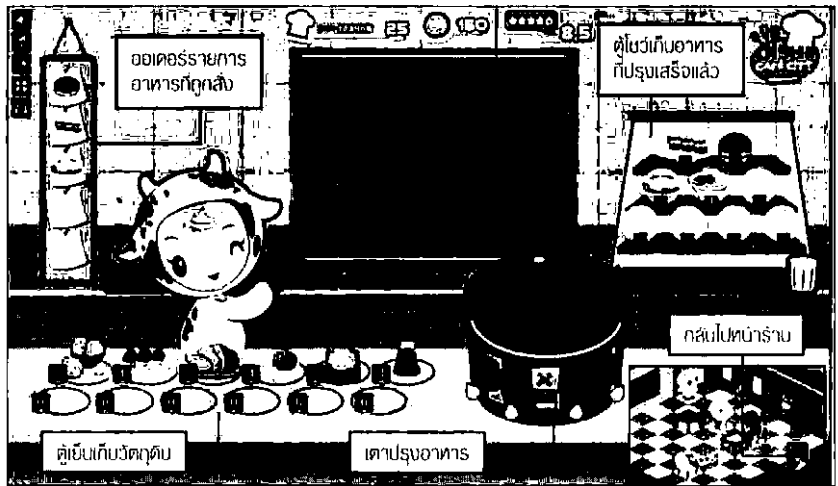


'ไออีซี' โดดเกะ 'เกมออนไลน์' การตลาดใหม่ สินค้าคอนซูเมอร์

ผานไปอีก 1 ครั้ง สำหรับงาน "Thailand Game Show 2010" มหกรรมงานเกมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งปีนี้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 8-10 ม.ค. 2553 ที่ผ่านมา โดยมีค่ายเกมออนไลน์ทั้งใหญ่เล็กพาเหรดเกมในสังกัดมาออกบูทอย่างคับคั่ง ไม่ว่าจะเป็นค่ายใหญ่ ๆ อย่างเอเชียซอฟท์ที่จองพื้นที่ใหญ่ที่สุดในงานสำหรับจัดแสดงสสารพิคเกมในค่ายตัวเอง โดยมีไฮไลต์คือเกมออนไลน์ที่พัฒนาโดยคนไทย "ตำนานสมเด็จพระนเรศวรออนไลน์" ซึ่งเพิ่งประกาศเปิดตัวอย่างเป็นทางการ

เช่นเดียวกับค่าย ini3 ที่ได้พื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ปีนี้แม้ไม่มีเกมออนไลน์ใหม่ ๆ มาเปิดตัว แต่ก็มีการเปิดตัวเกม XaviX ที่มีลักษณะอินเทอร์แอคทีฟเสมือนจริงระหว่างผู้เล่นกับเกม พร้อมกับเปิดตัวเกม Umbo ซึ่งเป็น Web base game สำหรับเล่นบน facebook ที่คนไทยพัฒนาขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ ในงานยังมีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ คือภาพของผู้ผลิตสินค้า

คอนซูเมอร์ ที่ไม่ได้เพียงเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนการจัดงานเท่านั้น "ไออีซี" ซึ่งเป็น 1 ในสปอนเซอร์งานนี้ ได้เปิดตัวเกม OISHI CAFE CITY ซึ่งเป็น web base game ที่พัฒนาโดยคนไทย เป็นลักษณะเกมร้านอาหารออนไลน์ คล้ายคลึงกับเกม restaurant city บน facebook โดยให้ผู้เล่นลงทะเบียนและเล่นผ่าน www.oishidrink.com ให้ผู้เล่นรับบทเป็นเจ้าของร้านอาหาร ฝึกฝีมือเข้าครัวทำอาหารและเครื่องคัม และมีลูกเล่นพิเศษ คือสามารถนำ QR Code (Quick-response code) ข้างกล่องไออีซี กรีนที มาส่องผ่านกล้องเว็บแคม เพื่อแปลงกายเป็นวัตถุดิบสำหรับปรุงอาหาร ซึ่งวัตถุดิบจะถูกเก็บไว้ในตู้เย็นโดยอัตโนมัติ เพิ่มสีสันในการเล่นเกม



มากขึ้น โดย "ตัน ไออีซี" บอกว่า **27**

ไออีซี

นอกจากเป็นผู้ผลิตอาหารสำหรับว่างแล้ว "ไออีซี คาเฟ่ ซิตี้" ก็เป็นเหมือนอาหารสมองสำหรับผู้ที่ชอบการเล่นเกม พร้อมประกาศจะคืนเกมไออีซี คาเฟ่ ซิตี้ สุดคิว เพราะเชื่อว่าจะช่วยสร้างแบรนด์ไออีซีในกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกเหนือจากไออีซีที่ใช้เกมเป็นช่องทางการตลาดใหม่ ๆ แล้ว "โก้แก" อีก 1 ในสปอนเซอร์งานนี้ ก็มีลูกเล่นที่น่าสนใจไม่น้อย เพราะแทนที่จะจัดแข่งขันเกมเหมือนสปอนเซอร์ปีก่อน ๆ แต่โก้แกเลือกที่จะจัดประกวดการแต่งตัว Cosplay แทน ซึ่งนับว่าสร้างความแตกต่างได้เป็นอย่างดี ขณะที่น่าคิมเนสส์เล่ Pure Life ก็ร่วมเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเกมในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย เรียกว่าในสมรภูมิตลาดเกมนี้ได้รับความสนใจจากกลุ่มคอนซูเมอร์โปรดักต์เพิ่มขึ้นอย่างมาก เพราะถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางทางการตลาดในการเจาะเข้าไปจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ "ไทยแลนด์ เกมโชว์ 2010"

ก็ยังเป็นเวทีแจ้งเกิดของบริษัทต่าง ๆ เช่น ในปีนี้ก็มีบริษัท "Virus Studios" ที่เปิดตัวเกมแนวแอ็กชัน "killed in action" ซึ่งเพิ่งเสร็จมาด ๆ โดยเกมนี้ได้รับคะแนนการรีวิวคุณภาพเกมในภาพกราฟิก แต่ให้จัดอยู่ในขั้น A+++ จากอเมริกา เรียกได้ว่ามีคุณภาพทัดเทียมกับเกมจากค่ายใหญ่ ๆ ของอเมริกา โดยมีทีมพัฒนาเป็นคนไทยทั้งหมด "รัสรินทร์ นุญวัคนพิศุทธิ์" ประธานกรรมการ บริษัท ไวรัส สตูดิโอส์ จำกัด กล่าวถึงที่มาของเกมนี้ว่า มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการที่จะพัฒนาเกมไทยให้มีคุณภาพทัดเทียมกับเกมต่างประเทศ ซึ่งตลาดเกมในเมืองไทยยังไม่ค่อยมีเกมคุณภาพดีในตลาดมากนัก และเป็นช่องว่างให้บริษัทเข้ามาทำตลาดได้ "เรามีสมาชิกพัฒนา 35 คน เป็นคนที่มีความรักเกม และใช้เวลาเทรนดกว่า 2 ปี จึงจะพัฒนาเกมนี้ออกมาได้ ซึ่งคอนนี่ก็ลงทุนไปกว่า 100 ล้านบาทไปแล้ว" รัสรินทร์ให้เหตุผลที่กล้าทุ่มเม็ดเงินในการพัฒนาเกมขนาดนี้ เพราะว่าเกมเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าโคตรสูงในโลก มากกว่าอุตสาหกรรมเพลงและภาพยนตร์ และเกมแนวแอ็กชันก็มีส่วนแบ่งตลาดสูง ดังนั้น

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000

Section: การตลาด/ไอซีที

วันที่: พุธที่ 14 - อาทิตย์ 17 มกราคม 2553

ปีที่: - ฉบับที่: 4175

หน้า: 27 (ล่าง), 28

Col.Inch: 78

Ad Value: 93,600

PRValue (x3): 280,800

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: "ไออีซี" โดดเกะ"เกมออนไลน์" การตลาดใหม่ สินค้าคอนซูเมอร์

เมื่อจะทำเกมขึ้นมา จึงต้องกล้าทุ่ม เพื่อให้
ได้เกมคุณภาพดีไปเลย ซึ่งขณะนี้

Virus Studios ยังอยู่ในช่วงของการหา
พาร์ทเนอร์ที่เป็นผู้ให้บริการ หรือไม่ก็อาจ
ตัดสินใจให้บริการเองไปเลย เพราะไหน ๆ
ก็ทำมาถึงขั้นนี้แล้ว โดยเบื้องต้นจะเน้นทำ
ตลาดในประเทศก่อน และหากได้รับการ
ตอบรับดี ก็จะขยายการให้บริการไปยัง
ประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย และ
สิงคโปร์ในอนาคต

นอกจากเกมสัญชาติไทยที่เปิดตัวหลาย
เกมในงานนี้แล้ว ยังมีเกมต่างประเทศที่น่า
สนใจอีกหลายเกมเปิดตัวเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น
เป็นเกม Hello Kitty จากค่าย C2 Vision ซึ่ง
เป็นผู้จำหน่ายเกมกล่องรายใหญ่ของเมือง
ไทยที่เริ่มขยับเข้ามาในตลาดเกมออนไลน์
โดยมีเกมนี้เป็นเกมแรกที่ทำตลาด

ไนน์ทิวส์ หัวใจโพธิ์" ผู้จัดการโครงการ
ของ C2 Vision เปิดเผยว่า บริษัทมีจุดแข็ง
อยู่ที่ช่องทางจัดจำหน่าย และโฟกัสการขาย
เกมออนไลน์มาหลายปี แต่ในระยะหลังมอง
ว่าตลาดเกมออนไลน์เติบโตขึ้นมาก
จึงมีความต้องการที่จะให้บริการเกม
ออนไลน์บ้าง

และการเข้าตลาดเป็นรายใหม่ จึงเน้น
เลือกเกมที่มีแคแรกเตอร์ที่คนไทยรู้จักดี นั่น
คือเกม Hello Kitty ซึ่งแม้ว่ารูปแบบและ
กราฟิกจะเป็นแบบ casual แต่ระบบการ
เล่นจะเป็นแนว MMORPG บวกกับระบบ
Social network ให้ผู้เล่นเขียนบล็อกและ
ทำ video chat ได้

"ปีนี้เราคงเริ่มที่เกมนี้เกมเดียวก่อน โดย
จะเริ่ม close beta ในเดือน มี.ค. และให้
บริการจริงในเดือน เม.ย. ส่วนเกมที่จะนำ
เข้ามาทำตลาดต่อไป ก็จะเน้นแคแรกเตอร์
ที่คนไทยรู้จักกันดี ซึ่งขณะนี้ก็มีเกมเจอเจออยู่
บ้าง และคงเปิดตัวได้ในเร็ว ๆ นี้"

นอกจากนี้ ยังมีค่ายเกมดัง ๆ ในตลาด
อย่างเช่น NC True, JAYA Softvision,
Goldensoft, Funbox และอื่น ๆ อีก
มากมาย ที่นำเกมของตัวเองมาจัดแสดง
โดยเน้นการจัดพื้นที่สำหรับแข่งขัน จัด
กิจกรรม และให้ผู้ชมงานได้ทดลองเล่นเกม
ของตัวเองอย่างเต็มที่