

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญกับมนุษย์ ในการช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งเรื่องชีวิตประจำวันอย่างการจับจ่าย การเตือนความจำ การเลือกร้านอาหาร หรือช่วยในการทำงานที่ตอนนี้กลายเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง อย่างการติดต่อสื่อสาร ส่งอีเมลล์ ภาพเคลื่อนไหว ข้อมูลปริมาณมากๆ หรือการประชุมผ่านเครือข่าย ที่ช่วยให้งานเดินไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความบันเทิงทุกรูปแบบที่เข้ามาสู่ระบบอินเทอร์เน็ตต่ออย่างมากมาย ทั้งรายการ โทรทัศน์ วิทยุ การรับชมภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกมที่เข้ามาเป็นสิ่งบันเทิงที่เป็นที่นิยม ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เข้าถึงคนทุกเพศทุกวัย เกิดการพัฒนาและกลายเป็นธุรกิจหลากหลายที่ทำเงินมหาศาลในทุกวันนี้

เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์เป็นสิ่งบันเทิงใหม่ที่เข้ามาเพิ่มเติมจากเกมคอมพิวเตอร์ธรรมดา โดยเริ่มแรกเกมคอมพิวเตอร์ยังเป็นเกมออฟไลน์ เป็นการลงตัวเกมและเล่นในคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเดียว จนเริ่มมีการพัฒนาให้สามารถเล่นเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นได้ด้วยระบบเน็ตเวิร์ค ทำให้เล่นเกมกับผู้เล่นคนอื่นที่เชื่อมต่อกันอยู่ได้ จนพัฒนามาถึงจุดสูงสุดโดยการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถเล่นเกมร่วมกันได้กับคนทั่วโลกผ่านทางเกมออนไลน์ ที่บริษัทต่างๆ ได้พัฒนาจนมีให้เลือกมากมายหลายร้อยเกม นอกจากนั้นยังมีในส่วนของโซเชียลเน็ตเวิร์คที่กำลังเป็นที่นิยมซึ่งแน่นอนว่าเป็นระบบที่สามารถออนไลน์ทั่วโลกอยู่แล้ว การทำเกมลงบนโซเชียลเน็ตเวิร์คทำให้การเล่นเกมออนไลน์ง่ายขึ้นและสนุกมากขึ้นจากการได้เล่นกับคนทั่วโลก

ธุรกิจเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ในประเทศไทยนั้นนับตั้งแต่ปี 2002¹ ก็ประสบความสำเร็จมหาศาลจากเกม Ragnarok ที่มีผู้เล่นถึง 25 ล้านคน ถัดมายังมีเกม Maple Story, Everquest Online, Aion, Guild Wars2 ก็ประสบความสำเร็จใกล้เคียงกัน โดยปี 2013 รายได้ของเกมออนไลน์ประเภท MMORPG จะอยู่ที่ 14.9 พันล้านดอลลาร์ทั่วโลก โดยประเทศกลุ่มเอเชียแปซิฟิก จะเป็นตลาดใหญ่ที่สุดประมาณ 64% ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งหลายประเทศก็มีการเติบโตของตลาดสูงอย่างมาเลเซียที่เติบโตขึ้นไปจากปีก่อน 121% ประเทศไทย 104% และ เกาหลีใต้ 100% ตลาดรองลงมาจะเป็นกลุ่มประเทศทางอเมริกาเหนือ 17% กลุ่มยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา 16% กลุ่มละตินอเมริกา 3% ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นตัวเลขที่สูงมากสำหรับธุรกิจเกม และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจุดที่น่าสนใจคือรายได้หลักของเกม MMORPG ไม่ได้มาจากการเก็บเงินค่าเล่นเกม แต่จะมาจากการขายสินค้าเสมือนจริงเนื่องจากผู้เล่นเกมส่วนมากชอบเกมที่เปิดให้เล่นโดยไม่เสียเงิน การเสียเงินซื้อเกมถือเป็นความเสี่ยงอย่างหนึ่ง ถ้าเกมที่ซื้อมาไม่สนุกทำให้รู้สึกเสียค่าเงิน ถ้าเป็นเกมที่ไม่เสียเงินถ้าไม่สนุกก็สามารถเปลี่ยนไปเกมอื่นได้ เมื่อเจอเกมที่ถูกใจแล้วจึงลงทุนกับการซื้อสินค้าเสมือนในเกมนั้นๆ

เกมออนไลน์ประเภท MMORPG นั้นย่อมาจาก Massive Multiplayer Online Role-Playing Game กล่าวคือเป็นเกมที่ผู้เล่นจำนวนมากเข้ามาเล่นในเวลาเดียวกัน พร้อมๆกัน สามารถเห็นผู้เล่นคนอื่นๆได้ เสมือนกับว่าอยู่ใน โลกเดียวกัน โดยสามารถที่จะเล่นคนเดียว ช่วยกันเล่นหรือสู้กันก็ได้ ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ โดยผู้เล่นแต่ละคนจะสวมบทบาทเป็นตัวละครตัวหนึ่งในโลกของเกมนั้นๆ และจะมีสินค้าในเกมหรือที่เรียกว่าสินค้าเสมือนจริงชนิดที่ต้องใช้เงินจริงๆในการซื้อ ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของเกม กล่าวคือจะเป็นสินค้าที่มีความพิเศษกว่าสินค้าที่สามารถซื้อได้ด้วยเงินในเกมทั่วไป เช่น มีความสามารถมากกว่า มีรูปร่างสีสรรที่สวยงามกว่า ซึ่งผู้เล่นยอมที่จะซื้อสินค้าเหล่านี้ด้วยเงินจริงเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง ทั้งๆ ที่สินค้าเหล่านี้มีอยู่แต่ในเกมเห็นภาพกราฟิกสองมิติหรือสามมิติเท่านั้น ไม่สามารถจับต้องหรือนำมาใช้ได้ในชีวิตจริง ผู้เล่นหลายคนยอมซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงเพื่อให้เล่นเกมได้เก่งขึ้น แต่ก็ยังมีสินค้าเสมือนบางชิ้นที่ไม่ได้ช่วยเกี่ยวกับการเล่นเกมเลย โดยมีคุณสมบัติเพียงแค่ให้ความสวยงามเท่านั้น เช่น ชุดเสื้อผ้าแพชั่นสำหรับตัวละคร ทั้งๆ ที่สินค้าเสมือนเหล่านี้บางชิ้นมีราคาสูงกว่าสินค้าจริงๆ เสียอีก ผู้เล่นก็ยอมซื้อ นอกจากความสนใจของผู้เล่นที่มุ่งตรงมาที่สินค้าเสมือนแล้ว ยังมีเรื่องของสังคมในเกม

¹Chiraag Patel, Payment Industry and Massively Multiplayer Online Role Playing Games, Some Interesting Trends. Website <http://letstalkpayments.com/payment-industry-massively-multiplayer-online-role-playing-games-interesting-trends/>, 24 February 2014

ออนไลน์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าเกมได้ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เล่นได้ทีละหลายๆ คน และยังมีระบบรองรับสำหรับการเล่นกับเพื่อนครั้งละหลายๆ คน สามารถช่วยกันเล่น พุดคุยปรึกษาและแบ่งของรางวัลกัน รวมถึงการรวมกลุ่มใหญ่หลายสิบคนเป็นเครือข่ายที่คอยช่วยกันเล่นเกม มีหัวหน้ากลุ่มคอยดูแล การรวมตัวกันในเกมเหล่านี้สามารถเป็นสังคมใหม่ย่อยๆ ที่ผู้คนร่วมกันทำกิจกรรมพบปะ แลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องเกมรวมถึงการคุยเรื่องส่วนตัว เป็นการกระตุ้นกระปรี้กระเปร่าจากการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์เล่นเกม การใช้อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงการโอ้อวดคุณภาพของสินค้าเสมือนราคาแพงและสวยงามแตกต่างกับคนอื่น คล้ายกับสังคมจริงอยู่มากซึ่งปรากฏการณ์เหล่านี้เป็นความน่าสนใจที่เกิดภายใต้ยุคไซเบอร์ซึ่งการดำเนินกิจกรรมออนไลน์เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความนิยมและมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน

ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game (MMORPG) โดยศึกษาถึงปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนและความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับชุมชนในเกม จากผู้เล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ในประเทศไทยและเคยซื้อสินค้าเสมือนด้วยเงินจริงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในการบริโภคสินค้าเสมือนด้วยเงินจริง และให้ผู้สนใจสามารถนำข้อมูลไปศึกษา รวมถึงใช้ประกอบการออกแบบสินค้าเสมือนที่ตรงกับความต้องการและประสบความสำเร็จได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG)

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับชุมชนในเกม

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบปัจจัยการบริโภค และการออกแบบสินค้าเสมือนจริงในเกมออนไลน์ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game (MMORPG)

1.3.2 ทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและชุมชนในเกม

1.3.3 สามารถนำข้อมูลไปเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเสมือนจริง การออกแบบและดำเนินธุรกิจเกม รวมถึงการเข้าใจในการออกแบบเกมเพื่อให้เกิดการบริโภคในเกมออนไลน์ และนำไปปรับใช้กับชีวิตจริงได้

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้านี้ประกอบด้วย การศึกษาทฤษฎีวิวัฒนาการไซเบอร์ (Cyber Theories) เป็นหลักและเรื่องความจริงเสมือนของโบครียาร์ด (Simulation and Simulacra) เพื่อเข้าใจลึกซึ้งถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เหตุปัจจัยของการเล่นเกม รวมไปถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นผ่านกิจกรรมในเกมที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภค รวมถึง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เพื่อเข้าใจเหตุผลและแรงจูงใจในการซื้อ รวมถึงทำการศึกษาในตัวเกม MMORPG โดยละเอียดเพื่อเข้าใจในการออกแบบเกมและสินค้าเสมือน

1.4.2 ขอบเขตประชากร

ผู้เล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ในจังหวัดเชียงใหม่

1.4.3 ขอบเขตเวลา

เก็บข้อมูลตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 สินค้าเสมือน (Virtual Goods) หมายถึง สินค้าในเกมออนไลน์ที่ไม่สามารถจับต้องหรือใช้ได้ในชีวิตจริง จะแสดงให้เห็นผ่านกราฟิกในเกม โดยเป็นสิ่งของต่างๆ ในเกมที่ถูกกำหนดคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป บางชิ้นก็มีคุณสมบัติเหมือนจริง เช่น กระเป๋าสาน ใช้สำหรับช่วยเก็บของ แต่จะมีคุณสมบัติอื่นๆ เพิ่มเติมได้ด้วย เช่น ทำให้ตัวละครมีพลังเพิ่มขึ้น โดยสินค้าเหล่านี้สามารถซื้อได้ด้วยเงินที่หามาจากในเกมกับการใช้เงินจริงซื้อ ซึ่งสินค้าที่ใช้เงินจริงซื้อจะมีความพิเศษแตกต่างกับสินค้าทั่วไป

1.5.2 เกมออนไลน์ประเภท MMORPG ย่อมาจาก Massive Multiplayer Online Role-Playing Game หมายถึง เกมออนไลน์ที่เล่นตามบทบาทเนื้อเรื่อง โดยมีผู้เล่นหลายคนเข้ามาเล่นในเวลาเดียวกัน ในโลกของเกมเดียวกันผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ผู้เล่นแต่ละคนจะสวมบทบาทเป็นตัวละครตัวหนึ่งในโลกนั้น ทำภารกิจและกิจกรรมต่างๆ ในเกม

- 1.5.3 การบริโภคสินค้าเสมือน หมายถึง ผู้เล่นซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ด้วยเงินจริงผ่านทางบัตรเครดิต หรือบัตรเติมเงินต่างๆ ผู้เล่นก็จะได้สินค้าเสมือนมาครอบครองในเกมออนไลน์นั้นๆ รวมถึงคุณสมบัติต่างๆของสินค้า
- 1.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและชุมชนในเกม การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นเกมด้วยกันภายในเกม จากการใช้ระบบของเกมออกแบบมาให้ออนไลน์ จึงสามารถเล่นพร้อมๆกันได้ครั้งละหลายคน สามารถช่วยกันเล่น ทำคะแนน กันเป็นกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ ซึ่งเกิดเป็นความสัมพันธ์ย่อยๆ ขึ้นมา ทั้งยังส่งผลต่อวัฒนธรรมและการซื้อขายสินค้าในเกมด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved