

การจัดจำหน่ายและให้บริการเกมออนไลน์และอีสปอร์ต
DISTRIBUTION AND SERVICE OF GAMES ONLINE AND ESPORTS

ESM 2302

Topic :
แนวคิดพื้นฐาน
การจัดจำหน่ายและให้บริการเกมออนไลน์





WHAT IS

Online Game Operator

ธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์

เกมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เล่นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เล่นสามารถแข่งขันและสนทนา (Chat) กับบุคคลอื่นที่อยู่ในเกมได้ทันที ผ่านระบบ Server ซึ่งทำหน้าที่เก็บโปรแกรมเกมหลักและข้อมูลส่วนใหญ่ของผู้เล่นเกมโดยผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะให้บริการแก่ผู้เล่นที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ได้ติดตั้ง Client Program เชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและได้เข้าลงทะเบียนเพื่อเล่นเกมผ่านทางเว็บไซต์เกมออนไลน์ ทั้งนี้ เกมออนไลน์ไม่รวมถึงเกมที่เล่นบนระบบ LAN เท่านั้น



ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ
แบ่งธุรกิจออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1.การให้บริการเกมออนไลน์

- 1.การคิดค่าบริการตามระยะเวลาการเล่นเกม (Air Time Sale)
2. การขาย Item ในเกม (Item Sale)

2.การเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายเกม



การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

1. กิจกรรม ทางการตลาด



กลยุทธ์สำคัญที่จะสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบและเข้าใจในบริการและเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้นำเสนอ รวมทั้งได้ตระหนักว่ากลุ่มบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงในชีวิตประจำวันที่เราคุ้นเคยและหาซื้อได้ง่าย นอกเหนือจากการเปิดตัวเกมแล้ว กิจกรรมทางการตลาดยังรวมถึงกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างฐานะทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร และเพื่อสังคม นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้สำรวจตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้เล่นเกม ซึ่งช่วยให้การจัดทำกิจกรรมทางการตลาดมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า อีกทั้ง ยังจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับร้านตัวแทนจำหน่ายและร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อให้ร้านดังกล่าวเข้าใจเกมออนไลน์ การบริการ และกลยุทธ์ทางด้านราคาของกลุ่มบริษัทฯ

2. การจัด จำหน่าย



2.1 การจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash

2.2 การจัดจำหน่าย Client Program



2. การจัดจำหน่ายมี 2 ประเภท คือ

2.1 การจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash

เพื่อรับชำระค่าบริการเกม โดยเมื่อผู้เล่นเกมได้จ่ายเงินเพื่อซื้อบัตรแล้วจะได้รับหมายเลขบัตร (Serial No.) และรหัสบัตร (Password) สำหรับลงทะเบียนเติมเวลา แลกคะแนน หรือเงินเสมือนจริง เพื่อใช้ซื้อ Item ในเกมทุกเกมของบริษัทที่ให้บริการในแต่ละประเทศ โดยบัตรแต่ละใบจะมีอายุใช้งานสูงสุด 90 วัน (ไทย) และ 365 วัน (สิงคโปร์และมาเลเซีย) นับจากวันที่ลงทะเบียน

การจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash สามารถกระทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1) การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย

01 บัตร

จำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ในรูปแบบบัตรพลาสติก (Plastic @Cash Card) ผ่านตัวแทนจำหน่ายต่างๆ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 44.5 ของยอดขายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash

02 ร้านสะดวกซื้อ

ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ซึ่งจะจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ต่อให้แก่ผู้เล่นเกมโดยตรงผ่านสาขาของร้านซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วประเทศ

03 ร้านที่เกี่ยวข้อง

บริษัทที่มีเครือข่ายร้านค้าผลิตภัณฑ์เกม ผู้ค้าส่งผลิตภัณฑ์เกม และผู้ค้าส่งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

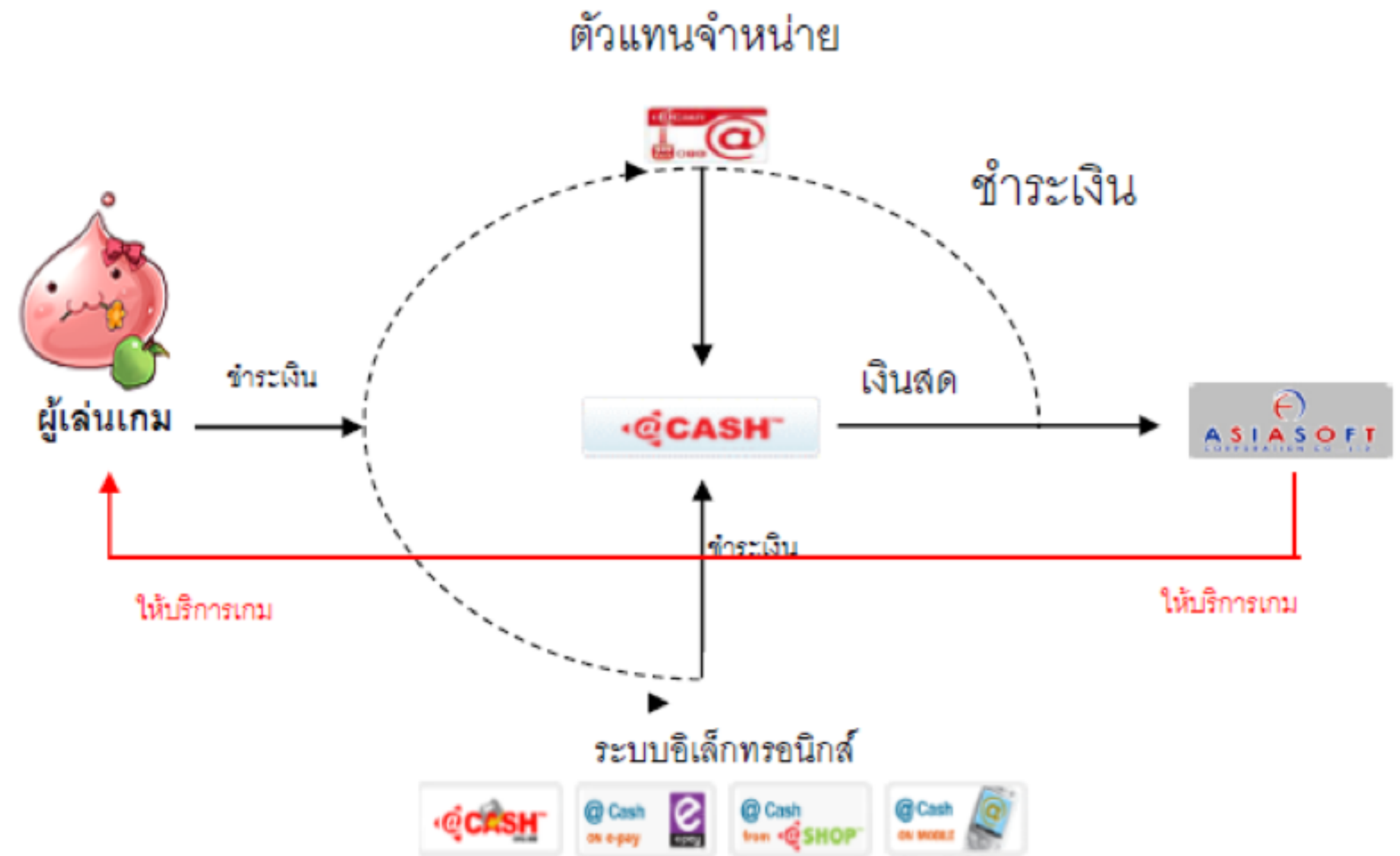
04 ร้านค้าปลีก

ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ซึ่งจะจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ต่อให้แก่ผู้เล่นเกมโดยตรงผ่านสาขาของร้านซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วประเทศ



แผนภาพแสดงการจัด จำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @CASH

ผู้เล่นเกมจะสามารถชำระค่าบริการเกมออนไลน์ผ่านการซื้อบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ทั้งในรูปแบบบัตรพลาสติก (Plastic@CashCard) จากตัวแทนจำหน่าย และในรูปแบบบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic @Cash Card) จากระบบอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ



2. การจัดทำหมายมี 2 ประเภท คือ

2.2 การจัดทำหมาย Client Program

เป็นโปรแกรมที่ผู้เล่นเกมจะต้องติดตั้งลงในคอมพิวเตอร์ของตนเองก่อนการเล่นเกมออนไลน์ในครั้งแรก ผ่านช่องทางจัดทำหมายเช่นเดียวกันกับบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash โดยการวางจำหน่ายในรูปแบบ CD พร้อมบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash และการให้บริการดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ เป็นต้น

☑ 1. การกระจายการลงทุนในธุรกิจเกมออนไลน์ไปยังหลายประเทศที่มีศักยภาพ

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ได้กระจายการลงทุนในธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ไปยัง 4 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนภายในประเทศหรือในประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยมีกลยุทธ์การบริหารจัดการในระดับภูมิภาคที่ช่วยให้สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน ทั้งจากการร่วมกันจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการใช้ทรัพยากรบุคคลร่วมกัน การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์จากการดำเนินธุรกิจในประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จของธุรกิจได้

☑ 2. การเพิ่มจำนวนเกมออนไลน์ และปรับปรุงเกมเดิมในปัจจุบันให้มีรูปแบบทันสมัยอยู่เสมอ (Updated Version)

ผู้ผลิตและจัดทำหมายเกมออนไลน์ในการปรับปรุงรูปแบบรวมทั้งเนื้อหาเกมให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งมีแผนการเปิดให้บริการเกมใหม่ที่หลากหลายเพิ่มขึ้นในแต่ละประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในด้านรูปแบบ กราฟฟิก และเนื้อหาเกม

2.2 การจัดทำหน้า CLIENT PROGRAM



☑ 3. การเสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง

การเสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ใน 3 ด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและรักษาสถานะการเป็นผู้ให้บริการเกมออนไลน์อันดับ 1 ในภูมิภาค

3.1 การนำเสนอเกมออนไลน์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จักและนิยมในตลาดต่างประเทศ การนำเสนอเกมที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศแล้วนั้น มักมีจุดเด่นทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสความสำเร็จของกลุ่มบริษัทฯ ในการทำการตลาดต่อกลุ่มลูกค้าในประเทศเป้าหมาย

3.2 การทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรงแก่กลุ่มเป้าหมาย จุดเริ่มต้นในการทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรง เพื่อรักษาและ ขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงกิจกรรมเปิดตัวและแนะนำเกมใหม่ การส่งเสริมการเล่นเกมทั้งในรูปแบบกิจกรรมในเกม เช่น การแข่งขันในเกมออนไลน์ กิจกรรมพิเศษตามเทศกาล เป็นต้น และในรูปแบบกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ เช่น การรวมกลุ่มและสังสรรค์ระหว่างผู้เล่นเกม การส่งจดหมายแนะนำเกมใหม่ การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

3.4 การเพิ่มจำนวนและกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและทั่วถึง มุ่งที่จะขยายเครือข่ายไปยังช่องทางที่หลากหลาย ทั้งร้านขายหนังสือ ที่ทำการไปรษณีย์ และร้านขายอุปกรณ์มือถือ

☑ 4. การทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย Item

การบริการในปัจจุบันคิดค่าบริการจากการขาย Item ในเกม กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการทำการตลาดโดยตรงต่อกลุ่มผู้เล่นเกมเพื่อกระตุ้นการซื้อ Item อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดแพ็คเกจการขาย Item ในแต่ละเดือน การทำ Item Shop / Item Mall ในเว็บไซต์ การส่ง Newsletter และ SMS ให้ผู้เล่นเกม เป็นต้น

2.2 การจัดทำนำ CLIENT PROGRAM



5. การให้บริการศูนย์ข้อมูลเกมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยผู้เล่นเกมให้สามารถเล่นเกมได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เล่นเกมมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในบริการของกลุ่มบริษัทฯ ทำให้เกิดความภักดีในเกม เพิ่มระยะเวลาการเล่น และเพิ่มโอกาสในการซื้อ Item ในเกม ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้บริการข้อมูลเกมผ่านทาง Call Center และ Email ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้ง ให้บริการผ่านทาง Counter Service @Club สำหรับลูกค้าที่มาติดต่อด้วยตนเอง

6. การพัฒนาระบบ Server ในการให้บริการเกมออนไลน์

ระบบ Server ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้เล่นเกมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับโลกของเกมได้พร้อมกันอย่างราบรื่น ต่อเนื่อง และรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการเล่นเกมออนไลน์ ดังนั้น การพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ Server อย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงระบบรักษาข้อมูลเพื่อป้องกันการขโมยข้อมูลให้มีความทันสมัย รวมถึงการเพิ่มขนาดวงจรรีเสอร์ความเร็วสูงให้เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนผู้เล่นเกมที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

7. อัตราค่าบริการเกมออนไลน์ที่เหมาะสมและแข่งขันได้

นโยบายการตั้งราคาค่าบริการเกมออนไลน์ในอัตราที่เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ โดยมุ่งเน้นการให้เล่นเกมฟรีและคิดค่าบริการจากการขาย Item ในเกม เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการทั้งในอุตสาหกรรมเดียวกันและในธุรกิจความบันเทิงอื่นๆ ในขณะเดียวกัน อัตราค่าบริการดังกล่าวจะต้องสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายการทำการตลาดด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

ธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายเกม (GAME DISTRIBUTOR)

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแทนจำหน่ายเกมออนไลน์ และตัวแทนจำหน่ายเกมพีซี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวแทนจำหน่ายเกมออนไลน์ คือการนำเข้าผลิตภัณฑ์เกมออนไลน์ซึ่งประกอบด้วยบัตรเติมเงินและ Client Program จากต่างประเทศเพื่อนำมาขายต่อให้แก่กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศโดยปัจจุบันได้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกม World of Warcraft เพียงเกมเดียว นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ๆ ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายให้แก่เกมออนไลน์ของบริษัทอื่นในแต่ละประเทศที่ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจผ่านระบบรับชำระเงินล่วงหน้า @Cash

2. เกมพีซี คือ ผลิตภัณฑ์เกมคอมพิวเตอร์ที่ผู้เล่นเกมจะเล่นเกมได้ด้วยการนำโปรแกรมเกมมาติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้เล่นเกมจะเล่นได้เพียงคนเดียวหรือเฉพาะในวงแคบ ทั้งนี้โปรแกรมของเกมพีซีจะวางจำหน่ายในรูปแบบของซีดีหรือดีวีดี อย่างไรก็ดี เกมพีซีบางประเภทอาจมีระบบเครือข่ายให้ผู้เล่นสามารถเล่นเกมร่วมกันหลายคนได้ เช่น บนระบบ LAN (Local Area Network) หรือระบบ Server ของเจ้าของลิขสิทธิ์เกม แต่ไม่มีการเก็บข้อมูลของผู้เล่นในระบบดังกล่าว



ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้



1. กลุ่มผู้เล่นเกม

ลูกค้าเป้าหมายจะเป็นประเภทเดียวกับลูกค้าเกมออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น และนักศึกษา สำหรับกลุ่มผู้เล่นเกมพีซี จะเป็นผู้ที่ต้องการเล่นเกมส่วนตัวหรือในวงแคบ ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของเกม เช่น เกมการต่อสู้จะมีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้เล่นเกมที่จริงจัง (Hard Core Gamer) เกมวางกลยุทธ์จะมีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้ที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง เกมผจญภัยและเกมการสร้างโลกเสมือนจริงจะมีกลุ่มลูกค้าเป็นบุคคลทั่วไป และเกมสื่อการศึกษาจะมีกลุ่มลูกค้าเป็นเด็กนักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

2. ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่

บริษัทฯ จะให้สิทธิแก่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เป็นสมาชิก @Café ในการติดตั้งโปรแกรมเกมในเครื่องคอมพิวเตอร์ของร้านตนเองสำหรับให้บริการแก่ผู้เล่นเกม โดยคิดค่าสมาชิกในอัตราที่กำหนด



GAME

กลยุทธ์การ แข่งขัน



1. การเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมออนไลน์



นโยบายจัดหาเกมออนไลน์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ เช่น World of War Craft มาจำหน่ายให้แก่ผู้เล่นเกมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายของกลุ่มบริษัทฯ บริษัทที่ร่วมเป็นพันธมิตร พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้เกมได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

GAME

กลยุทธ์การ แข่งขัน



2. การเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมพีซี



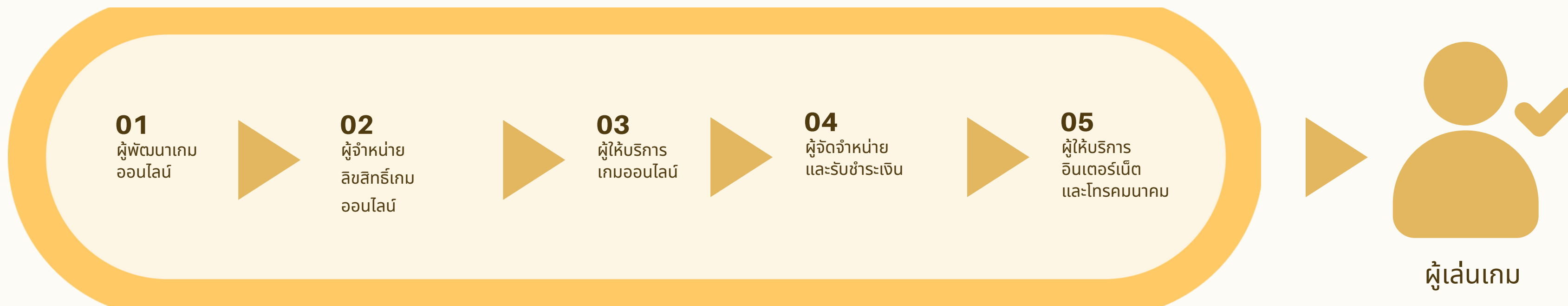
นโยบายไม่เน้นการขยายธุรกิจด้านการเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมพีซี อันเนื่องมาจากปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่จะยังคงดำเนินการต่อไปเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกับธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ได้ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมพีซีที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง โดยจะดำเนินกลยุทธ์หลักดังนี้

- การเพิ่มจำนวนร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เป็นสมาชิก @Café
- การผลิตและจัดจำหน่ายชุดโปรแกรมเกมพีซี ที่มีคุณภาพดีแตกต่างจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์
- การบริการหลังการขายโดยมีหน่วยงานดูแลลูกค้าและบริการลูกค้าทางโทรศัพท์เพื่อตอบข้อสงสัยของผู้เล่นเกม
- การดำเนินคดีกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์

การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ภาพรวมผู้ประกอบการในธุรกิจเกมออนไลน์

ธุรกิจเกมออนไลน์ประกอบด้วยผู้ประกอบการหลักประมาณ 5 ส่วนดังแสดงในแผนภาพ โดยเริ่มต้นจากผู้พัฒนาเกมออนไลน์ (Game Developer) ซึ่งเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาเกม จากนั้นจะขายลิขสิทธิ์เกมต่อหรือแต่งตั้งให้ผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกม (Game Publisher) เป็นผู้เสาะหาตลาดและขายลิขสิทธิ์การให้บริการเกมต่อให้กับผู้ให้บริการเกมออนไลน์ (Game Operator) ในแต่ละพื้นที่หรือ แต่ละประเทศ



ขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้บริการเกมออนไลน์

ในการจัดหาเกมออนไลน์ เพื่อนำมาให้บริการในแต่ละประเทศนั้น กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดให้มีทีมจัดการเกมออนไลน์ (**GAME MANAGER**) ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาและเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการ โดยจะแยกทีมจัดการเพื่อดูแลในแต่ละเกม ซึ่งขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บริการเกมออนไลน์มี 6 ขั้นตอนดังนี้



การคิดสรรเกมออนไลน์



ธุรกิจเจรจา
และทำสัญญา
ซื้อลิขสิทธิ์
การให้บริการ
เกมออนไลน์



การเตรียม
ระบบการให้บริการ
เกมออนไลน์



การกระจาย
Client Program



การเปิดให้บริการ
เกมออนไลน์



การโฆษณา
และประชาสัมพันธ์



การคัดสรรเกมออนไลน์

ในเบื้องต้น ทีมงานจะคัดเลือกเกมออนไลน์ที่น่าสนใจจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เกมที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยมีนโยบายการกลั่นกรองเนื้อหาเกมเพื่อให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าและวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งเกมจะมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- 1) มีรูปแบบและเนื้อหาที่สร้างสรรค์เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงและยั่วยุทางเพศ
- 2) เป็นเกมออนไลน์ที่น่าสนใจและมีเนื้อหาแตกต่างจากเกมที่ให้บริการอยู่ในตลาดเป้าหมาย ณ เวลานั้น
- 3) มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์เกมที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการให้บริการได้
- 4) โปรแกรมเกมออนไลน์สามารถใช้ได้กับระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผู้เล่นเกมเป้าหมาย



การเจรจาและทำสัญญา ซื้อลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์

ทีมงานจะเจรจาราคาและเงื่อนไขการซื้อลิขสิทธิ์เกม จากนั้นจึงทำสัญญากับผู้พัฒนาหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์



การเตรียมระบบการให้บริการเกมออนไลน์

- 1) อุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ : กลุ่มบริษัทฯ จะจัดเตรียมระบบ Server และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดโดยผู้พัฒนาเกมออนไลน์ ซึ่งจำนวนเครื่อง Server ที่จะใช้รองรับการให้บริการเกมจะประมาณการจากการคาดการณ์โดยกลุ่มบริษัทฯ จากนั้นผู้พัฒนาเกมจึงเข้ามาติดตั้งโปรแกรมเกมออนไลน์เพื่อเปิดให้บริการต่อไป
- 2) Client Program : ทีมจัดการเกมจะดัดแปลงและปรับปรุง Client Program ซึ่งใช้ติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมก่อนการเล่นเกมในครั้งแรก รวมทั้งแปลเนื้อหาเกมเป็นภาษาท้องถิ่น (Game Localization)
- 3) การจัดทำเว็บไซต์: ทีมจัดการเกมจะจัดทำเว็บไซต์สำหรับเกมออนไลน์แต่ละเกม เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้เล่นเกมเกี่ยวกับวิธีการเล่น การชำระเงิน และการแก้ไขปัญหา อีกทั้ง ยังเป็นสื่อโฆษณาให้แก่กลุ่มบริษัทฯ อีกด้วย
- 4) ระบบจัดการการให้บริการ: ทีมจัดการเกมจะจัดเตรียมระบบคอมพิวเตอร์เพื่อควบคุมการให้บริการเกมในสถานะ "Game Master" เพื่อดูแลการเล่นเกมอำนวยความสะดวก และแก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้เล่นเกม



การกระจาย CLIENT PROGRAM

กลุ่มบริษัทฯ จะกระจาย Client Program ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เพื่อให้ถึงมือผู้เล่นเกมอย่างทั่วถึง ทั้งจากการให้ดาวน์โหลดฟรีจากเว็บไซต์เกม การแจกเป็นของแถมพร้อมนิตยสารเกม และการขายเป็นชุดพร้อมคู่มือการเล่นและบัตรเติมเงิน @Cash อีกทั้ง ยังได้จัดส่งโปรแกรมดังกล่าวให้แก่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เป็นสมาชิก @Café โดยไม่คิดค่าบริการเพิ่มเติม



การเปิดให้บริการเกมออนไลน์

เมื่อจัดเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มเปิดให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ช่วงดังนี้

1)ช่วงทดสอบภายใน (Internal Test): ทีมจัดการเกมและพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะทำการทดลองเล่นเกมออนไลน์จากเครื่องแม่ข่าย เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องของการให้บริการเกมและปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2)ช่วงทดสอบการให้บริการแบบปิด (Closed Beta): ซึ่งเปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกมโดยไม่คิดค่าบริการแต่จำกัดจำนวนผู้เล่น เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกม

3)ช่วงทดสอบการให้บริการแบบเปิด (Open Beta): ซึ่งเปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกมโดยไม่คิดค่าบริการและไม่จำกัดจำนวนผู้เล่นเกม เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกมแก่ผู้เล่นจำนวนมากพร้อมกัน

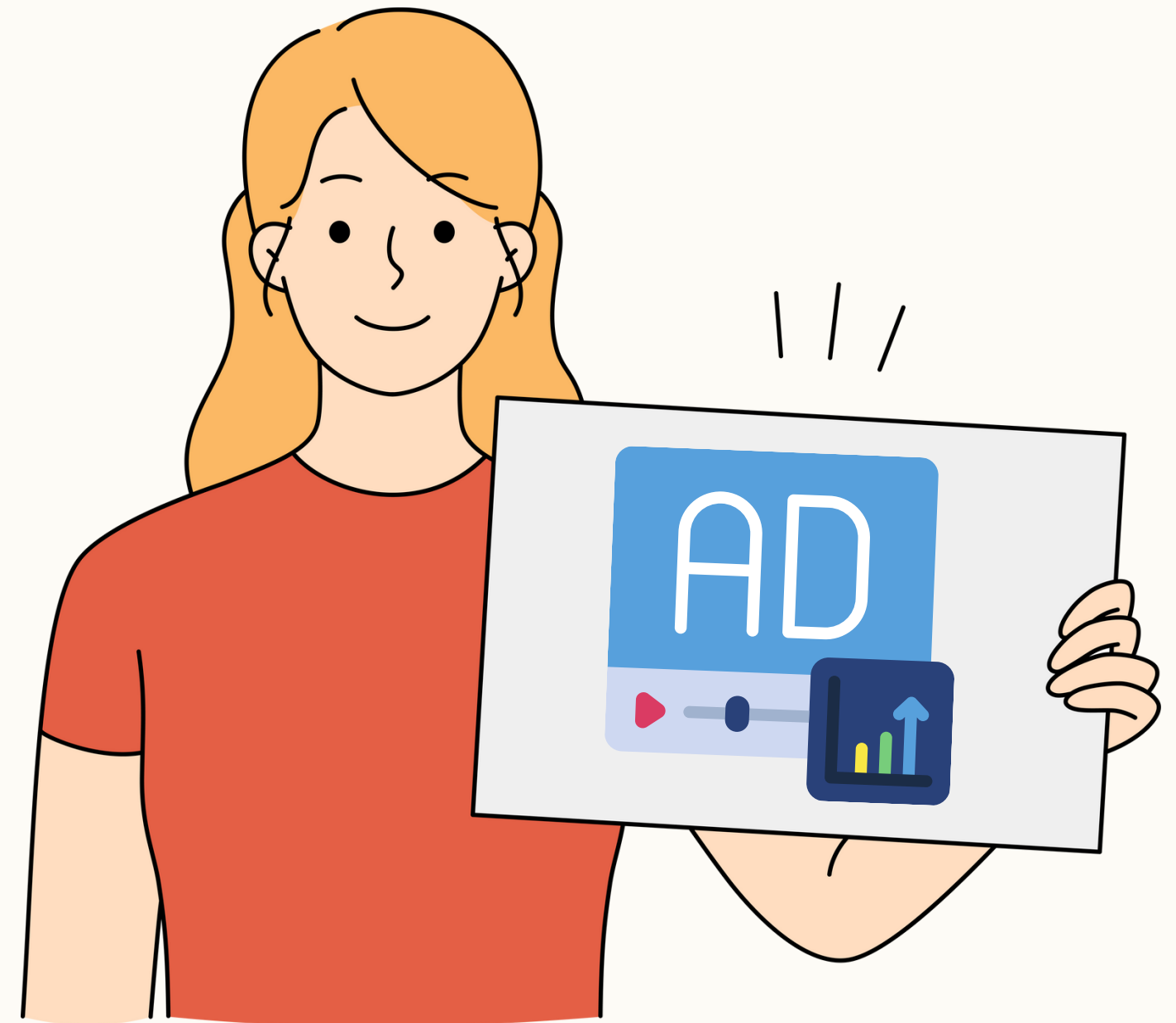
4)ช่วงเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch): ภายหลังจากได้ทดสอบการให้บริการเรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะเปิดให้บริการเกมออนไลน์แก่ผู้เล่นเกมโดยทั่วไป โดยคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนด



การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

กลุ่มบริษัทฯ จะโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดรับรู้การเปิดให้บริการเกมออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง คือ

- 1)ช่วงก่อนการเปิดตัว (Pre-Marketing) เช่น การแนะนำเกมบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ นิตยสารเกม และนิตยสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2)ช่วงเปิดตัวเกมใหม่ (Launching) เช่น การโฆษณาบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ และจดหมายแนะนำเกม
- 3)ช่วงส่งเสริมการขาย (Promoting) เป็นช่วงที่เน้นทั้งกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ผ่านสื่อทั่วไป เช่น ทีวี สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และกิจกรรมในเกมออนไลน์ เช่น การจัดการแข่งขันในเกม
- 4)ช่วงรักษายอดขาย (Maturing) ซึ่งเป็นช่วงที่เน้นกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เฉพาะในเกมออนไลน์ และกิจกรรมผ่านตัวแทนจำหน่ายบัตรเติมเงิน @Cash และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่



ค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

ในการให้บริการเกมออนไลน์กลุ่มบริษัทฯจะซื้อลิขสิทธิ์เกมมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อให้บริการแต่เพียงรายเดียว (Exclusive Distributor) ในพื้นที่ที่กำหนด (Specific Territory) ในอัตราค่าธรรมเนียมตามที่ตกลง โดยส่วนใหญ่มีอายุสัญญา 2 - 4 ปี นับจากเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ ผู้พัฒนา / ผู้จัดจำหน่ายเกมสามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือไม่สามารถเปิดให้บริการเกมในระยะเวลาที่กำหนด โดยค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

1. ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้น (Initial Fee):

โดยจะชำระเป็นจำนวนคงที่ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

2. ค่าลิขสิทธิ์รายเดือน (Monthly Fee):

โดยจะชำระเป็นจำนวนแปรผันตามกำไรขั้นต้นจากการให้บริการเกมนั้น ๆ ในแต่ละเดือน โดยบางสัญญามีการกำหนดจำนวนค่าลิขสิทธิ์รายเดือนขั้นต่ำ (Minimum Guarantee) ที่ต้องจ่ายในระยะเวลาที่กำหนด

3. ค่าลิขสิทธิ์รายปี (Annual Fee):

โดยจะชำระเป็นจำนวนแปรผันตามกำไรขั้นต้นจากการให้บริการเกมในแต่ละปีนอกเหนือจากค่าลิขสิทธิ์รายเดือน

4. ค่าผลสำเร็จของงาน (Success Fee):

โดยจะชำระเมื่อสร้างรายได้จากการให้บริการเกมนั้นๆ ถึงจำนวนที่กำหนด



GAME COLLECTING

เลือกเกมที่เหมาะสม

ASSIGNMENT 1



แผนที่
ความคิด

Mind Map

Tony Buzan

จากการทดลองทางจิตวิทยา รูปแบบการจดจำของมนุษย์ ในการจดบันทึกเรื่องราว พบว่าผู้ที่เลือกวิธี

จดเฉพาะหัวข้อ หรือประเด็นสำคัญ จะสามารถจดจำเรื่องราวต่างๆ ได้มากที่สุด

ซึ่งแสดงว่าสมอง สามารถจดจำและสรุปเรื่องราว ในลักษณะที่เป็นความคิดรวบยอด หรือ *Concept* นั้นเอง



โทนี่ บูซาน (Tony Buzan)
นักจิตวิทยา ชาวอังกฤษ
ผู้คิดค้น Mind Mape
(แผนผังความคิด)

ทำไม ต้องจด จากซ้าย ไปขวา

Mind Map มีอยู่ในสมองของเรา เวลาเราคิด เราจะคิดเป็นรูปภาพ และมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น หากเราจะจดเพื่อช่วยความจำ ทำไมต้องจดจากซ้ายไปขวา บนลงล่าง

**ทำไมไม่จด จากตรงกลางหน้ากระดาษ แล้ว
แตกแขนงความคิดไปรอบๆ**



Mind Map






คือการถ่ายทอดความคิด หรือข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ในสมองลงในกระดาษ โดยการ **ใช้ภาพ สี เส้น และการโยงใย** แทนการจดย่อแบบเดิม ที่เป็นบรรทัด เรียงจากบนลงล่าง แต่เปลี่ยนเป็นการสร้างแผนที่ความคิด ที่ขยายจากจุดส่วนกลางหรือความของความคิดรวบยอด เชื่อมโยงไปสู่ความสัมพันธ์ต่างๆ อย่างเป็นขั้นตอน

Mind Map ช่วยทำให้สิ่งต่างๆ มองภาพได้ง่ายขึ้น

- สร้างจากสิ่งที่เป็นนามธรรม สู่รูปธรรม
- ช่วยในการเรียนรู้เรื่องต่างๆ ของมนุษย์
- ใช้แก้ปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน
- ใช้ในการตัดสินใจ เมื่อมีทางเลือกหลายทาง

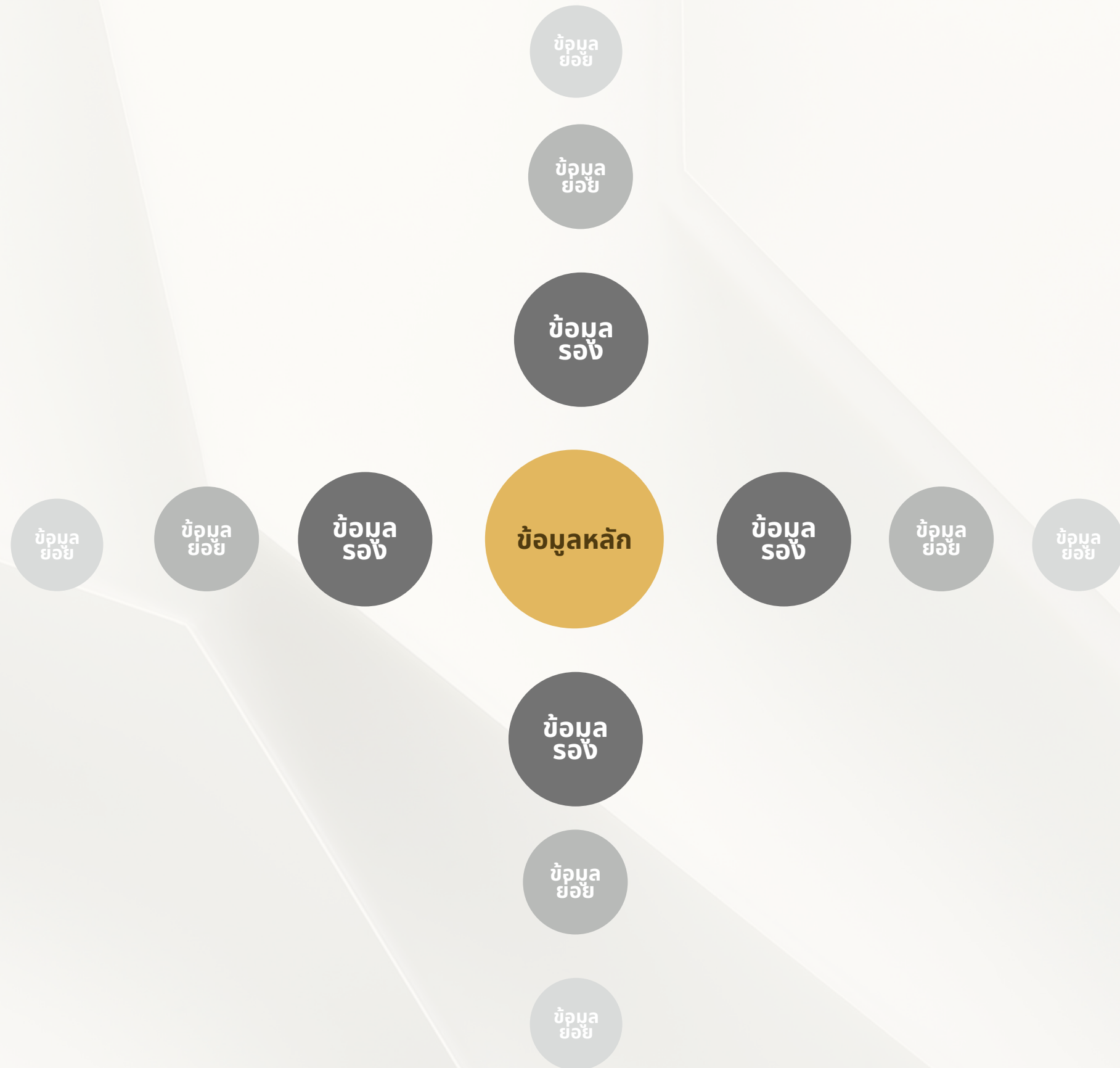


HOW TO DO MIND MAP

-  1. เริ่มวาดที่จุดกึ่งกลางของกระดาษก่อน
: การเริ่มต้นที่จุดกึ่งกลางจะทำให้สมองของเราเป็นอิสระ
-  2. ใช้รูปภาพหรือวาดรูปประกอบ
: รูปภาพมีความหมายนับล้านคำและยังช่วยให้เราสามารถใช้จินตนาการ
-  3. ใช้ปากกากลางหลายสี
: สีจะทำให้สมองของเราได้ตื่นตัว และได้ฝึกความคิดสร้างสรรค์ไปด้วย
-  4. วาดกิ่งออกมาจากภาพตรงกลาง
: แแตกกิ่งก้านสาขาออกมาตามที่สมองเราจะคิดได้
-  5. ใช้เพียงแค่คีย์เวิร์ดเท่านั้น
: ทำให้เราสามารถยืดหยุ่น Mind Mapping ได้ดียิ่งขึ้นและจำได้เร็วมากขึ้น



HOW TO DO MIND MAP



Assignment 1

Mind Map "ฉันในปี 2060"

- กำหนดข้อมูลรอง เป็น ภาพถ่าย / อาชีพ / ที่อยู่
- ขนาด A3 / เทคนิคอิสระ

งานที่ต้องส่ง

1. Print out 1 ชุด
2. ส่งเป็นไฟล์ jpg ตั้งชื่อเป็น รหัส-ชื่อสกุล (ส่งในโดรฟ์)

