

ธุรกิจ eSports ในมาเลเซีย

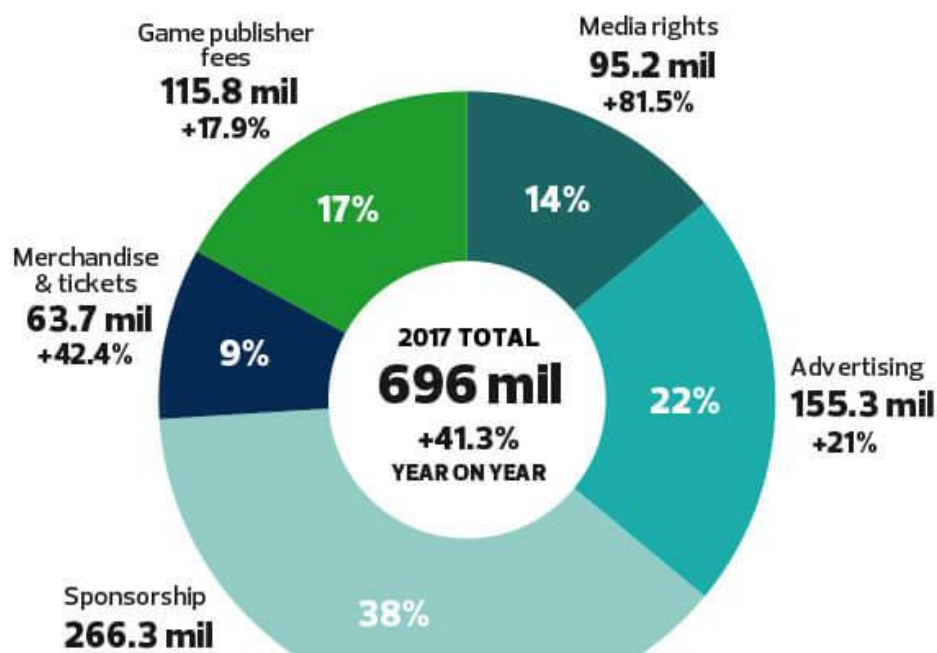
ภายใต้ชื่อใหม่ที่ทันสมัยกว่าเดิมสำหรับวิดีโอเกมในปัจจุบันคือ “eSports” นักเล่นเกมอาจจะเคยเล่นอยู่ในหอพักมหาวิทยาลัย อินเทอร์เน็ตคาเฟ่หรือ cybercafés หรือถูกตราหน้าว่าเป็นพวกไม่สังคมกับใคร แต่ปัจจุบันสเตเดียมสำหรับเล่นเกมเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแม้แต่ภาครัฐยังให้การสนับสนุน eSports

จากรายงานวิจัยตลาดของ Newzoo รายได้ของธุรกิจ eSports ของโลกในปี ค.ศ. 2018 คาดว่าจะเติบโตได้สูงถึงร้อยละ 38 หรือคิดเป็นมูลค่า 906 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจะขยายตัวได้ถึง 1,650 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2021 ตลาดอเมริกาเหนือเป็นตลาดที่ครองสัดส่วนตลาดสูงสุกร้อยละ 38 ตามมาด้วยตลาดจีนร้อยละ 18

หากเปรียบเทียบกับกีฬาปกติ การแข่งฟุตบอลของ National Football League (NFL) ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 13,000 ล้านดอลลาร์ในปี 2016 ในขณะที่ Premier League ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน 5,300 ล้านดอลลาร์ อย่างไรก็ตาม eSports ก็สามารถดึงดูดผู้ชมได้รวดเร็ว โดย Newzoo ประมาณการจำนวนผู้ชมอยู่ที่ 380 ล้านคนในปี 2018 และจะเพิ่มเป็น 557 ล้านในปี 2021 ซึ่งจำนวนคนดูนี้จะทำให้นักโฆษณาหันมาให้ความสนใจกับ eSports และคาดว่า eSports จะสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนได้จากการขายสิทธิ (media rights) การจำหน่ายบัตรเข้าชมและสินค้า สปอนเซอร์ การโฆษณา รวมทั้งค่าเผยแพร่ (game publisher fees)

ปัจจุบันคาสิโนใหญ่ในลาสเวกัส 2 แห่งอยู่ระหว่างวางแผนก่อสร้าง eSports arenas ในมหาวิทยาลัยโตเกียว ญี่ปุ่น นักศึกษากำลังเข้าคอร์สเพื่อเตรียมการประกอบอาชีพเป็นผู้ภาคกีฬา eSports โอลิมปิกในปี 2024 อยู่ระหว่างพิจารณากิจกรรม eSports อีกทั้ง eSports จะเป็นกีฬาสาธิตในการแข่งขันเอเชียนเกมส์ที่อินโดนีเซียที่จะถึงในปีนี้

Global eSports revenue (US\$)



☐ นโยบายภาครัฐ
 ☐ เศรษฐกิจการลงทุน
 ☒ แนวโน้มการตลาด
 ☐ รายงานสินค้าและบริการ
 ☐ อื่นๆ

สำหรับมาเลเซีย มาเลเซียกำลังก้าวตามกระแสการเติบโตของ eSports ปัจจุบันรายได้ของธุรกิจเกมส์ของมาเลเซียอยู่ในลำดับที่ 21 ของโลก คิดเป็นมูลค่าประมาณ 587 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และคาดว่าจะมีผู้ที่ชื่นชอบ eSports อยู่ประมาณ 2.4 ล้านคน อย่างไรก็ตาม มาเลเซียยังมีผู้เล่นเกมส์มืออาชีพที่เดินทางแข่งขันร่วมกับทีมในระดับนานาชาติจำนวนไม่มาก eSports ในมาเลเซียจึงยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นหรือ start-up แต่ก็มีต่างชาติที่ให้ความสนใจมาเลเซียในฐานะ games publishing นอกจากนี้ ธุรกิจนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐคือ Malaysia Digital Economy Corporation's (MDEC) จึงคาดว่าธุรกิจ eSports จะสามารถเติบโตได้ โดยมาเลเซียยังต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและผู้เล่นในตลาดที่สามารถเชื่อมโยงช่องว่างทางธุรกิจ รวมทั้งต้องเพิ่มจำนวนผู้บริโภค มาเลเซียจึงต้องการเกมส์ที่มีความหลากหลาย ไม่เฉพาะสำหรับตลาดกลุ่มผู้เล่นเกมส์ที่ชื่นชอบอย่างจริงจังเท่านั้น แต่ต้องครอบคลุมผู้เล่นที่เล่นเป็นครั้งคราว (casual player) และผู้ชมด้วย ตัวอย่างของบริษัทมาเลเซียที่เริ่มพัฒนา eSports ได้แก่ Kitamen

ที่มา : The Star, 16 เมษายน 2561

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต. ธุรกิจเกมส์ในมาเลเซียเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตซอฟต์แวร์เกมส์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผู้พัฒนาเกมส์ที่สนใจขยายตลาดสู่มาเลเซียจำเป็นต้องศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ของมาเลเซีย รวมทั้งแสวงหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม อาทิ ผู้ให้บริการเกมส์ออนไลน์ในมาเลเซีย ผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม บริษัทตัวแทนเกมส์ รวมทั้งบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ eSports



☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ