



กระแสความนิยมเกมส์ Pokemon Go ในมาเลเซีย

เกมส์ Pokemon go ซึ่งพัฒนาโดยบริษัท Niantic Incorporatoin of Nintendo USA ถือเป็นเกมส์ที่ได้รับความนิยมจากผู้เล่นทั่วโลกโดยในปัจจุบันมียอดดาวน์โหลดแล้วกว่า ๑๐๐ ล้านครั้ง สำหรับในมาเลเซีย เกมส์ดังกล่าวได้เปิดตัวเมื่อวันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙ และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม Pokemon Go ได้สร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมในมาเลเซียอย่างมาก โดยเฉพาะจากองค์กรด้านศาสนา อาทิ JAKIM (Department of Islamic Development Malaysia) และคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านกฎหมายอิสลามแห่งดินแดนสหพันธ์ (Federation Territories Islamic Legal Consultative Committee) ซึ่งต้องการผลักดันให้หน่วยงานรัฐห้ามไม่ให้ชาวมุสลิมเล่นเกมนี้ ด้วยเกรงว่าจะก่อให้เกิดอุบัติเหตุร้ายแรงเหมือนที่เกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ



ในแง่ของธุรกิจ Pokemon Go ได้ทำให้ยอดการบริโภคข้อมูล (data consumption) ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลดีต่อบริษัทผู้ให้บริการโทรคมนาคม ๔ บริษัทใหญ่ในมาเลเซีย (Big Four) ได้แก่ Celcom Axiata Bhd, Maxis Bhd, Digi.com Bhd และ U Mobile Sdn Bhd ทั้งนี้ บริษัท RAM Rating ผู้จัดอันดับสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน ได้คาดการณ์ว่า

ในแต่ละชั่วโมงของการเล่นเกมจะมีการบริโภคข้อมูลไม่ต่ำกว่า ๑๐ เมก้าไบต์ และผู้เล่นแต่ละคนจะใช้เวลาเฉลี่ย ๕ ชั่วโมงต่อวัน ทำให้รายได้ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ ๐.๕

บริษัทผู้ให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ก็เร่งที่จะใช้ประโยชน์จากกระแสความนิยมเกมส์ Pokemon Go เช่น Maxis มีข้อเสนอให้ผู้เล่นเกมที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบจ่ายล่วงหน้าได้รับเงินที่ใช้ในการเล่นเกมส์ Pokecoins เป็นมูลค่า ๑๐๐ เหรียญสหรัฐ และมีการร่วมมือกับบริษัทผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ GrabCar เช่นเดียวกับ U Mobile ซึ่งได้ร่วมกับ Uber ให้ส่วนลดแก่ผู้เล่นเกมส์ที่จะออกมาจับตัวโปเกมอนในสถานที่ต่างๆ ส่วนเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ Lazada ก็มีการมอบส่วนลดเพื่อซื้ออุปกรณ์สำรองไฟสำหรับมือถือ (power bank) เป็นต้น ที่มา: New Straits Times วันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๙ และ The Star วันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๙

ความเห็น สคต. กัวลาลัมเปอร์

ในจำนวนประชากร 31 ล้านคนของมาเลเซีย ผู้ที่ถือครองโทรศัพท์มือถือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91.3 (จากการสำรวจของคณะกรรมการการสื่อสารและมัลติมีเดียของมาเลเซียเมื่อปี 2557) ช่วงอายุของผู้ถือครองส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มสาว (young adults) อายุระหว่าง 20-29 ปี พื้นที่อยู่อาศัยหลักอยู่ในรัฐสลังงอ ยะโฮ และกัวลาลัมเปอร์ คิดเป็นสัดส่วนรวมมากกว่าร้อยละ 40 นอกจากนี้ ในจำนวนผู้ถือครองโทรศัพท์มือถือทั้งหมด ร้อยละ 53.4 เป็น smartphone ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทางมือถือร้อยละ 63 ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในมาเลเซียซึ่งมีแนวโน้มจะบริโภคข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และเป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่างๆ ของไทย อีกทั้งยังเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ อีกด้วย