 1, 2.1, 2.2, 3.2, 4.1 และ 4.2 และสำหรับบุคคลทั่วไปภายในอาคาร 5 – 11 ดังนี้

- | | |
|--|--------------|
| 1) Business area | อาคาร 1 - 4 |
| 2) Merchandise area, Cosplay village | อาคาร 5 |
| 3) Entertainment area | อาคาร 6 - 11 |
| 4) Retro area, Indie village, Family & friends, Campus | อาคาร 10 |
| 5) Gamescom event arena | อาคาร 11 |



1.10 กิจกรรมที่น่าสนใจ

1) Gamescom award 2019

การมอบรางวัลเกมและผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยมแห่งปีในสาขาต่าง ๆ จัดขึ้นโดยสถาบัน Stiftung Digitale Spielkultur GmbH และคัดเลือกโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากทั่วโลก เกมและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล Gamescom award 2019 ในหมวดต่าง ๆ มีดังนี้

Category	Game/product	Company
Best of Gamescom	Dreams	Sony Interactive Entertainment
Category Group: Genre		
Best Action Adventure Game	Blacksad: Under the Skin	astragon Entertainment
Best Action Game	DOOM Eternal	Bethesda
Best Family Game	Concrete Genie	Sony Interactive Entertainment
Best Racing Game	Grid	Codemasters
Best Role Playing Game	Wasteland 3	InXile/Deep Silver
Best Simulation Game	Planet Zoo	Frontier
Best Sports Game	Roller Champions	Ubisoft
Best Strategy Game	Desperados III	Mimimi Productions
Most Original Game	Dreams	Sony Interactive Entertainment
Best VR / AR Game	Marvel's Iron Man	Sony Interactive Entertainment
Best Hardware / Technology	Xbox Elite Wireless Controller Series 2	Microsoft
Best Multiplayer Game	Borderlands 3	2K
Best Ongoing Game	Monster Hunter World: Iceborne	Capcom Entertainment
Category Group: Platform		
Best Microsoft Xbox One Game	Gears 5	Microsoft
Best Nintendo Switch Game	The Legend of Zelda: Link's Awakening	Nintendo
Best Sony PlayStation 4 Game	Dreams	Sony Interactive Entertainment
Best Mobile Game	Battle Chasers: Nightwar - Mobile Edition	HandyGames
Best PC Game	Tom Clancy's Ghost Recon Breakpoint	Ubisoft
Category Group: Gamescom global awards		
Best Games Company	-	THQ Nordic

2) Gamescom event arena

เวทีจัดแข่งขันเกม eSports ชิงเงินรางวัล โดยนักเล่นเกมจากทั่วโลก และเปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าชมการแข่งขันสดหน้าเวที โปรแกรมการแข่งขัน เช่น Asphalt esports Series presented by Black Shark, ESL Summer Championship (Counter-Strike), Riot with League of Legends และMagenta eTrophy



3) Gamescom indie village

พื้นที่จัดแสดงเกมคอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมอินดี้ ผลงานจากนักพัฒนาเกมและบริษัทผลิตเกมรุ่นใหม่จากทั่วโลก ซึ่งเปิดโอกาสให้นำเสนอผลงานเกมต่อสื่อมวลชนและผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ ยังเป็นพื้นที่ให้ผู้เข้าชมทดลองเล่นเกมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อการพัฒนาเกมต่อไป



4) Gamescom entertainment area

พื้นที่จัดแสดงเกมคอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมให้ผู้เข้าชมงานได้ลองเล่น พร้อมกิจกรรมเปิดตัวเกมและผลิตภัณฑ์ออกใหม่จากบริษัทเกมและบริษัทผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมระดับโลก เช่น บริษัท Ubisoft Entertainment SA, astragon Entertainment, Konami K.K., Nintendo K.K., Sony Interactive Entertainment LLC, Netflix International, Razer และ MSI เป็นต้น

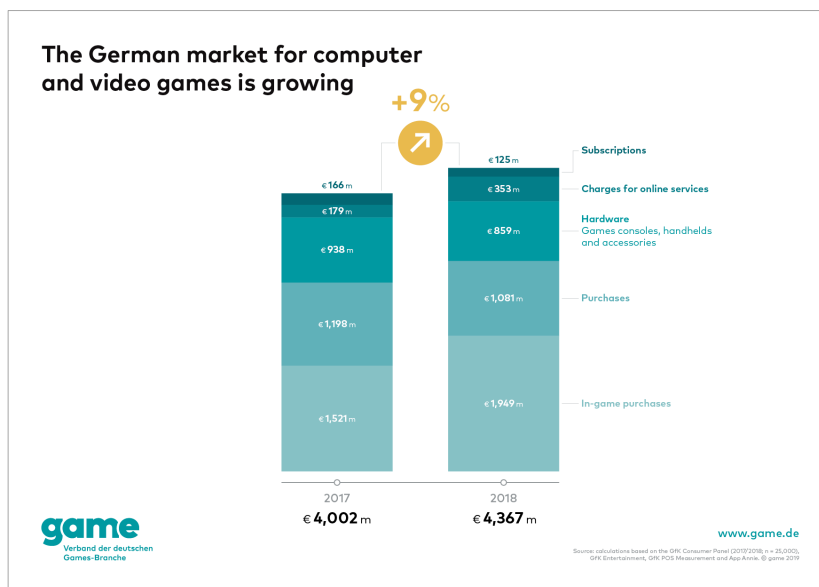


2. ข้อมูลอุตสาหกรรมเกมในประเทศเยอรมนี

2.1 ภาพรวมตลาด

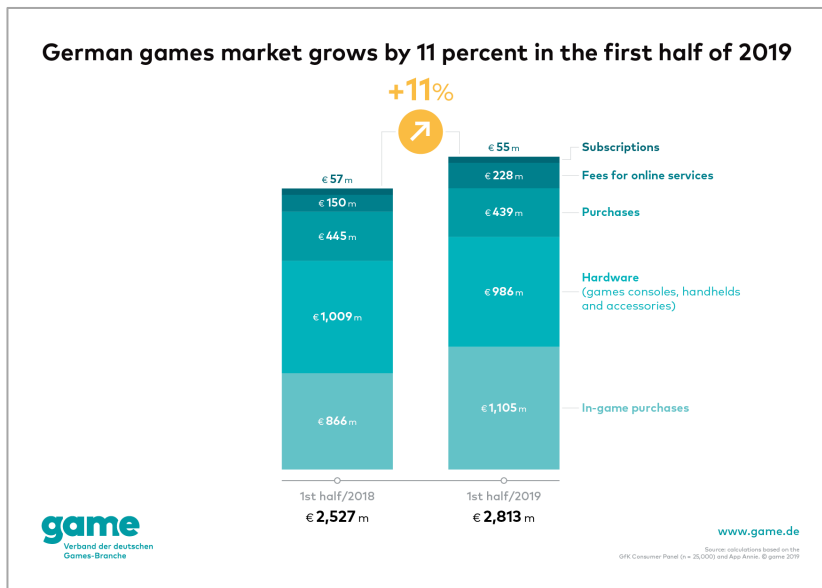
จากข้อมูลของสมาคมเกมแห่งประเทศเยอรมนี (game – Verband der deutschen Games-Branche e.V.) และสถาบันวิจัยด้านการตลาด GfK รายงานว่าอุตสาหกรรมเกมของเยอรมนีมีการเติบโตขึ้นอย่างมากในปี 2561 ถึงร้อยละ 9 ด้วยมูลค่าการค้ารวม 4.4 พันล้านยูโร (ปี 2560: 4.0 พันล้านยูโร) สิ่งที่มีผลต่อมูลค่าการค้าให้เติบโตขึ้นนี้คือ ค่าธรรมเนียมสำหรับบริการออนไลน์ ซึ่งเพิ่มขึ้นเกือบสองเท่าในหนึ่งปีถึง 353 ล้านยูโร (+50%) โดยในนี้รวมถึงบริการต่าง ๆ เช่น PlayStation Plus จาก Sony Interactive Entertainment และ Xbox Live Gold จาก Microsoft พร้อมทั้งค่าบริการสมัครสมาชิกและบริการเกมบนคลาวด์ เช่น Origin Access จาก EA, PlayStation Now จาก Sony Interactive Entertainment และ Xbox Game Pass จาก Microsoft

ทั้งนี้ สัดส่วนการค้าที่มากที่สุดมาจากยอดขายการซื้อสินค้าในเกม (in-game purchases) ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เป็น 1.9 พันล้านยูโร เกิดจากการซื้อของในเกม เช่น วัตถุ เครื่องแต่งกายสำหรับตัวละครที่เล่นภารกิจเพิ่มเติมหรือแคมเปญใหม่ ๆ เป็นต้น ในทางกลับกัน การจำหน่ายเกมแบบดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นแผ่นเกมหรือโดยการดาวน์โหลดนั้นมียอดขายเพียง 1.1 พันล้านยูโร ลดลงร้อยละ 10% จากปี 2560 เช่นเดียวกับสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์ เช่น เกมคอนโซล อุปกรณ์เกมแบบพกพา และอุปกรณ์เสริม มียอดขายลดลงร้อยละ 8% อยู่ที่ 859 ล้านยูโร และยอดขายผ่านการสมัครสมาชิกเกมลดลงร้อยละ 25 เป็น 125 ล้านยูโร



สำหรับข้อมูลตลาดในปี 2562 พบว่าในช่วง 6 เดือนแรกของปี ตลาดเติบโตขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2561 ด้วยมูลค่าการค้ารวม 2.8 พันล้านยูโร (2018: 2.5 พันล้านยูโร) อันเป็นผลมาจากยอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นในส่วนค่าธรรมเนียมสำหรับบริการออนไลน์ มูลค่า 288 ล้านยูโร (+52%) และยอดการซื้อสินค้าในเกม (in-game purchases) มูลค่า 1.1 พันล้านยูโร (+28%) อย่างไรก็ตาม สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์ เช่น เกมคอนโซล การ์ดจอสำหรับเกมคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เสริม มียอดจำหน่าย

ลดลงร้อยละ 2 ด้วยมูลค่า 986 ล้านยูโร เช่นเดียวกับมูลค่าการจำหน่ายเกมทั่วไป 439 ล้านยูโร ซึ่งลดลงร้อยละ 1.3% และยอดขายในการสมัครสมาชิก 55 ล้านยูโร ลดลงร้อยละ 3.5%



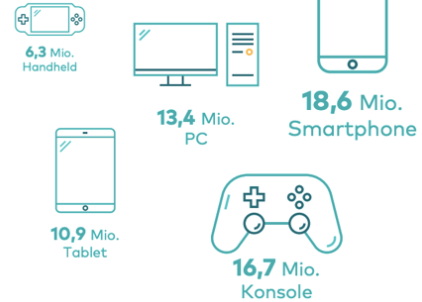
2.2 แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

1) ประเทศเยอรมนีมีผู้เล่นเกมคอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมมากกว่า 34 ล้านคน แบ่งสัดส่วนผู้เล่นออกเป็นเพศชายร้อยละ 52 และเพศหญิงร้อยละ 48 ทั้งนี้ อายุเฉลี่ยของผู้เล่นเกมในประเทศเยอรมนีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันอยู่ที่ 36.4 ปี ซึ่งปีที่ผ่านมาอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 36.1 ปี ในขณะที่ 5 ปีที่แล้วยังคงอยู่ที่ 31 ปี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้คือการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของสัดส่วนผู้เล่นเกมที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยในปี 2562 กลุ่มผู้เล่นเกมในช่วงอายุดังกล่าวมีประมาณ 10 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ของผู้เล่นเกมทั้งหมดในเยอรมนี นอกจากนี้ สัดส่วนของกลุ่มผู้เล่นเกมเป็นประจำคิดเป็นร้อยละ 35 ของจำนวนประชากรเยอรมัน และกลุ่มผู้นิยมเล่นเกมในโอกาสต่าง ๆ มีสัดส่วนร้อยละ 42



2) สมาร์ทโฟนเป็นแพลตฟอร์มเกมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มผู้เล่นเกมชาวเยอรมัน โดยในปี 2561 มีผู้เล่นเกมผ่านสมาร์ตโฟนมากกว่า 18 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 400,000 คน เช่นเดียวกับเครื่องเล่นเกมคอนโซล เช่น Sony PlayStation และ Microsoft Xbox ที่มีผู้ใช้งานในเยอรมนีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็น 16.7 ล้านคน (+700,000 คน) ในทางกลับกัน การเล่นเกมผ่านคอมพิวเตอร์ซึ่งเคยได้รับความนิยมมาตลอดมีจำนวนผู้ใช้งานลดลงเหลือ 13.4 ล้านคน (-3.9 ล้านคน) และมีผู้ใช้แท็บเล็ตเล่นเกมจำนวนลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้ารวมเป็น 10.9 ล้านคน

Auf diesen Plattformen spielen die Deutschen



การเติบโตของจำนวนผู้เล่นบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ นั้น สะท้อนให้เห็นพัฒนาการของตลาดเกม โดยการจำหน่ายสินค้าเกมผ่านสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต เช่น แอปพลิเคชันเกม และการซื้อภายในแอปพลิเคชัน (In-app Purchases) ได้สร้างมูลค่าการค้ารวม 1.5 พันล้านยูโร นำหน้าแพลตฟอร์มอื่น ๆ อย่างเช่น เครื่องเล่นเกมคอนโซลที่มียอดการจำหน่ายเกม การสมัครสมาชิก และบริการออนไลน์ มูลค่ารวมประมาณ 1.3 พันล้านยูโร และการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มคอมพิวเตอร์มีมูลค่าการค้ารวม 659 ล้านยูโร

3) สังคมหรือชุมชนคนเล่นเกมมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับเกมคอมพิวเตอร์และวิดีโอเกม การมีส่วนร่วมของผู้เล่นเกมนี้ได้กลายเป็นพื้นฐานส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเล่นเกมปัจจุบัน และมีบทบาทสำคัญในการสร้างแนวโน้มตลาดใหม่ ๆ ไปจนถึงขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว จากการรายงานของสมาคมเกมแห่งประเทศไทย พบว่าผู้เล่นเกมประมาณเก้าล้านคนในเยอรมนี เห็นว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมคนเล่นเกมเป็นงานอดิเรกที่สำคัญ ในขณะเดียวกัน ผู้เล่นเกมเก้าล้านคนได้มีการสร้างมิตรภาพที่ดีและแน่นแฟ้นในสังคมเกมแล้ว โดยเฉพาะกลุ่มผู้เล่นอายุระหว่าง 16 – 24 ปี

2.3 แนวโน้มตลาด

1) Cloud Gaming ถือเป็นหนึ่งในแนวโน้มสินค้าที่น่าสนใจในปีนี้ ด้วยการเล่นเกมผ่านคลาวด์ การประมวลผลส่วนใหญ่เกิดขึ้นที่ศูนย์ข้อมูล ดังนั้น ผู้เล่นเกมไม่จำเป็นต้องมีฮาร์ดแวร์กำลังสูงอีกต่อไป และสามารถเล่นได้ทั้งบนแล็ปท็อป สมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ตธรรมดา สิ่งที่ต้องมีคือการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว ทั้งนี้ ปัจจุบันพบว่าผู้เล่นเกมในเยอรมนีร้อยละ 69 เคยได้ยินเกี่ยวกับเกมบนคลาวด์มาแล้ว และเชื่อว่าเกมบนคลาวด์จะเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้เล่นในวงกว้างมากขึ้น นอกจากนี้ ร้อยละ 52 ของผู้เล่นเกมมีความคาดหวังว่าในอนาคตการสตรีมเกมโดยตรงจากคลาวด์จะเป็นวิธีการเล่นเกมมาตรฐานใหม่ และร้อยละ 51 คาดว่าการเล่นเกมบนคลาวด์จะทำให้การเล่นเกมสะดวกยิ่งขึ้น

2) eSport หรือการแข่งขันกีฬาแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเกมคอมพิวเตอร์หรือวิดีโอเกมกำลังได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันชาวเยอรมันประมาณ 13 ล้านคน หรือร้อยละ 19 ของจำนวนประชากร เคยได้ดูการแข่งขันกีฬา eSports แล้ว โดยเฉพาะกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 16 - 24 ปี เคยดูการแข่งขันดังกล่าวถึง

ร้อยละ 44 ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจมักดูการแข่งขัน eSports ผ่านเทปที่ถูกบันทึกไว้แล้ว (ร้อยละ 14) และร้อยละ 8 ดูการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสด (Live Streaming) และร้อยละ 3 เข้าร่วมการแข่งขันสดที่สนามแข่งขัน

นอกจากนี้ การแข่งขัน eSport เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น จากผลสำรวจของสมาคมเกมแห่งประเทศไทยพบว่าร้อยละ 65 ของประชากรเยอรมันหรือประมาณ 45 ล้านคน เคยได้ยินเกี่ยวกับกีฬา eSport เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาซึ่งมีคนรู้จักกีฬาดังกล่าวร้อยละ 55 ทั้งนี้ สัดส่วนของชาวเยอรมันที่เคยได้ยินคำว่า eSport และเข้าใจว่าหมายถึงกีฬาอะไรมีเพิ่มสูงขึ้นเป็นพิเศษ โดยภายในหนึ่งปีมีจำนวนคนที่คุ้นเคยกับการเล่นกีฬาดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 29 เป็น 37 หรือเพิ่มขึ้น 6 ล้านคน

3) Indie Game ปัจจุบันเป็นที่รู้จักในหมู่นักเล่นเกมกว่า 16 ล้านคน โดยในการจัดงานแสดงสินค้า Gamescom 2019 พื้นที่จัดแสดงเกมอินดี้ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานอย่างมาก จากข้อมูลของสมาคมเกมแห่งประเทศไทยพบว่า ผู้เล่นเกมชื่นชอบความคิดสร้างสรรค์ของเกมอินดี้เหล่านี้มากที่สุด (ร้อยละ 42) รองลงมา คือ สไตล์กราฟิกที่โดดเด่น (ร้อยละ 32) มีราคาถูก (ร้อยละ 32) ความหลากหลาย (ร้อยละ 29) ความซับซ้อนในบางเกม (ร้อยละ 25) และลายเส้นที่เป็นเอกลักษณ์ของนักพัฒนาซอฟต์แวร์ (ร้อยละ 22)

4) เทคโนโลยี Augmented reality (AR) ได้ทำให้สภาพแวดล้อมจริงกลายเป็นสนามเล่นเกม ด้วยการแสดงวัตถุเสมือน เช่น ภาพ เสียง หรือวิดีโอ ที่ประมวลผลผ่านมือถือ คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ พร้อมกับสภาพแวดล้อมจริงในเวลาเดียวกัน โดยผู้เล่นสามารถตอบสนองกับวัตถุจำลองนั้น ๆ ได้ ทั้งนี้ เทคโนโลยีดังกล่าวเป็นที่รู้จักในหมู่นักเล่นเกมทั่วโลกจากการเปิดตัวของเกม Pokémon Go เช่นเดียวกับเกมสมาร์ตโฟนอื่น ๆ เช่น Harry Potter: Wizards Unite และ Minecraft Earth

ในปี 2562 ชาวเยอรมันกว่า 8.5 ล้านคน เคยมีประสบการณ์ใช้เทคโนโลยี AR มาแล้ว โดยมีอัตราผู้ใช้งานสูงขึ้นร้อยละ 23 จากปี 2561 (6.9 ล้านคน) จากการสำรวจของบริษัท YouGov ไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้ใช้งาน AR มีจำนวนเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่เทคโนโลยีดังกล่าวเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยจากการสำรวจความคิดเห็นชาวเยอรมันพบว่าสี่ในสิบหรือร้อยละ 42 เคยได้ยินเกี่ยวกับเทคโนโลยี AR มาก่อนแล้ว ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่มีผู้รู้จักเพียงร้อยละ 37 ทั้งนี้ การพัฒนาเทคโนโลยี AR เป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับอุตสาหกรรมเกมในการใช้เทคโนโลยีสร้างประสบการณ์และเพิ่มความสุขสนุกสนานให้กับผู้เล่นในอนาคต

5) ความหลากหลายในอุตสาหกรรมเกมเป็นประเด็นหนึ่งที่ถูกพูดถึงในปัจจุบัน นำมาสู่การริเริ่มสนับสนุนประเด็น Hier spielt Vielfalt (Diversity plays here) ในเยอรมนี ด้วยเป้าหมายร่วมกันของผู้ลงนามเพื่อสร้างความหลากหลายในอุตสาหกรรมเกมให้ปราศจากการเลือกปฏิบัติ รวมถึงชื่นชมและยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมและความคิดเห็น ในที่นี้รวมถึงการสร้าง ความหลากหลายในเกม เช่น ตัวละครในเกมที่มีเชื้อชาติ ศาสนา หรือเพศสภาพที่แตกต่างไป หรือแม้แต่เนื้อเรื่องของเกม ไปจนถึงการสนับสนุนความหลากหลายในที่ทำงาน การสร้างทีมงาน การสร้างทีมกีฬา eSports หรือการสร้างชุมชนเกมที่เปิดกว้างสำหรับทุกคน ทั้งนี้ สมาคมเกมแห่งประเทศไทย ได้จัดทำคู่มือสร้างความหลากหลายสำหรับบริษัทและองค์กร เพื่อให้ข้อมูลและเคล็ดลับในการสร้างทีมงานและชุมชนเกมที่หลากหลาย รวมถึงให้ข้อมูลทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับความหลากหลายในที่ทำงานอีกด้วย

3. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1) งานแสดงสินค้า Gamescom เป็นงานแสดงสินค้าเกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม สื่อมัลติมีเดีย คอนเทนต์ สินค้าไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป ซึ่งมีการแบ่งพื้นที่สำหรับการเจรจา ธุรกิจ (Business area) และสำหรับบุคคลทั่วไป สำหรับในปี 2562 มีการเข้าร่วมงานในลักษณะ National Stand ถึง 29 ประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการปรับตัวของบริษัททั่วโลกมุ่งเข้าสู่ธุรกิจเกมมากขึ้น นอกจากนี้ ประเทศเยอรมนีถือเป็นตลาดเกมที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปและยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน ตลาดเกมของเยอรมันมีความสำคัญเป็นอันดับ 5 ของโลก

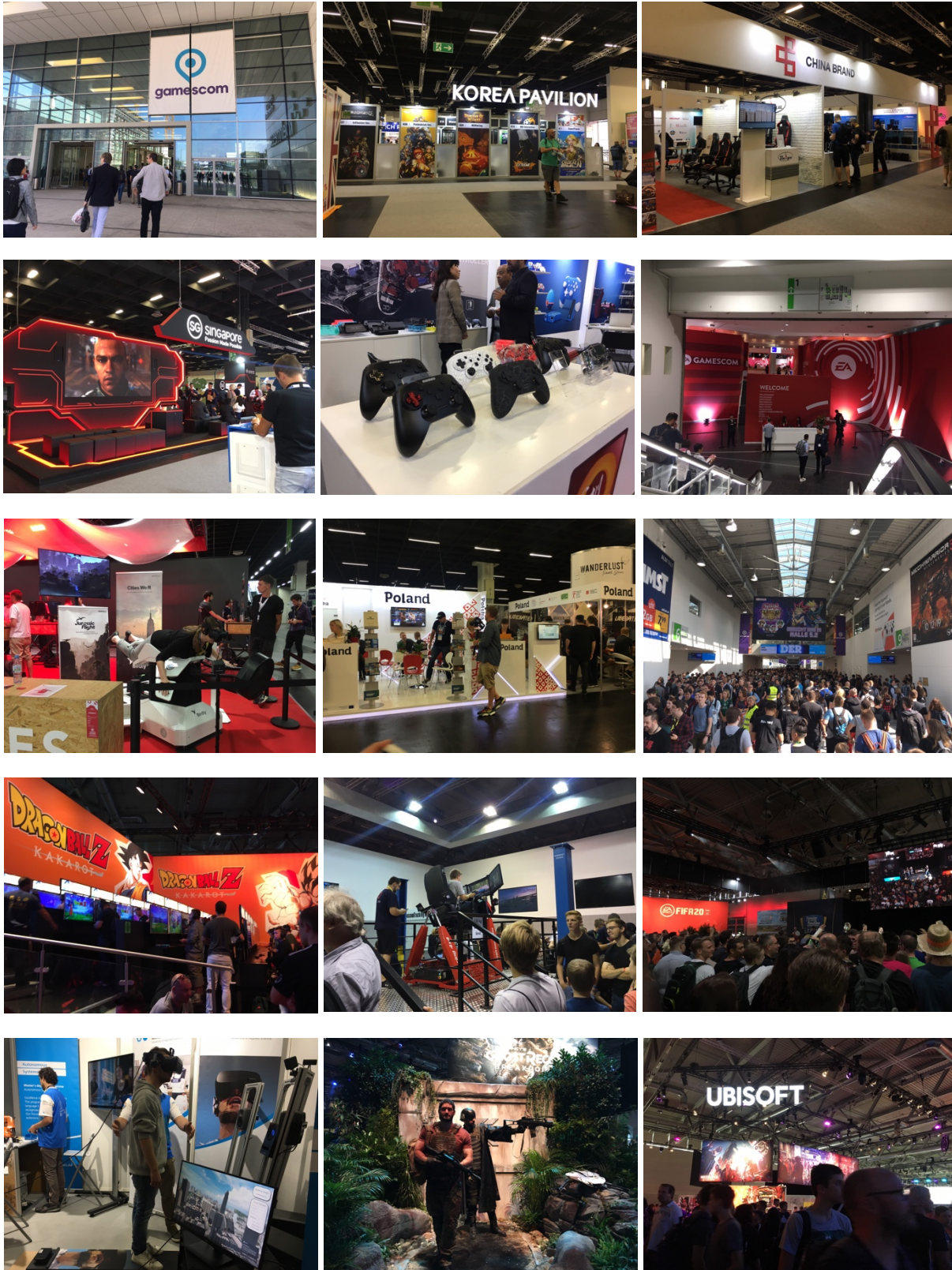
2) รูปแบบเกมในปัจจุบันได้เปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีส่วนร่วมในเกมมากยิ่งขึ้น รวมถึงพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และผู้เล่นสามารถสนทนากันผ่านเกมได้ ไม่ใช่เพียงการเล่นเพื่อเอาชนะหรือผ่านด่านเท่านั้น ดังเห็นได้จากเกมที่ได้รับความนิยมขณะนี้ เช่น Minecraft ที่ผู้เล่นสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นตัวละคร สิ่งของ หรือด่านในเกม ซึ่งผู้เล่นรายอื่น ๆ ในโลกออนไลน์สามารถเข้ามาเล่นในเกมที่เราสร้างและวิจารณ์ได้ รวมถึงเกมแนว Interactive Storytelling Game หรือ เกมเล่าเรื่องที่ผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมในการตัดสินใจเลือกการกระทำของตัวละครในแต่ละเหตุการณ์ ซึ่งไม่มีถูกหรือผิด แต่การตัดสินใจของผู้เล่นจะส่งผลต่อเนื้อเรื่องในทุกด้าน ไปจนถึงบทสรุปหรือตอนจบของเกมที่แตกต่างกัน

3) ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเกม เช่นเดียวกับการพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เล่นเกมยุคใหม่ที่ต้องการความเสมือนจริงมากยิ่งขึ้น และต้องการมีส่วนร่วมไปกับเกมอย่างสมจริง ดังนั้น การพัฒนาทั้งสองด้านควบคู่กันไปเพื่อสร้างประสบการณ์การเล่นเกมที่แปลกใหม่ จะสามารถดึงดูดนักเล่นเกมได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้พัฒนาเกมควรติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีเกมอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาเกมให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์มใหม่ ๆ และเพื่อปรับใช้เทคโนโลยีกับเกมที่กำลังพัฒนาต่อไป

4) เกมดิจิทัลในยุคนี้ มิได้จำกัดเฉพาะการเล่นเกมบนเครื่องเกมคอนโซลหรือคอมพิวเตอร์ แต่สมาร์ตโฟนกลายเป็นแพลตฟอร์มเกมได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งผู้เล่นสามารถพกพาได้สะดวกและสามารถเล่นเกมได้ในทุกทุกที่ ดังนั้น การสร้างเกมสำหรับเล่นในสมาร์ตโฟน เป็นสิ่งที่ผู้พัฒนาเกมไม่ควรมองข้าม นอกจากนี้ อายุเฉลี่ยของผู้เล่นเกมในประเทศเยอรมนีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยปัจจุบันมีกลุ่มผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป นิยมเล่นเกมมากกว่า 5 ล้านคน ทั้งนี้ ผู้พัฒนาเกมควรติดตามความเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน เพื่อคิดค้นและพัฒนาคอนเทนต์เกมใหม่ ๆ ให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของตลาด และเหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงอายุ หรือการพัฒนาเกมที่คนแต่ละช่วงอายุสามารถเล่นร่วมกันได้

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

รูปบรรยากาศงานแสดงสินค้า Gamescom 2019



ภาพประกอบบางส่วนจาก www.gamescom.de