

ผลิตภัณฑ์เสริมภายในเกม (โมเดลธุรกิจและการสร้าง รายได้)

การวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับจิตวิทยาผู้เล่น
กลยุทธ์ของนักพัฒนา และขอบเขตทางจริยธรรม
และกฎหมายที่ควบคุมเศรษฐกิจในเกม



จุดเริ่มต้น: ทำไมผู้เล่นถึงยอมจ่ายเงินให้กับเกมที่เล่นได้ฟรี?

85%



ของรายได้จากเกมทั้งหมดในปี 2021 มาจากตลาด Free-to-Play (F2P) คิดเป็นมูลค่า 75.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

90%



ของผู้เล่นเกม Massively Multiplayer Online (MMO) เคยใช้จ่ายเงินในเกม จากผลการสำรวจ

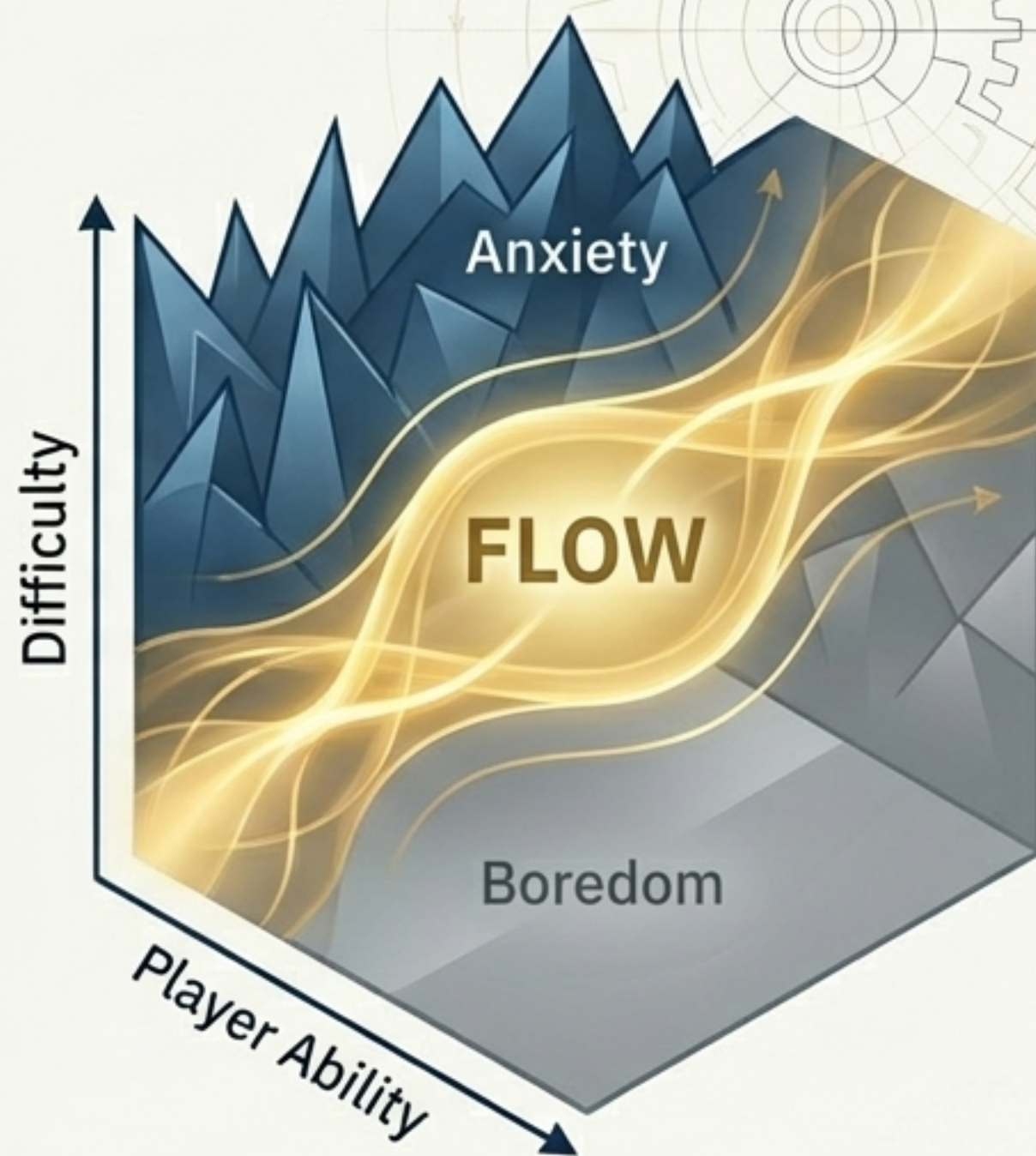
สไลด์ชุดนี้จะสำรวจระบบนิเวศที่ซับซ้อนเบื้องหลังการตัดสินใจซื้อ ตั้งแต่แรงผลักดันทางจิตวิทยาไปจนถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจและขอบเขตทางกฎหมาย

อ้างอิงข้อมูล: Jönköping University Study, 'Why do players buy in-game items?'

แรงผลักดันหลัก: สภาวะ Flow คือหัวใจของความสนุก

นิยามของ Flow: ทฤษฎีโดย Mihaly Csikszentmihalyi อธิบายถึงสภาวะที่ผู้เล่นจดจ่อกับกิจกรรมอย่างเต็มที่จนลืมเวลาและความกังวลอื่น ๆ ไป

- **องค์ประกอบสำคัญ:** สภาวะ Flow เกิดขึ้นเมื่อความท้าทายของเกมมีความสมดุลพอดีกับทักษะของผู้เล่น
- เกมที่ออกแบบโดยใช้ทฤษฎี Flow มีแนวโน้มที่จะมีอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement) และการกลับมาเล่นซ้ำ (Retention) ที่สูงกว่า
- **การเชื่อมโยงกับการซื้อ:** การซื้อสินค้าในเกมสามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ Flow ได้ โดยทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าคุณเองมีความสามารถมากขึ้นและควบคุมเกมได้ดีขึ้น



สกุลเงินทางสังคม: การแลกเปลี่ยนที่ไม่ใช่แค่เรื่องของเงิน

นิยามของ Exchange Theory: ทฤษฎีที่มองว่าปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนให้คุณค่า



ผู้เล่นซื้ออะไร และทำไมพวกเขาถึงซื้อ?

1. ผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงาม (Cosmetic Items)

- **คำอธิบาย:** สกิน, ชุดตัวละคร ที่เปลี่ยนรูปลักษณ์แต่ไม่ส่งผลต่อความสามารถในเกม
- **แรงจูงใจ:** การแสดงออกถึงตัวตน, ความเพลิดเพลิน, และ 'Placebo Effect'



“ในเกม League of Legends บางสกินให้ความรู้สึกที่สิ้นไหวกว่า... มันทำให้ผมเล่นได้ดีขึ้นเพียง เพราะมันดูดีกว่า” (ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ IN03D)

2. ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความได้เปรียบ (Pay-to-Win Advantages)

- **คำอธิบาย:** ไอเท็มที่ช่วยเพิ่มความสามารถหรือเร่งความก้าวหน้าในเกมอย่างเห็นได้ชัด
- **แรงจูงใจ:** ลดระยะเวลาในการเล่น (Grinding), เอาชนะผู้เล่นอื่น



3. ผลิตภัณฑ์เพื่อความรวดเร็ว (Faster Advancements)

- **คำอธิบาย:** การข้ามเวลารอคอย, การซื้อ 'ชีวิต' เพิ่ม
- **แรงจูงใจ:** เพื่อรักษา 'สภาวะ Flow' ไม่ให้ขาดตอน

“คุณสามารถซื้อแพ็คเกจเพื่อข้ามการก่อสร้าง 30 วัน และไปยังเลเวลถัดไปได้ทันทีโดยไม่ต้องออกจากเกม” (ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ IN10Y)



มุมมองของผู้พัฒนา: จากความสนุกสู่โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

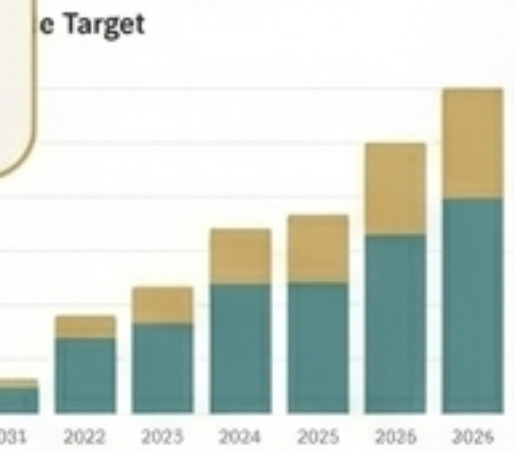
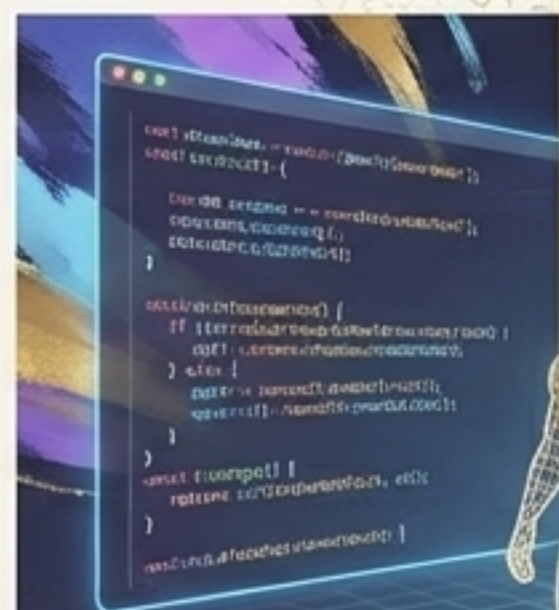
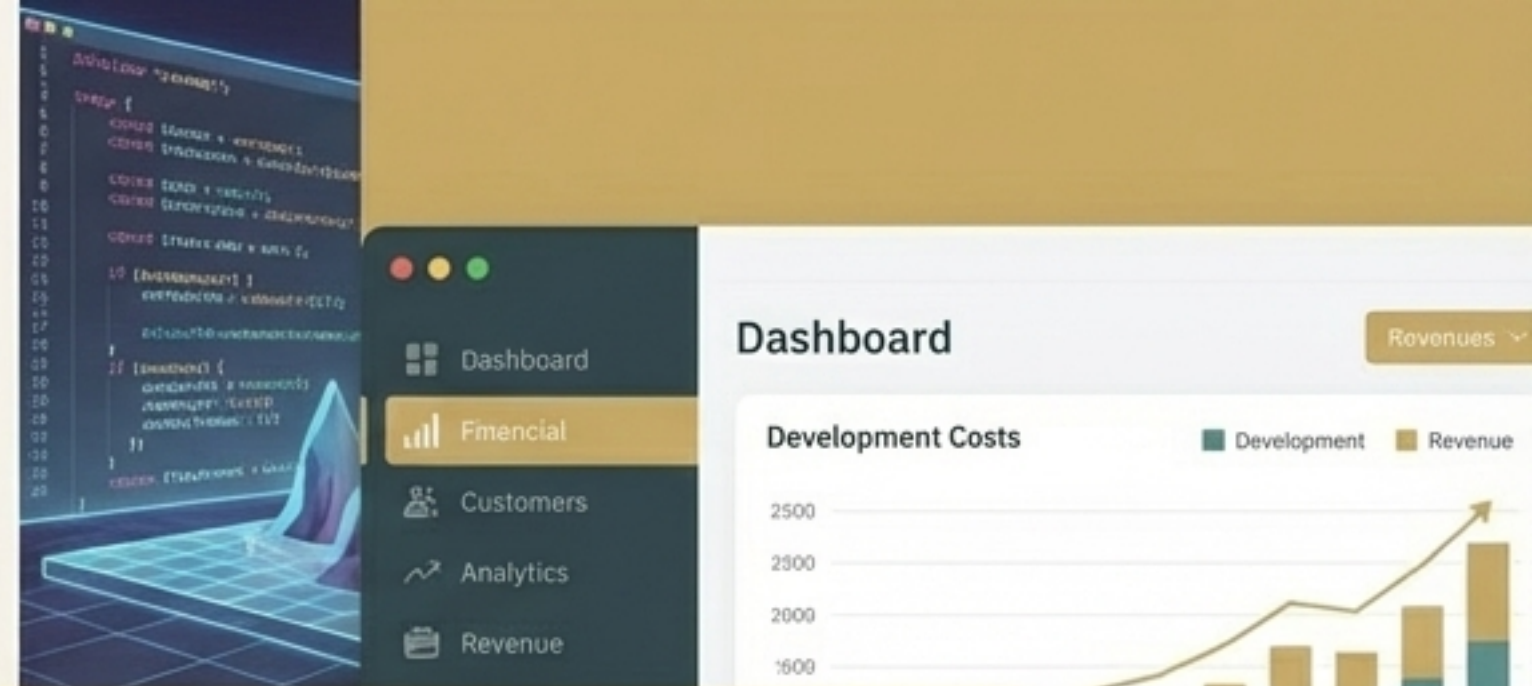
* การพัฒนาเกมไม่ใช่การกุศล
ผู้พัฒนาจำเป็นต้องสร้าง
รายได้เพื่อเป็นทุนในการ
สร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ
และเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

* ความท้าทายหลักคือการ
สร้างสมดุลระหว่างการสร้าง
ประสบการณ์ที่สนุกสนาน
ให้กับผู้เล่น และการออกแบบ
ระบบเศรษฐกิจที่สามารถสร้าง
รายได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“
ผู้เล่น: ‘ผมอยากได้ทุกอย่างฟรี และไม่มีโฆษณา!’
ผู้พัฒนา: ‘แน่นอน ทำไมจะไม่ได้ล่ะ? เราไม่ต้องการ
เงินเดือน’

ในความเป็นจริง มันเหมือนกับการเดินเข้าร้าน
อาหารและเรียกร็องทर्फเฟิลเบอร์เกอร์ฟรี เพราะ
‘ผมแค่อยากกิน!’
- Wiserax, Reddit Thread

”



กลไกการสร้างรายได้: เครื่องมือในกล่องของผู้พัฒนา

กล่องสุ่ม (Loot Boxes)

กล่องปริศนาที่บรรจุไอเท็มเสมือนจริงที่ได้ผลลัพธ์แบบสุ่ม



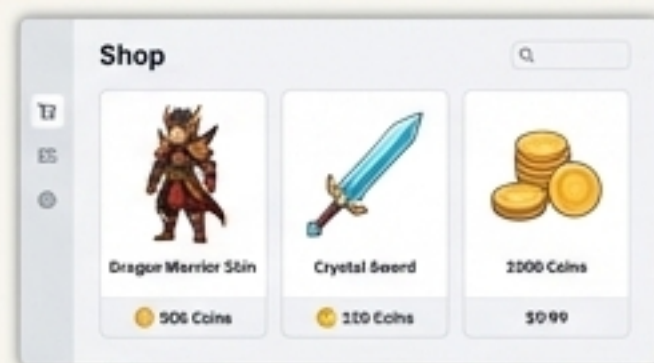
แบตเทิลพาส (Battle Pass)

ระบบความก้าวหน้าตามฤดูกาลที่ปลดล็อกของรางวัลจากการเล่นและทำภารกิจ เป็นเครื่องมือรักษาผู้เล่น (Player Retention) ที่ดีเยี่ยม



ร้านค้าในเกม (In-game Store)

การขายไอเท็มโดยตรง เช่น สกิน หรือตัวละคร ให้ความโปร่งใสแก่ผู้เล่น



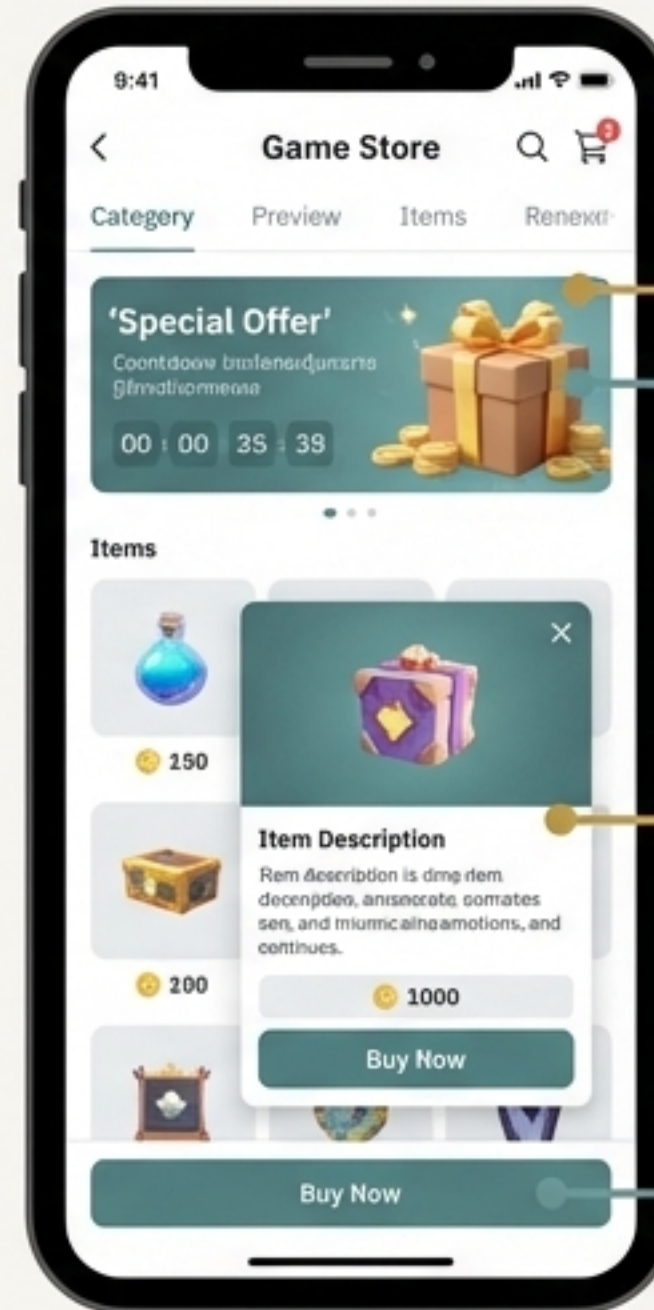
โฆษณา (Advertisements)

การให้ผู้เล่นดูโฆษณาเพื่อแลกกับรางวัลในเกม เช่น สกุลเงิน หรือการเร่งความเร็ว



การออกแบบเพื่อการตัดสินใจ: UI/UX ที่ส่งเสริมการสร้างรายได้

- * การออกแบบ User Interface (UI) และ User Experience (UX) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างรายได้
- * เป้าหมายคือการเพิ่มรายได้โดยไม่สร้างความรำคาญให้กับผู้เล่น



UI ของร้านค้าต้องสะอาดและใช้งานง่าย: ลดความซับซ้อนเพื่อให้ผู้เล่นค้นหาและซื้อไอเท็มได้สะดวก

เน้นข้อเสนอจำกัดเวลาด้วย FOMO Triggers: ใช้การออกแบบเพื่อกระตุ้นความรู้สึกกลัวตกกระแส

ไม่ซ่อนปุ่มสำคัญไว้หลังโฆษณา: การวางโฆษณาต้องไม่ทำลายประสบการณ์การเล่น

ให้ข้อมูลที่ชัดเจน: ผู้เล่นควรเข้าใจได้ทันทีว่าแต่ละองค์ประกอบของ UI ทำหน้าที่อะไร

เส้นแบ่งที่เปราะบาง: ระหว่างการสร้างคุณค่าและการฉ้อโกง

มุมมองที่เน้นคุณค่า (Value-Centric View)

'ไอเท็มที่ซื้อได้ควรเป็นโบนัส และที่สำคัญ ผู้เล่นควรจะ
สามารถเล่นเกมจนจบได้โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงิน
ทำให้การซื้อในเกมเป็นความหรูหรา" ไม่ใช่ข้อบังคับ"
- Wiserax (ผู้เขียนบทความ)



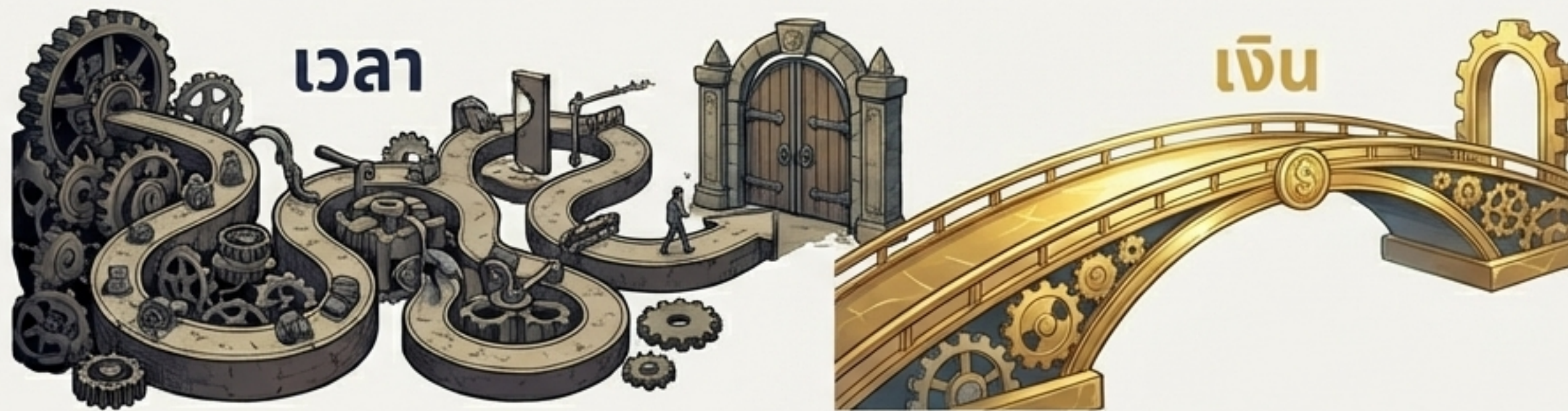
มุมมองเชิงวิพากษ์ (Critical View)

'การสร้างรายได้คือการฉ้อโกงผู้เล่นให้จ่ายเงิน
ไม่ใช่เพื่อให้พวกเขาสนุก'
- Kinglink (ผู้แสดงความเห็น)



กลยุทธ์ Paywall: เมื่อ 'เวลา' กลายเป็น 'ต้นทุน'

"ใช้ Paywalls—สถานการณ์ที่ผู้เล่นสามารถไปยังเลเวลถัดไปได้ แต่ต้องใช้ความพยายามหรือเวลาอย่างมากในการทำเช่นนั้น สิ่งนี้จะกระตุ้นให้ผู้เล่นลงทุนในเกมมากขึ้น" (Wiserax, Reddit Thread)



- * นี่คือการกลยุทธ์ Time-Cost Analysis: ผู้พัฒนาสร้างอุปสรรคที่ต้องใช้ 'เวลา' ในการผ่าน และเสนอ 'เงิน' เป็นทางเลือก
- * ผลกระทบต่อผู้เล่น: กลยุทธ์นี้สร้างความขัดแย้งอย่างรุนแรง และถูกมองว่าเป็นการออกแบบที่บังคับให้จ่าย

"ฉันเกลียดสิ่งนี้ที่วงการเกมกลายเป็นไปแล้ว" (ผู้ใช้ Reddit u/luiluvilla)

เมื่อเกมไม่ได้อยู่แค่ในเกม: กฎเกณฑ์ และขอบเขตในโลกแห่งความจริง



ด้วยอำนาจในการโน้มน้ำหนักพฤติกรรม
ผู้เล่นและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูง
ทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมในเกมกลายเป็น
ประเด็นทางจริยธรรมและกฎหมาย

สไลด์ต่อไปนี้จะสำรวจ:

- 1. ภูมิทัศน์ทางกฎหมายในประเทศไทย
- 2. กังวลทางจริยธรรม

ภูมิทัศน์ทางกฎหมายในประเทศไทย

ภาพรวม: ปัจจุบันไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับเกมออนไลน์โดยตรง แต่อยู่ภายใต้กรอบกฎหมายที่มีอยู่หลายฉบับ



พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

- เป็นกฎหมายที่สำคัญที่สุดที่ต้องพิจารณา ห้ามการพนันและเกมที่อาศัยโชคเป็นหลัก

****ข้อควรระวัง****

รูปแบบที่คล้ายกับการจับสลาก, Lucky Draws, Loot Boxes หรือกลไก Gacha ควรหลีกเลี่ยง



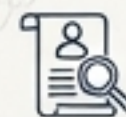
กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



- พรบ. คู่ครองผู้บริโภคร พ.ศ. 2522: ควบคุมการโฆษณา



- ประมวลรัษฎากร: การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)



- พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542: อาจต้องขอใบอนุญาต (FBL)



- พรบ. คู่ครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA): ต้องได้รับความยินยอมในการใช้ข้อมูล

ด้านมืดของการสร้างรายได้: เมื่อการออกแบบก้าวข้ามเส้นแบ่งทางจริยธรรม

ผลการวิจัยจาก Jönköping University พบว่าผู้เล่นจำนวนมากมองว่าผลิตภัณฑ์เสริมในเกมมีลักษณะที่ 'ล่าเหยื่อ' (Predatory)

1. การพนัน (Gambling)

ผู้เล่นหลายคนเปรียบเทียบ Loot Boxes กับสล็อตแมชชีน

“Loot Boxes คือการพนันอย่างแท้จริง และมีเด็ก ๆ กำลังซื้อมันอยู่”
(ผู้ใช้ Reddit u/Marco-Green)



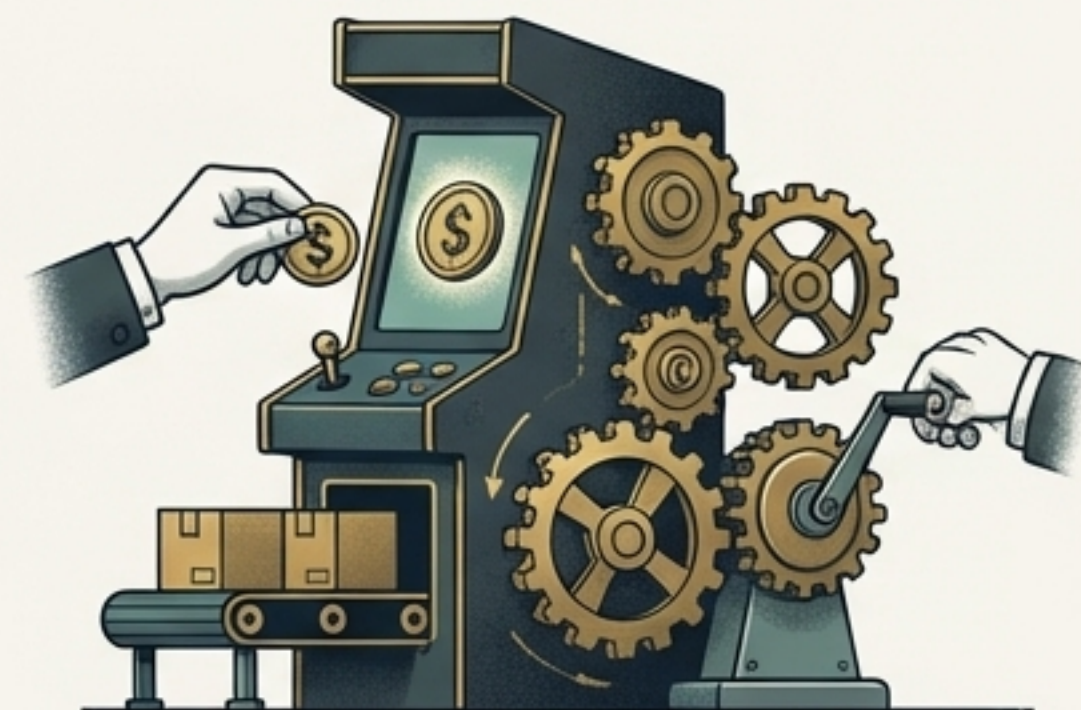
2. การเสพติด (Addiction)

กลไกอย่าง Battle Pass และข้อเสนอ จำกัดเวลาถูกออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่นกลับมาเล่นและใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง



3. การหลอกลวง (Scams)

ผู้เล่นรู้สึกว่าคุณหลอกให้จ่ายเงินเพื่อทำ 'ภารกิจ' ที่น่าเบื่อ
“คุณจ่ายเงินไปแล้ว แต่กลับไม่ได้รับของทั้งหมดในครั้งเดียว มันเหมือนเป็นการหลอกลวง” (ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ IN10Y)



การสร้างสมดุล: กุญแจสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

การสร้างรายได้ที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนคือการสร้างสมดุลที่ละเอียดอ่อนระหว่างสามองค์ประกอบหลักในระบบนิเวศ

ผู้เล่น (The Player)

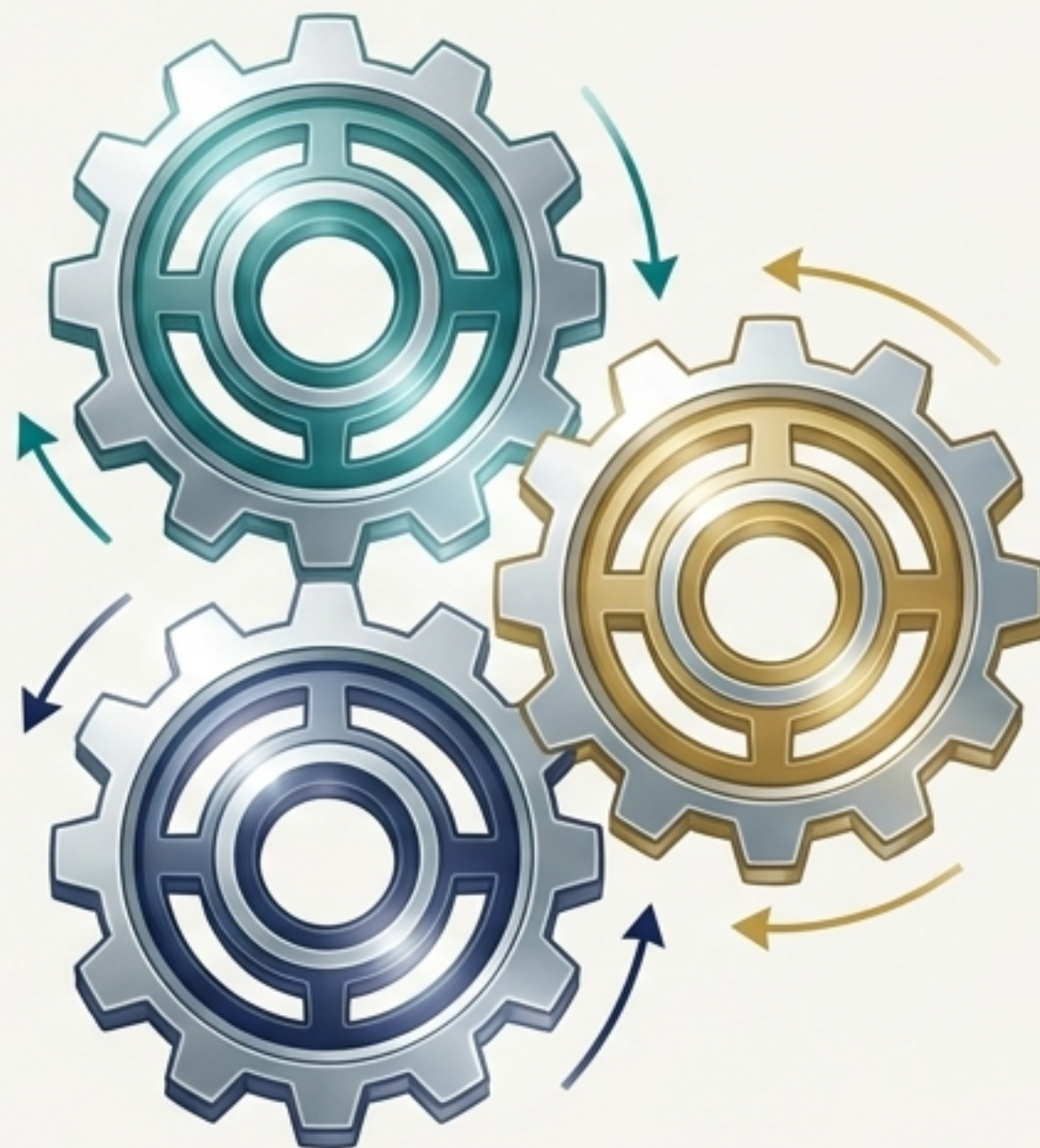
สิ่งที่ต้องการ: ประสบการณ์ที่น่าดึงดูด (Flow),
คุณค่าที่จับต้องได้, และความเป็นส่วนหนึ่ง
ของสังคม (Exchange)

ความเสี่ยง: ความรู้สึกว่าคุณมีบັงคับหรือถูก
เอาเปรียบ

กฎหมายและสังคม (The Rules)

สิ่งที่ต้องการ: การปฏิบัติตามกฎหมาย,
ความโปร่งใส, และการคุ้มครองผู้บริโภค

ความเสี่ยง: การถูกฟ้องร้องและการ
เสื่อมเสียชื่อเสียง



ผู้พัฒนา (The Developer)

สิ่งที่ต้องการ: โมเดลธุรกิจที่ทำกำไร,
การรักษาผู้เล่น, และการเติบโต

ความเสี่ยง: การใช้กลยุทธ์ที่ทำลาย
ความไว้วางใจ

การซื้อคือ ‘ความหรรษา’ ไม่ใช่ ‘ข้อบังคับ’

* โมเดลการสร้างรายได้ที่ประสบความสำเร็จในระยะยาวที่สุด ไม่ได้มาจากกลไกที่ซับซ้อนที่สุด
* แต่มาจากหลักการพื้นฐานที่ว่า: *ทำให้ผู้เล่นรักเกมของคุณมากพอที่พวกเขา ‘ต้องการ’
ที่จะสนับสนุนมัน**

“ ผู้เล่นควรจ่ายเงินไม่ใช่เพราะพวกเขาถูกบังคับ แต่เพราะพวกเขาต้องการที่จะ
สนับสนุนเกมและเพลิดเพลินกับเนื้อหาเพิ่มเติม
- Wiserax

การเปลี่ยนมุมมองจากการ ‘สกัด’ มูลค่าจากผู้เล่น ไปสู่การ ‘สร้าง’ มูลค่าที่ผู้เล่นยินดีจ่ายเพื่อแลกมา
คือความแตกต่างระหว่างธุรกิจที่ฉาบฉวยและแบรนด์ที่ยั่งยืน

