

สรุปข่าวเด่นรายสัปดาห์



Image: mumbaiwalkingtours.com

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย

โควิดพาฮิตติดเกมส์ อินเดียเร่งจัดเต็มสร้างให้เป็นอุตสาหกรรมใหม่

ภาวะโควิดได้ทำให้คนรุ่นใหม่ในอินเดียได้ใช้เวลาอยู่กับบ้านนานขึ้น และสิ่งหนึ่งที่กลายเป็นที่นิยมก็คือการเล่นเกมร่วมกับเพื่อนและญาติพี่น้อง ซึ่งเกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในอินเดีย ได้แก่ DOTA2, Tekken7, PES 2020, Free Fire และ Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) และส่วนใหญ่เป็นเกมการต่อสู้ (Virtual Fighter) ทั้งนี้ ไม่ได้มีลักษณะเหมือนวิดีโอเกมในอดีต แต่เป็นกิจกรรมทางสังคมที่ให้ความบันเทิงกับคนจำนวนมากด้วย โดยสหพันธ์การกีฬาอีสปอร์ตแห่งอินเดีย (The Esports Federation of India) มองว่าอุตสาหกรรมนี้กำลังเติบโตท่ามกลางภาวะโควิดและจะเชื่อมโยงไปสู่สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นช่องทางที่ธุรกิจอาจใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

จากการสำรวจของ Federation of Indian Chamber of Commerce and Industry พบว่า 18% ของคนในวัย Gen Z ในอินเดียชอบเล่นเกมออนไลน์ และ 17-18% อยู่ในวัย Millennial (อายุประมาณ 25 – 40 ปี) โดยคนที่เล่นเกมไม่ได้มีความสนใจในเกมการแข่งขันเท่าไร แต่ใช้ Esport Platform เป็นที่พบปะหาความบันเทิงกับเพื่อนทั้งที่รู้จักและไม่รู้จักด้วย ในขณะเดียวกัน กิจกรรมนี้กำลังสร้างงานให้กับนักสร้างสรรค์เกมเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงที่เริ่มสนใจเข้าร่วมชมบรรยากาศของเกมแข่งขัน ซึ่งผลการสำรวจพบว่า 43% ของผู้ชมเกมออนไลน์เป็นเพศหญิง นอกจากนี้ นักจิตวิทยาได้ทำการศึกษาและยืนยันว่าการเล่นเกมมีส่วนช่วยให้เด็กมีพัฒนาการในทักษะด้านการวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจ รวมถึงทักษะการสร้างเกมและพากษ์เกมที่สามารถยึดเป็นอาชีพที่มีรายได้สูงได้ด้วย



www.indianexpress.com



blog.ipleaders.in/esports-in-india/

ในแง่เศรษฐกิจ ศูนย์วิจัย Ernst & Young คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเกมในอินเดียจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 20 – 25% จากการที่สังคมอินเดียมีค่าเฉลี่ยอายุไม่ถึง 30 ปี และมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการใช้มือถือที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีบริษัทที่ผลิตเกมในอินเดียเพิ่มขึ้นจาก 25 บริษัทเป็น 250 บริษัท และสมาชิกในครอบครัวกำลังกลายเป็นผู้ชมเกมหน้าใหม่ที่จำนวนมาต่ำกว่า 4-5 ล้านคน

รัฐบาลและสมาคมของภาคเอกชนในอินเดียกำลังให้ความสำคัญกับพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ โดยในเดือนสิงหาคมนี้จะจัดงาน National Esports Championships (NESC) 2021 ซึ่งเป็นงานระดับชาติเพื่อกระตุ้นให้เกิดนักสร้างเกมรุ่นใหม่ และ

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลในที่นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

จะเป็นเสมือนกีฬาประเภทหนึ่งที่มีสมาชิกในทีม 4-5 คน และแข่งขันกันระหว่างทีมจาก 8 เมือง/รัฐ ได้แก่ มุมไบ บังกาลอร์ เดลี ปัญจาบ ราชสถาน เซนไน ไฮเดอราบัด และ กัลกัตตา เพื่อเฟ้นหานักกีฬาออนไลน์ไปร่วมการแข่งขันระดับนานาชาติ อาทิ Asian Games 2022, the 13th Esports World Championship และโอลิมปิกส์ในอนาคต

ที่มา www.technosports.co.in กรกฎาคม 2564

ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น

1. การศึกษาอุตสาหกรรมเกมในอินเดียของ Ernst & Young พบว่ามีผู้เล่นเกมในอินเดียอยู่ประมาณ 1.5 แสนคน หรือประมาณ 6 หมื่นทีม และคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเกมดิจิทัลในอินเดียจะมีมูลค่าเป็น 3 พันล้านเหรียญสหรัฐในปีงบประมาณ 2564 – 2565 และอาจเพิ่มเป็น 1.1 หมื่นล้านเหรียญในปี 2568 ก่อให้เกิดอาชีพใหม่และรายได้จากการขายแอปพลิเคชันเกม รวมทั้งการโฆษณาที่จะตามมาจากการมีผู้ร่วมชมเกมที่มากขึ้น ตลาดเกมในอินเดียจึงน่าจะเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งไทยเองก็เป็นผู้ผลิตเกมที่มีศักยภาพ

2. ผู้ประกอบการไทยควรมีการวางแผนและปรับรูปแบบของเกมมีความสอดคล้องกับค่านิยมของคนอินเดีย โดยภาครัฐอาจมีการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายนักสร้างเกมเพื่อออกแบบ/พัฒนาเกมร่วมกัน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการร่วมลงทุนกับธุรกิจเกมในอินเดีย เนื่องจากในการสร้างเกมจำเป็นต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมากและต้องแข่งขันด้านต้นทุนกับบริษัทรายใหญ่ในตลาดโลก นอกจากนี้ ควรมีการพิจารณาหาตัวแทนเพื่อช่วยในการติดต่อประสานงานกับลูกค้า/หุ้นส่วนในอินเดียด้วย ทั้งนี้ คู่แข่งรายสำคัญในเอเชีย ได้แก่ ไต้หวัน เวียดนาม และ อินโดนีเซีย