

เกมเร็กนาร์็อกออนไลน์กับกระแสเด็กติดเกมในสังคมไทย: ประวัติศาสตร์เกมออนไลน์ ทศวรรษ 2540 – 2550

Ragnarok Online Game and the Trend of Children's Game Addiction in Thai Society: History of Online Game, late 1990s to 2000s

สุรศักดิ์ สาระจิตต์¹
Surasak Sarachit¹

Received: 12 July 2024

Revised: 8 November 2024

Accepted: 15 November 2024

บทคัดย่อ

ที่ผ่านมาการศึกษาเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ที่เปิดให้บริการโดยบริษัทเอเซียซอฟท์ (Asiasoft) จำกัดเพียงแต่ทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้เล่นในกลุ่มเด็กเป็นหลัก ซึ่งยังขาดองค์ความรู้ในองค์ประกอบตัวเกมและบริบทความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเกม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ที่ส่งผลให้เกิดกระแสเด็กติดเกมในสังคมไทย และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เร็กนาร์็อกประสบความสำเร็จความชอบชมเชย ผลการวิจัยพบว่า ระบบเกมทำให้ผู้เล่นต้องวางแผนเป้าหมายและแนวทางการเล่นที่เหมาะสมกับตนเอง จนเกิดเป็นอารมณ์ร่วมในการเล่น และสามารถนำความสัมพันธที่เกิดขึ้นในเกมออกมาสู่โลกแห่งความจริงได้ ทำให้ผู้เล่นต้องอาศัยอยู่ในโลกเสมือนจริงของเกมเป็นเวลานาน ผู้เล่นชื่นชอบตัวละครเกมที่ออกแบบคล้ายตัวการ์ตูนญี่ปุ่น และคุ้นเคยกับระบบเกมที่หลากหลาย รวมถึงเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารบนโลกออนไลน์ที่มีอยู่ก่อนหน้านี้แล้ว จึงเป็นเรื่องง่ายที่จะโอบรับเกมเร็กนาร์็อกไว้เป็นศูนย์กลางความบันเทิงในยามว่าง ด้วยเหตุนี้พื้นที่การใช้ชีวิตของผู้เล่นจึงเต็มไปด้วยคนที่เล่นเกม บทสนทนา ความสนใจและความรู้เกี่ยวกับเกมออนไลน์จึงจำเป็นสำหรับการเข้าสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก ทำให้การเล่นเกมนออนไลน์ขยายเป็นวงกว้างอย่างรวดเร็ว จนเกิดเป็นวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มที่ใช้ภาษาเกมคล้าย ๆ กัน เพื่อสร้างการยอมรับในกลุ่มพวกพ้องของตนเอง ทั้งนี้ พฤติกรรมการใช้โปรแกรมช่วยเล่นทำให้เกมประสบความสำเร็จความชอบชมเชยเรื่อยมา รวมถึงสภาวะการแข่งขันอันดุเดือดในธุรกิจอุตสาหกรรมผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในไทย ทำให้ผู้เล่นมีทางเลือกที่หลากหลาย เร็กนาร์็อกออนไลน์จึงต้องปิดตัวลงในปี 2559 การวิจัยนี้พยายามพัฒนาแนวทางการศึกษาเกมในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้วยการวิเคราะห์ทั้งตัวเกม ผู้เล่น และบริบทที่อยู่รายล้อมทั้งตัวเกมและผู้เล่นจากตัวอย่างเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ในสังคมไทย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาเกมอื่น ๆ ด้วยโจทย์การวิจัยเฉพาะของเกมเหล่านั้นในเชิงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คำสำคัญ: เร็กนาร์็อกออนไลน์, เกมออนไลน์, เด็กติดเกม, วิดีโอเกม, เกมศึกษา

¹ อาจารย์ประจำ สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เบอร์โทร: 06-3549-6244อีเมล:surasaksar@pim.ac.th

¹ Lecturer, Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management, Nonthaburi, Thailand.Tel: 06-3549-6244Email: surasaksar@pim.ac.th

Abstract

Previous studies on Ragnarök Online, operated by Asiasoft, have been limited to understanding the behavior of young players, lacking comprehensive knowledge of the game features itself and the contextual changes that occur within it. The objectives of this research are as follows: (1) To examine the success factors of “Ragnarök Online” that have contributed to the phenomenon of gaming addiction among Thai youth, and (2) To investigate the factors that led to the decline in popularity of Ragnarök Online

The results show that the game system prompted players to set goals and suitable playing strategies for themselves, which led to a sense of immersion during gameplay. Furthermore, it allowed players to bring the relationships formed in the game to the real world, which prolonged their engagement within the virtual reality of the game. Players were attracted to game characters designed, which were based on Japanese anime, and were familiar with various game systems, including pre-existing online communication technologies. Thus, it was easy for players to embrace Ragnarök Online as a core entertainment during leisure time. Players were often populated with fellow players, chatted, had interests, and knew about online games, which was crucial for social integration, particularly among children. These expanded the community of the players quickly and eventually developed into a subculture among those who share similar gaming language. This fostered acceptance within their peer groups. The widespread use of automated game programs had contributed to a sluggish undercurrent within the gaming community. Furthermore, the fierce competition in the online gaming service industry provided players with a wealth of alternatives. Ragnarök Online had to cease operations in 2016. This research seeks to develop approaches for studying video games from the perspectives of humanities and social sciences by analyzing the game itself, the players, and the context surrounding both the game and the players, using the online game “Ragnarök Online” as a case study in Thai society. These approaches can be applied to the study of other games, addressing their specific research questions in the fields of humanities and social sciences.

Keywords: Ragnarök Online, Online game, Children's Game Addiction, Video Game, Game studies

บทนำ

ที่ผ่านมาการศึกษาเกมในประเทศไทยเน้นทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้เล่นถึงสาเหตุที่นิยมเล่นเกมออนไลน์ รวมถึงผลกระทบต่อตัวผู้เล่นและสังคมโดยรอบ ซึ่งอยู่ภายใต้บริบทกระแสเด็กติดเกม จึงทำให้นักวิจัยจำนวนมากมีเป้าหมายเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแนวทางแก้ปัญหาเด็ก

ติดเกม และป้องกันการเลียนแบบพฤติกรรมความรุนแรงจากการเล่นเกม การศึกษาเกมลักษณะนี้เพิ่มจำนวนมากขึ้น หลังเกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์เปิดให้บริการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นเกมที่ถูกมองว่าสร้างปัญหาเด็กติดเกมให้รุนแรงยิ่งขึ้นในสังคมไทย จนถูกขนานนามในเชิงลบว่า

“เร็กนาร็อก” และกลายเป็นตัวอย่างเกมหลักในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้เล่นเกมในงานวิจัยเกมที่ผ่านมา (จิรดา มหาเจริญ, 2547 ; พนมกร ตังทัตสวัสดิ์, 2548 ; ตะวัน เศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549 ; สุภาพร ลือกิตติศัพท์, 2549 ; สิทธิศักดิ์ อยู่ขำ, 2552 ; สมพรัตน์ ขุนทิพย์, กานดา จันทรไย้ม และ ชอลดา พันธุเสนา, 2553)

เร็กนาร็อกออนไลน์เป็นเกมรูปแบบผู้เล่นจำนวนมากแบบสวมบทบาท (Massive Multi-player Online Role-Playing Game - MMORPG) ตัวละครเกมเป็นการ์ตูนญี่ปุ่นน่ารัก ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นนักผจญภัยในเกมร่วมกับผู้เล่นคนอื่น ๆ เกมประสบความสำเร็จในประเทศอย่างมากนับตั้งแต่เปิดให้บริการจนถึงปี 2548 มียอดผู้เล่นต่อวันมากถึงราว 300,000 คน สร้างรายได้ให้กับเอเชียซอฟท์มากกว่าร้อยละ 90.4 โดยหลัง พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา แม้ว่าตัวเกมยังคงได้รับความนิยม แต่รายได้จากตัวเกมเริ่มลดลงไปมาก (จิรดา มหาเจริญ, 2547, น. 10 ; Asiasoft, 2551 น. 171)

ผู้วิจัยจึงสนใจนิพนธ์ประวัติศาสตร์เกมเร็กนาร็อกออนไลน์ ถึงปัจจัยที่ทำให้เกมประสบความสำเร็จจนสร้างปรากฏการณ์กระแสเด็กติดเกมในสังคมไทย และเผชิญกับกระแสความชบเซาในเวลาถัดมา โดยได้แรงบันดาลใจจากแนวทางการศึกษาเกมของ Frans Mäyrä (2008) ที่เสนอให้วิเคราะห์ตัวเกม ผู้เล่นเกม และบริบทของทั้งตัวเกมและผู้เล่น เพื่อศึกษาวัฒนธรรมของการเล่นเกม อันนำไปสู่โจทย์ของการวิจัยใน 2 ข้อหลักได้แก่

1. ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เร็กนาร็อกออนไลน์ประสบความสำเร็จในการดึงดูดผู้เล่นจำนวนมากเข้าใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของบริษัทผู้พัฒนาและให้บริการเกม องค์ประกอบสื่อเกม และพฤติกรรมของกลุ่มผู้เล่น เป็นหลัก

- และ 2. ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกมเร็กนาร็อกประสบกับกระแสความชบเซา โดยมุ่งศึกษาที่

พฤติกรรมของผู้เล่น และบริษัทผู้ให้บริการเกมกับบริบทของกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในไทย

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า งานวิจัยเกมในไทยส่วนใหญ่เน้นศึกษาที่ตัวผู้เล่นมากกว่าตัวเกมและบริบท ซึ่งเป็นผลจากกระแสเด็กติดเกมที่ประทุขึ้นมาตั้งแต่หลังเร็กนาร็อกเปิดให้บริการในกลางทศวรรษ 2540 ผู้วิจัยจึงได้ทดลองนำแนวทางเกมศึกษาของ Mäyrä (2008) มาวิเคราะห์ให้รอบด้านมากยิ่งขึ้น ทั้งตัวเกม ผู้เล่น และบริบทของตัวเกม และผู้เล่นเกมของเกมเร็กนาร็อกออนไลน์ เพื่อพัฒนาแนวทางการศึกษาเกมในลักษณะนี้ สำหรับการประยุกต์ใช้ศึกษาวัฒนธรรมการเล่นเกมอื่น ๆ ในสังคมไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของเร็กนาร็อกออนไลน์ที่ส่งผลให้เกิดกระแสเด็กติดเกมในสังคมไทย
2. ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เร็กนาร็อกออนไลน์ประสบกับกระแสความชบเซา

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ดำเนินการศึกษาในเชิงระเบียบวิธีการทางประวัติศาสตร์ ในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหลักฐานขั้นต้นและหลักฐานชั้นรอง รวมถึงหลักฐานประเภทลายลักษณ์และแบบไม่ใช้ลายลักษณ์อักษร เช่น เอกสารภายในบริษัท เอเชียซอฟท์ รายงานประจำปีของบริษัท ข่าวจากหนังสือพิมพ์ บทความในวารสารวิชาการ งานวิจัยวิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับเกม ดิจิทัล นิตยสารเกม สิ่งพิมพ์ของผู้เล่นเกม ภาพถ่าย และวิดีโอ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้เกมเร็กนาร็อกออนไลน์ประสบความสำเร็จและชบเซา ระหว่างทศวรรษ 2540 – 2550

โดยจำกัดช่วงเวลาของหลักฐานที่ค้นคว้าครอบคลุมระหว่างทศวรรษ 2530 – 2560 เพื่อวิเคราะห์ทำความเข้าใจที่มาความเปลี่ยนแปลงและผลกระทบให้รอบด้าน ตั้งแต่วิดีโอเกมเริ่มเข้ามาในไทย จนถึงเวลาที่เร็กนาร์็อกปิดให้บริการไปในปี 2559

ในส่วนข้อมูลองค์ประกอบสื่อเกมหรือตัวเกมที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ ใช้หลักฐานทั้งขั้นต้นและชั้นรองจากวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ งานวิจัย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร RO NEWS และ RO Clubs ซึ่งเป็นนิตยสารเฉพาะของตัวเกม รวมถึงความคิดเห็นของกลุ่มผู้เล่นตามเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เช่น pantip.com และ Facebook Groups ของกลุ่มผู้สนใจเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ ทั้งนี้ เนื่องจากเกมให้บริการเป็นเวลานานแล้ว จึงมีข้อจำกัดในการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์เกมเร็กนาร์็อกที่ให้บริการโดยบริษัทเอเซียซอฟท์โดยตรง

ข้อมูลตัวเกมที่คัดเลือกมาวิเคราะห์อยู่ในกลุ่มที่อธิบายปัจจัยความนิยมในตัวเกม การดำรงชีวิตในเกม การสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้เล่น และวิธีการเล่นเกม (นริศ ภูษิตประภา, 2546 ; คอมพ์เกมเมอร์, 2548 ; ฟิวเจอร์เกมเมอร์, 2548 ; สุขาดา วัฒนอมรเกียรติ, 2548 ; สุภาพร ยงยศ, 2548 ; สิทธิชัย สารทวาทา, 2550)

อย่างไรก็ดี หลักฐานส่วนใหญ่มักเลือกอธิบายองค์ประกอบเกมเพียงเฉพาะด้าน มากกว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบภายในตัวเกมอย่างแท้จริงในแบบองค์รวม การวิจัยนี้จึงนำแนวคิดองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมทั้ง 6 ข้อ ของ Jesper Juul (2003) ได้แก่ 1. ระบบเกม (rules) 2. ผลลัพธ์การเล่นที่เปลี่ยนแปลงได้ในเชิงปริมาณ (variable and quantifiable outcomes) 3. ผลลัพธ์การเล่นที่สามารถกำหนดค่าได้ (valorization of outcomes) 4. ความพยายามของผู้เล่น (player effort) 5. ความรู้สึกที่ผู้เล่นได้รับ (player's emotion attached

to outcomes) และ 6. ผลลัพธ์ที่เลือกได้ว่าจะให้เกิดขึ้นในชีวิตจริงหรือไม่ (the consequences of game activity are optional and negotiable) จากแนวทางการวิเคราะห์วิดีโอเกมของปริญญ์ กฤษสุนทรและจิรเวทย์ รักษาติ (2563) มาใช้วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ ร่วมกับบริบทของการเล่นที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อบรรลุจุดประสงค์ในการอธิบายกลไกองค์รวมของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์และธรรมชาติพื้นฐานของตัวเกมที่ทำให้เกมประสบความสำเร็จในการดึงดูดผู้เล่นจำนวนมากเข้าใช้บริการ อีกทั้งเป็นการนำเสนอกรอบเพื่อใช้วิเคราะห์เกมให้รอบด้านมากยิ่งขึ้น มากกว่าแค่มุมมองจากพฤติกรรมของผู้เล่นเกมอย่างเดียว

ในส่วนข้อมูลผู้เล่นเกมที่ใช้อธิบายทั้งปัจจัยความสำเร็จและล้มเหลว ผู้วิจัยใช้หลักฐานจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร RO NEWS, RO Clubs และความคิดเห็นของกลุ่มผู้เล่นจากแหล่งข้อมูลหลากหลาย โดยคัดเลือกกลุ่มข้อมูลประเภทการสัมภาษณ์และการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้เล่น มาอธิบายว่า พฤติกรรมแบบใดของกลุ่มผู้เล่นที่นำไปสู่ความสำเร็จของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์จนเกิดกระแสเด็กติดเกม และนำไปสู่กระแสความชบเซาของเกมเร็กนาร์็อก ข้อมูลโดยส่วนใหญ่มาจากตัวอย่างกลุ่มเด็กและเยาวชนในหลักฐานเอกสารต่าง ๆ หลากหลายพื้นที่ของประเทศ ระหว่างช่วงทศวรรษ 2540 – 2550 (จิรดา มหาเจริญ, 2547; วลัยลักษณ์ ใจสูงเนิน, 2547; อนิรุทธ อินเจตฉาย, 2549; ตะวันเศรษฐ์ เขื่อนนันท์, 2549)

สำหรับข้อมูลธุรกิจเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์และกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในไทย ผู้วิจัยรวบรวมจากเอกสารเอกสารภายในบริษัทเอเซียซอฟท์ที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ asphere.co/th/ เช่น รายงานประจำปี และคลิปปิดีโอประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นในแต่ละปี, ข้อมูลการประกอบธุรกิจจาก

งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ รวมถึงข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เก่า ซึ่งรวบรวมจากฐานข้อมูลเว็บไซต์ NEWSCENTER ด้วยคำค้นหา เช่น ปราโมทย์ สุตจิตพร, Asiasoft, Ragnarok Online, แร็กนาร์อ็อก และ เด็กติดเกม เป็นต้น โดยเริ่มต้นค้นคว้าและรวบรวมตั้งแต่ปี 2540 – 2560

ด้วยเหตุที่งานวิจัยเกมแร็กนาร์อ็อกที่ผ่านมาไม่มีการนำเสนอข้อมูลในด้านธุรกิจ หลักฐานชั้นต้นในหนังสือพิมพ์จึงมีความสำคัญอย่างมากในการถกทอให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในประเทศไทย เนื้อหาข่าวนำเสนอความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารในบริษัทเอเชียซอฟท์ต่อตัวเกมแร็กนาร์อ็อกและสถานการณ์อุตสาหกรรมในไทยโดยรวม, ข่าวสารเกี่ยวกับเกมออนไลน์โดยทั่วไป, และความคิดเห็นของกลุ่ม

ผู้เล่นที่มีต่อตัวเกมแร็กนาร์อ็อกออนไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการประเมินและวิพากษ์ข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องของข้อมูล ร่วมกับหลักฐานจากกลุ่มงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ในกลุ่มธุรกิจเกมออนไลน์ด้วย

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยอาจเห็นความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ไม่ได้เด่นชัด ถ้าหากไม่ใช่โปรแกรม Excel เป็นเครื่องมือในการร้อยเรียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา ในลักษณะไทม์ไลน์ด้วยการจัดเรียงหมวดหมู่ 5 ประเภท คือ 1. วันเดือนปีที่นำเสนอข่าว 2. ประเภทของข้อมูล (กลุ่มธุรกิจเกม กลุ่มผู้เล่น หรือองค์กรประกอบสื่อเกม) 3. หัวเรื่องของข่าว 4. ประเด็นเนื้อหาข่าว และ 5. ประเด็นหลักที่ข่าวนำเสนอ (ภาพที่ 1)

Index	Kind of Source	Date	Title	Issue	Features
2541		27 พฤศจิกายน	สรุปข่าวว่า 1 บริษัทในเครือบริษัท...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
			บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
2542		22 ธันวาคม	คอมมิวนิสต์เกาหลีใต้ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
2544		24 เมษายน	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
		28 พฤศจิกายน	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
2545		26 มกราคม	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
		6 ธันวาคม	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
		12 ธันวาคม	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	
Business Customers Elements		13 มิถุนายน	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	Timeline: see Gravity
Business		17 กรกฎาคม	เว็บไซต์ วิจารณ์เกมอาร์ค...	บริษัทกลุ่ม เกมอาร์ค อีโคโนมิก แอชวอร์คส์	

ภาพที่ 1 ตัวอย่างการใช้ Excel เป็นเครื่องมือการวิจัยเพื่อจัดการกับข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์

สำหรับการวิเคราะห์ สังเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในเชิงประวัติศาสตร์นั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับตัวเกมมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดองค์ประกอบสื่อเกมของ Juul (2003) เพื่อสำรวจจุดจุดเด่นของเกมในองค์ประกอบแต่ละด้าน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยร่วมเข้าเล่นเกมด้วย เพื่อทดสอบจุดเด่นองค์ประกอบสื่อเกม หนึ่ง ด้วยเหตุที่เป็นการค้นคว้าถึงปัจจัยความสำเร็จของเกมในอดีต ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลประวัติศาสตร์

วิดีโอเกม ประเภทของเกมที่ผ่านมา วัฒนธรรมการเสพความบันเทิงของคนในสังคมไทย และพัฒนาการของการสื่อสารในอินเทอร์เน็ต มาร่วมวิเคราะห์ให้ให้เห็นถึงรากที่มาของความนิยมในตัวเกมแร็กนาร์อ็อกออนไลน์จากองค์ประกอบสื่อเกมทั้ง 6 ข้อของ Juul (2003) ด้วยเช่นกัน โดยมีสมมติฐานว่า องค์ประกอบทุกด้านสามารถดึงดูดผู้เล่นจำนวนมากเข้าบริการจนเกิดขึ้นเป็นกระแสเด็กติดเกมในสังคมไทยได้

อย่างไรก็ดี ข้อมูลดังกล่าวนอกจากเป็นบริบทสำคัญของความสำเร็จในตัวเกมแล้ว ยังเป็นข้อมูลที่เชื่อมโยงสู่การวิเคราะห์ “ตัวผู้เล่น” เกมเร็กนาร์็อกเช่นเดียวกัน โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการค้นหาความเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการเล่นเกมของผู้เล่นเร็กนาร์็อกออนไลน์ที่นำไปสู่ทั้งความสำเร็จของตัวเกม และความชบเซา ระหว่างทศวรรษ 2540 – 2550

ในส่วนของธุรกิจตัวเกมเร็กนาร์็อกและบริบทกลุ่มธุรกิจเกมออนไลน์ในไทย ผู้วิจัยใช้แนวพินิจประวัติศาสตร์ธุรกิจในการศึกษา (Fridenson, 2008) โดยวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นมา แนวคิด และวิธีการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับบริบทอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในไทยช่วงทศวรรษ 2540 – 2550 ซึ่งสามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวเกมนับตั้งแต่รุ่งเรืองจนชบเซาได้ ด้วยการเรียงข้อมูลตามไทม์ไลน์ในโปรแกรม Excel

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกมศึกษาของ Mäyrä (2008) ที่เน้นศึกษาวัฒนธรรมการเล่นเกมเร็กนาร์็อก ด้วยการวิเคราะห์ตัวเกม ผู้เล่น และบริบทที่อยู่รายล้อมทั้งตัวเกมและผู้เล่น ด้วยการพรรณนาเชิงประวัติศาสตร์ โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบสื่อเกมของ Juul (2003) เพื่อเป็นแนวทางในการเข้าใจกลไกองค์ประกอบตัวเกมและธรรมชาติพื้นฐานของตัวเกมอย่างลึกซึ้ง ซึ่งมีโจทย์การวิจัยคือศึกษาปัจจัยความสำเร็จและชบเซาของเกมเร็กนาร์็อก ระหว่างทศวรรษ 2540 – 2550 เพื่อนิพนธ์ประวัติศาสตร์ของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์อันเป็นโมเดลที่สามารถใช้ในการศึกษาวัฒนธรรมเกมอื่น ๆ ในสังคมไทยได้ต่อไป

ผลการวิจัย

เร็กนาร์็อกออนไลน์เป็นเกมที่เล่นบนคอมพิวเตอร์ส่วนตัวระบบปฏิบัติการไมโครซอฟท์ วินโดวส์ ถูกผลิตขึ้นโดยบริษัทกราวิตี้ คอร์ปอเรชั่น (Gravity Corporation) ประเทศเกาหลีใต้ เป็นเกม

ที่ใช้โครงสร้างเนื้อเรื่องจากการ์ตูน Ragnarök ประพันธ์โดยนักเขียนการ์ตูน Lee Myung Jin โลกในเร็กนาร์็อกอิงตำนานเทพเจ้ายุโรปเหนือ เรียกว่าดินแดนรูนมิดการ์ด (Rune-Midgarts) ประกอบไปด้วยเมืองสำคัญและแผนที่จำนวนนับร้อย เป็นโลกเสมือนจริงที่ล่องลอยอยู่บนพื้นที่ไซเบอร์สเปซฉากของเกมเป็นรูปแบบ 3 มิติ แต่ตัวละครและมอนสเตอร์จะแสดงผลเป็น 2 มิติ ซึ่งมีความน่ารักคล้ายกับตุ๊กตาตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น เมื่อผู้เล่นเข้าเกมจะเป็นเพียงประชากรคนหนึ่งเท่านั้นซึ่งมีชีวิตได้อิสระ

ความสำเร็จของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์สามารถเห็นได้จาก 3 ปัจจัยหลัก คือ 1. การตัดสินใจประกอบธุรกิจเกมออนไลน์ของกลุ่มผู้บริหารบริษัทเอเซียซอฟท์ ในช่วงที่เกิดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างรุนแรงในกลุ่มธุรกิจวิดีโอเกม 2. องค์ประกอบสื่อเกมของตัวเกม และ 3. วัฒนธรรมการเล่นเกมของผู้บริโภคเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์

เร็กนาร์็อกออนไลน์เปิดให้บริการครั้งแรกที่เกาหลีใต้ในปี 2544 ซึ่งได้รับความนิยมทั้งจากผู้เล่นในประเทศและต่างประเทศ ส่วนหนึ่งมีผู้เล่นชาวไทยรวมอยู่ด้วย อย่างไรก็ดี ด้วยอุปสรรคของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาของเกาหลีใต้และไทยที่ต่างกัน รวมถึงตัวเกมเป็นภาษาเกาหลี จึงทำให้เกมแพร่หลายเฉพาะผู้เล่นชาวไทยบางกลุ่มเท่านั้น อีกทั้งเมื่อเกิดปัญหาในการเล่น ก็ไม่สามารถสื่อสารกันได้ (บ้านเมือง, 2546 ; Pawana Techavimol, 2553, pp. 158 – 159 ; ปลายฟ้า นัยพิน, 2563, น. 2 - 3)

ช่วงเวลาเดียวกันนี้ ไทยพึ่งผ่านวิกฤตการเงินในเอเชีย พ.ศ. 2540 หรือ “วิกฤตต้มยำกุ้ง” ซึ่งส่งผลต่อการทำธุรกิจเกมในประเทศเช่นกัน ในแง่ที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลเงินไทย-สหรัฐปรับตัวสูงขึ้นจาก 25 บาท เป็น 45 บาท ต่อ 1 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ ราคาต้นทุนและราคาขายแผ่นเกมจึงขยับตัวสูงขึ้น หลังการก่อตั้งเอเซียซอฟท์

บริษัทจึงตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์เกมและนำเข้ามาผลิตในประเทศเพื่อลดต้นทุน เพื่อให้คนในประเทศเข้าถึงราคาขายได้ง่ายขึ้น (อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ, 2551, น. 10 – 11 ; Pawana Techavimol, 2553, p. 158 ; ไทยรัฐออนไลน์, 2557)

อย่างไรก็ดี เมื่อแผ่นเกมมีราคาสูง ผู้เล่นจึงหันไปสนับสนุนโปรแกรมละเมิดลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการประกอบธุรกิจแผ่นวิดีโอเกมและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ปัญหาเช่นนี้เกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วเอเชีย โดยเฉพาะเกาหลีใต้ บริษัทหลายแห่งในดินแดนโซมจึงแก้ปัญหาด้วยการหันมาผลิตและพัฒนาเกมออนไลน์กันมากยิ่งขึ้นเพื่อเลี่ยงการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยผู้เล่นไม่สามารถเล่นได้ หากไม่เชื่อมต่อกับเซิร์ฟเวอร์¹ ที่ผู้สร้างเปิดให้บริการ ดังนั้น เกาหลีใต้จึงมีจำนวนเกมออนไลน์ที่ผลิตในประเทศมากกว่าประเทศอื่นในโลก ตัวอย่างเช่น บริษัททราวิตีที่ประสบความสำเร็จอย่างมากจากการสร้างเกมเร็กนาร็อกออนไลน์ โดยใช้โมเดลการให้บริการแบบซื้อชั่วโมงการเล่นรายเดือน ในปี 2546 บริษัทสามารถทำกำไรได้มากที่สุดจากการส่งออกขายลิขสิทธิ์ของตัวเกมไปยัง 17 ประเทศ ซึ่งในปีเดียวกันนี้รายได้จากเร็กนาร็อกมีมากถึง 19,140 ล้านบาท และขยับมาเป็น 28,057 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2547 (อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ, 2551, น. 10 – 11 ; Pawana Techavimol, 2553 pp. 158 – 160 ; Moneybuffalo, 2018)

ในประเทศไทย ตลาดธุรกิจแผ่นโปรแกรมและวิดีโอเกมเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ทว่ามูลค่าส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 90 เป็นของกลุ่ม

พวกละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายขาดทุนอย่างมาก เอเชียซอฟท์ได้รับผลกระทบจากปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เช่นเดียวกัน จึงเริ่มเห็นโอกาสขยายธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศ ช่วงเวลานั้นเร็กนาร็อกออนไลน์กำลังได้รับความนิยม เอเชียซอฟท์ได้ติดต่อเข้าเป็นตัวแทนให้บริการเกมดังกล่าวด้วยเซิร์ฟเวอร์ในประเทศไทย (อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ, 2551, น. 10 - 11; ไทยรัฐ, 2557)

กรุงเทพฯ ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2545 ได้มีการตกลงร่วมเซ็นสัญญาระหว่างบริษัททราวิตีและเอเชียซอฟท์ เพื่อนำเร็กนาร็อกออนไลน์เข้ามาเปิดบริการ ตัวเกมถูกแปลงให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของผู้เล่นและโครงสร้างพื้นฐานในประเทศได้แก่ การแปลตัวเกมเป็นภาษาไทย การให้บริการเซิร์ฟเวอร์ภายในประเทศ และระบบการจ่ายเงินเพื่อใช้บริการ เกมเร็กนาร็อกออนไลน์เริ่มทดลองให้บริการแบบ close beta หรือระบบรองรับผู้เล่นแบบจำนวนน้อย ในวันที่ 16 กันยายน จนถึงวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2545 เพียงแค่ 3 เซิร์ฟเวอร์ ได้แก่ Chaos, Loki และ Iris ซึ่งได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก จนต้องเปิดทดลองให้บริการแบบ open beta ในวันที่ 25 ตุลาคมปีเดียวกันเป็นจำนวน 6 เซิร์ฟเวอร์ โดยเพิ่ม Lydia, Fenrir และ Sarah เพื่อทดลองให้บริการกับผู้เล่นจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยในช่วงที่ทดสอบให้บริการมีผู้เล่นมากถึง 250,000 คน ครอบคลุมตั้งแต่เด็กประถมไปถึงมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กมัธยมปลาย ซึ่งนับว่าเป็นตัวเลขที่มากกว่าบริษัทคาดการณ์ไว้ จนกระทั่งเกมเปิดให้บริการแบบคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมงในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ในปีถัดมาเกมมีส่วนแบ่งการตลาดถึง 70% ในกลุ่มธุรกิจเกมออนไลน์ สังคมกลุ่มผู้เล่นเริ่มรวมกลุ่มขยายตัว โดยในปีเดียวกันนี้ มีการแข่งขัน

¹ เซิร์ฟเวอร์ (server) หมายถึง ระบบฐานข้อมูลส่วนกลางของบริษัทผู้ให้บริการเกม ที่ใช้เชื่อมต่อและเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการแต่ละรายเข้าด้วยกัน ใช้ในการเก็บบันทึกข้อมูลการเล่นของผู้ใช้บริการแต่ละราย เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลการเล่นที่เล่นไว้ล่าสุดได้ แม้ผู้เล่นไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์เครื่องเดิมในการเล่น (วิศวะ ลากจงประเสริฐ, 2556 น. 3)

กิลด์วอร์² ระดับประเทศในงาน Ragnarök Thailand Championship ผลพวงเหล่านี้ทำให้ธุรกิจร้านเกมเฟื่องฟูตามไปด้วย (ภูวดล ไชยภริพัฒน์, 2547, น. 45 ; Bangkok Post, 2545 ; เติลินวิส, 2545 ; ฐานเศรษฐกิจ, 2545 ; สมาคมคนรักเกม Ragnarök, 2557)

ผู้เล่นจำนวนมากที่เริ่มเข้ามาลองเล่น ไม่ได้เกิดขึ้นจากแค่เพราะการใช้โครงสร้างพื้นฐานในประเทศ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือแค่การเปลี่ยนภาษาให้เล่นง่ายขึ้นเท่านั้น แต่เป็นเพราะองค์ประกอบสี่เกมด้วยเช่นกัน

“ตัวเกม” แร็กนาร์็อกมีองค์ประกอบสี่เกมของ Juul (2546) ครบทั้ง 6 ข้อ ซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลให้ผู้เล่นต้องใช้เวลาในการเล่น โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ทั้ง 6 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ระบบเกมบังคับให้ผู้เล่นต้องวางแผนเป้าหมายของการเล่น โดยสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ผ่านการเลือกสายอาชีพ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 6 สายหลัก (ภาพที่ 2) ได้แก่ 1. กลุ่มนักรบ (swordman -> knight/crusader) 2. กลุ่มผู้ใช้เวทมนตร์ (magician -> wizard/sage) 3. กลุ่มผู้ใช้ธนู (archer -> hunter/bard, dancer) 4. กลุ่มผู้ค้าขาย (merchant -> blacksmith/chemist) 5. กลุ่มโจร (thief -> assassin/rogue) และ 6. กลุ่มนักบวช (acolyte -> priest/monk) รวมถึงต้องวางแผนการเล่นด้วยการเดินทางออกล่ามอนสเตอร์ ตามแผนที่ต่าง ๆ จำนวนมาก ให้บรรลุไปสู่ level 99

ระดับของนักผจญภัยมีอยู่ 1 – 99 การไต่ระดับขึ้นไปสู่จุดสูงสุดต้องใช้เวลาอันยาวนาน ขณะที่นักผจญภัยอยู่ใน level 12 (36,545 แต้ม) จะต้องเก็บประสบการณ์เป็นจำนวน 5,883 แต้ม จนกว่าจะพัฒนาไปสู่ระดับที่ 13 ขณะเดียวกันผู้เล่นหากอยู่ในระดับ 98 แล้วจะต้องไปถึงระดับ 99 จะต้องเก็บประสบการณ์เป็นจำนวน 2,979,788 แต้ม ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับจำนวนแต้มและความเก่งกาจที่มอนสเตอร์แต่ละตัวที่มีอยู่ ทั้งนี้ หากผู้เล่นเสียชีวิตระหว่างการผจญภัย จะต้องเสียแต้มประสบการณ์และเริ่มต้นเดินทางมาใหม่จากเมืองล่าสุดที่ได้บันทึกการเดินทางไว้ ดังนั้น ผู้เล่นจึงต้องใช้เวลาจำนวนมากในการสังหารมอนสเตอร์ ภูวและกิตติกาจึงวางไว้ให้ผู้เล่นต้องเสียเวลานานอยู่ในรูนิดการ์ด เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่เกมวางไว้

2. ผลลัพธ์การเล่นที่เปลี่ยนแปลงได้: กว่าจะไปสู่ level 99 ได้ต้องใช้เวลาอันยาวนาน เกมจึงมีระบบที่ผู้เล่นสามารถเลือกการผจญภัยได้ 2 รูปแบบ คือ 1. การผจญภัยแบบคนเดียว เป็นวิธีที่ผู้เล่นต้องใช้ความสามารถและกลยุทธ์เพื่อเอาชนะมอนสเตอร์ด้วยตนเองเป็นหลัก ซึ่งใช้เวลาค่อนข้างนาน เนื่องจากต้องใช้ทุนทรัพย์เป็นจำนวนมากเพื่อพัฒนาตนเองให้เก่งในการต่อสู้ และ 2. การผจญภัยเป็นกลุ่ม เป็นการออกล่ามอนสเตอร์ด้วยระบบปาร์ตี้ (party) คือการรวมกลุ่มออกไปช่วยกันล่ามอนสเตอร์ ส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยผู้เล่นหลากหลายอาชีพ เพื่อใช้จุดเด่นของกันและกันในการปราบมอนสเตอร์และช่วยชีวิตเพื่อนร่วมกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ผู้เล่นสามารถสลับรูปแบบการเดินทางได้อย่างอิสระขึ้นอยู่กับความสะดวกและจำเป็น ในแต่ละครั้งที่เข้าเล่นเกม (สุภาพร ยงยศ, 2548, น. 83-88)

² กิลด์วอร์ หรือ Guild War เป็นกิจกรรมสู้รบระหว่างกิลด์ โดยเริ่มจากการรวมกลุ่มขนาดใหญ่ของกลุ่มผู้เล่นให้อยู่ในกิลด์เดียวกัน ซึ่งมีสมาชิกจำนวนสูงสุด 36 คน มีการเก็บค่าประสบการณ์ของกิลด์กับสมาชิกภายในกลุ่ม การรวมกลุ่มเช่นนี้เป็นไปเพื่อสู้รบแย่งชิงพื้นที่ปราสาทของเมืองต่าง ๆ ภายในเกม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการเกมเป็นผู้กำหนดว่า จะมีกิจกรรมวันใดบ้างในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละเซิร์ฟเวอร์ (สุชาติ วัฒนอมรเกียรติ, 2548, น. 4 - 5)



ภาพที่ 2 อาชีพพื้นฐาน 6 สายหลักในเกม
แรกนาร็อกออนไลน์

3. ผลลัพธ์การเล่นที่กำหนดค่าได้ กล่าวคือ ผู้เล่นสามารถกำหนดเทคนิคการเล่นเองได้ แต่ละสายอาชีพมีวิธีการเล่นไม่เหมือนกัน ผู้เล่นสามารถกำหนดได้ว่าการเล่นแบบใดเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด โดยเฉพาะเมื่อถูกจำกัดเวลาการเล่นเป็นรายชั่วโมงด้วยการเติมบัตร @cash ตัวอย่างเช่น ผู้เล่นกลุ่มผู้ใช้เวทมนตร์ที่พัฒนามาเป็นอาชีพ Sage³ สามารถเล่นได้ทั้งแบบใช้งานในระบบกิลด์วอร์ โดยเน้นพัฒนาสถานะความทนทานต่อการโจมตี และเพิ่มความแม่นยำรวดเร็วในการร่ายเวทมนตร์ก่อนวอร์ ซึ่งกว่าจะถึง level 99 ได้ต้องเล่นแบบกลุ่มเท่านั้น (คอมพ์เกมเมอร์, 2548, น. 37) ขณะเดียวกัน Sage สามารถเล่นคนเดียวได้ แต่ต้องเปลี่ยนมาเน้นโจมตีทางกายภาพด้วยความรวดเร็วกับการใช้ทักษะ Auto-Spell⁴ เป็นหลัก

ทั้งนี้ จากการสังเกต รวบรวมข้อมูล และเล่นอาชีพดังกล่าวนี้เองของผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา อาชีพนี้มีพลวัตที่น่าสนใจตรงที่หลัง

พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา⁵ การเล่นแบบเน้นทักษะ Auto-Spell เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากการรวมกลุ่มของผู้เล่นเริ่มลดลง เป็นผลจากบริบทความนิยมในตัวเกมเริ่มซบเซา เพราะพฤติกรรมผู้เล่นบางกลุ่มที่เริ่มทำสายสังคมเกมตั้งแต่เกมเปิดให้บริการได้ไม่นาน กอปรกับบริบทการแข่งขันอันดุเดือดของอุตสาหกรรมผู้ให้บริการเกมออนไลน์ (ประเด็นนี้ผู้วิจัยจะอภิปรายเพิ่มเติมในส่วนปัจจัยความซบเซา) ผู้เล่นจึงต้องพึ่งพาตนเองมากยิ่งขึ้น ด้วยการเปลี่ยนมาเล่นสายโจมตีทางกายภาพ หรือ Auto-Spell แทนการพึ่งพาผู้อื่นแบบสายการเล่นที่ใช้งานในกิลด์วอร์

อนึ่ง หลังการเพิ่มอาชีพ TeKwon Kid -> "Soul Linker" เข้ามาในภายหลัง ซึ่งมีทักษะ Sage Spirit สนับสนุนให้ทักษะ Auto Spell ของอาชีพ Sage สามารถแสดงผลเป็นเวทมนตร์ธาตุ bolt level 10 ได้ จากเดิมที่แสดงผลได้แค่ level 3 ทำให้เริ่มเห็นการผลิตคอนเทนท์ในโลกอินเทอร์เน็ต เพื่อแนะนำการเล่นสาย Auto-Spell มากยิ่งขึ้น เพื่อล่อลวงสตอรี่ได้ตามลำพัง จนแทบไม่ต้องออกผจญภัยแบบปาร์ตี้ เหมือนในอดีต (Achina Limanwat, 2566)



ภาพที่ 3 ตัวละครอาชีพ Sage ที่พัฒนามาจาก
Magician

³ Sage เป็นอาชีพหนึ่งในเกมแรกนาร็อกที่พัฒนามาจากอาชีพ Magician เมื่อเก็บ Job level ได้ครบ 40 – 50 ระดับ อาชีพนี้โดดเด่นในด้านการใช้ความสามารถก่อนวอร์และลบล้างเวทมนตร์ได้โดยมีข้อด้อยคือการโจมตีทางกายภาพและเวทมนตร์ไม่หลากหลายมากนักเมื่อเทียบกับหลายอาชีพในเกม จึงเป็นอาชีพที่นิยมเล่นเพื่อช่วยเหลือการต่อสู้ของเพื่อนร่วมทีม (Achina Limanwat, 2566)

⁴ Auto-Spell เป็นทักษะการโจมตีของอาชีพ Sage เมื่อร่ายทักษะนี้แล้ว ผู้เล่นสามารถโจมตีทางกายภาพด้วยอาวุธหนังสือ พร้อมกับมีเวทมนตร์ธาตุ (ไฟ น้ำแข็ง ดิน สายฟ้า และวิญญาณ) โจมตีศัตรูด้วยเช่นกัน (Achina Limanwat, 2566)

⁵ จากการรวบรวมหลักฐานก่อน 2549 ผู้วิจัยยังไม่พบการแนะนำแนวทางการเล่นสายนี้ในไทย เท่าที่พบเห็นแค่การแนะนำว่าใช้มิดหรือหนังสือเป็นอาวุธดีกว่ากัน (ฟิวเจอร์เกมเมอร์, 2548, น. 14 - 15)

4. ผู้เล่นต้องใช้ความพยายาม: มอนสเตอร์ที่สังหารมีแต้มประสบการณ์มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเก่งกาจและระดับชั้น เช่น Poring อยู่ในระดับพื้นฐาน มีแต้มประสบการณ์อยู่เพียง 2 เท่านั้น ต่างจาก Osiris ที่มีแต้มอยู่ถึง 71,500 แต่ทั้งนี้ Osiris เป็นระดับหัวหน้า มีทักษะการโจมตีที่รุนแรง จึงปราบได้ยากกว่า เมื่อเทียบกับแต้มที่ผู้เล่นต้องเก็บจาก level 98 ถึง 99 ด้วยการปราบ Osiris ตามล่ำฟัง ต้องสังหารถึงราว 42 ครั้ง ซึ่งแทบเป็นไปได้ยากในการเล่นจริง (ธนาคาร รัชชรัตน์, 2550, น. 39 - 41)

ความพยายามในการสังหารมอนสเตอร์นอกจากเพื่อเก็บสะสมแต้มประสบการณ์แล้วยังเพื่อล่าสมบัติมาสวมใส่สำหรับเพิ่มความเก่งกาจและความสามารถของตัวละครด้วย ทั้งนี้ อุปกรณ์ต้องได้รับการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือ upgrade ของสวมใส่ หรือที่เรียกกันติดปากในกลุ่มผู้เล่นว่า “การตีบวก” การตีบวกนี้ผู้เล่นต้องเข้ารับบริการกับ NPC⁶ ซึ่งกระจายตัวอยู่ตามเมืองหลัก เช่น Prontera และ Morroc หากต้องการตีบวกเครื่องแต่งกายต้องใช้แร่ Oridecon ขณะที่อาวุธต้องใช้แร่ Elunium ทั้งคู่หาได้จากการเล่นมอนสเตอร์ที่มีระดับความเก่งกาจปานกลางจนถึงมาก การตีบวกเริ่มจาก +1 ไปจนถึง +12 ยิ่งอุปกรณ์หรืออาวุธชิ้นใดมีค่าบวกมากเท่าไร ความสามารถและราคาขายตามท้องตลาดยิ่งสูงขึ้นมากเท่านั้น เพราะยิ่งตีบวกสูงขึ้น เปอร์เซนต์ความเสี่ยงที่อุปกรณ์จะเสียหายก็มีมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งหากไม่สำเร็จอุปกรณ์หรืออาวุธก็จะหายไปทันที

ระบบตีบวกทำให้ผู้เล่นต้องทุ่มเทเวลายาวนานอยู่ในดินแดนรูนมิติการ์ด เนื่องจากอุปกรณ์สวมใส่ที่นำมาตีบวกต้องสะสมเป็นจำนวนมากจากการล่ามอนสเตอร์ แอม้อตราการตกหล่นมอนสเตอร์ตายก็ยังนับเป็นเปอร์เซนต์ อีกทั้งแร่

ทั้งสองชนิดยังต้องเก็บรวบรวมเป็นจำนวนมากเพื่อป้องกันการเสียหายจากอตราการตีบวก การเสี่ยงดวงจากการตีบวกเป็นสิ่งที่ผู้เล่นชื่นชอบและทุ่มเทเวลาให้ เพราะมีราคามหาศาล หัวหน้ากิลด์ ~One●For●All~ กล่าวว่า เขาตีบวกทุกวัน วันไหนได้ +5 แล้วแตกจะหยุดเลยเพราะคงไม่มีโชคเคยได้ +9 ไม่กล้าตีต่อกลัวแตก แค่นี้ก็รวยแล้ว เช่นเดียวกับหัวหน้ากิลด์ 16-คนโหนด ที่กล่าวไว้ว่า อุปกรณ์ทั้งตัว +9 หมด รวมกันราคาประมาณ 700 กว่าล้าน Zeny⁷ ใส่ชุดทั้งหมดนี้ตอนกิลด์วอร์และล่าบอส เพราะทำให้ทนทาน แข็งแรงมาก เป็นต้น (สุชาติ วัฒนอมรเกียรติ, 2548, น. 39 - 40) อย่างไรก็ตาม หลังจากเกมเพิ่มกลุ่มอาชีพ High Class เข้ามาแล้ว อาชีพ Mastersmith สามารถตีบวกของตัวเองโดยไม่ต้องพึ่ง NPC ซึ่งมีโอกาสสำเร็จได้มากกว่า 10% หากมี job level 70 (คอมพ์เกมเมอร์ ฉบับ 86, 2548, น. 6)

นอกจากการตีบวกจะสำคัญแล้ว สิ่งของมีค่าที่ผู้เล่นต้องหามาเพื่อเสริมความสามารถของตนเองอีกอย่าง คือ “การ์ด” ของมอนสเตอร์ ซึ่งได้รับหลังจากสังหารมอนสเตอร์ได้สำเร็จ ส่วนใหญ่ทุกตัวจะตกการ์ดแต่เป็นสิ่งที่หายาก เพราะอตราการตกมีอยู่เพียง 0.01% แต่ละใบจะมีความสามารถแตกต่างกันไป ยิ่งคุณสมบัติเป็นไปเพื่ออำนวยความสะดวกในการเล่นมาก ราคาจะยิ่งสูงมาก เช่น การ์ดแมลงทอง หรือ Golden Bug ที่มีความสามารถในการสะท้อนพลังเวทมนตร์ทั้งหมด เป็นที่ต้องการสูงมากในตลาด ผู้เล่นบางคนถึงกับพร้อมจ่ายเงินให้กับการ์ดใบนี้ โดยไม่ต้องรองว่าจะเป็นสกุล Zeny ในรูตมิติการ์ด หรือเงินบาทในโลกแห่งความเป็นจริง (สุชาติ วัฒนอมรเกียรติ, 2548, น. 40 - 41)

5. ความรู้สึกของผู้เล่น: เมื่อประสบความสำเร็จจากการเล่นได้ ย่อมเกิดความรู้สึกที่แตกต่างหลากหลาย เนื่องจาก ผู้เล่นเอาประสบการณ์

⁶ NPC ย่อมาจาก non-player character หมายถึง ตัวละครที่ผู้เล่นไม่ได้ควบคุม

⁷ Zeny เป็นสกุลเงินของเกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์

และตัวตนทับซ้อนลงไปในตัวละครเกม ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมต่อเหตุการณ์ ๆ (ชินวร พาดิษฐ์, 2550, น. 70-76) เช่น เมื่อสังหารมอนสเตอร์ระดับหัวหน้าร่วมกับปาร์ตี้ได้สำเร็จ ก็รู้สึกดีใจร่วมกับเพื่อนในกลุ่ม (สุภาพร ยงยศ, 2548, น. 86-88) บางครั้งอาจเกิดความรู้สึกด้านลบได้เช่นกัน เช่น กรณีการแบ่งผลประโยชน์ไม่ลงตัวในกิจกรรมกิลด์วอร์ (สุชาติา วัฒนอมรเกียรติ, 2548, น. 46-51) เป็นต้น

6. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของผู้เล่น: ความรู้สึกร่วมในการเล่นโดยเฉพาะเมื่อต้อง มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้เล่นอื่นในเกม อาจนำไปสู่การพัฒนาสัมพันธภาพนอกเกมได้ เนื่องจากเกมมีระบบการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยมาก เช่น ระบบแชท (chat), ระบบการซื้อขายระหว่างผู้เล่น (deal), ระบบแต่งงาน, ระบบปาร์ตี้, ระบบต่อสู้ระหว่างผู้เล่น และระบบกิลด์วอร์ อีกทั้งยังมีการใช้โปรแกรม MSN เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารนัดพบ ตัวอย่าง เช่น การสานสัมพันธ์แบบคู่รักของ ไมเคิล โอเวน (นามแฝง) ที่กล่าวว่า รู้จักกับแฟนในเกม ช่วยเหลือกันตลอด เคยจนขอ MSN เบอร์โทรศัพท์กัน จนมีการนัดออกมาเที่ยว คบกันมาเรื่อย ๆ ก็ได้ 2 ปีแล้ว (สิทธิชัย สาตราหา, 2550, น. 99 - 100) และการนัดสังสรรค์ของสมาชิกในกิลด์ เช่น กิลด์ ~● “อักขระเทพ” ●~ (ฟิวเจอร์เกมเมอร์, 2548, น. 21) (ภาพที่ 4) บางกรณีอาจเป็นเหตุการณ์ในเชิงลบได้เช่นกัน เช่น กรณีโจร 5 คนหลอกลวงซื้อขายสกุลเงินในเกมกับเงินจริง จนเกิดเป็นคดีกรรโชกทรัพย์เมื่อปี 2546 เป็นต้น (ไทยรัฐออนไลน์, 2546)



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการนัดสังสรรค์ของกิลด์

~● “อักขระเทพ” ●~

ที่มา : ฟิวเจอร์เกมเมอร์, 2548, น. 21)

สังคมไทยรู้จักวิดีโอเกมตั้งแต่กลางทศวรรษ 2520 แล้ว จากการนำเครื่องวิดีโอเกม Atari ของสหรัฐอเมริกา เข้ามาจำหน่ายในปี 2525 ตามด้วย Nintendo จากญี่ปุ่นใน พ.ศ. 2529 ช่วงเวลานี้ผู้เล่นในไทยนิยมวิดีโอเกมที่ต่อกับโทรทัศน์มากที่สุด (กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, 2538, น. 18-21; สุชาติา สัจจสันถวไมตรี, 2542, น. 2-5) จนกระทั่งหลัง พ.ศ. 2535 เกมคอมพิวเตอร์เริ่มได้รับความนิยมจากการผลิตออกมาหลากหลายแนว เช่น แนว Simulation (SimCity, Age of Empire) แนว Turn-base/Real time strategy (Battle Realms, Warcraft) และแนว RPG⁸ (Diablo, Summoner) เป็นต้น (ชินวร พาดิษฐ์, 2550, น. 3-4)

ดังนั้น กลุ่มผู้เล่นล้วนคุ้นเคยกับแนวเกมหลากหลายที่เคยมีมาก่อนหน้าเรีกนาร็อกแล้ว ตัวอย่างที่ชัดเจนจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เล่นเด็กของชินวร พาดิษฐ์ (2550) คือ Diablo II: Lord of Destruction ในปี 2543 (ชินวร พาดิษฐ์, 2550, น. 44-45, 50-54; Ilikero, 2555) เนื่องจากมีระบบ

⁸ RPG ย่อมาจาก Role-Playing Game หมายถึง เกมเล่นตามบทบาท เป็นลักษณะเกมที่ผู้เล่นสมมติบทบาทเป็นตัวละครหนึ่งในเกม เล่นตามกติกาและเนื้อเรื่องที่เกมวางไว้

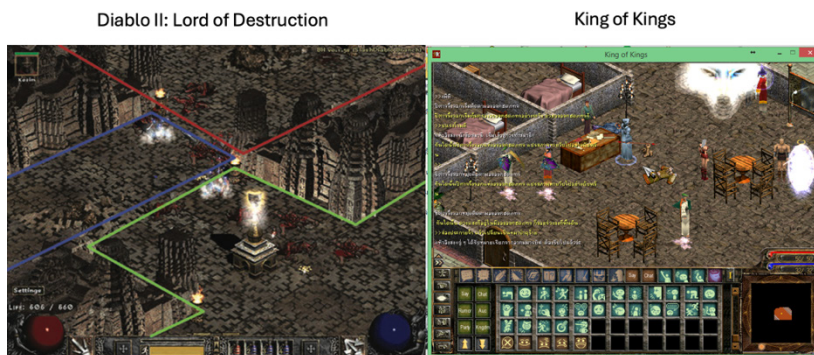
เกมที่คล้ายคลึงกับเร็กนาร์็อกออนไลน์ เช่น การสวมบทบาทแบบ RPG เพื่อเลือกอาชีพตัวละครที่มีความสามารถแตกต่างกัน, การสุม่อัตราการตกของ items, และระบบการต่อสู้ด้วยธาตุต่าง ๆ ที่แพ้ทางกัน (Holleman, 2019, pp. 3-40) รวมถึงมุมมองการเล่นแบบพระเจ้า กล่าวคือ ผู้เล่นเหมือนมองมาจากฟ้าเห็นทุกซอกทุกมุมของฉากและตัวละครเกม จนกำหนดทิศทางของตัวละครได้รอบด้าน ถึงกระนั้น ความต่างสำคัญอยู่ตรงที่เร็กนาร์็อกเป็นเกมออนไลน์ บางกลุ่มอาชีพไม่สามารถต่อสู้ตามลำพังได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องร่วมมือกันในระบบปาร์ตี้ ซึ่งต่างจาก Diablo II ที่ทุกอาชีพสามารถสู้ได้ตามลำพัง เพราะไม่ใช่เกมออนไลน์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เร็กนาร์็อกไม่ใช่เกมออนไลน์แรกในไทย ก่อนหน้านั้นมีเกม King of Kings เข้ามาเปิดตัวในปี 2544 อยู่ก่อนแล้ว แต่ไม่ได้รับความนิยมมากเท่า (ไวท์ซ็อค, 2557) เนื่องจากเกมเร็กนาร์็อกมีองค์ประกอบภาพสามมิติที่สดใส ตัวละครน่ารักตามแบบการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งเข้ากันได้กับวัฒนธรรมบริโภคนิยม (popular culture) ของชาวไทยที่มีต่อวัฒนธรรมญี่ปุ่น โดย

เฉพาะ ภาพยนตร์การ์ตูน (animation) ซึ่งมีมาตั้งแต่ราวทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา (โดม ไกรปกรณ์, 2565, น. 19)

นอกจากนั้น เร็กนาร์็อกยังผสมความสามารถในการติดต่อสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ตด้วยระบบแชท ซึ่งเป็นรูปแบบการพูดคุยแบบเรียลไทม์ ที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2541 จากโปรแกรม Pich98, QQ และโดยเฉพาะ MSN ที่ผู้เล่นเร็กนาร์็อกส่วนใหญ่ใช้เป็นสื่อกลางในการสานสัมพันธ์และนัดพบพูดคุยกันในโลกจริง ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของเกมที่สามารถเกิดขึ้นในชีวิตจริงของผู้เล่นได้ (อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ, 2551, น. 16; SabuySmile, 2564)

เพราะฉะนั้น จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ตัวเกมจะประสบความสำเร็จ เพราะเร็กนาร์็อกออนไลน์ผสมองค์ประกอบเกม และระบบการสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ตที่ผู้เล่นในไทยคุ้นเคยได้อย่างลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับความนิยมในการเสพสื่อบันเทิงของสังคมไทย ณ ขณะนั้น ทำให้ผู้เล่นติดต่อกับการใช้ชีวิตในดินแดนจินตนาการเป็นเวลานาน



ภาพที่ 5 (ซ้าย) ตัวอย่างเกม Diablo II: Lord of Destruction (ที่มา : Holleman, 2019)
(ขวา) ตัวอย่างเกม King of Kings (ที่มา : ไวท์ซ็อค, 2557)

ในส่วนของ “ผู้เล่น” จากการศึกษา ปัจจัยการเล่นเกมนในงานวิจัยที่มุ่งศึกษาพฤติกรรม ของผู้เล่นเกม ซึ่งส่วนใหญ่ใช้กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกรณีศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเล่น ตามการชักชวนของกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก (จิรดา มหาเจริญ, 2547; ญัฐพิชา โชควิศาชัย และ สุวิมล จุฬราหะวงศ์, 2549; อนิรภร อินเฉิดฉาย, 2549; ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์, 2549; ธนาคาร รัชช รัตน์, 2550; รัตนาวรรณ หอมเนียม, 2550) จึงนำ มาสู่การตั้งคำถามว่า แท้จริงแล้วกลุ่มเด็กและ เยาวชนในช่วงทศวรรษ 2540 – 2550 ติดเกมหรือ ติดเพื่อนกันแน่ เพราะคำตอบที่ได้ซับซ้อนกว่าแค่ ความสนุกของเกมที่ตั้งใจให้ติดเท่านั้น อนึ่ง ชินวร ฟาดิษฐ์ (2550, น. 46-56, 120-124) ได้สรุปให้ เห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้เด็กเล่นเกมเกิดจากการ ชักชวนของเพื่อนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นมาตั้งแต่ แรกนาร็อกออนไลน์เปิดให้บริการ ทำให้เกม ออนไลน์กลายเป็นศูนย์กลางในกิจกรรมยามว่าง ของเด็ก เพราะหากไม่เล่นเกมจะดูแปลกแยก กลายเป็นความกดดันให้เด็กต้องเล่นเกม ใน โรงเรียนประถมที่คุยก็เกี่ยวกับเกม หลังเลิกเรียน อินเทอร์เน็ตคาเฟ่กลายเป็นพื้นที่ทางสังคมของ เด็ก ร้านเกมคอมพิวเตอร์จึงเติบโตอย่างมากเพื่อ สสนองความต้องการดังกล่าวนี้ (เนรมิต เนตรมงคล, 2564)

การรวมตัวของกลุ่มผู้เล่นได้สร้าง วัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม (subculture) ผ่านการสร้าง คำมาใช้ในกลุ่มผู้เล่น จนกลายเป็นวัฒนธรรมการ สื่อสารเฉพาะ คำใหม่เหล่านี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อ อธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ ในเกม เช่น “บีมเรด/อัด ไวท์” คือ การกินยาเพิ่มพลังเพื่อสู้กับมอนสเตอร์, “แจม” เป็นกิริยาที่หมายถึงการแย่งฆ่ามอนสเตอร์ ของผู้อื่น, “ตูด” เป็นการถากถางสมาชิกในปาร์ตี้ ที่ไม่ยอมออกแรงช่วยสู้มอนสเตอร์ เป็นต้น บาง กรณีมีการออกเสียงผิดหลักภาษา เช่น สหอดแมน ใช้เรียก swordsman เป็นต้น คำเหล่านี้ถูกนำมา

เปรียบเปรยใช้กับเหตุการณ์ในโลกจริงที่คล้ายคลึง กัน เช่น การใช้คำว่าตูดกับเพื่อนที่ไม่ช่วยทำ รายงาน หรือการใช้คำว่า แจม กับเพื่อนที่กำลัง กวนการอ่านหนังสือ (ชินวร ฟาดิษฐ์, 2550, น. 76-77) เป็นต้น

ดังนั้น ความรู้และทักษะการเล่นเกม จึงกลายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการเข้าถึงสังคม ในสมัยนั้น เพราะเพื่อนที่โรงเรียนก็เล่นเกมและ เข้าร้านเกมเหมือนกัน ใช้ภาษาแบบเดียวกันหมด การเข้าถึงสังคมจึงต้องเรียนรู้การเล่นเกม เกมออนไลน์ จึงกลายเป็นศูนย์กลางในการใช้ชีวิตมากยิ่งขึ้น

โดยสรุป ความสำเร็จของเกมแรกนาร็อก ตลอดทศวรรษ 2540 โดยประมาณ เกิดขึ้นจาก การตัดสินใจประกอบธุรกิจเกมออนไลน์ของบริษัท เอเซียซอฟท์ภายใต้บริบทการละเมิดลิขสิทธิ์ใน กลุ่มธุรกิจวิดีโอเกม, องค์กรประกอบสื่อเกมที่สามารถ ดึงดูดให้ผู้เล่นใช้เวลาในดินแดนเสมือนจริง, และวัฒนธรรมการรวมกลุ่มของผู้เล่นเกมแรกนาร็อก ออนไลน์ทั้งในโลกเกมและโลกจริง

ความซับซ้อนของเกมแรกนาร็อก ออนไลน์สามารถเห็นได้จาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1. การใช้โปรแกรมช่วยเล่นของผู้เล่นบางกลุ่ม และ 2. บริบทการแข่งขันอันดุเดือดของอุตสาหกรรมผู้ ให้บริการเกมออนไลน์ในไทย ระหว่างทศวรรษ 2540 - 2550

พฤติกรรมบางกลุ่มของผู้เล่นนำไปสู่ ความซับซ้อนของเกมเช่นกัน เมื่อมีการใช้โปรแกรม ช่วยเล่น หรือ “บอท” ส่งสมความมั่งคั่งทั้งในและ นอกเกม การใช้บอทเป็นกระแสรุกละแลกเปลี่ยน เงินจริงกับเงินในเกม (Real Trade Money) ที่ เติบโตและได้รับความนิยมในหมู่ผู้เล่นเกมทั้ง เกาหลีใต้ จีน และได้หวัน กับเกม Starcraft และ Linage ตั้งแต่ราวทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ซึ่ง เป็นสิ่งผิดกฎหมายเพราะถือเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ (สกลกรย์ สระเกวี, 2551)

เมื่อแรกนาร็อกออนไลน์เข้าไทย

กระแสนี้เผยแพร่มากตามเข้ามาด้วย เนื่องจากทำให้ผู้เล่นเกมสามารถสร้างรายได้จากการขายสกุลเงิน Zeny ในเกมกับเงินบาท และพัฒนาตัวละครได้รวดเร็วกว่าการเล่นปกติ เพราะสามารถเปิดบอทได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นปัญหาที่ทำให้เกิดเงินเฟ้อและทำลายสังคมในเกม เพราะทำให้เกมเต็มไปด้วยตัวละครที่ไม่มีชีวิต ขาดการสร้างปฏิสัมพันธ์แย่งทรัพยากรจากผู้เล่นจริง จนทำให้ต้องย้ายไปเล่นเกมออนไลน์อื่น บอทจึงเป็นหนึ่งเหตุผลหลักที่ผู้เล่นส่วนใหญ่ทยอยเลิกเล่นไปตามกาลเวลาก่อนเกมจะปิดให้บริการใน พ.ศ. 2559 (ปลายฟ้า นัยพิน, 2563, น. 43-49)

ความชอบนอกจากเป็นเพราะพฤติกรรมการใช้โปรแกรมช่วยเล่นแล้ว บริบทการแข่งขันอันดุเดือดของอุตสาหกรรมผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในช่วงหลังทศวรรษ 2540 ก็มีความสำคัญเช่นกัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรมการให้บริการเกมออนไลน์ในไทย เป็น “บริบท” สำคัญที่ทำให้เร็กนาร์ร็อกออนไลน์ประสบความสำเร็จ เนื่องจากตลอดระยะเวลา 15 ปี การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ดุเดือดมาก หากมีเกมเปิดให้บริการใหม่ ผู้เล่นมักจะย้ายตามเพื่อนฝูงไปทดลองเล่น เปรียบดังการอพยพของฝูงต๊กแตน (วิศวะ ลากจง ประเสริฐ, 2556, น. 22-23; MGR Online, 2556) เป็นผลให้เอเชียซอฟท์ต้องปรับตัวทั้งระดับองค์กรและการให้บริการเกม โดยเห็นได้จากความเปลี่ยนแปลงในการให้บริการเกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์ 3 ช่วงเวลา ดังนี้

1. ช่วง airtime sale (2545 - 2549): ดังที่กล่าวไปแล้วว่า นับตั้งแต่เกมเปิดตัวจนถึงปี 2547 เร็กนาร์ร็อกมีส่วนแบ่งการตลาดถึง 70% อีกด้านหนึ่ง ความนิยมอย่างล้นหลามสร้างความกังวลใจให้กับสังคมในประเด็นเด็กติดเกม โดยกลางปี 2546 มีมาตรการบังคับให้ปิดบริการเกมเร็กนาร์ร็อกระหว่างเวลา 22.00 – 06.00 น. รวม

ถึงปิดบริการร้านเกมในเวลาเดียวกันด้วย ทั้งนี้มาตรการนี้ถูกยกเลิกในเดือนตุลาคม เนื่องจากถูกต่อต้านจากกลุ่มผู้เล่น ผู้ประกอบการร้านเกม และผู้ให้บริการเกม (สยามธุรกิจ, 2546)

ใน พ.ศ. 2548 เกิดจุดเปลี่ยนกับเกมเร็กนาร์ร็อก 3 ประเด็น ได้แก่ 1. บริษัทเริ่มบริหารธุรกิจขนาดใหญ่ยิ่งขึ้น เนื่องจากทำกำไรที่เติบโตถึง 118 ล้านบาท 2. บริษัทพยายามรักษาความเป็นอันดับหนึ่งด้านส่วนแบ่งการตลาดไว้ด้วยการนำเกมโยวกังยู่ทหพครบสลัง (Yulgang) เกม MMORPG คล้ายเร็กนาร์ร็อก เข้ามาเปิดให้บริการ และ 3. การเข้ามาของเกมแนว casual ที่เล่นจบง่าย กติกาไม่ซับซ้อน เช่น เกมปังกยา (Pangya) จากบริษัทอินทรีดิจิตอล ทำให้ใน พ.ศ. 2549 เอเชียซอฟท์ขยายกิจการในลักษณะที่เริ่มห่างไกลจากตัวตนของเกมเร็กนาร์ร็อกมากยิ่งขึ้น เช่น 1. บริษัทขยายฐานลูกค้าด้วยการเปิดให้บริการเกมอดิชั่น เกมแข่งเต็นแนว casual เพราะต้องการสร้างภาพลักษณ์ของเกมในเชิงบวกที่ไม่เล่นจนติดเหมือนเร็กนาร์ร็อก 2. บริษัทขยายกิจการไปยังต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เพราะการแข่งขันน้อยกว่าไทย และ 3. การเปิดให้บริการเกมกรานาดา เอสปาดา (Granado Espada) เกม MMORPG ที่ผู้บริหารหวังว่า ด้วยภาพที่สมจริง ผู้เล่นเดิมจากเร็กนาร์ร็อกจะเข้ามาเล่นเกมนี้ และต้องการให้ขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่งแทน (ประชาชาติธุรกิจ, 2549)

ผู้เล่นในเกมเองเริ่มลดลง เห็นได้จากการรวบรวมเซิร์ฟเวอร์เกม จากที่เคยมีอยู่ 23 เซิร์ฟเวอร์ ถูกปรับลดลงเหลือ 6 เซิร์ฟเวอร์ ในเดือนพฤษภาคม ปี 2550 กอปรกับผู้ให้บริการเกมออนไลน์เริ่มมีจำนวนมากขึ้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้จึงดุเดือดมาก ผู้ให้บริการหันมาเปิดให้เล่นเกมฟรีเพื่อเรียกลูกค้า โดยในปี 2548 เกมเก็บค่าบริการแบบ airtime sale มีอยู่ราว 12 เกม จาก 10 บริษัท ซึ่งในปี 2550 ลดเหลือ เพียง 4 เกม จาก 3 บริษัทเท่านั้น (MGR Online, 2549,

2550)

2. ช่วง hybrid sale (2550 เป็นต้นมา): แร็กนาร์ร็อกเป็นเพียงเกมเดียวในเอเชียซอฟต์แวร์ที่มีเซิร์ฟเวอร์ทั้งแบบ airtime sale และเซิร์ฟเวอร์แบบ free airtime ที่เปิดให้เล่นฟรีแต่ต้องซื้อ items ในเกม โดยในปี 2550 เปิดให้บริการ 4 เซิร์ฟเวอร์ ขณะที่ในปีถัดมา คอวรัมเซิร์ฟเวอร์ airtime sale ทั้งหมดเหลือเพียงแค่ Norse เซิร์ฟเวอร์เดียว ซึ่งถือว่ารายได้จากการเติมชั่วโมงเล่นเกมด้วยบัตร @cash ของแร็กนาร์ร็อกลดลงไปมาก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้กล่าวยืนยันไว้ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นปี 2553 ว่าแร็กนาร์ร็อกไม่สามารถสร้างกำไรได้เป็นอันดับหนึ่งเหมือนช่วงปีแรก ๆ ที่เปิดให้บริการ

“ในปัจจุบัน ประเทศไทยเรามีสินค้าที่ generate รายได้อันดับ 1 เนี่ย จริง ๆ ไม่ใช่แร็กนาร์ร็อกหลายปีแล้ว ปัจจุบันอยู่อันดับเกือบ ๆ top five แต่ไม่ใช่อันดับ 1 ... เบอร์หนึ่งของเราก็ประมาณ 20 – 30% เบอร์สองก็ประมาณ 10 กว่าปลาย ๆ ไม่ใช่ว่าเกมไหนหยุดสักเกมหนึ่งแล้วบริษัทนี้จะไปแล้ว ผมว่าเราผ่านจุดนั้นมาแล้ว นั่นคือเหตุผลที่เราเปิดตัวสินค้าที่หลากหลายหลาย แล้วก็หลายบริษัท แล้วก็หลายประเทศด้วย เพราะเราต้องการกระจายความเสี่ยงอยู่แล้ว” (Asphere, 2010)

หลังปี 2550 เกิดความเปลี่ยนแปลง 3 ประการหลักกับตลาดเกมออนไลน์ 1. ปี 2551 เกมออนไลน์จากจีนเริ่มเข้าในไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งนำเข้ามาโดยไม่คิดค่าลิขสิทธิ์แต่ใช้วิธีแบ่งรายได้จากการให้บริการในประเทศไทย หากไม่ประสบความสำเร็จ ผู้ให้บริการในไทยก็ไม่มีต้นทุนค่าลิขสิทธิ์ ทำให้เกิดการแข่งขันสูงมากในตลาดเกมออนไลน์ 2. เกมบน social media เริ่มเข้ามาในประเทศไทย พร้อมกันเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน และ 3. การเข้ามาของกระแสการเล่นเกมเพื่อกีฬาหรือ eSport ในกลุ่มเกมประเภทยิงปืน FPS (First

Person Shooting) และเกมโมบ้าที่ต่อสู้ประชันฝีมือกัน (Multiplayer Online Battle Arena - MOBA) (วิศวะ ลากจงประเสริฐ, 2556, น. 28-29)

ระหว่าง พ.ศ. 2550 – 2556 เอเชียซอฟต์แวร์จึงพยายามปรับตัวด้วยการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนขยายกิจการไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหลัง 2556 ที่พยายามเข้าไปเปิดตลาดในกลุ่มอินโดจีน พม่า และกัมพูชา ทั้งนี้ แร็กนาร์ร็อกไม่ได้ถูกรวมเป็นหนึ่งในเกมที่น่าไปให้บริการในต่างประเทศ อีกทั้งยังพยายามให้บริษัทเป็นศูนย์รวมความบันเทิงโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่น การเปิดสถานีวิทยุออนไลน์ การขายพื้นที่โฆษณาภายในเกม และการขาย Kingsoft โปรแกรม anti-virus ในปี 2553 (ประชาชาติธุรกิจ, 2553) เป็นต้น

3. ช่วงตลาดเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน (2555 เป็นต้นมา): จากบริบทตลาดเกมออนไลน์ที่กล่าวมา หลังปี 2555 เอเชียซอฟต์แวร์ปรับกลยุทธ์อีกครั้งใน 3 แนวทาง ได้แก่ 1. รุกทำตลาดเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน เช่น Strife, Drag-onica และ Heroes of the Storm 2. บริษัทเลือกเกมมาให้บริการจากผู้สร้างเกมระดับโลกแทน เช่น DC Universe Online และ CAPCOM ซึ่งต่างจากที่เคยเลือกจากผู้พัฒนาจากเกาหลีใต้ เช่น แร็กนาร์ร็อกออนไลน์ และอดิชั่น (ประชาชาติธุรกิจ, 2556) และ 3. บริษัทพยายามควบรวมการบริหารงานและตัดจ่ายลิขสิทธิ์เกมที่ไม่ได้รับความนิยมเนื่องจากผู้เล่นเปลี่ยนมาเล่นเกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟนมากกว่าคอมพิวเตอร์ โดยหลังปี 2557 รายได้เกมออนไลน์ของกลุ่มหลังเริ่มชะลอตัวลงไปมาก (ฐานเศรษฐกิจ, 2558)

หลังให้บริการเกมแร็กนาร์ร็อกออนไลน์โมบายล์ (Ragnarok Online Moblie) ในเดือนมกราคม 2557 ยอดดาวน์โหลดพุ่งขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง ประธานผู้บริหารเอเชียซอฟต์แวร์หวังให้เกมนี้ดึงดูดผู้เล่นจากแร็กนาร์ร็อกเดิมกลับมาเล่นแร็กนาร์

ร็อกโมบายล์นี้ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากการเล่นบนคอมพิวเตอร์มาสู่โทรศัพท์มือถือ (ฐานเศรษฐกิจ, 2557) แร็กนาร์ร็อกโมบายล์นี้ตอบโจทย์เทคโนโลยีสมาร์ตโฟน และกระแสการแข่งขันแบบอีสปอร์ตได้เป็นอย่างดี ความสำเร็จของแร็กนาร์ร็อกโมบายล์ก็อปรกับการตัดจ่ายลิขสิทธิ์เกมที่ไม่ได้รับความนิยม เป็นผลให้วันที่ 1 เมษายน 2559 เอเซียซอฟท์ประกาศยุติให้บริการเกมแร็กนาร์ร็อกออนไลน์ เนื่องจาก ช่วงปี 2557 แร็กนาร์ร็อกไม่ได้ติดอยู่ในอันดับเกมยอดนิยม (Asphere, 2557) และในปี 2558 รายได้ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของรายได้รวมในบริษัท อีกทั้งบริษัทยังสิ้นสุดสัญญาการให้บริการกับผู้พัฒนาอย่างเป็นทางการ ทำให้แร็กนาร์ร็อกยุติให้บริการในวันที่ 30 มิถุนายน 2559 อนึ่ง การยกเลิกให้บริการในปีนี้อยู่ในกระแสที่เกมออนไลน์จำนวนมากยุติให้บริการมาตั้งแต่ช่วงปลายปี 2558 ถึงต้นปี 2559 เนื่องจากเกมออนไลน์ส่วนใหญ่อายุเฉลี่ย 5 ปี ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ไม่ซื้อลิขสิทธิ์แบบซื้อขาด (คอมพ์เกมเมอร์, 2559)

โดยสรุป การแข่งขันในอุตสาหกรรมผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศท่ามกลางเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้แร็กนาร์ร็อกที่ยังคงอยู่บนเทคโนโลยีเกมแบบเดิมและถูกรบกว่นจากการปล่อยบอท ประสบกับความซบเซา ถึงแม้ปัจจุบันยังคงหาเล่นเกมนี้ได้อยู่ แต่ก็ไม่ได้รับความนิยมและส่วนแบ่งการตลาดมากเท่าในอดีตอีกต่อไป

สรุปและอภิปรายผล

แนวคิดเกมศึกษาของ Mäyrä (2008) ที่เสนอให้วิเคราะห์ตัวเกม ผู้เล่นเกม และบริบทของทั้งตัวเกมและผู้เล่น เพื่อศึกษาวัฒนธรรมของการเล่นเกม สามารถตอบโจทย์ของการวิจัยทั้งในประเด็นปัจจัยความสำเร็จและความซบเซาของเกมแร็กนาร์ร็อกได้

ความสำเร็จของเร็กนาร์ร็อกเริ่มต้นจากการนำเข้าตัวเกมในไทย ของบริษัทเอเชียซอฟท์ เพื่อตอบโต้กับบริบทการละเมิดลิขสิทธิ์วิดีโอเกมและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่แพร่หลายในช่วงทศวรรษ 2540 ตัวเกมที่ต้องเล่นด้วยการชำระค่าบริการแบบเซิร์ฟเวอร์ออนไลน์จึงสร้างกำไรให้กับเอเชียซอฟท์เป็นอย่างมาก

ทั้งนี้ การศึกษาถึงตัวเกม ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดองค์ประกอบสื่อเกมของ Juul (2003) มาวิเคราะห์หลักองค์ประกอบของตัวเกมและสำรวจธรรมชาติพื้นฐานของตัวเกม โดยได้ข้อสรุปว่าแร็กนาร์ร็อกมีองค์ประกอบเกมทั้ง 6 ด้านที่โดดเด่น กติกาว่างให้ผู้เล่นต้องพัฒนาตัวละครไปสู่ level สูงสุด ด้วยทางเลือกในการเล่นและเทคนิคที่หลากหลาย อีกทั้งต้องใช้ความพยายาม เกมสร้างความรู้สึกร่วมให้กับผู้เล่น รวมถึงสร้างสังคมภายในและนอกเกมด้วยเช่นกัน นับเป็นความสำเร็จของแร็กนาร์ร็อกที่ดึงดูดให้ผู้เล่นอยู่ในเกมเป็นเวลานาน ตัวเกมผสมผสานความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเกมความขึ้นชอบในตัวการ์ตูนญี่ปุ่น และเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารในระบบออนไลน์ได้อย่างลงตัว ตามนิยามความเป็น MMORPG ซึ่งสอดคล้องกับกระแสความนิยมในการเสพความบันเทิงผ่านสื่อออนไลน์ที่มีมาตั้งแต่ทศวรรษ 2540

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นเกมที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กทำให้เห็นได้ว่าการชักชวนของกลุ่มเพื่อนคือปัจจัยที่ทำให้การเล่นเกมแร็กนาร์ร็อกออนไลน์ขยายตัวเป็นวงกว้าง เนื่องจากเกมจำเป็นต้องเล่นแบบพึ่งพาอาศัยกัน การเล่นเกมจึงเป็นทักษะจำเป็นสำหรับการเข้าสังคม โรงเรียนเต็มไปด้วยกลุ่มเพื่อนที่พูดคุยกันเรื่องเกม ร้านเกมคอมพิวเตอร์กลายเป็นพื้นที่ทางสังคมหลังเลิกเรียนของกลุ่มเด็ก จึงทำให้เสียไม่ได้ที่เด็กต้องเล่นเกมเพราะกลุ่มสังคมที่พวกเขาใช้ชีวิตอยู่ส่วนใหญ่ล้วนเล่นเกมกันทั้งสิ้น จึงก่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมย่อยที่สร้างความกลมเกลียวของ

กลุ่มผู้เล่นเกมด้วยการสร้างศัพท์เฉพาะเพื่อสื่อสารกัน ดังนั้น ในแง่หนึ่งปรากฏการณ์กระแสเด็กติดเกมในช่วงเวลาดังกล่าว จึงเป็นตัวสะท้อนถึงลักษณะทางสังคมแบบใหม่ของกลุ่มเด็กตั้งแต่ยุคทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ที่มีเกมออนไลน์เป็นศูนย์กลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการใช้โปรแกรมช่วยเล่นของผู้เล่นเกมบางกลุ่ม เริ่มทำลายสังคมภายในเกมมาตั้งแต่เกมเริ่มให้บริการ นอกจากนั้นความสำเร็จของเร็กนาร์็อกออนไลน์ทำให้บริษัทเกมอื่น ๆ เริ่มเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดด้วยการนำเสนอเนื้อหาเกมและรูปแบบเกมใหม่ เช่น แนวเกม casual ทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจกลุ่มผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในไทยมีความรุนแรงอย่างมาก ผู้เล่นเร็กนาร์็อกที่บอบช้ำจากบอทเริ่มย้ายไปอาศัยอยู่ในโลกเสมือนจริงอื่น

จนกระทั่งการมาถึงของสมาร์ทโฟน ภายใต้กระแสเกมกีฬาอีสปอร์ต ทำให้หลังปี 2555 เร็กนาร์็อกที่เล่นอยู่บนคอมพิวเตอร์เริ่มถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีเกมแบบใหม่ เร็กนาร์็อกออนไลน์ไม่สามารถสร้างกำไรได้มากเท่ากับช่วงแรกที่ทำให้บริการ ตัวเกมที่ให้บริการโดยเอเชียซอฟท์จึงปิดตัวลงในปี 2559 ดังนั้น พฤติกรรมการใช้โปรแกรมช่วยเล่นและบริบทการแข่งขันอันดุเดือดของกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ให้เกมซบเซาลง

ผลการศึกษาข้างต้นนี้แสดงให้เห็นข้อสังเกตกับอีกเกมหนึ่งซึ่งเปิดให้บริการในเวลาไล่เลี่ยกัน คือ ไวยาทั้งยุทธภพครบสลัง เนื่องจากเกม MMORPG นี้ยังคงเปิดให้บริการอยู่ ไวยาทั้งได้พัฒนาระบบบอทเป็นของตัวเอง ชื่อว่า “กล่องเทพจติ” ในช่วงราว พ.ศ. 2560 นับเป็นการปรับตัวเพื่อให้เกมสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางเกม MMORPG จำนวนมากในอดีตที่ต้องปิดตัวลงเพราะบอททำลายสังคมภายในเกม (Gamer Inside, 2564 ; Yulgang.playpark, 2560)

โมเดลลักษณะนี้เห็นได้จากเกมเร็กนาร์็อกที่พัฒนาในยุคปัจจุบันเช่นกัน ภายใต้ตัวเกมใหม่ชื่อ Ragnarok Landverse ที่เปิดตัวไปเมื่อปี 2566 ซึ่งมาพร้อมระบบบอทภายในเกม ผู้เล่นต้องซื้อระบบนี้ด้วยเงินคริปโต (crypto) สกุล ION ซึ่งเป็นการเปลี่ยนองค์ประกอบสื่อเกมในส่วนเทคนิคและความพยายามในการเล่น มาสู่การใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อสร้างทางลัดสำหรับพัฒนาตัวละคร นับเป็นการปรับตัวให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้เล่นเกมเร็กนาร์็อกเดิมที่ในปัจจุบันกลายเป็นวัยผู้ใหญ่ ซึ่งไม่มีเวลามากนักกับการเล่นเกม ด้วยภาระหน้าที่การทำงานตามช่วงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการใช้สกุลเงินคริปโตในปัจจุบันด้วย (ThaiPR.net, 2566 ; Hizenberg, 2567 ; Shipdont, 2567)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ในวงการเกมออนไลน์เป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาถึงวัฒนธรรมการเล่นเกมในยุคทศวรรษ 2560 เป็นต้นมา ถึงปัจจัยที่ทำให้เกมออนไลน์สามารถปรับตัวได้กับโปรแกรมช่วยเล่น ซึ่งควรค่าแก่การทำการวิจัยต่อไป ถึงวัฒนธรรมการเล่นเกมด้วยโจทย์การวิจัยที่ช่วยเปิดเผยให้เห็นถึงตัวตนของเกมนั้น ๆ ตามพฤติกรรมของผู้เล่น และบริบทแวดล้อมที่สำคัญของวัฒนธรรมการเล่นเกมดังกล่าว

แนวทางเกมศึกษาที่วิเคราะห์ตัวเกม ผู้เล่นเกม และบริบทของทั้งตัวเกมและผู้เล่นสามารถสร้างประวัติศาสตร์นิพนธ์ของเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ได้ การวิจัยนี้วาดหวังให้โมเดลการศึกษาเกมในลักษณะนี้สามารถประยุกต์ใช้กับการศึกษาวัฒนธรรมการเล่นเกมในเกมดิจิทัลอื่น ๆ ต่อไปในเชิงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ด้วยเหตุที่ปัจจุบันโลกดิจิทัลได้แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน “เกมดิจิทัล” จึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในเวลาว่าง สำหรับผู้เล่นการเล่นเกมย่อมมีความหมายบางอย่างต่อพวกเขา

เขา กล่าวคือ ความหมายนี้จะเกิดขึ้นเมื่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเกมและผู้เล่นเกิดขึ้นผ่านการเล่นของผู้เล่นเองภายใต้บริบทต่าง ๆ ของทั้งเกมและผู้เล่น ดังนั้น การอธิบายตัวตนของมนุษย์และสังคม โดยเฉพาะในหมู่ผู้เล่นเกม ด้วยเพียงประวัติศาสตร์ความเป็นมา การเป็นสมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์ หรือแนวคิดอุดมคติทางการเมืองจึงอาจไม่เพียงพอ (Mäyrä, 2551, pp. 21 – 26)

ปัจจุบัน การศึกษาเกมจึงควรให้ความสำคัญกับการสำรวจความหมาย และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นระหว่างตัวเกมและผู้เล่นเกม เพราะตัวตนของมนุษย์ล้วนประกอบสร้างไปด้วยความคิด พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน และบริบทที่แตกต่างหลากหลายรอบตัว เกมได้มอบประสบการณ์ในเชิงสุนทรีย์ะ ทักษะ วิถีคิด และกลยุทธ์ การศึกษาเกมจึงมีความหมาย เพราะทั้งตัวเกมและผู้เล่นสามารถสะท้อนให้เห็นได้ถึงการแสดงออกทางสังคม ความคิด โลกทัศน์ และสุนทรีย์ะของมนุษย์ที่ได้เล่นเกม ซึ่งสามารถอธิบายในเชิงประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และมานุษยวิทยาได้ (Mäyrä, 2551, pp. 21 – 26)

อนึ่ง การวิจัยนี้คาดหวังให้มุมมองที่มีต่อเกมหลุดพ้นออกไปจากวาทกรรมเด็กติดเกม เพราะ หากพิจารณาจากองค์ประกอบสี่เกม โดยเฉพาะในข้อ 6. ผลลัพธ์ที่เลือกได้ว่าจะให้เกิดขึ้นในชีวิตจริงหรือไม่ จะพบว่าระบบกิลด์วอร์ทำให้การรวมกลุ่มเล่นเกมมีความหมาย กลายเป็นทักษะการทำงานร่วมกันที่ต้องสร้างระบบบริหารจัดการทรัพยากรภายในกิลด์ และวางแผนสู้รบเพื่อบรรลุชัยชนะของการครอบครองปราสาท การสู้รบระหว่างกิลด์นำไปสู่การสร้างการแข่งขันระหว่างทีมผู้เล่น เมื่อมีการแข่งขันจึงนำไปสู่เกมการกีฬา หรือ อีสปอร์ต ซึ่งเร็กนาร์ร็อกก็เป็นหนึ่งในเกมที่ร่วมบุกเบิกสร้างรากฐานการแข่งขันกีฬาเกมอิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ จนเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ระบบนิเวศทางธุรกิจ” สำหรับวงการอีส

ปอร์ตในประเทศ อันประกอบไปด้วย 1. กลุ่มผู้แข่งขัน 2. ค่ายเกม 3. รายการแข่งขันใหญ่ 4. รายการแข่งขันอีเวนต์ 5. ช่องทางเผยแพร่การแข่งขัน 6. สโมสรกีฬา และ 7. ผู้สนับสนุน ภาพลักษณ์การเล่นเกมนอนไลน์มีความจริงจังมากยิ่งขึ้น จากที่เคยถูกมองว่าเป็นกิจกรรมยามว่าง เป็นปัญหาเด็กติดเกม กลายเป็นงานอดิเรกที่เสริมสร้างทักษะและรายได้ให้กับผู้เล่นเกม (สุชาติ วัฒนอมรเกียรติ, 2548 ; เว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ, 2551 ; ปวิตร มงคลประสิทธิ์, 2565, น.378 - 385) ตัวอย่างอีสปอร์ตที่เป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจให้กับการในสังคมไทย คือ ทีมเยาวชนไทยกิลด์ [D] estraCtiOn• โดยมีราชศักดิ์ กาญจนสภา เป็นหัวหน้ากิลด์ กิลด์นี้เป็นตัวแทนประเทศไทยสามารถคว้าตำแหน่งแชมป์โลกได้ถึง 2 สมัยซ้อนในการแข่งขัน Ragnarök World Championship 2007 และ 2008 (พ.ศ. 2550 และ 2551) โดยในปี 2551 สามารถเอาชนะผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 ทีม จาก 21 ประเทศ (เว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ, 2551)

อีสปอร์ตของเกมเร็กนาร์ร็อกยังคงถูกจัดอยู่ทุกปี นับว่าเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น จากบริษัทผู้ให้บริการหนึ่งสู่อีกบริษัทหนึ่ง นับตั้งแต่เอเชียซอฟท์ มาถึงอิเล็กทรอนิกส์เอนกซ์ ตริမ် จนเข้าสู่บริษัททราวิตี ปัจจุบันชื่อได้เปลี่ยนเป็น Ragnarök Stars Thailand Championship โดยในการแข่งขันปี 2567 มีการคัดเลือกเพื่อเฟ้นหาทีมเข้าแข่งขันระดับนานาชาติที่กรุงเทพฯ ด้วยเงินรางวัลสูงถึง 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 1,686,000 บาท (Gravity Game Tech, 2567)

เกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์ได้สร้างปรากฏการณ์ปัญหาเด็กติดเกมในไทย ซึ่งในขณะนั้นสังคมไทยยังไม่เข้าใจเกมออนไลน์และโลกยุคดิจิทัลมากเท่าที่ควร การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเกมออนไลน์ อาจรวมถึงเกมดิจิทัล จึงตกอยู่ภายใต้กระแสความหวาดกลัวถึง “ความไม่รู้” และมองว่าเป็นภัย เนื่องจากได้เปลี่ยน

พฤติกรรมคนในสังคมให้อยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดี จากบริบททางยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เมื่อสังคมได้เรียนรู้และปรับตัวอยู่ร่วมกับเกมออนไลน์จนสามารถสร้างระบบนิเวศของเกมได้ แนวคิดต่อเกมดิจิทัลเริ่มเปลี่ยนแปลง จากปัญหาสู่โอกาสสำหรับผู้เล่นเพื่อพัฒนาทักษะจำเป็นในด้านต่าง ๆ อย่างการทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำ การวางแผน การคิดวิเคราะห์ ฯลฯ เป็นอาทิ ทำให้กระแสเด็กติดเกมเริ่มลดลง จากเด็กติดเกมอาจเปลี่ยนไปสู่แคสเตอร์เกม (game caster) สตรีมเมอร์เกม (game streamer) และนักกีฬาอีสปอร์ตได้เช่นกัน

การวิจัยนี้จึงวาดหวังให้องค์ความรู้นี้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของการทำความเข้าใจมนุษย์และสังคมร่วมสมัย ในยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมแทรกแซงทุกมิติของการใช้ชีวิต (digital disruption) ด้วยตัวอย่างของการนิพนธ์ประวัติศาสตร์เกมแรกนาร็อกออนไลน์

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย “เกมแรกนาร็อกออนไลน์กับกระแสเด็กติดเกมในไทย: ประวัติศาสตร์เกมออนไลน์ ทศวรรษ 2540 – 2550” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2566 เลขสัญญาที่ N32A660147

เอกสารอ้างอิง

- กุลธิดา ธรรมภิวัชร์. (2538). *ความคิดเห็นของบิดา มารดาต่อพฤติกรรมอันเป็นผลจากการเปิดรับสื่อวิดีโอเกมของบุตร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- การะเกด สารภี. (2548). *การออกแบบตัวละครตามแนวทางของเกมส์ Ragnarok Online: รายงานการวิจัยเบื้องต้น*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คอมพ์เกมเมอร์. (2548). *RO News*, 78.
- คอมพ์เกมเมอร์. (2548). *RO News*, 86.
- คอมพ์เกมเมอร์. (2559). *ปีชงวงการเกม?? ปิดเกม วิกฤติหรือแค่เรื่องปกติ*. *Comp Gamer*. <https://www.comp Gamer.com/mainpage/422>
- จิมมี่ เดอะเกมส์เมอร์. (2545, 18 ตุลาคม). *คอลัมน์: เกมส์ 2002: สร้างประสบการณ์ใหม่กับ Ragnarok*. *เดลินิวส์*.
- จิรดา มหาเจริญ. (2547). *การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบของการเปิดรับสื่อเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชินวร พาดิษฐ์. (2550). *เด็กกับเกมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐวิภา ไซควิสาลชัย และสุวิมล จูราหะวงศ์. (2549). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ Ragnarok ของผู้ที่นิยมเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2545, 15 ธันวาคม). *ปีเอ็มฯ เตรียมโกยเงินเกมออนไลน์*. *ฐานเศรษฐกิจ*.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2557, 3 มีนาคม). *เอเชียซอฟต์แวร์ พร้อมลุยเปิดกลยุทธ์ 2014 ขยายธุรกิจ ใน Southeast Asia*. *ฐานเศรษฐกิจ*.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2558, 3 มีนาคม). *เอเชียซอฟต์แวร์ ผันธุรกิจสู่ Mobile Platform เต็มตัว*. *ฐานเศรษฐกิจ*.

- โดม ไกรปรกรณ์. (2565). *BNK48 วัฒนธรรมบันเทิงแบบใหม่ในสังคมไทยร่วมสมัย: ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์. (2549). *พฤติกรรมและผลกระทบของการเสพติดเกมออนไลน์ ของกลุ่มผู้เล่นในระดับนักเรียน นักศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2546, 4 กรกฎาคม). จับ 5 โจปล้นเงิน เกมเร็กนาร์็อก. *ไทยรัฐออนไลน์*.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557, 10 พฤศจิกายน). จากอดีตถึงปัจจุบันผู้ให้บริการเกมยักษ์ใหญ่ Asiasoft. *ไทยรัฐออนไลน์*.
- ธนาคาร รัชชรัตน์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมเร็กนาร์็อกออนไลน์ (Ragnarok Online) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นริศ ภูษิตประภา. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมในการเล่นเกมนอกรีตคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษาเกม Ragnarok: รายงานการวิจัย*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนรมิต เนตรมงคล. (2564). *ร้านเกมสโตร์คอมพิวเตอร์: การเกิดขึ้นของธุรกิจร้านเกมสโตร์ในประวัติศาสตร์ธุรกิจ พ.ศ. 2555 – 2564*. สารนิพนธ์การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- พนมกร ดังทัดสวัสดิ์. (2548). *ความรุนแรงและปัญหาจริยธรรมในเกมออนไลน์ “เร็กนาร์็อก”*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟิวเจอร์เกมเมอร์. (2548). *RO Club*, 73.
- ฟิวเจอร์เกมเมอร์. (2548). *RO Club*, 80.
- ภูวดล ไชยภูมิพัฒน์. (2547). *โครงสร้างการตลาดและการแข่งขันให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บ้านเมือง. (2546, 14 กุมภาพันธ์). รายงานพิเศษ: เร็กนาร์็อกหรือเร็กนารก !! *บ้านเมือง*.
- บ้านเมือง. (2546, 27 กุมภาพันธ์). สกู๊ปพิเศษ: Ragnarok เกมออนไลน์ที่เป็นมากกว่า เกม ?? *บ้านเมือง*.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2549, 12 ตุลาคม). เอเชียซอฟต์แวร์ทุ่ม100ล.ปลุกตลาดเกมปลายปี. *ประชาชาติธุรกิจ*.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2553, 24 มีนาคม). คอลัมน์: สัมภาษณ์: ปราโมทย์ สุดจิตพร เจ้าของเกมออนไลน์ บันโมเดลธุรกิจใหม่ต่อยอด. *ประชาชาติธุรกิจ*.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2556, 14 ธันวาคม). สัมภาษณ์: ‘เอเชียซอฟต์แวร์’ อ่านเกมธุรกิจจุดเปลี่ยนสมรภูมิเกมออนไลน์. *ประชาชาติธุรกิจ*.
- ประไพพรรณ ศุกระสร. (2551). *การจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการเกมออนไลน์อันดับต้น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญญา กฤษสุนทร และจิรเวทย์ รักชาติ. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562. *วารสารสื่อสารมวลชน*, 8(2): 36 – 66. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/masscomm/article/view/244307/167631>
- ปวิตร มงคลประสิทธิ์. (2565). ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดไบบริบทของกีฬาอีสปอร์ต. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(10), 371 – 386.

- ปลายฟ้า นัยพิน. (2563). *วัฏจักรเกม Ragnarok Online: พฤติกรรมการรวมกลุ่มและการบริโภคสินค้าของผู้เล่น*. รายงานการค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัตนาวรรณ หอมเนียม. (2550). *พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของเด็กและเยาวชนไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วลัยลักษณ์ ใจสูงเนิน. (2547). *พฤติกรรมการเล่น การสร้างจินตนาการบนโลกเสมือนจริง และผลกระทบของเกมออนไลน์เร็กนาร์อ็อกที่มีต่อวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิหะ ลาภจงประเสริฐ. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ. (2551, 11 ธันวาคม). มองโลกอีกด้านของ “เกม” ผ่านแชมป์โลก “เร็กนาร์อ็อก”. *เว็บไซต์ประชาชาติธุรกิจ*.
- ไวท์ซ็อค. (2557, 4 มกราคม). ทำไม Ragnarok ถึงเป็นเกมออนไลน์ อมตะ และมีความเป็นตัวเองสูงมาก. *Pantip*. <https://pantip.com/topic/31467486>
- สกลกรย์ สระกวี. (2551, 13 ตุลาคม). คอลัมน์: GAME BIZ: “Gold Farming” โอกาสธุรกิจแนวใหม่สำหรับอุตสาหกรรมเกม? (ตอนที่ 2). *เดอะคอม เจอร์นัล*.
- สิทธิชัย สารทวาทา. (2550). *ความสัมพันธ์ฉันคนรักผ่านเกมเร็กนาร์อ็อกออนไลน์ (ประเทศไทย)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิศักดิ์ อยู่ขำ. (2552). *บทบาทของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อการป้องกันการติดเกมออนไลน์ของนักเรียน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาติ วัฒนอมรเกียรติ. (2548). *แรงจูงใจใน กิลด์วอร์ กับการรวมทีมในไซเบอร์สเปซและการต่อเชื่อมสู่โลกของความเป็นจริง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ สัจจสันถวไมตรี. (2542). *ทัศนะของนักจิตวิทยาต่อเนื้อหาสื่อวิดีโอเกมและผลกระทบที่มีต่อเยาวชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาพร ยงยศ. (2548). *รูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมเกมของวัยรุ่นที่เล่นเกม Ragnarok กับการลอกเลียนแบบไปประยุกต์ใช้ในสังคมจริง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุภาพร ลือกิตติศัพท์. (2549). *ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมาคมคนรักเกม Ragnarök. (2557, 25 เมษายน). *ประวัติชื่อเซิร์ฟเวอร์ของ Ragnarok ไทย*. Facebook. <https://www.facebook.com/we.love.Rag/photos/ประวัติชื่อเซิร์ฟเวอร์ของ-raganrok-ไทย16กันยายน-2545เปิดบริการแบบ-close-beta-3-/764409950259849/>
- สยามธุรกิจ. (2546, 17 ตุลาคม). จับตาสงครามเกมออนไลน์ MUเขย่าบัลลังก์เร็กนาร์อ็อก. *สยามธุรกิจ*
- ศมพรรัตน์ ขุนทิพย์ กานดา จันท์รัมย์ และชอลดา พันธุเสนา. (2553). *ผลกระทบของการเล่นเกมออนไลน์ที่มีต่ออาหารรุนแรงต่อพฤติกรรมก้าวร้าว: กรณีศึกษา นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. *วารสารศิลปศาสตร์*, 2(1) 61 – 74.

- อณิรกร อินเจตฉาย. (2549). การเล่นเกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อุษา บิ๊กกินส์ และอมรรัตน์ อุดมเรืองเกียรติ. (2551). การสร้างชุมชนเสมือนจริงในเกมออนไลน์กับพฤติกรรมการติดสื่อออนไลน์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย, มูลนิธิดำรงชัย.
- Achina Limanwat. (2567). พื้นฐานแนวทางการปั้น Sage ใน Ragnarok Landverse. *Gaming Dose*. <https://www.gamingdose.com/ragnarok-landverse/ไกด์-sage-ragnarok-landverse/>
- Asiasoft. (2551). *Annual Report 2008 New Star ... ความบันเทิงออนไลน์ ... ความบันเทิงใหม่ของโลกธุรกิจ*. <https://as.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=13549>
- Asphere. (2553). การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นปี 2553. *Asphere*. <https://investor.asphere.co/th/downloads/webcasts?year=2010>
- Asphere. (2557). Opportunity Day Q3/2557. *Asphere*. <https://as.listedcompany.com/misc/presentation/20141201-as-oppday-3q2014-02.pdf>
- Bangkok Post. (2545, 18 กันยายน). Multi-Player Net Game Gets a Local Test. *Bangkok Post*.
- Fridenson, Patrick. (2008). *Business History and History*. In Geoffrey Jones & Jonathan Zeitlin (Eds.), *The Oxford Handbook of Business History* (pp. 9-36). Oxford University Press.
- Gamer Inside. (2564, 18 พฤศจิกายน). ยุทธภพ คนไม่ครบสล็อต Yulgang(PC) | Game History [YouTube]. <https://youtu.be/6xwEwJ-iU6Y?si=yVT1lok0pwLMOAZP>
- Gravity Game Tech. (2567, 29 สิงหาคม). *Ragnarok Stars 2024 | Thailand Championship พบกันวันเสาร์ที่ 7 กันยายน 2567* [Youtube]. <https://youtu.be/hekHxtasL7Q?si=S0WGMvfhHtlNxyCq>
- Hizenberg. (2567, 5 สิงหาคม). อยากเปิดบอท Ragnarok Landverse ต้องทำไง?. *This is game*. https://thisisgamethailand.com/games/console-pc/pc/introducing-how-to-open-bots-in-ragnarok-landverse/?__cf_chl_tk=elv3jigJHrp_pOey_6.gxrQBC5uL8R6OaA1a.nGxZPC-1730514574-1.0.1.1-bkGGHZp6MjgRZSFhQBOne2_3jZaW1KqYD9I6tbE6d5Y
- Holleman, Patrick. (2019). *Reverse Design. Diablo II*. CRC Press.
- Ilikero. (2555). ประวัติ Ragnarok Online RO ไทย V.2. *ilikeroblogspot.com*. <http://ilikeroblogspot.com/2012/09/ragnarok-online-ro-v2.html>
- Juul, Jesper. (2003). *The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness*. <https://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>
- Mäyrä, Frans. (2008). *An Introduction to Game Studies Game In Culture*. Sage.
- MGR Online. (2549, 4 มกราคม). สรุปข่าวเกมออนไลน์ในไทยตลอดปี 48. *MGR Online*. <https://mgronline.com/game/detail/9490000000607>
- MGR Online. (2550, 31 ธันวาคม). สรุปข่าวเกมออนไลน์ในไทยตลอดปี 50. *MGR Online*. <https://mgronline.com/game/detail/95000000153370>
- MGR Online. (2556, 30 ธันวาคม). พฤติกรรมการเล่นเกมแบบพุ่งตั้กแดน. *MGR Online*. https://mgronline.com/game/detail/9560000159804#google_vignette

- Monney Buffalo. (2018). ส่องธุรกิจเกม “Ragnarok” ในอดีต และประวัติความเป็นมาของเกม. *Moneybuffalo*. <https://www.moneybuffalo.in.th/business/ธุรกิจเกม-ragnarok>
- SabuySmile. (2564, 26 มีนาคม). วิวัฒนาการแซทของคนไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน. *Thaiware*. <https://tips.thaiware.com/1551.html#msn>
- Shipdont. (2567, 6 กรกฎาคม). *RO Lanverse TH แนะนำระบบบอทมือใหม่ดูกันเลย* [Youtube]. <https://youtu.be/FV7qmoZaHsM?si=qKIHQHm5gkdOKtzC>
- Techavimol, Pawana. (2010). *The Online Computer Games Industry: Does South Korea Offer a Model for Thailand to Create a Sustainable Economic Cluster?* Doctoral dissertation, Shinawatra University.
- ThaiPR.net. (2566, 24 พฤษภาคม). Gravity ร่วมมือ Maxion เปิดตัว “Ragnarok Lanverse” RO PC ลิขสิทธิ์แท้ พร้อมเปิดให้สัมผัสประสบการณ์ครั้งแรก 25 – 28 พ.ค. นี้ ที่ พารากอน. *RYT9*. <https://www.ryt9.com/s/prg/3424413>
- Yulgang.playpark. (2560, 3 กรกฎาคม). กล้องเทพจู้ติและวิญญานแห่งมังกร. *Yulgang.playpark* <https://yulgang.playpark.com/th-th/game-guide/gameguide-boxlnw-yg-2017/#>