28 เมษายน วันมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
67 ปี มศว

ข่าวประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000
ภายใน 15666 โทรศัพท์/โทรสาร 02-259-6172

จากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับประจำวันที่ 23 เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559 หน้า 12 มูลค่าข่าว 344,808.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูที่ได้ http://news.swu.ac.th/newsclips/

นอกเกม

อ.ไกรวิน วัฒนะรัตน์
Cyber Business มศว.
facebook.com/morethan8lines

นอกการแข่งขัน

ความล้มเหลวในการสร้างผลกำไร จากการบริหารลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ตลอด 3 ปีที่ผ่านมาของเคเบิลเจ้าใหญ่รายหนึ่ง และการที่ บีอิน สปอร์ต (BeiN Sport) ก้าวมาคว้าลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกแทน แสดงให้เห็นถึงอะไรหลายๆอย่างในโลกของกีฬาและโลกของธุรกิจ

หลายคนวิจารณ์ว่าเป็นเพราะความไม่พร้อมในการบริหารจัดการในหลายๆเรื่อง ที่ผู้ถือลิขสิทธิ์รายเดิมทำได้ไม่ดีนัก อาจจะเพราะความเป็นมือใหม่ หรือ ยังมีประสบการณ์ไม่มากพอ ซึ่งผมคงไม่มีความรู้มากพอ และไม่ใช่หน้าที่ของผมที่จะไปตัดสินอะไรในส่วนนั้น

แต่ผมมองว่ายังมีอีกส่วนที่ควรค่าแก่การพูดถึง

เป็นส่วนของ "เทคโนโลยี" ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในโลกดิจิตอล ซึ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเปลี่ยนโฉมหน้าของธุรกิจ และปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคไปอย่างมากมายในช่วง 3-4 ปีหลังๆ

ไม่เว้นแม้แต่ในโลกของกีฬา

"โลกไร้พรมแดน การแข่งขันของทุกคน"

"บีอิน สปอร์ต" เป็นบริษัทลูกของ อัลจาซีรา มีเดีย กรุป ที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ กรุงโดฮา ประเทศกาตาร์ ปัจจุบันทำธุรกิจให้บริการคอนเทนต์กีฬาใน 5 ทวีป กว่า 20 ประเทศ ผ่านทางช่องทางต่างๆ ใน 8 ภาษาด้วยกัน

ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้โลกปัจจุบันแทบไม่มีพรมแดนอีกต่อไป กรอบการแข่งขันที่เคยมีแต่ผู้เล่นในประเทศ ก็เริ่มเปลี่ยนเป็นใครก็สามารถแข่งขันได้ ไม่จำกัดแค่โลคอลเท่านั้น

"จอที่เปลี่ยนไป"

การดูกีฬาสำหรับคนรุ่นที่เติบโตมาพร้อม **เอริก คันโตน่า**, **อัลเลน ไอเวอร์เซน** หรือ **มิกา ฮัคคิเนน** คือจอโทรทัศน์

แต่สำหรับคนในยุคปัจจุบันนั้น จอที่เขาใช้ดูกีฬา อาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นโทรทัศน์อีกต่อไป มันอาจเป็นจอคอมพิวเตอร์ แล็บท็อป แท็บเลต หรือ แม้แต่จอของสมาร์ทโฟนในมือของพวกเขา

แน่นอนว่าการดูผ่านจอที่เปลี่ยนไป ย่อมทำให้พฤติกรรมการดูเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน แนวคิดปกติในทาง Digital Marketing เชื่อว่าคนเราดูวีดีโอไม่ได้ยาวมากในปัจจุบัน

> "แฟนกีฬาหลายคน สนใจตัวนักกีฬา มากกว่าผลแพ้ชนะ"

เพราะจออาจเล็กไป ไม่กี่เมื่อยมือ และ ที่สำคัญทุกวันนี้มีคอนเทนต์อื่นมากมายที่ถูกผลิตขึ้นมาแย่งความสนใจจากการถ่ายทอดสด

"นอกเกมการแข่งขัน"

สมัยก่อนเมื่อพูดถึง "กีฬา" เราอาจจะนึกถึง "เกมการแข่งขัน" เป็นหลัก แต่ปัจจุบันมันไม่ได้เป็นอย่างนั้นอีกต่อไป

แฟนกีฬาหลายคนอาจสนใจตัวนักกีฬามากกว่าผลแพ้ชนะ หรือเกมการแข่งขันด้วยซ้ำ ยกตัวอย่างเช่น **คริสเตียโน โรนัลโด** ที่มียอดแฟนเพจ 110 ล้านคน มากกว่าต้นสังกัด เรอัล มาดริด ที่มี 91ล้านคน

หรืออาจเป็นคอนเทนท์อื่นๆ ที่ไม่ใช่การแข่งขัน เหมือนล่าสุด ทวิตเตอร์ (Twitter) พึ่งเซ็นสัญญากับ เอ็นบีเอ ในการทำคอนเทนต์พิเศษสำหรับโซเชียลมีเดียอย่าง Twitter ที่ไม่ใช่การถ่ายทอดสด

ความจริงก็คือ เริ่มมีแฟนกีฬาจำนวนมากสนใจเรื่องอื่นๆของกีฬา ที่ไม่ใช่เกมการแข่งขันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ผมได้มีโอกาสฟัง Jamie Reigle เบอร์หนึ่งของ Manchester United สาขาฮ่องกง พูดในงานสัมมนางานหนึ่งที่ฮ่องกงว่า สโมสรเองต้องปรับตัว ให้มีคอนเทนต์อย่างอื่นนอกเหนือจากการแข่งขัน เช่น การซ้อม เบื้องหลัง การเล่นกันระหว่างนักเตะ สัมภาษณ์พูดคุย

เพราะถึงแม้จะเป็นแฟนปีศาจแดงเหมือนกัน ก็ไม่จำเป็นต้องอยากดูแค่ แมนฯ ยูไนเต็ด แข่งเหมือนกัน

หรือในกรณีที่อยากดูทีมรักแข่ง

ผมอาจจะอยากดูแค่ **ซลาตัน อิบราฮิโมวิช** วิ่งหาตำแหน่งยังไง ตอนไม่มีบอล ลงไปช่วยเกมรับยังไง เพราะผมเล่นศูนย์หน้า และอยากศึกษาการเล่นของเขา

สิ่งที่ว่ามานี้ บริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง ไมโครซอฟต์ (Microsoft) ได้เริ่มนำมาทดลองใช้ในการถ่ายทอดสด เอ็นเอฟแอล แล้ว

และนั่นคือความเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาล ในธุรกิจกีฬาที่มีแรงขับเคลื่อนมาจากเทคโนโลยี และ ธุรกิจ

นั่นเพราะจริงๆแล้ว...กีฬา มีเรื่องอื่นให้ติดตามมากกว่าจำกัดแค่ในสนามครับ